

رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی معلمان با نقش میانجی

هویت سازمانی

علی‌اکبر امین بیدختی^۱، سکینه جعفری^۲، مجید مرادی‌مقدم^{۳*}

۱. استاد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران
۲. استادیار دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۸)

چکیده

اشتیاق شغلی کارکنان در یک سازمان می‌تواند به عوامل مختلفی مانند جامعه‌پذیری و هویت سازمانی افراد وابسته باشد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با اشتیاق شغلی معلمان دوره‌های ابتدایی و متوسط در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ بوده است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل همه معلمان شاغل در آموزش و پرورش شهر سمنان (۱۳۵۰ نفر) بود. شرکت‌کنندگان ۲۸۰ نفر از معلمان دوره ابتدایی و متوسطه اول (۱۷۶ نفر معلمان دوره ابتدایی، ۱۰۴ نفر معلمان دوره متوسطه) بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی انتخاب شدند و پرسشنامه‌های جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی و اشتیاق شغلی را تکمیل کردند. داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری با به‌کارگیری نرم‌افزار Lisrel تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد بین جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی و اشتیاق شغلی معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. جامعه‌پذیری سازمانی بر اشتیاق شغلی، و جامعه‌پذیری سازمانی بر هویت سازمانی اثر مثبت و معناداری می‌گذارد. همچنین، هویت سازمانی بر اشتیاق شغلی و هویت سازمانی اثر مثبت و معناداری می‌گذارد و در نهایت، جامعه‌پذیری سازمانی با میانجی‌گری هویت سازمانی اثر غیرمستقیم و معناداری بر اشتیاق شغلی معلمان می‌گذارد. جامعه‌پذیری سازمانی هم به‌طور مستقیم و هم غیرمستقیم با میانجی‌گری هویت سازمانی می‌تواند اشتیاق شغلی معلمان را تحت تأثیر قرار دهد.

کلیدواژگان

اشتیاق شغلی، جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی.

* نویسنده مسئول، رایانامه: majidmoradi136@gmail.com

مقدمه

یکی از مهم‌ترین سازمان‌ها در هر کشوری، سازمان آموزش و پرورش است و از عناصر اصلی پیشرفت این گونه سازمان‌ها معلمان بانگیزه و اثربخش است، معلمانی که به‌عنوان اصلی‌ترین عنصر فرایند یاددهی و یادگیری می‌توانند با داشتن سطح بالایی از انگیزه، روحیه و اشتیاق، اثربخشی نظام آموزشی کشور را تضمین کنند (Kearney, 2015؛ حاجلو و همکاران، ۱۳۹۴). به همین علت در طول سالیان متوالی محققان عوامل درونی و بیرونی را که بر عملکرد معلمان و به دنبال آن عملکرد دانش‌آموزان مؤثر است، بررسی کردند. به همین سبب، فرسودگی شغلی معلمان سال‌ها جزء موضوعاتی بود که محققان آموزشی زیادی را به خود جلب کرده بود تا زمانی که اخیراً مفهوم روان‌شناسی مثبت‌گرا و شاخه‌های آن بیان شد (Kulophas et al., 2014). روان‌شناسی مثبت‌گرا بر مطالعه علمی تجربه‌های مثبت، شادی و بهزیستی روان‌شناختی و منابع انسانی مثبت به‌جای تأکید بر نشانه‌های اندوه و مفاهیم منفی تمرکز می‌کند (Seligman, 2003).

همزمان با گرایش عمومی به روان‌شناسی مثبت، اشتیاق شغلی به‌عنوان مفهومی متضاد با فرسودگی شغلی، که پاسخی است به استرس طولانی‌مدت مرتبط با کار که به‌صورت ازدست‌رفتن منابع، نگرش منفی نسبت به شغل و کاهش عملکرد آشکار می‌شود، مطرح شد (Bakker & Schaufeli, 2008; Hallberg & Schaufeli, 2006). مفهوم اشتیاق شغلی اولین بار توسط کان (۱۹۹۰) به صورت درگیر شدن اعضای سازمان با نقش شغلی‌شان تعریف شده است. در واقع، اشتیاق شغلی به حالت ذهنی مثبت افراد نسبت به شغل خود اشاره می‌کند که با ویژگی‌های شوق داشتن به کار (به تلاش بیشتر فرد در هنگام کار و مقاومت بیشتر او در مواجهه با دشواری‌های کاری اشاره می‌کند)، وقف کار شدن (احساس معناداری انجام دادن کار و همچنین داشتن احساس غرور و اشتیاق از انجام دادن کار و از نظر مفهومی شبیه به تعهد شغلی و دلبستگی شغلی است) و جذب کار شدن (تمرکز عمیق فرد بر کار، به‌سختی جدا شدن وی از کار، گذشت سریع زمان و همچنین، فراموش کردن همه چیزهای اطراف حین کار) توصیف می‌شود و به‌جای حالتی موقتی و خاص، به حالتی روان‌شناختی ثابت و فراگیر اشاره می‌کند (Schaufeli et al., 2001; Schaufeli et al., 2002; Bakker et al., 2008). مطالعات در زمینه اشتیاق شغلی نشان می‌دهد

کارکنان مشتاق اغلب تجربه‌های مثبت بیشتری دارند و از لحاظ احساسی نیز حس خوشحالی، لذت و وجد دارند. همچنین، از لحاظ فیزیکی و ذهنی سالم‌ترند و می‌توانند این اشتیاق شغلی را به دیگران نیز منتقل کنند (Bakker & Schaufeli, 2008).

