

مدل ارتباطی هویت و سکوت سازمانی با خودپنداره کارکنان ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور

حسن لطفی^{۱*}، میر حسن سید عامری^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه ۲- استاد دانشگاه ارومیه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۰۲

Communication Model of Organizational Identity and Silence with Staff Self-Concept in the Offices of Youth and Sports, North - West of the Iran.

Hassan Lotfi^{1*}, Mir Hassan Seyed Ameri²

1- PhD Student of Sport Management, Urmia University

2- Profesor of Sport Management, Urmia University.

Received: (2019/06/22) Accepted: (2019/09/24)

Abstract

The present study was aimed to check the communication model of identity and organizational silence with staff self-concept in the offices of Youth and Sports, in the northwest of Iran. It is descriptive and correlational. The sample of study consisted of all agency employees of the Youth and Sports office in the northwest of Iran, i.e. the provinces of West Azerbaijan, East Azerbaijan, Ardabil, Zanjan and Kurdistan, in 1395. The sample size determined via Cochran formula was 169. The data were collected through library studies, as well as the standard questionnaires of organizational identity of Cheney (1983), organizational silence of Wakvallae and Borradoes (2005) and self-concept of Raj Kumar Sarasota (1981). The researchers employed SPSS software, and AMOSE to give inferential and descriptive statistics. The results indicated that organizational identity, the silence of the organization and self-concept in the offices of Youth and Sports in northwest of the country are significantly in a good condition. The result also showed that organizational identity had a positive effect on the self-concept and silence of organizational departments of Youth and Sports offices in the northwest of Iran. Therefore self-concept positively influenced the organizational silence in Youth and Sports offices in the northwest of Iran. In sum, the results showed that organizational identity and trying to boost and developed it is of very paramount importance to managers.

Keywords

Offices of Youth and Sports, Organizational Identity, Self-Concept, Organizational Silence.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی مدل ارتباطی هویت و سکوت سازمانی با خودپنداره کارکنان ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور بود. تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی بود. جامعه‌ی آماری تحقیق، کلیه‌ی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان شمال غرب کشور (آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، اردبیل، زنجان و کردستان) در سال ۱۳۹۵ بود. حجم نمونه‌ی آماری با استفاده از فرمول کوکران، برابر با ۱۶۹ به دست آمد. ابزار گردآوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و نیز پرسشنامه‌ی استاندارد هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳)، سکوت سازمانی واکولا و بورادوس (۲۰۰۵) و خودپنداره‌ی راج کمار ساراسوتا (۱۹۸۱) بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار AMOSE, SPSS برای آمار توصیفی و استنباطی به عمل آمد. نتایج نشان داد، هویت سازمانی، سکوت سازمانی، و خودپنداره در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسبی قرار دارد؛ نتایج هم‌چنین نشان داد، هویت سازمانی بر خودپنداره، و هویت سازمانی بر سکوت سازمانی ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور اثر مثبتی داشته، و بر اساس همین خودپنداره نیز بر سکوت سازمانی اثر مثبت معنی‌داری در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور دارد. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان اظهار کرد، در کل شناخت هویت سازمانی و تلاش جهت توسعه و تقویت آن برای مدیران امری بسیار مهم و اساسی است.

واژه‌های کلیدی

ادارات ورزش و جوانان، هویت سازمانی، خودپنداره، سکوت سازمانی.

مقدمه

سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی از تعدادی اجزاء تشکیل شده‌اند، اما به طور کلی، غالباً به آن‌ها یک سیمای انسانی داده می‌شود. یکی از این ویژگی‌ها هویت است. این هویت از راه ظاهر، رفتار و ارزش‌های شخص دریافت می‌شود (۱). هویت سازمانی اصطلاح ارزشمندی است که محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی است (۲)؛ و به عنوان پایه‌ای برای هویت‌یابی کارکنان با سازمان دیده می‌شود (۳)؛ و مفهومی است که به کمک آن یک سازمان از سایر سازمان‌ها تفکیک می‌شود، ادراکی احساسی و دریافت جمعی مشترک از ارزش‌های شاخص و ویژگی‌های سازمان است (۴).

اخیراً هویت سازمانی در هر کسب‌وکاری بیش از پیش مورد اهمیت قرار گرفته، و تبدیل به یک مقوله‌ی مهم در سازمان شده است (۵). چنی^۱ (۱۹۸۲) به سه مفهوم کلیدی در زمینه‌ی هویت سازمانی اشاره کرده است: اولین مفهوم، احساس عضویت^۲ است که یک حس تعلق و احساس قوی دلبستگی و کشش عاطفی را شامل می‌شود؛ و همچنین به ضمیر، نهاد و خویش‌نهاد اشاره می‌کند، مثلاً احساس غرور از این‌که عضو سازمان است؛ دومین مفهوم، وفاداری^۳ است که به معنی حمایت و دفاع فرد از سازمان و اهداف سازمانی است؛ سومین مفهوم استنباط ویژگی‌های مشترک داشتن یا احساس هم‌گونی و مشابهت^۴ است، به این معنی که کارمند این احساس و ادراک را داشته باشد که اهداف و علایق مشترک با دیگر اعضای سازمان دارد (۶).

تحقیقات انجام شده در این عرصه نشان می‌دهد، کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرهای مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می‌دهند (۷؛ ۸؛ ۹)؛ و در کل درگیر کردن کارکنان در مسایل سازمانی و مشارکت دادن آن‌ها در تصمیم‌گیری‌ها، حس ارزشمند بودن را در آن‌ها زنده می‌کند. به طوری‌که اهمیت بیش‌تری به امورات سازمان می‌دهند و حس اعتماد در آن‌ها شکل می‌گیرد. این اعتماد باعث می‌شود کارکنان خود را با چنین محیطی همانندسازی کنند و هویت سازمانی

خود را شکل دهند. ریکتا^۵ (۲۰۰۵) (۱۰)، نیز در تحقیقی فراتحلیلی در مورد هویت سازمانی بیان کرد که، هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است. در این تحقیقات، هویت سازمانی به عنوان چارچوب مفیدی تعریف شده است که به درک مفهوم "هم‌خانواده بودن" کمک می‌کند؛ تا هر فرد خود را از اعضای سایر خانواده‌ها تمیز دهد (۱۱)؛ و به عنوان یک متغیر شناختی مهم مطرح شده است که نه تنها بر احساس عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است، بلکه تعیین‌کننده‌ی رفتار افراد در محیط سازمانی می‌باشد (۱۲)؛ و هویت مثبت در سازمان می‌تواند از بروز پدیده‌ای به نام سکوت سازمانی کارکنان (۱)؛ که همان خودداری از بیان ایده‌ها و نظرات‌شان در سازمان است، جلوگیری نماید (۱۳). سکوت سازمانی یک پدیده‌ی دسته‌جمعی است که افراد مشارکت بسیار کمی را در واکنش به مسائل و مشکلاتی که سازمان با آن روبه‌رو می‌شود، از خود نشان می‌دهند (۱۴). سکوت سازمانی به وسیله‌ی ممانعت از بازخورد منفی، مانع تغییرات و توسعه‌ی سازمانی مؤثر می‌شود (۱۵)؛ رکود در سراسر سازمان رسوب می‌کند؛ مزیت رقابتی بی‌معنا می‌شود و وفاداری کارکنان به سازمان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (۱۶)؛ از این‌رو سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را ندارد. به طور کلی، اگر بر افواه سازمانی مهر سکوت زده شود، اذهان کارکنان که موتور مولد دانش سازمانی هستند، فسیل خواهند شد. وقتی کارکنان، به عنوان سرمایه‌ی استراتژیک سازمان، سکوت می‌کنند مدیریت باید خطر بزرگ مدیریتی خود را حس کند (۱۵)؛ به طور کلی، سکوت سازمانی پدیده‌ای جدید است که در حیطه‌ی مسائل مربوط به منابع انسانی و تئوری‌های سازمان بررسی می‌شود. این مفهوم در سازمان‌های امروزی امری بسیار قابل توجه است که متأسفانه تاکنون تحقیقات زیادی در این زمینه انجام نشده است (۱۷؛ ۱۳). از آن‌جایی که سکوت می‌تواند پیامدهای نامطلوبی داشته باشد، یافتن عوامل و ارتباط آن با سایر پدیده‌های سازمان مهم است (۱۸)؛ و یافتن راه‌های رفع آن از اهمیت شایانی در مباحث سازمانی معاصر برخوردار بوده و توجه جدی مدیران سازمان را می‌طلبد (۱۹).

1. Cheney
2. Membership
3. Loyalty
4. Simelarity

باشند؛ و در نهایت موجب تحقق اهداف سازمان می‌شود (۲۹). از طرف دیگر، بدین‌گونه، مدیران و مسئولین در سازمان ورزش و جوانان اثرات مخرب و خطرناک سکوت سازمانی را با دقت بیش‌تر مدنظر قرار داده، و با توجه به متغیرهای ایجادکننده‌ی آن، به ارزیابی سازمان خود خواهند پرداخت؛ و در صورت وجود شرایط خاص آن به اصلاح آن‌ها می‌پردازند. اما به طور کلی با توجه به مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش، تحقیقی که رابطه‌ی این دو متغیر (هویت سازمانی و سکوت سازمانی) را توأمأ مورد بررسی قرار دهد؛ و همچنین نقش خودپنداره را به عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده مورد بررسی قرار دهد، در حوزه‌ی ورزشی حیطه‌ی مطالعاتی محقق در داخل و خارج از کشور وجود نداشته است. لذا، مسئله‌ی اصلی تحقیق حاضر این است که، آیا هویت سازمانی بر سکوت سازمانی با نقش تعدیل‌کنندگی خودپنداره در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور تأثیری دارد؟

روش تحقیق

روش انجام این تحقیق توصیفی-تحلیلی است، و از نوع همبستگی می‌باشد. همچنین این پژوهش، یک پژوهش پیمایشی نیز محسوب می‌گردد، زیرا که ویژگی‌های جامعه‌ی آماری مورد نظر در مورد هر یک از متغیرها را مشخص کرده است.

جامعه‌ی آماری تحقیق، کلیه‌ی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان شمالغرب کشور (آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، اردبیل، زنجان و کردستان) در سال ۱۳۹۵ می‌باشد، که ۳۰۰ نفر برآورد شده است. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران^۲ استفاده شد که با در نظر گرفتن ۰/۰۵ (یعنی، برای رسیدن به سطح اطمینان ۰/۹۵ و خطای ۰/۰۵) حجم نمونه برابر با ۱۶۹ به‌دست آمد. پرسشنامه در جامعه‌ای متشکل از کلیه‌ی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان شمالغرب کشور، به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه-ای صورت گرفت. پرسشنامه‌ی مورد استفاده شامل ۴ بخش می‌باشد. بخش اول پرسشنامه، شامل اطلاعات جمعیت-شناختی؛ بخش دوم، پرسشنامه‌ی استاندارد هویت سازمانی چنی^۳ (۱۹۸۲)، حاوی ۱۸ سؤال در قالب ۳ مؤلفه (عضویت، وفاداری، شباهت)؛ بخش سوم، پرسشنامه‌ی استاندارد

در این مسیر، مدیر باید نظر کارکنان را پیرامون سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان، نحوه‌ی اداره‌ی سازمان و چالش‌های پیرامون سازمان جویا شود و از کارکنان برای بهبود کیفیت تصمیمات متخذه بهره جویید، آنان را تشویق به صحبت نماید، و آنان را از سکوت سازمانی بر حذر دارد. قطعاً در این صورت سرمایه‌های انسانی در سازمان و به-خصوص سازمان‌های دولتی به عنوان سرمایه‌های استراتژیک قلمداد می‌شود (۲۰).

در این خصوص و در زمینه‌ی ارتباط بین هویت سازمانی و سکوت سازمانی پژوهش‌های متعددی در داخل (۲۱؛ ۲۲، ۲۳)، و خارج از کشور (۲۴؛ ۲۵) صورت گرفته است. از طرف دیگر، نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که، با تقویت هویت سازمانی و خودپنداره‌ی کارکنان می‌توان سکوت سازمانی را در میان افراد کاهش داد (۲۶)؛ زیرا، خودپنداره به عنوان یک احساس نظری است؛ و از نظر راجرز^۱ آن تصویر کلی است که فرد از خود دارد؛ و این تصویر از طریق روابط اجتماعی کسب می‌شود (۲۷). نتایج تحقیقات نشان داده است، افرادی که دارای خودپنداره‌ی واضح، خوب تعریف شده، هماهنگ و تقریباً باثبات هستند؛ به یک دید روشن در مورد خود می‌رسند، و کم‌تر تحت تأثیر وقایع روزانه و ارزیابی‌های این وقایع قرار می‌گیرند (۲۸). همچنین یافته‌های سایر پژوهش‌گران حاکی از آن است که، خودپنداره‌ی مثبت کارکنان باعث می‌شود که کارکنان به انجام وظایفی که از آنان خواسته نشده، اما تصویر و عملکرد سازمانی را ارتقاء می‌دهند، مبادرت کنند و در این راه سکوت سازمانی را کاهش می‌دهند؛ و اگر فرد دیدگاه و اطلاعاتی که نسبت به شناخت خودش دارد، دقیق باشد و شناخت کاملی ایجاد گردد، می‌تواند منجر به کاهش سکوت سازمانی گردد (۲۶).

نتایج حاصل از پژوهش‌ها حاکی از آن است که، به احتمال قوی هویت‌یابی افراد با سازمان سبب کاهش میزان ترک خدمت کارکنان در سازمان ورزش و جوانان می‌شود؛ رفتارهای موافق و همسو با اهداف سازمان را افزایش می‌دهد؛ استراتژی سازمان را پیش می‌برد و اعضاء را قادر می‌سازد، جهت‌گیری استراتژیک سازمان را انتخاب کرده، آن را بپذیرند و در برابر تغییرات محیطی توان پاسخ‌گویی داشته

2. The Cochran formula
3. Cheney

1. Rajerz

خودپنداره اخلاقی و کم‌ترین میانگین مربوط به خودپنداره عقلایی است.

برای بررسی طبیعی بودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون کلموگروف اسمیرنوف (K-S) استفاده شد. با توجه به مقادیر سطح معنی‌داری در مورد تمام متغیرهای تحقیق، که بیش‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، همان‌گونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، تمام توزیع‌ها از لحاظ آماری نرمال می‌باشند.

جدول ۱. آماره‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

جهت طبیعی بودن توزیع داده‌ها		متغیرهای پژوهش	
توزیع	P	Z	آماره‌ها
طبیعی	۰/۳۴	۰/۹۳	عضویت
طبیعی	۰/۰۹	۱/۲۴	وفاداری یا حمایت
طبیعی	۰/۱۴	۱/۱۵	ادراک مشخصه‌های مشترک
طبیعی	۰/۰۸	۱/۲۴	هویت سازمانی
طبیعی	۰/۲۰	۱/۰۸	نگرش مدیریت عالی به سکوت
طبیعی	۰/۱۱	۱/۲۰	نگرش سرپرست به سکوت
طبیعی	۰/۱۲	۱/۱۸	فرصت‌های ارتباطی
طبیعی	۰/۰۹	۱/۲۴	سکوت سازمانی
طبیعی	۰/۱۵	۱/۱۴	خودپنداره جسمی
طبیعی	۰/۲۲	۱/۰۵	خودپنداره اجتماعی
طبیعی	۰/۳۴	۰/۹۳	خودپنداره عقلایی
طبیعی	۰/۱۱	۱/۲۰	خودپنداره اخلاقی
طبیعی	۰/۱۹	۱/۰۸	خودپنداره آموزشی
طبیعی	۰/۱۶	۱/۱۲	خودپنداره خلق و خو
طبیعی	۰/۹۲	۰/۵۵	خودپنداره

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های هویت سازمانی و مولفه‌های آن، از آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت هویت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول (۲)، هویت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد ($t=4/38, p=0/01$). همچنین مولفه‌های عضویت ($t=5/27, p=0/01$) و وفاداری یا حمایت ($t=5/92, p=0/01$) به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند.