اهمیت بالای اشتیاق شغلی را می‌توان تأثیر بالای آن بر متغیرهای مهم سازمانی مانند عملکرد شغلی، خشنودی شغلی، رفتارهای مدنی سازمانی، تعهد سازمانی، عملکرد سازمانی، خلاقیت و ابتکار، بهبود مدیریت دانش، کاهش غیبت کارکنان، بهبود روحیه کارکنان، افزایش ایمنی، قابلیت استفاده بیشتر از داوطلبان داخلی با به‌کارگیری برنامه‌های جانشین‌سازی، کاهش جابه‌جایی کارکنان، افزایش انگیزه آنان، افزایش بهره‌وری، افزایش حاشیه سود و درآمد، و افزایش توانایی جذب کارکنان با استعداد خارج از سازمان دانست (Bakker & Schaufeli, 2004; Hakanen et al., 2005; Burke & Elkot, 2010; Bakker et al., 2011; نوری و همکاران، ۱۳۸۹؛ میرزادارانی، ۱۳۹۲).

شناسایی عوامل اثرگذار بر اشتیاق شغلی مدت‌ها مورد توجه محققان است. محققان اخیراً یکی از مهم‌ترین پیشایندها و عوامل مؤثر بر اشتیاق شغلی را جامعه‌پذیری سازمانی بیان کرده‌اند (Karatepe & Demir, 2014; Song et al., 2015; Taormina, 2009). جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که به‌وسیله آن یک فرد نگرش‌ها، رفتارها و دانش لازم را برای اینکه یک عضو ویژه در سازمان باشد، به‌دست می‌آورد. جامعه‌پذیری سازمانی چهار بعد آموزش (به‌معنای آموزش‌هایی که برای ترویج و ارتقای سازگاری معلمان در سازمان طراحی و اجرا می‌کنند)؛ تفاهم (به‌معنای فهم نقش خود و سازمان توسط معلمان که به‌دلیل کاهش خطاها و اشتباهات معلمان در سازمان بسیار مهم جلوه می‌کند که در نهایت، به رضایت و خودکارآمدی بالاتر آنها نیز منجر می‌شود)؛ حمایت کارکنان (به تعامل‌های مثبت و حمایت‌گرایانه معلمان درون سازمان اشاره می‌کند که چنین تعامل‌هایی برای اینکه معلمان بتوانند به‌طور مؤثر و کارآمدی در سازمان عمل کنند، بسیار ضروری است)؛ چشم‌انداز آینده سازمان (به‌معنای ادراک معلمان از چشم‌اندازهای شغلی خود و پذیرش آن در سازمانی است که در آن کار می‌کنند) است (Taormina, 2009; Gao, 2015).

نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد جامعه‌پذیری سازمانی برای آموزش و پرورش بسیار بااهمیت است و مشکلات معلمان تازه‌کار و نرخ فرسودگی بالای آنها بیان می‌کند باید برنامه‌های مناسبی

را برای جامعه‌پذیری آن‌ها مورد توجه قرار داد. در واقع، برنامه‌هایی برای یادگیری معلمان در آغاز ورود آن‌ها بسیار لازم و ضروری است (Kadi, 2015; Kearney, 2015). همچنین، جامعه‌پذیری سازمانی ارتباط مثبتی با همکاری کردن معلمان در حل مسائل مدرسه و یادگیری دانش‌آموزان دارد (Kadi, 2015). به‌طور کلی، جامعه‌پذیری سازمانی در سازگاری افراد تازه‌وارد و آثار پاینده این سازگاری اولیه در کمیت و کیفیت کار افراد در آینده (Bauer & Green, 1994)؛ یادگیری مهارت‌ها، دانش‌ها و رفتارهای موردنیاز محیط کاری خود، همچنین، فرهنگ آن (Ozdemir & Ergun, 2015)؛ افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی افراد (Ge et al., 2010) و ایجاد احساس امنیت شغلی و کاری و به تبع آن، رشد و پیشرفت کارکنان که از متغیرهای مهم سازمانی‌اند، تأثیرگذار است. در پژوهش‌های مختلف نشان داده شده است بین اشتیاق شغلی و جامعه‌پذیری سازمانی ارتباط مثبت وجود داشته و جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق شغلی می‌گذارد (اردلان و بهشتی‌راد، ۱۳۹۳؛ Song et al., 2015; Villavicencio et al., 2014; Saks & Gruman, 2011; lisbona et al., 2009).