سکوت سازمانی واکولا و بورادوس^۱ (۲۰۰۵)، شامل ۱۵ گویه و ۳ مؤلفه (نگرش مدیریت عالی به سکوت، نگرش سرپرست به سکوت، و فرصت‌های ارتباطی)؛ و در نهایت بخش چهارم، پرسشنامه‌ی استاندارد خودپنداره‌ی راج‌کمار-ساراسوت^۲ (۱۹۸۱)، شامل ۴۸ گویه و ۶ خرده‌مقیاس (جسمانی، اجتماعی، عقلانی، اخلاقی، آموزشی و خلق‌و‌خو) می‌باشد. پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسش‌نامه، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS، AMOSE، Excel برای آمار توصیفی و استنباطی به عمل آمد. در بخش آمار استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف (k-s) جهت مشخص کردن نرمال بودن جامعه‌ی آماری استفاده شد؛ به منظور بررسی وضعیت موجود هویت سازمانی، سکوت سازمانی و خودپنداره در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد؛ به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق نیز از آزمون رگرسیون و تی تک نمونه‌ای، و نیز از مدل معادلات ساختاری^۳ جهت تعیین مدل معادلات ساختاری تأثیر هویت بر سکوت سازمانی و خودپنداره کارکنان در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور استفاده شد. سطح معنی‌داری برای تمامی تجزیه و تحلیل‌ها $P < 0/05$ در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

یافته‌های حاصل از آمار توصیفی نشان داد، ۳۲٪ نمونه زن و ۶۸٪ آن‌ها مرد هستند؛ ۳۳/۳٪ نمونه تحت بررسی ۳۱ الی ۳۵ سال و ۸/۸ درصد بالای ۵۰ سال می‌باشند؛ ۴۹/۶٪ از نمونه تحت بررسی لیسانس هستند، در حالی که تنها ۵/۹ درصد دکتری می‌باشند؛ ۲۰/۷٪ از نمونه تحت بررسی زیر ۳ سال و ۲۱/۵ درصد بالای ۱۸ سال سابقه‌ی کاری دارند؛ از بین مؤلفه‌های هویت سازمانی، بیش‌ترین میانگین مربوط به عضویت و کم‌ترین میانگین مربوط به ادراک مشخصه‌های مشترک است؛ از بین مؤلفه‌های سکوت سازمانی، بیش‌ترین میانگین مربوط به نگرش سرپرست به سکوت و کم‌ترین میانگین مربوط به نگرش مدیریت عالی به سکوت است؛ و از بین مؤلفه‌های خودپنداره، بیش‌ترین میانگین مربوط به

1. Vakola and Bouradas
2. SCQ
3. Structural equation model, SEM

جدول ۲. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای از وضعیت هویت سازمانی

آماره متغیر	میانگین	میانگین آماری	درجه آزادی	T	سطح معنی داری
عضویت	۳/۳۷	۳	۱۳۴	۵/۲۷	۰/۰۱
وفاداری یا حمایت	۳/۲۸	۳	۱۳۴	۵/۹۲	۰/۰۱
ادراک مشخصه‌های مشترک	۳/۰۸	۳	۱۳۴	۱/۱۲	۰/۲۷
هویت سازمانی	۳/۲۴	۳	۱۳۴	۴/۳۸	۰/۰۱

مؤلفه‌ی نگرش مدیریت عالی به سکوت ($p=0/02$)، $t=-2/27$ به طور معنی‌داری در وضعیت نامناسب و نگرش سرپرست به سکوت ($p=0/03$)، $t=2/26$ به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های سکوت سازمانی و مؤلفه‌های آن، از آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول (۳)، سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد ($p=0/01$)، $t=2/77$. همچنین

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای از وضعیت سکوت سازمانی

آماره متغیر	میانگین	میانگین آماری	درجه آزادی	t	سطح معنی داری
نگرش مدیریت عالی به سکوت	۲/۸۶	۳	۱۳۴	-۲/۳۱	سطح معنی داری
نگرش سرپرست به سکوت	۳/۱۴	۳	۱۳۴	۲/۲۶	۰/۶۱۸
فرصت‌های ارتباطی	۳/۱۱	۳	۱۳۴	۱/۵۴	۰/۴۸۳
سکوت سازمانی	۳/۱۳	۳	۱۳۴	۲/۷۷	

خودپنداره اجتماعی ($p=0/01$)، $t=14/36$ ، خودپنداره عقلایی ($p=0/01$)، $t=11/51$ ، خودپنداره اخلاقی ($p=0/01$)، $t=28/15$ ، خودپنداره آموزشی ($p=0/01$)، $t=15/08$ و خودپنداره خلق و خو ($p=0/01$)، $t=17/76$ به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های خودپنداره و مؤلفه‌های آن، از آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت خودپنداره استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول (۴)، خودپنداره در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد ($p=0/01$)، $t=23/28$. همچنین مؤلفه‌های خودپنداره جسمی ($p=0/01$)، $t=13/66$ ،

جدول ۴. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای از وضعیت خودپنداره

آماره متغیر	میانگین	میانگین آماری	درجه آزادی	t	سطح معنی داری
خودپنداره جسمی	۳/۵۲	۳	۱۳۴	۱۳/۶۶	۰/۰۱
خودپنداره اجتماعی	۳/۵۳	۳	۱۳۴	۱۴/۳۶	۰/۰۱
خودپنداره عقلایی	۳/۴۱	۳	۱۳۴	۱۱/۵۱	۰/۰۱
خودپنداره اخلاقی	۳/۹۹	۳	۱۳۴	۲۸/۱۵	۰/۰۱
خودپنداره آموزشی	۳/۵۶	۳	۱۳۴	۱۵/۰۸	۰/۰۱
خودپنداره خلق و خو	۳/۶۹	۳	۱۳۴	۱۷/۷۶	۰/۰۱
خودپنداره	۳/۶۲	۳	۱۳۴	۲۳/۲۸	۰/۰۱

در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور، از مدل

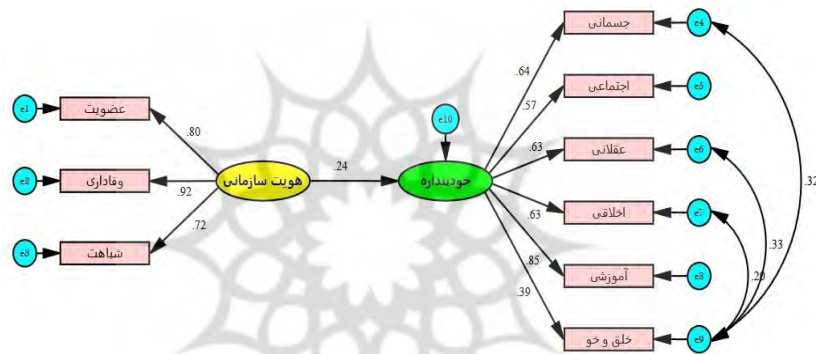
به منظور بررسی فرضیه‌ی هویت سازمانی بر خودپنداره

نسخه ۲۳ استفاده شد.

معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار AMOS

جدول ۵. آماره تی و بارهای عاملی مدل ارتباطی هویت سازمانی و خودپنداره

مسیر	بارعاملی	مقدار t	سطح معناداری
هویت سازمانی <--->	عضویت	۰/۷۹۹	-
<--->	وفاداری	۹/۷۰۴	۰/۰۰۱
<--->	شباهت	۸/۷۰۱	۰/۰۰۱
خودپنداره <--->	جسمانی	۰/۶۳۷	-
<--->	اجتماعی	۵/۴۹۹	۰/۰۰۱
<--->	عقلانی	۵/۵۹۱	۰/۰۰۱
<--->	اخلاقی	۵/۹۷۵	۰/۰۰۱
<--->	آموزشی	۷/۰۰۹	۰/۰۰۱
<--->	خلق و خو	۴/۴۴	۰/۰۰۱



شکل ۱. بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) مدل رابطه هویت سازمانی و خودپنداره

متغیرهای پنهان (هویت سازمانی و خودپنداره) می‌باشند.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از اجرای مدل فرضیه تحقیق (شکل ۱) و نتایج گزارش شده در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تمام بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مقدار t (مقادیر نسبت‌های بحرانی) از مقادیر قابل قبولی برخوردار بوده و این شاخص‌های نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از

جدول ۶. بار عاملی و مقادیر t رابطه هویت سازمانی و خودپنداره

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
هویت سازمانی <--->	خودپنداره	۰/۲۳۶	۲/۳۴۹
			۰/۰۰۸

ورزش و جوانان شمال غرب کشور اثر مثبت و معناداری

(۰/۲۳۶=بارعاملی، t=۲/۳۴۹) دارد.

در جدول ۶ بارهای عاملی و مقادیر t در مدل فرضیه تحقیق گزارش شده است. بر اساس این نتایج می‌توان گفت که هویت سازمانی بر خودپنداره کارکنان در ادارات

جدول ۷. شاخص برازش مدل رابطه هویت سازمانی و خودپنداره

شاخص‌های برازش	ملاک	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۵۰/۴۶۶	-
درجه آزادی	-	۲۳	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کمتر از ۳	۲/۱۹۴	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹۴	مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۹	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۶	مطلوب
ریشه میانگین مجذور باقیمانده (RMR)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۱۹	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳۹	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۱	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴۱	مطلوب

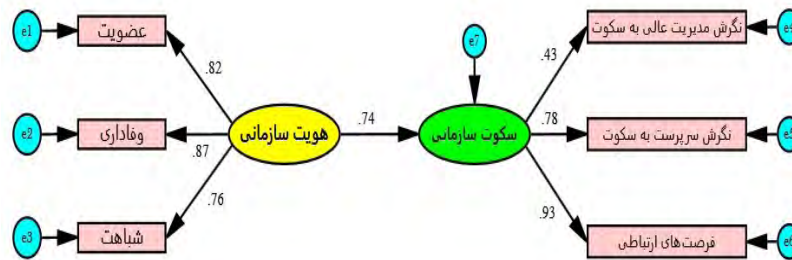
۸، به منظور بررسی تأثیر هویت سازمانی بر سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور، مشاهده می‌شود که کلیه بارهای عاملی به دست آمده و مقادیر آماره t قابل قبول بوده و این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان هویت سازمانی و سکوت سازمانی می‌باشند.

نتایج شاخص‌های برازش مدل در جدول ۷ نشان می‌دهد شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) به عنوان شاخص‌های اصلی برازش مدل بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان از تأیید مدل دارد. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۲/۱۹۴) کمتر از ۳ بوده که به منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین مقدار ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) برابر با ۰/۰۹۴ می‌باشد و با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ است نشان می‌دهد که مدل قابل قبول می‌باشد. در نهایت مشاهده می‌شود که دیگر شاخص‌های برازش (IFI، NFI، CFI) همگی در سطح خوب و بالا قرار دارند.

بر اساس مقادیر بارهای عاملی به دست آمده در جدول

جدول ۸. آماره تی و بارهای عاملی مدل ارتباط هویت سازمانی و سکوت سازمانی

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
هویت	۰/۸۲	-	-
سازمانی	۰/۸۶۹	۱۰/۷۷۹	۰/۰۰۱
سکوت	۰/۷۶	۹/۴	۰/۰۰۱
سازمانی	۰/۴۲۶	-	-
سکوت	۰/۷۷۹	۴/۸۰۴	۰/۰۰۱
سازمانی	۰/۹۲۸	۴/۸۷۹	۰/۰۰۱



شکل ۲. بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) مدل ارتباط هویت سازمانی و سکوت سازمانی

جدول ۹. بار عاملی و مقادیر t رابطه هویت سازمانی و سکوت سازمانی

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
هویت سازمانی <--- سکوت سازمانی	۰/۷۴۴	۴/۳۸۲	۰/۰۰۱

ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور اثر مثبت معناداری دارد (جدول ۹).

یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت سازمانی بر سکوت سازمانی (بارعاملی=۰/۷۴۴، t=۴/۳۸۲) کارکنان

جدول ۱۰. شاخص برازش مدل ارتباط هویت سازمانی و سکوت سازمانی

شاخص‌های برازش	ملاک	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۱۹/۸۶۴	-
درجه آزادی	-	۸	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کمتر از ۳	۲/۴۸۳	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۸۴	مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵۶	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۸۵	مطلوب
ریشه میانگین مجذور باقیمانده (RMR)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۳۲	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶۹	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	مطلوب

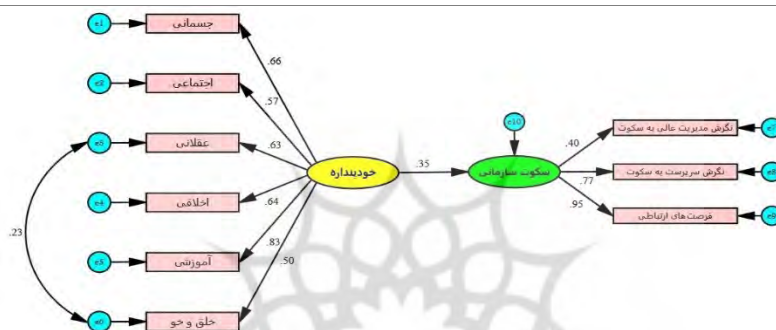
شود کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و آماره t، از مقادیر قابل قبولی برخوردار بوده و این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده-ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (خودپنداره و سکوت سازمانی) می‌باشند.

نتایج جدول ۱۰ مربوط به شاخص‌های برازش ارتباط بین هویت سازمانی و سکوت سازمانی می‌باشد. بر اساس این نتایج و مقادیر گزارش و مقایسه با ملاک قابل قبول می‌توان گفت شاخص‌های گزارش شده مقادیر قابل قبولی داشته و نشان از تأیید برازش مدل تحقیق دارند.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از اجرای مدل تأثیر خودپنداره بر سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور (جدول ۱۱) مشاهده می-

جدول ۱۱. آماره تی و بارهای عاملی مدل ارتباط خودپنداره و سکوت سازمانی

مسیر	بارعاملی	مقدار t	سطح معناداری
خودپنداره <---	جسمانی	۰/۶۵۷	-
<---	اجتماعی	۰/۵۶۷	۵/۵۸
<---	عقلانی	۰/۶۳	۶/۰۷۲
<---	اخلاقی	۰/۶۴	۶/۱۶۸
<---	آموزشی	۰/۸۳	۷/۲۷۹
<---	خلق و خو	۰/۵	۴/۹۵۶
سکوت <---	نگرش مدیریت عالی به سکوت	۰/۴۰۲	-
سازمانی <---	نگرش سرپرست به سکوت	۰/۷۶۸	۴/۵۳۸
<---	فرصت‌های ارتباطی	۰/۹۴۹	۴/۱۵۶



شکل ۳. بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) مدل ارتباط خودپنداره و سکوت سازمانی

جدول ۱۲. بار عاملی و مقادیر t رابطه خودپنداره و سکوت سازمانی

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
خودپنداره <---	سکوت سازمانی	۰/۳۴۶	۲/۶۹۵

بر اساس نتایج جدول ۱۲، می‌توان گفت که خودپنداره اثر مثبت و معناداری بر سکوت سازمانی دارد (بارعاملی=۰/۳۴۶، t=۲/۶۹۵).

جدول ۱۳. شاخص برازش مدل ارتباط خودپنداره و سکوت سازمانی

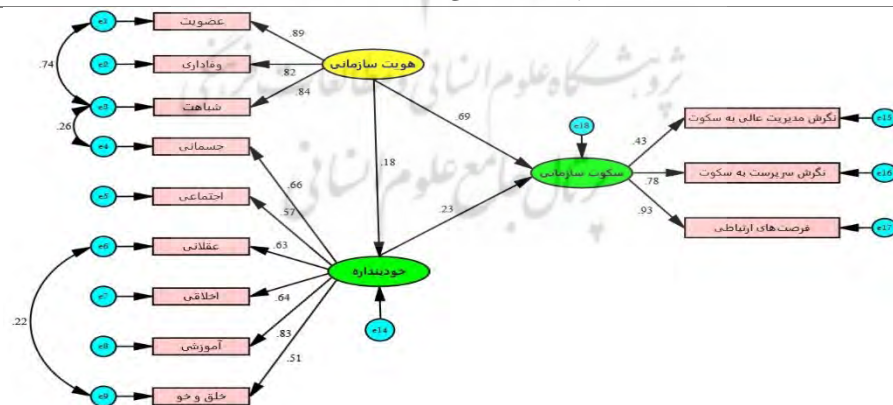
شاخص‌های برازش	ملاک	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۵۴/۵۶۵	-
درجه آزادی	-	۲۵	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کمتر از ۳	۲/۱۸۳	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۸۸	مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۳	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۶۱	مطلوب
ریشه میانگین مجذور باقیمانده (RMR)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۲۰	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۳	مطلوب
شاخص برازش هتجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۵	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱۷	مطلوب

نتایج جدول ۱۳ مر بوط به شاخص های برآزش ارتباط بین هویت سازمانی و سکوت سازمانی می باشد. بر اساس این نتایج و مقادیر گزارش و مقایسه با ملاک قابل قبول می توان گفت شاخص های گزارش شده مقادیر قابل قبولی داشته و نشان از تأیید برآزش مدل تحقیق دارند.

به منظور بررسی مدل بین متغیرها (تأثیر هویت سازمانی با نقش تعدیل کنندگی خودپنداره بر سکوت

جدول ۱۴. آماره تی و بارهای عاملی مدل ارتباط هویت سازمانی، خودپنداره و سکوت سازمانی

مسیر	بارعاملی	مقدار t	سطح معناداری
هویت سازمانی	عضویت	۰/۸۸۵	-
	وفاداری	۰/۸۱۷	۹/۶۱۶
	شباهت	۰/۸۴۳	۹/۲۷۳
خودپنداره	جسمانی	۰/۶۶	-
	اجتماعی	۰/۵۶۶	۵/۶۱۳
	عقلانی	۰/۶۳۹	۶/۱۲۲
	اخلاقی	۰/۶۴۳	۶/۲۵۴
	آموزشی	۰/۸۲۵	۷/۳۷۵
سکوت سازمانی	نگرش مدیریت عالی به سکوت	۰/۴۳۳	-
	نگرش سرپرست به سکوت	۰/۷۷۹	۴/۸۸۶
	فرصت های ارتباطی	۰/۹۲۵	۵/۰۱



شکل ۴. بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) مدل ارتباط هویت سازمانی، خودپنداره و سکوت سازمانی

بر اساس یافته های گزارش شده در جدول ۱۴ می توان گفت تمامی مقادیر t و بارهای عاملی (ضرایب رگرسیون استاندارد شده) مر بوط به متغیر های مشاهده در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ قابل قبول

بوده و این موضوع نشان می دهد که متغیرهای مشاهده ای اندازه گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (هویت سازمانی، خودپنداره و سکوت سازمانی) هستند.

جدول ۱۵. بار عاملی و مقادیر t رابطه هویت سازمانی، خودپنداره و سکوت سازمانی

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
خودپنداره	۰/۱۸۴	۲/۱۰۶	۰/۰۳۹
سکوت سازمانی	۰/۶۸۸	۴/۳۵۳	۰/۰۰۱
سکوت سازمانی	۰/۲۲۷	۲/۵۹۱	۰/۰۱۰

اثر مثبتی داشته و بر اساس همین جدول می‌توان گفت که خودپنداره نیز بر سکوت سازمانی (۰/۲۲۷=بار عاملی، $t=۲/۵۹۱$) اثر مثبت معناداری در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور دارد.

نتایج جدول ۱۵ نشان می‌دهد که هویت سازمانی بر خودپنداره (۰/۱۸۴=بار عاملی، $t=۲/۱۰۶$) و هویت سازمانی بر سکوت سازمانی (۰/۶۸۸=بار عاملی، $t=۴/۳۵۳$) ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور

جدول ۱۶. شاخص برازش مدل ارتباط هویت سازمانی، خودپنداره و سکوت سازمانی

شاخص‌های برازش	ملاک	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۹۲/۵۶۴	-
درجه آزادی	-	۴۸	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کمتر از ۳	۱/۹۲۸	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۸۳	مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۵	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۴۶	مطلوب
ریشه میانگین مجذور باقیمانده (RMR)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۲۴	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳۳	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۳	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳۵	مطلوب

برازش مطلوب مدل تحقیق دارد، در اینجا نیز مقدار RMR برابر ۰/۰۲۴ به دست آمده که از نظر آماری قابل قبول است. همچنین دیگر شاخص‌های برازش (CFI، NFI، IFI) همگی در سطح خوب و بالا قرار دارند؛ بنابراین برازش مدل تأیید شده و مدل فرضیه تحقیق بر ارتباط بین هویت سازمانی، خودپنداره با سکوت سازمانی مورد تأیید می‌باشد.

با توجه به جدول ۱۶ مشاهده می‌شود شاخص نیکویی برازش (GFI) بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان از تأیید مدل دارد. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۱/۹۲۸) کمتر از ۳ بوده که به منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین با توجه به این که ریشه میانگین مجذور باقیمانده (RMR) هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد نشان از

جدول ۱۷. نتایج تحلیل مسیر ساختاری فرضیه هفتم (اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرها)

مسیرهای ارتباطی	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کلی
هویت سازمانی <---> خودپنداره	۰/۱۸	-	۰/۱۸
هویت سازمانی <---> سکوت سازمانی	۰/۶۹	-	۰/۶۹
خودپنداره <---> سکوت سازمانی	۰/۲۳	-	۰/۲۳
هویت سازمانی <---> خودپنداره <---> سکوت سازمانی	۰/۶۹	۰/۱۸*۰/۲۳=۰/۰۴۱	۰/۶۹+۰/۰۴۱=۰/۷۳۱

تأثیر ۰/۶۹ نسبت تأثیر خودپنداره بر سکوت سازمانی با ضریب ۰/۱۸ دارد. همچنین می‌توان گفت که هویت

یافته‌ها نشان دادند که (جدول ۱۷) هویت سازمانی بر سکوت سازمانی اثر مستقیم و بالاتری با ضریب

سازمانی ضمن تأثیر مستقیمی که بر سکوت سازمانی داشته به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی خودپنداره به میزان ۰/۰۴۱ بر سکوت سازمانی در

بحث و نتیجه‌گیری

هویت یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر اهمیت یافته است. هویت برای فرد، کیفیتی است که او را از دیگران متمایز می‌سازد (۱)؛ و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند (۳۰). از طرف دیگر، در دیدگاه معاصر، خودپنداره نیز یک طرحواره‌ی شناختی تلقی می‌گردد. به بیان دقیق‌تر، خودپنداره یک ساختار دانش سازمان یافته است که شامل صفات، ارزشیابی‌ها، حافظه‌ی معنایی و دوره‌ای در مورد خود می‌باشد و پردازش اطلاعات مرتبط با خود را کنترل می‌کند (۳۱)؛ و این در حالی است که، سکوت سازمانی به معنای خودداری از هر نوع بیان واقعی در مورد رفتار افراد در سازمان می‌باشد (۳۲)، و به عنوان مانع بالقوه خطرناکی برای تغییر و توسعه‌ی سازمانی قلمداد می‌شود. از این جهت پرداختن به آن از اهمیت برخوردار است (۳۳).