از دیگر پیشایندهایی تأثیرگذار بر اشتیاق شغلی، هویت سازمانی است (Anaza & Rutherford, 2012). هویت سازمانی ادراک یکی‌بودن با سازمان است و در واقع، زمانی است که افراد یک سازمان خودشان را براساس خصوصیات آن سازمان تعریف می‌کنند (Dick et al., 2008). چنی (۱۹۸۳)، و داتن و همکاران (۱۹۹۴) هویت سازمانی را سازه‌شناختی با سه بعد عضویت (احساس تعلق و انسجام با سازمان به صورتی که فرد نسبت به سازمان خود احساس تعلق می‌کند و از عضویت در آن نیز احساس غرور و افتخار می‌کند)، وفاداری (حمایت از اهداف سازمانی، احساس افتخار نسبت به اهداف سازمان و دفاع از سازمان در مقابل افراد خارج از سازمان) و شباهت (احساس معلمان نسبت به اینکه اهداف و علائق مشترکی با دیگر اعضای سازمان دارند که در نتیجه موجب تقویت روحیه و تعهد آن‌ها و همچنین توصیف خود براساس ویژگی‌های مشابه سازمانی می‌شود) تعریف کرده‌اند. تحقیقات نشان می‌دهد کارکنانی که هویت یکسانی با سازمان خود داشته‌اند، تفکر مثبت و رفتارهای مفیدی نسبت به محیط کار خود دارند و از اشتیاق بالایی نیز در محیط کار خود برخوردارند (مهدی‌پور و بازمانده، ۱۳۹۴).

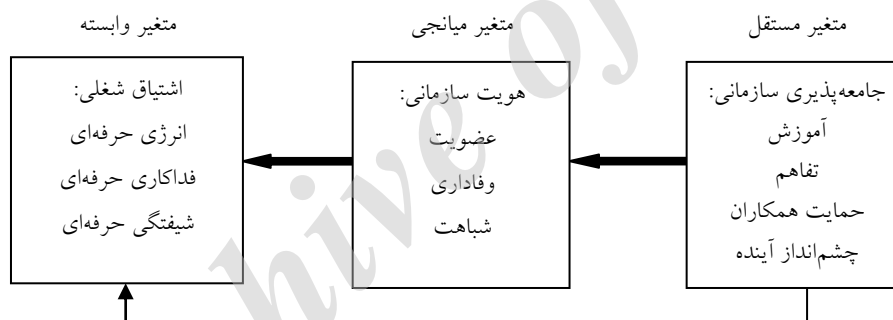
هویت سازمانی یکی از وابستگی‌های روان‌شناختی است و زمانی اتفاق می‌افتد که اعضا مشخصات و ویژگی‌های سازمان را قبول کرده و آن‌ها را به‌عنوان ویژگی‌های خودشان تعریف می‌کنند. در واقع، هویت سازمانی اعضا را قادر می‌کند مشارکت بیشتر و بدون هیچ‌گونه چشم‌داشت مادی در سازمان داشته باشند و با رفتارهایی مانند پیروی، وفاداری و مشارکت در سازمان باعث سود و منفعت آن شوند (Ge et al., 2010).

پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه هویت سازمانی، علاوه بر اینکه اهمیت آن را نشان می‌دهد، گویای این مطلب نیز است هویت‌یابی قوی به سطح بیشتری از رضایت شغلی، رفتارهای فراتر از مشارکت و رفتارهای مشارکتی افراد در سازمان منجر می‌شود که در نتیجه، به کاهش احساس قصد ترک شغل و غیبت سازمانی و افزایش اشتیاق و رضایت از کار منجر می‌شود که به‌تبع آن رفتارهای مثبت نسبت به مشتریان افزایش می‌یابد که این خود بر محیط خارجی سازمان نیز تأثیرگذار است (Anaza & Rutherford, 2012; Ngo et al., 2012; Ashforth & Mael, 1989). به‌طور کلی، سازمان‌های امروزه طالب کارکنانی‌اند که به رسالت سازمان پایبند باشند و مطابق با اهداف سازمان عمل کنند. بسیاری از محققان معتقدند هر چه کارکنان نسبت به سازمان خود هویت قوی‌تری داشته باشند، بیشتر خود را نسبت به تحقق اهداف سازمان مسئول می‌دانند و تلاش و مشارکت بیشتری در قبال سازمان خود خواهند داشت (Ngo, et al., 2012). آنازاد و رادفورد (۲۰۱۲)، مهدی‌پور و بازمانده (۱۳۹۴)، طبائیان و کرامتی (۱۳۹۳)، و خسروی (۱۳۸۹) در پژوهش‌های خود به این نتیجه دست یافتند که بین هویت سازمانی و اشتیاق شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و هویت سازمانی می‌تواند بر اشتیاق شغلی تأثیر مثبت و معناداری بگذارد.