با توجه به مطالب فوق و با عنایت به گسترش فعالیت سازمان‌های ورزشی و هزینه کردن مبالغ چشم‌گیر توسط آن‌ها، و با اشاره به این موضوع که، توجه به سازمان‌های ورزشی موجبات رشد و شکوفایی ورزش و در نهایت توسعه‌ی کلان ورزش کشور را فراهم می‌آورد (۳۴)؛ از این‌رو، پژوهش حاضر به بررسی مدل ارتباطی هویت و سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور پرداخت. یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر نشان داد، هویت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد. همچنین مؤلفه‌های عضویت و وفاداری یا حمایت به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند. به طور کلی، هویت سازمانی نقش محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند. مدیران از سازوکارهای نمادین به منظور ترویج و تثبیت یک هویت ممتاز و برجسته باعث بوجود آمدن خود-

ادارات کل ورزش و جوانان شمال غرب کشور تأثیرگذار بوده است. در نتیجه اثر کلی و نهایی هویت سازمانی بر سکوت سازمانی برابر با ۰/۷۳۱ خواهد بود. تنظیمی در نزد افراد برای دستیابی به اهداف عملکردی، جذب و نگهداری استعدادها، کسب شهرت و ایجاد امنیت ذهنی در سازمان شده و به افراد جهت مقابله با موقعیت‌های ابهام‌آمیز کمک می‌نماید (۳۵)؛ و اگر احساس هویت سازمانی وجود نداشته باشد، سازمان‌ها با ریسک عدم بقا مواجه هستند. هویت به کارکنان اجازه می‌دهد، در انجام و تکمیل امور سازمان فراتر از توان‌شان شرکت کنند (۳۶). به طور کلی، کارکنان با هویت‌یابی سازمانی بالاتر، عموماً مولدتر، با انگیزه‌تر و رضایتمندتر بوده و تمایل کم‌تری به ترک سازمان نسبت به کارکنان با هویت‌یابی سازمانی پایین‌تر دارند (۳۷). در کل، عدم وجود هویت در سازمان باعث ایجاد مشکلاتی چون، کاهش انگیزه و رغبت برای رسیدن به اهداف سازمان می‌شود (۳۸). از این‌رو، به نظر می‌رسد، تنظیم برخی قوانین و برنامه‌ها برای حمایت از نگرش کارکنان، می‌تواند منجر به وضعیت مناسب‌تر و نیز بهتر از قبل هویت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور شود.

نتایج همچنین نشان داد، سکوت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد. همچنین مؤلفه‌ی نگرش مدیریت عالی به سکوت به طور معنی‌داری در وضعیت نامناسب و نگرش سرپرست به سکوت به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند. سکوت سازمانی، عدم مشارکت آزادانه‌ی افراد در مجادلات سازمانی تعریف شده است، و یک رفتار فردی نیست، بلکه یک گرایش جمعی بین کارکنان است (۳۹). به نظر می‌رسد با به حداقل رساندن برخی عوامل محیطی و سازمانی همچون ترس مدیران از بازخورد منفی از سوی کارمندان به علت به خطر افتادن منافع و موقعیت‌شان، و ادراک کارکنان از باورهای ضمنی مدیریت در مورد آن‌ها مانع از بروز سکوت سازمانی در سازمان شد. با توجه به نتایج این قسمت از پژوهش به نظر می‌رسد، برقراری

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد، هویت سازمانی بر خودپنداره‌ی کارکنان در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور اثر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج این قسمت از پژوهش را می‌توان به نوعی با یافته‌های نصر-اصفهانی و همکاران (۱۳۹۳) (۲۶)، در داخل کشور از این جهت که خودپنداره رابطه‌ی بین هویت سازمانی و سکوت سازمانی را تعدیل می‌کند، هم‌سو دانست. با توجه به این قسمت از یافته‌ها می‌توان اظهار کرد، سازمان‌ها می‌توانند از طریق اعمال توجه کافی نسبت به عوامل درون سازمانی و برون سازمانی، نسبت به ایجاد و ماندگاری یک هویت سازمانی مستحکم و قوی اقدام کنند.

یافته‌ها نشان داد که هویت سازمانی بر سکوت سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور اثر مثبت معناداری دارد. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های برگمهر و سیدموسوی (۱۳۹۴) (۲۱)، جعفری‌زاده‌دهبالایی و همکاران (۱۳۹۴) (۲۳)، قلاوندی و مرادی (۱۳۹۴) (۱۸)، حسنی (۱۳۹۳) (۴۲)، نصراصفهانی و آقاپوردهکردی (۱۳۹۱) (۴۳) در داخل کشور؛ و نیز یافته‌های هوریا^۱ (۲۰۱۲) (۲۴)، بلانسا و دانی‌یلا^۲ (۲۰۰۹) (۲۵) در خارج از کشور هم‌سویی دارد. براساس دیدگاه آلبرت^۳ و وتن^۴ (۱۹۸۵) (۴۴)، هویت و هویت‌یابی سازمانی تأثیر عمده‌ای بر بسیاری از رفتارهای سازمانی و در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف آن داشته‌اند. آن‌ها بر این باور هستند که هویت سازمانی آن چیزی است که توسط افراد سازمان به عنوان ویژگی اصلی سازمان پذیرفته شده است؛ موجب می‌گردد سازمان از دید کارکنان نسبت به سازمان‌های دیگر متمایز و در نتیجه منحصر به فرد باشد؛ و توسط افراد سازمان ادراک شده است که بدون توجه به تغییرات هدف در محیط‌های سازمانی پایدار و ثابت باشند. سه ویژگی ذکر شده‌ی بالا نشان می‌دهند،

برنامه‌های بهبود مدیریت منابع انسانی و تشکیل کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های برقراری ارتباط برای مدیران عالی و نیز سرپرستان برای آموزش مهارت‌های تصمیم‌گیری و درگیری در مشکلات سازمانی نگرش مدیریت به سکوت سازمانی را بهبود ببخشد.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که، خودپنداره در ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارد. همچنین مؤلفه‌های خودپنداره جسمی، خودپنداره اجتماعی، خودپنداره عقلایی، خودپنداره اخلاقی، خودپنداره آموزشی و خودپنداره خلق و خو به طور معنی‌داری در وضعیت مناسب قرار دارند. خودپنداره مفهومی روان‌شناختی است که احساس‌ها، ارزیابی‌ها، نگرش‌ها و نیز مقوله‌های توصیفی از خودمان را در بر می‌گیرد (۴۰). در واقع، خودپنداره‌ی هر فرد اقدامی است به منظور ساخت یک طرحواره برای سازمان‌دهی ادراکات، احساسات و نگرش‌هایی که آن فرد در مورد خود دارد. به بیان دقیق‌تر، خودپنداره یک ساختار دانش سازمان‌یافته است که شامل صفات، ارزشیابی‌ها، حافظه‌ی معنایی و دوره‌ای در مورد خود می‌باشد و پردازش اطلاعات مرتبط با خود را کنترل می‌کند (۳۱). خودپنداره از موضوعات مهم است که در زندگی روزمره‌ی انسان نقش عمده‌ای را ایفا می‌کند و در سرنوشت او تأثیر بسزایی دارد. برای انسان هیچ حکم ارزشی، مهم‌تر از داوری او در مورد نقش خویش نیست. ارزشیابی شخص از خویشتن، قطعی‌ترین عامل در رشد روانی اوست. این ارزشیابی تماماً به شیوه‌ی قضاوت آگاهانه و صریح، شفاهی یا کتبی یا برشمردن صفات و توصیف حالات نیست؛ بلکه به صورت احساسی می‌باشد. احساسی که جدا کردن و شناسایی آن مشکل است؛ زیرا پیوسته توسط انسان تجربه می‌شود و جزئی از احساس‌های مختلف انسانی می‌باشد (۴۱). از این‌رو، شناخت عوامل تأثیرگذار بر خودپنداره باید به عنوان امری حیاتی تلقی شود؛ زیرا خودپنداره اساس ارزیابی فرد از خود و جهان پیرامونش را تشکیل می‌دهد.

1 . Horia
2 . Blanca and Daniela
3 . Albert
4 . Whetten

چنین باید بیشترین تلاش خود را روی تقویت مهارت و عملکرد کارمندان قرار دهند، تا خودپنداره بیش از پیش بهبود یابد.

در نهایت نتایج حاصل از پژوهش ارتباط بین هویت سازمانی، خودپنداره با سکوت سازمانی را مورد تأیید قرار داد. این قسمت از یافته‌ها با پژوهش نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۳) (۲۶) در داخل کشور هم‌خوانی دارد. براساس پژوهش نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۳) (۲۶)، سکوت سازمانی تحت تأثیر هویت سازمانی و خودپنداره قرار دارد؛ و خودپنداره رابطه‌ی بین هویت سازمانی و سکوت سازمانی را تعدیل می‌کند، و با تقویت هویت سازمانی و خودپنداره‌ی کارکنان می‌توان سکوت سازمانی را در میان افراد کاهش داد. با توجه به این قسمت از پژوهش می‌توان اظهار کرد که در کل، شناخت هویت سازمانی و تلاش جهت توسعه و تقویت آن برای مدیران بسیار مهم و اساسی است؛ و توجه به عواملی کلی هم‌چون وجهه‌ی داخلی و خارجی سازمان، ارتباطات داخلی و خارجی سازمان، مدیریت منابع انسانی و عملیات سازمانی در شکل‌گیری و ساخت مستمر هویت سازمانی تأثیر می‌گذارند.

سازمان‌های با یک هویت مستحکم، دارای صفات عمده و اصلی متمایز از سایر سازمان‌ها هستند، و برای مدت زمان طولانی‌تری باقی می‌مانند (۴۵). هویت سازمانی، به عنوان یک متغیر شناختی مهم مطرح شده است که نه تنها بر احساس عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است، بلکه تعیین‌کننده‌ی رفتار افراد در محیط سازمانی می‌باشد (۱۲)؛ و هویت مثبت در سازمان می‌تواند از بروز پدیده‌ای به نام سکوت سازمانی کارکنان (۴۳)؛ که همان خودداری از بیان ایده‌ها و نظرات‌شان در سازمان است، جلوگیری نماید (۱۳). از این‌رو، با توجه به نتایج این قسمت از پژوهش و نیز مطالب فوق، به نظر می‌رسد، با ایجاد یک حس تعلق و احساس قوی دلبستگی و کشش عاطفی در کارکنان، و ایجاد یک احساس غرور در آن‌ها، از این‌که عضو سازمان هستند، و با حمایت و دفاع فرد از سازمان و اهداف سازمانی، و با ایجاد هماهنگی و نیز اهداف و علایق مشترک بین کارکنان می‌توان هویت سازمانی را تقویت نموده و به تبع آن سکوت سازمانی را در بین کارکنان بیش از پیش کاهش داد.

نتایج حاکی از اثر مثبت و معنادار خودپنداره بر سکوت سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان شمال غرب کشور است. بلانسا و دانی‌یلا^۱ (۲۰۰۹) (۲۵)، نیز در پژوهشی نقش احساسات (خودپنداره) در رفتار سازمانی از جمله هویت سازمانی و سکوت سازمانی را مورد تأیید قرار دادند. هم‌چنین، مرور پیشینه‌ی تحقیقات مرتبط با خودپنداره حاکی از آن است که، خودپنداره به عنوان یک احساس نظری است؛ و خودپنداره‌ی مثبت کارکنان باعث می‌شود که کارکنان به انجام وظایفی که از آنان خواسته نشده، اما تصویر و عملکرد سازمانی را ارتقاء می‌دهند، مبادرت کنند و در این راه سکوت سازمانی را کاهش می‌دهند. با توجه به این قسمت از یافته‌ها به نظر می‌رسد، مدیران و مسئولین باید بیشترین تلاش خود را روی تقویت خودپنداره‌ی کارمندان قرار دهند؛ آن‌ها هم-

References

1. Afshari A A, Rostam Beygi N; Nazari A. "Investigating the Relationship between Organizational Silence and Employee Organizational Commitment," First Conference on Economics and Applied Management with the National Approach, Babolsar, North Korean Research Company.2014; pp 12-1. [Persian].
2. Albert S. Ashforth Blake E. Dutton, Janet E. "Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges", *Academy of Management Review*. 2000;VOL. 25, NO.1, PP.13-17.
3. Albert S. Whetten, D A. "Organizational Identity In L.L. Cummings & M.M. Staw" (Eds). *Research in Organizational Behavior*. 1985; Vol. 7, No. 3, Pp. 263-267.
4. Anvaripour H, Blasemi N, Heidari T, Sohrabi Pour M. "Investigating the Relationship Between Personal Characteristics of Employees, Organizational Silence and Organizational Behavior of the Ilam Petrochemical Company", *International Conference on Economics, Accounting, Management and Social Sciences*, Poland. 2014; pp. 20-1. [Persian].
5. Asgari M; Mazlomi, A. "The Effect of Learning Components of Measuring as Learning on Self-Concept and Math Progress in Arak Girls' Third Year Students", *Quarterly Journal of Educational Measurement*. 2011; (4), Winter, pp: 27-1. [Persian].
6. Bardbar H; Aqazyarati M; Moghadampoor J, Nazimpour B. "Explaining the Status of Organizational Silence among the Thirteen Selected Organizations in Iran", *International Conference on Business Excellence*. 2013; pp. 13-5. [Persian].
7. Bergmehr A; Seyyed Mosavi SV. "Investigating the Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence in Iranian Oil Pipelines and Telecommunications Company - Northeast Region", *Master's thesis, Islamic Azad University, Shahrood Branch, Faculty of Literature and Humanities*. 2015; pp: 22-14. [Persian].
8. Blanca G, Daniela. B. "The Role of Emotions in organizational Behaviour", *Annals of the University of Petrosani: Economics*;IX(3) . 2009; Pp: 315-320.
9. Boers, B. Nordqvist, M. "Understanding Hybrid-Identity Organizations: The Case of Publicly Listed Family Businesses", *International Studies in Entrepreneurship*. 2012; 15, 251-269.
10. Bowen, F. Blackmon, K. "Spirals of silence: The dynamic effects of diversity on organizational voice", *Journal of Management Studies*. 2003; 40, 1393–1417.
11. Cees B M. van Riel J. Balmer M T, "Corporate identity: the concept, its measurement and management", *European Journal of Marketing*, Vol. 31 Iss: 5/6. 1997; Pp: 340 – 355
12. Cheney G. "Organizational identification as process and product: A field study". 1982; Unpublished master's thesis, Purdue University.
13. David A. Whetten A. Mackey J "A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation". 2016; *Journal Citation Reports*.
14. Dhalla, R. , "The influence of organizational identity, image and reputation on organizational strategic responses to institution pressure", *Dissertation submitted partial fulfillment of the requirement for the degree of doctor of education in the college of education in the college of education at the York university*. 2008;Toronto University.
15. Farzi H; Abbasi H; Zardatashtian Sh."Explain the relationship between organizational intelligence and organizational agility with organizational entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth of Iran", *Sport Management, Azar and Di*. 2015; 7 (5), pp: 729-713. [Persian].
16. Ghalavandi H; Moradi Z. "Analysis of the relationship between organizational ethical climate, organizational identity and organizational silence", *Journal of Ethics in Science and Technology*. 2015; (10) 2, pp: 9-1. [Persian].
17. Hasheminia H R; Kestegher A A; Aslaniyan M. "The Effect of Organizational Silence on