مروری بر پژوهش‌های انجام‌گرفته نیز حاکی از ارتباط معنادار بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی است. جی و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود بیان کردند که براساس هویت اجتماعی، فرایند جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند به اعضای سازمان کمک کند که از لحاظ عضویت در سازمان و طبقه‌بندی خود در آن و به‌طور کلی هویت سازمانی بهبود یابند. جی و همکاران (۲۰۱۲)، مرادیان و همکاران (۱۳۹۴)، نوایی (۱۳۹۰)، و نادری و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهش‌های خود نشان دادند بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی ارتباط مثبت و

معناداری وجود دارد و جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر هویت سازمانی کارکنان می‌گذارد.

با توجه به اهمیت بالای مطالبی که مطرح شد تلاش برای بهبود اشتیاق شغلی، هویت سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی از برنامه‌های حیاتی سازمان‌ها از جمله آموزش و پرورش محسوب می‌شود، و با توجه به اینکه تاکنون پژوهش مجزایی ارتباط همه متغیرهای پژوهش حاضر را همزمان بررسی نکرده است، در این پژوهش مدل فرضی از روابط ساختاری بین جامعه‌پذیری سازمانی با هویت سازمانی و اشتیاق شغلی در نظر گرفته شد. در مدل مفهومی ترسیم شده متغیر جامعه‌پذیری سازمانی به‌عنوان متغیر برون‌زا بر هویت سازمانی و اشتیاق شغلی معلمان به‌عنوان متغیر درون‌زا اثر می‌گذارد. همچنین، فرض شده است هویت سازمانی در رابطه ساختاری جامعه‌پذیری سازمانی بر اشتیاق شغلی نقش میانجی را ایفا می‌کند (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی اثر جامعه‌پذیری سازمانی بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی هویت سازمانی

فرضیه‌های پژوهش

در راستای تحقق هدف پژوهش و با توجه به مدل مفهومی و مبانی نظری یادشده فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

- جامعه‌پذیری سازمانی بر اشتیاق شغلی اثر مستقیم و معناداری می‌گذارد.
- جامعه‌پذیری سازمانی بر هویت سازمانی اثر مستقیم و معناداری می‌گذارد.
- هویت سازمانی بر اشتیاق شغلی اثر مستقیم و معناداری می‌گذارد.

- هویت سازمانی در رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی نقش میانجی ایفا می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نظر هدف کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه معلمان ابتدایی (۸۵۶ نفر) و متوسطه اول (۴۹۴ نفر) در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ بودند، که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی، نمونه‌ای به حجم ۲۸۰ نفر انتخاب شد. از این تعداد شرکت‌کنندگان در پژوهش ۱۷۶ نفر معادل با ۶۲٫۸ درصد، معلمان دوره ابتدایی ۱۰۴ نفر معادل با ۳۷٫۱ درصد معلمان دوره متوسطه اول بودند. حجم نمونه پژوهش براساس فرمول زیر محاسبه شده است (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲).

$$n = 5 \times (\text{مجموع مسیرها} + \text{مجموع بارهای عاملی}) = \text{حجم نمونه}$$

جدول ۱. وضعیت جمعیت‌شناختی متغیرهای پژوهش

متغیر جمعیت‌شناختی	گروه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۱۶۸	۶۰٫۰
	مرد	۱۱۲	۴۰٫۰
مدرک تحصیلی	فوق‌دیپلم	۴۸	۱۷٫۱۴
	کارشناسی	۱۷۶	۶۲٫۹
	کارشناسی‌ارشد و دکترا	۵۶	۲۰٫۰
سابقه کار	۱-۱۰	۱۰۴	۳۷٫۱
	۱۱-۲۰	۶۷	۲۳٫۹
	۲۱-۳۰	۱۰۹	۳۸٫۹

ابزارهای اندازه‌گیری

در این تحقیق ابزارهای اندازه‌گیری به شرح زیر است.

الف) پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی: در این پژوهش از پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۱۹۹۴) که توسط بیگیلاردی و همکاران (۲۰۱۵) ارائه شده، به کار گرفته شد که مشتمل

بر ۱۸ گویه بوده و با طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی مشتمل بر زیرمقیاس‌های آموزش، تفاهم، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده است. اعتبار این مقیاس توسط محقق به روش آلفای کرونباخ برای آموزش (برابر با ۰/۸۴)، تفاهم (برابر با ۰/۷۰)، حمایت همکاران (برابر با ۰/۸۱)، چشم‌انداز آینده (برابر با ۰/۸۱)، و کل مقیاس (برابر با ۰/۹۰) محاسبه شده است. روایی همگرا نیز برای ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی به ترتیب، برای آموزش (برابر با ۰/۵۱۶)، تفاهم (برابر با ۰/۵۱۸)، حمایت همکاران (برابر با ۰/۵۵۷)، چشم‌انداز آینده (برابر با ۰/۵۵۰) محاسبه شده است. همچنین، پایایی مرکب نیز برای آموزش (برابر با ۰/۷۱۶)، تفاهم (برابر با ۰/۷۲۱)، حمایت همکاران (برابر با ۰/۷۱۸)، چشم‌انداز آینده (برابر با ۰/۷۲۰) بوده که نشان‌دهنده روایی و پایایی مناسب این پرسشنامه است.