- Organizational Identity from the Viewpoint of Staff at Sistan & Baluchestan University", International Management Conference, Economics and Financial Systems, Dubai, Pandar Andish Rahpo Co., http://www.civilica.com/Paper-MEFS01-MEFS01_015.html. 2015; pp: 18-2. [Persian].
18. Hatch M J. Schultz M J., "Scaling the tower of Babel: relational differences between identity, image and culture in organizations", The expressive organization, New York: Oxford University Press. 2000; PP. 11-35.
 19. Horia AA. "Relationships between Voice, Silence and Identity formation in organizations", Bulletin of the Transilvania University of Braov. Series VII: Social Sciences and Law. 2012.
 20. Hosni M. "The Investigation of the Relationship between Organizational Silence and Organizational Identity of Damghan Governor's Employees", The First National Conference on Iranian Economy, Management and Culture in Ardabil, The Institute of Pioneers of Farhitektgani Culture and Ideas Vali Asr, The Directorate General of Culture and Islamic Guidance of Ardabil Province, [/www.civilica.com/Paper-VALIASR01-VALIASR01_260.html](http://www.civilica.com/Paper-VALIASR01-VALIASR01_260.html). 2014; pp: 8-1. [Persian].
 21. Jafarizadeh Balayi Z; Rashidi H; Jafarizadeh Dehdalai Y. "Investigating the Effect of Organizational Silence on the Organizational Identity of the Employees of the Oil Company of the Ilam Province", Second International Conference on Management and Development Culture, Tehran, Mobin Cultural Ambassadors. 2015; pp. 21-1. [Persian].
 22. Kernis M.H., Paradies A. W., Whitaker D.J. Wheatman, S.R., Goldman, B.N. "Master of one's psychological domain? Not likely if one's selfesteem is unstable", Personality and Social Psychology Bulletin. 2000; 26, 1297-305.
 23. Khanifar H, Nouri H, Bordbar H, Cheraghchi H. "Organizational Silence (in the Context of Providing Native Model for Iranian Organizations)", First International Management and Innovation Conference. 2010; pp: 10-1. [Persian].
 24. Lee, Sang M. "An empirical analysis of organizational identification", Academy of Management Journal. 1971; VOL. 14, NO.2, PP. 213-226.
 25. Mokhlesi M. "Investigating Organizational Identity at the General Office of Sports and Youth of Mazandaran Province", International Conference on Modern Research in Industrial Management and Engineering, Tehran, Iliya Capital Ideal ManagersCo., http://www.civilica.com/Paper.ICMNGCONF01_200.html. 2015; pp: 19-10. [Persian].
 26. Moshbaki Isfahani A, Nationaj A; Shiri M. "Investigating the Effect of Organizational Identity on the Success of New Businesses, Examining the Food Industry", Master's Thesis, Ministry of Science, Research, and Technology, Tarbiat Modares University, Faculty of Economic Affairs. 2015; PP. 20-1. [Persian].
 27. Nasr Esfahani A; Aghababparadehkordi T. "Investigating the Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence of the Employed Personnel: Isfahan University Employees", Applied Sociology, (24) 4, Issue (52). 2013; Winter, PP. 162-139. [Persian]
 28. Nasr Esfahani A; Abgarabour Dehkordi T. "Investigating the Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence in Employees of the Organization Employed by Isfahan University", Eighth Human Resources Development Conference, Center for Productivity and Human Resources Studies. 2012; pp: 32-12. [Persian].
 29. Nasr Isfahani A; Radmehr R; Hatampur F; Hatempour E. "The Effect of Organizational Identity, Self-Concept and Organizational Values on Employees' Organizational Silence (Case Study: Hazrat Zahra Hospital, Isfahan)", Journal of Health Research. 2014; (10) 4, pp: 54-22. [Persian].
 30. Navabi A, "Analysis of the Relationship between Organizational Socialization and Organizational Identity Methods in Isfahan Municipality", Master's Degree, Isfahan

- University, Faculty of Administrative Sciences and Economics. 2011; PP. 25-1. [Persian].
31. Nikolaus O, Stefan B, "Digital Innovation and the Becoming of an Organizational Identity", Volume 9751 of the series Lecture Notes in Computer Science. 2016; Pp: 556-564.
 32. Prati Melita L. McMillan A. Karriker H, "Affecting organizational identity: a manager's influence: An article from: Journal of Leadership & Organizational Studies", Journal of Leadership & Organizational Studies. 2009; VOL.15, NO. 4, PP. 404 - 415.
 33. Rahimi A R; Salajegheh S, Porrzadeh R. "Investigating the Relation between Employee's Motivation and Organizational Identity in Bank Sadeghar Branches of Kerman", The First International Conference on the Role of Islamic Revolution Management in the Geometry of Global System Power (Management, Politics, Economy, Culture, Security, Accounting), Tehran, Secretariat Permanent Conference of the International Epic and Epic Epic, <http://www.civilica.com/Paper-ICPEEE02-ICPEEE0202.html>. 2015; pp: 18-1. [Persian].
 34. Rahimnia F, Nikkhah Farkhani Z. "The impact of ethical climate of organization on organizational identity and turnover Intentions among salespeople", Ethics Sci Technol. 2012; 6(4): 1-11. [Persian].
 35. Rezaei S; Almasi D. "Organizational silence, a dangerous phenomenon on the path to the development of the organization," the first national conference on management and accounting in the modern world of business, economics and culture. 2013; pp. 5-1. [Persian].
 36. Riketta M. "Organizational identification: A meta-analysis", Journal of Vocational Behavior. 2005; 66. 358-384.
 37. Salahshouri R, Tavakol S. "The Impact of Organizational Indifference on Organizational Identity (Case study: Rooden Municipality)", The First National Conference on Future Studies, Management and Development, http://www.civilica.com/Paper-FIMD01-FIMD01_274.html. 2014; pp: 16- 9. [Persian].
 38. Sehitoglu Y. "Study of Organizational Commitment in the context of Leadership styles and reasons of Employee Silence", Journal of Global Strategic Management. 2014; 57-68.
 39. Sheikholeslami R; Latifian M. (2002). "Investigating the relationship between the dimensions of self-concept and general health and its components in male and female students of Shiraz University", Cognitive Science Fonts. 2002; (4) 1, pp: 15-1. [Persian].
 40. Shoja Kazemi M; Momeni J. "Comparison of Iranian and Afghan Students Self-Concept", Research Journal of Educational Psychology. 2015; (8), Autumn and Winter, Pages: 72-58.
 41. Shojaei S. (2012). "Investigating Organizational Silence and Outgoing Ways", Journal of Conduct, No. 2012; 244. [Persian].
 42. Teutonchi M; Samani S; Zandi-Qashqai K. "The role of mediating self-concept for perfectionism and mental health in adolescents in Shiraz in 2012", Fasa University of Medical Sciences Journal. 2012; (2) 3, Autumn, pp: 32-21. [Persian].
 43. Valackiene A. "Theoretical Model of Employee Social Identification in Organization Managing Crisis Situations", Engineering Economics. 2009; 4: 95-101.
 44. Zarei H, Khodaei Mahmoudi R. "Organizational Silence and its Relationship with Organizational and Environmental Issues, Case Study: Municipality of Tehran's 10th District", Leasing Research. 2014; (12), Winter, pp: 29-20. [Persian].
 45. Zarei Matin H, Taheri F, Sayyar A, "Organizational Silence: Concepts, Causes, and Implications", Journal of Iranian Management Studies. 2011. 6 (21), pp 104-77. [Persian].