ب) پرسشنامه هویت سازمانی: در این پژوهش پرسشنامه هویت سازمانی چتی (۱۹۸۳) با ۲۵ گویه به کار گرفته شد که به صورت طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. پرسشنامه هویت سازمانی مشتمل بر زیرمقیاس‌های عضویت، وفاداری و شباهت است. اعتبار این مقیاس توسط محقق به روش آلفای کرونباخ به ترتیب برای زیرمقیاس‌های عضویت (برابر با ۰/۸۶)، وفاداری (برابر با ۰/۹۳)، شباهت (برابر با ۰/۷۸)، و کل مقیاس (برابر با ۰/۸۸) محاسبه شده است. روایی همگرا نیز به ترتیب برای زیرمقیاس‌های عضویت (برابر با ۰/۵۵۶)، وفاداری (برابر با ۰/۵۶۱)، و شباهت (برابر با ۰/۵۳۲) محاسبه شده است. پایایی مرکب نیز به ترتیب برای زیرمقیاس‌های عضویت (برابر با ۰/۷۷۴)، وفاداری (برابر با ۰/۷۱۶) و شباهت (برابر با ۰/۷۱۸) است که نشان‌دهنده روایی و پایایی مناسب این پرسشنامه است.

ج) پرسشنامه اشتیاق شغلی: در این پژوهش پرسشنامه اشتیاق شغلی سالانوا و شوفلی (۲۰۰۱) به کار گرفته شد که مشتمل بر ۱۷ گویه است و درجه‌بندی آن به صورت طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) است. پرسشنامه اشتیاق شغلی مشتمل بر زیرمقیاس‌های انرژی حرفه‌ای، فداکاری حرفه‌ای و شیفتگی حرفه‌ای است. اعتبار این مقیاس توسط محقق به روش آلفای کرونباخ به ترتیب برای زیرمقیاس‌های انرژی حرفه‌ای (برابر با ۰/۹۰)، فداکاری

حرفه‌ای (برابر با ۰٫۹۰)، شیفستگی حرفه‌ای (برابر با ۰٫۹۱) و کل مقیاس (برابر با ۰٫۹۵) محاسبه شده است. روایی همگرا نیز به ترتیب برای زیرمقیاس‌های انرژی حرفه‌ای (برابر با ۰٫۵۵۲)، فداکاری حرفه‌ای (برابر با ۰٫۵۳۱)، شیفستگی حرفه‌ای (برابر با ۰٫۵۴۱) محاسبه شده است، پایایی مرکب نیز به ترتیب برای زیرمقیاس‌های انرژی حرفه‌ای (برابر با ۰٫۷۶۲)، فداکاری حرفه‌ای (برابر با ۰٫۷۷۱)، و شیفستگی حرفه‌ای (برابر با ۰٫۷۸۱) است که نشان‌دهنده روایی و پایایی مناسب این پرسشنامه است.

برای تحلیل داده‌ها نرم‌افزارهای اسپاس نسخه ۱۹، و لیزرل نسخه ۲۸٫۵۴ به کار گرفته شد. شاخص‌های توصیفی، میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی محاسبه شده و روابط فرضی ساختاری با مدل معادلات ساختاری آزمون شد و شاخص‌های برازندگی مدل نهایی گزارش شد.

یافته‌های تحقیق

برای تعیین میانگین متغیرهای جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی و اشتیاق شغلی آمار توصیفی، میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش به کار گرفته شد (جدول‌های ۱ و ۲). براساس جدول ۲ در معلمان مورد مطالعه میانگین جامعه‌پذیری سازمانی برابر با ۳٫۳۷، در یک بازه پنج‌درجه‌ای نشان می‌دهد که معلمان جامعه‌پذیری سازمانی را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. همچنین، نتایج نشان داد به‌طور متوسط میانگین هویت سازمانی و اشتیاق شغلی نسبت به جامعه‌پذیری سازمانی بین معلمان بیشتر است. اشتیاق شغلی با جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی رابطه معنادار دارد. شدت رابطه اشتیاق شغلی با هویت سازمانی بیشتر از جامعه‌پذیری سازمانی است ($r=0.764$, $P=0.01$)، همچنین، رابطه اشتیاق شغلی با جامعه‌پذیری سازمانی ($r=0.762$, $P=0.01$) است.

1. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS19)
2. Linear Structural Relations (LISREL 8.54)

جدول ۲. میانگین، انحراف استاندارد، همبستگی و ضرایب اعتبار متغیرها

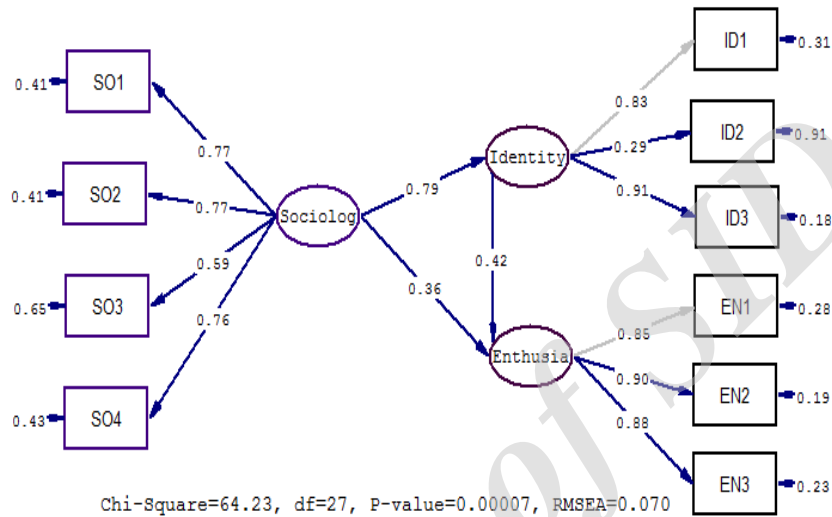
متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	جامعه پذیری سازمانی	هویت سازمانی	اشتیاق شغلی
جامعه‌پذیری سازمانی	۳/۳۷	۰/۵۹	۰/۸۸		
هویت سازمانی	۳/۷۳	۰/۵۶	۰/۶۵**	۰/۹۰	
اشتیاق شغلی	۳/۹۶	۰/۷۵	۰/۶۲**	۰/۶۴**	۰/۹۵

* ضرایب اعتبار بر قطر فرعی ماتریس پایین مثلثی قرار دارند. *P<۰/۰۵ **P<۰/۰۰۱

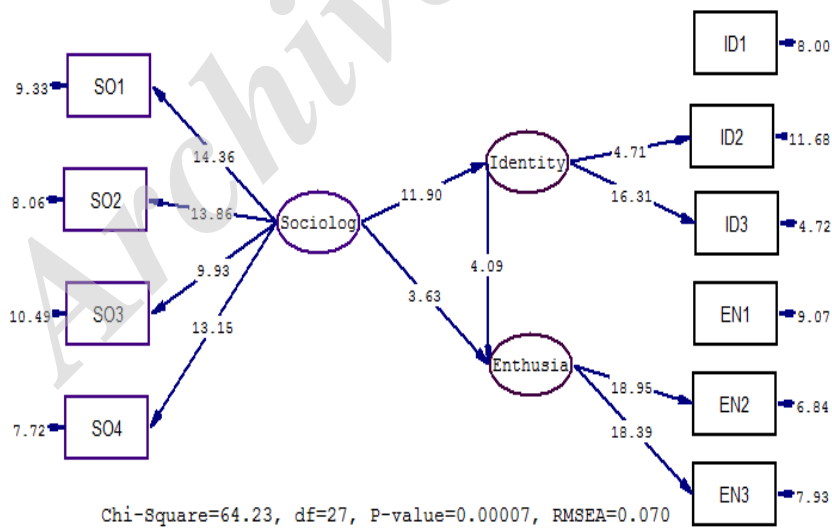
نتایج نشان داد براساس $t=۳/۶۳$ ، جامعه‌پذیری سازمانی اثر ساختاری معناداری ($P \leq ۰/۰۱$) و $\beta=۰/۳۶$ بر اشتیاق شغلی معلمان می‌گذارد و جامعه‌پذیری سازمانی ۳۶ درصد از واریانس اشتیاق شغلی معلمان را تبیین می‌کند. یافته دیگر پژوهش نشان داد براساس $t=۱۱/۹۰$ ، جامعه‌پذیری سازمانی اثر ساختاری معناداری ($P \leq ۰/۰۵$ و $\beta=۰/۷۹$) بر هویت سازمانی معلمان می‌گذارد و جامعه‌پذیری سازمانی ۳۷ درصد واریانس هویت سازمانی معلمان را تبیین می‌کند. همچنین، براساس $t=۴/۰۹$ ، هویت سازمانی اثر ساختاری معناداری ($P \leq ۰/۰۵$ و $\beta=۰/۴۲$) بر اشتیاق شغلی معلمان می‌گذارد و هویت سازمانی ۳۸ درصد از واریانس اشتیاق شغلی معلمان را تبیین می‌کند. در نهایت، جامعه‌پذیری سازمانی با میانجی هویت سازمانی اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با $۰/۳۳$ و عدد معناداری برابر با $۴/۰۲$ بر اشتیاق شغلی معلمان ایفا می‌کند. در نتیجه، علاوه بر اینکه جامعه‌پذیری سازمانی به‌طور مستقیم بر اشتیاق شغلی معلمان اثرگذار است، به‌طور غیرمستقیم با میانجی‌گری هویت سازمانی نیز بر اشتیاق شغلی معلمان اثر می‌گذارد، جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی در مجموع، ۴۵ درصد از واریانس اشتیاق شغلی معلمان را تبیین می‌کنند. بررسی شاخص‌های برازش مدل حاکی از آن است که مدل نهایی برازش مطلوبی با داده‌ها دارد (جدول ۳).

همچنین، براساس یافته‌های به‌دست‌آمده در جامعه‌پذیری سازمانی، ابعاد آموزش و تفاهم با ضریب $۰/۷۷$ ، بیشترین بار عاملی و حمایت همکاران با $۰/۵۹$ کمترین بار عاملی را دارند در هویت سازمانی بعد شباهت با $۰/۹۱$ بالاترین بار عاملی و وفاداری با $۰/۲۹$ کمترین بار عاملی را دارند و

در اشتیاق شغلی بعد فداکاری حرفه‌ای با ۰/۹۰، بالاترین بار عاملی و انرژی حرفه‌ای با ۰/۸۵ کمترین بار عاملی را دارند.



شکل ۲. مدل نهایی اثر جامعه‌پذیری بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی هویت سازمانی در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۳. مدل نهایی اثر جامعه‌پذیری بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی هویت سازمانی در حالت اعداد معناداری

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری تحقیق

شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
	$P \geq 0,05$	۶۴,۲۳	تأیید
Df	-	۲۷	-
	۳-۵	۲,۳۷	تأیید
RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	۰,۰۷۰	تأیید
GFI	$GFI \geq 0,90$	۰,۹۶	تأیید
AGFI	$GFI \geq 0,90$	۰,۹۱	تأیید
NFI	$NFI \geq 0,90$	۰,۹۷	تأیید
CFI	$CFI \geq 0,90$	۰,۹۸	تأیید
IFI	$IFI \geq 0,90$	۰,۹۸	تأیید

به طور خلاصه با توجه به ضرایب معناداری مدل ساختاری، نتایج پژوهش را می‌توان به شرح جدول ۴ بیان کرد.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر علی	معناداری مسیر	نتیجه
۱	اثر جامعه‌پذیری بر اشتیاق شغلی	۰,۳۳**	تأیید
۲	اثر جامعه‌پذیری بر هویت سازمانی	۰,۷۹**	تأیید
۳	اثر هویت سازمانی بر اشتیاق شغلی	۰,۴۲**	تأیید
۴	اثر جامعه‌پذیری بر اشتیاق شغلی با میانجی هویت سازمانی	۰,۳۳**	تأیید

** معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان

بحث و نتیجه

این پژوهش با هدف بررسی نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با اشتیاق شغلی انجام گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد جامعه‌پذیری سازمانی با میانجی‌گری هویت سازمانی می‌تواند بر اشتیاق شغلی معلمان تأثیر غیرمستقیم و معناداری بگذارد. بنابراین، نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی تأیید می‌شود که بیان می‌کند سازمان‌ها به‌ویژه سازمان آموزش و پرورش برای رسیدن به اهداف راهبردی خود باید تلاش

کنند با فرایند جامعه‌پذیری مناسب معلمان، باعث شوند معلمان درک روشنی از شغل و جایگاه خود، اهداف سازمانی، ارزش‌ها و هنجارها داشته باشند. در این صورت می‌توانند هویت سازمانی بالاتری داشت باشند و سازمان را از آن خود بدانند.

زمانی که معلمان از هویت سازمانی بالایی برخوردار باشند، برای دستیابی سازمان به موفقیت، وفاداری و تلاش بالایی خواهند داشت که به اشتیاق شغلی بیشتر معلمان در حین کار منجر خواهد شد. از نظر جی و همکاران (۲۰۱۲) وقتی کارکنان سازمان خصوصیات سازمان را همان خصوصیت خود بدانند و هویت سازمانی زیرمجموعه‌ای از خصوصیات روان‌شناختی افراد در نظر گرفته شود، می‌توان به وسیله جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی را به افراد القا کرد تا بنا بر مصلحت سازمانی فکر و عمل کنند. همین امر می‌تواند باعث سطوح بالایی از نیرومندی و درگیری افراد در شغل سازمانی خود شود و به اشتیاق شغلی بیشتر افراد سازمان در محیط کاری منجر شود.

یافته دیگر پژوهش نشان می‌دهد جامعه‌پذیری سازمانی اثر مثبت و معناداری بر اشتیاق شغلی معلمان می‌گذارد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های قبلی (Song et al., 2015; Villavicencio et al., 2009; Lisbón et al., 2009; Saks & Gruman, 2011) هم‌راستا است. از آنجا که جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند از بهترین تبیین‌های چرایی رفتار کارکنان در سازمان باشد (Taormina, 2009)، می‌توان گفت جامعه‌پذیری سازمانی مناسب سبب می‌شود معلمان فرصت‌های آموزشی مناسبی را در سازمان خود داشته باشند که به سبب آن درک روشن‌تری از وظایف خود، اصول، هنجارها و قوانین محیط کاری خواهند داشت، انتظار می‌رود این موارد سبب اشتیاق شغلی بیشتر معلمان در محیط کاری خود شود. همچنین، جامعه‌پذیری سازمانی مناسب سبب ارتباط بهتر معلمان در محیط کاری خود می‌شود. این ارتباط بهتر و حمایتی که هر معلم از سوی دیگر همکاران دریافت می‌کند، علاوه بر آشنایی بیشتر با وظایف خود، سبب استرس کمتر در محیط کاری شده، استرس کمتر سبب فرسودگی پایین‌تر شغلی و در نتیجه، اشتیاق شغلی بیشتر معلمان می‌شود (Villavicencio et al., 2014).

جامعه‌پذیری سازمانی مناسب سبب می‌شود معلمان از چشم‌انداز آینده خود و سازمان،

فرصت‌های شغلی مناسب در آینده، ارتقا، ترفیع و پاداش‌هایی که در قبال انجام‌دادن بهتر کارها خواهند داشت، آشنایی بهتر داشته باشند، که این خود سبب افزایش احساس مثبت در محیط کاری خواهد شد (Villavicencio et al., 2014) همین احساس مثبت به سطوح بالاتری از اشتیاق شغلی در محیط کاری منجر می‌شود. اگر در مراحل مختلف جامعه‌پذیری در سازمان خللی ایجاد شود و سبب شود افراد رفتارها و انتظارات مورد قبول سازمان را درونی نکنند، دچار تبعاتی رفتاری و عاطفی خواهند شد که در صورت هدایت ناصحیح ممکن است رضایت خاطر عمومی افراد کاهش یابد، انگیزه درونی برای انجام‌دادن کار را از دست بدهند و به تبع آن سطوح پایین‌تری از اشتیاق شغلی نیز در محیط کاری خود داشته باشند.

یافته دیگر پژوهش حاکی از آن بود که جامعه‌پذیری سازمانی اثر مثبت و معناداری بر هویت‌سازمانی دارد که این یافته با نتایج پژوهش‌های قبلی (Ge et al., 2010؛ نوایی، ۱۳۹۰؛ نادی و همکاران، ۱۳۹۲؛ مرادیان و همکاران، ۱۳۹۴) هم‌راستا است. در واقع، براساس هویت اجتماعی، می‌توان بیان کرد فرایند جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند به معلمان کمک کند از لحاظ عضویت در سازمان و طبقه‌بندی خود در آن و به‌طور کلی، هویت سازمانی بهبود یابند. در این فرایند جامعه‌پذیری سازمانی عاملی است که توسط آن آداب رسوم، ارزش‌ها و اهداف آن سازمان به‌عنوان هویت سازمانی به کارمندان منتقل می‌شود (Ge et al., 2010). کارکنانی که آشنایی کاملی با قوانین و مقررات، رویه‌های اداری و نقش خود در سازمان دارند احساس بیگانگی و تعلق اندکی به سازمان خود خواهند داشت و فرایند جامعه‌پذیری مناسب به کارکنان سازمان کمک می‌کند درک روشنی از شغل خود، جایگاه، اهداف سازمانی، ارزش‌ها و هنجارها داشته باشند که در این صورت می‌توانند هویت سازمانی قوی‌تری نسبت به سازمان خود داشته باشند.

همچنین، یافته دیگر پژوهش نشان می‌دهد هویت سازمانی بر اشتیاق شغلی اثر مثبت و معناداری می‌گذارد که با نتایج پژوهش‌های قبلی (Anaza & Rutherford, 2012؛ مهدی‌پور و بازمانده، ۱۳۹۴؛ طبائیان و کرامتی، ۱۳۹۳؛ خسروی، ۱۳۸۹) هم‌راستا است. طبق نظریه هویت اجتماعی و سازمانی افراد خود را با سازمان یکی می‌دانند و خود را براساس سازمان خود تعریف می‌کنند و نسبت به سازمان خود نوعی احساس مالکیت دارند. همین احساس روان‌شناختی آنان

باعث می‌شود که در راستای اثربخشی و کارایی اهداف و آرمان‌های سازمان اشتیاق شغلی بیشتری را از خود بروز دهند. در دیدگاه چنین کارکنانی شکست اهداف سازمانی منافاتی با شکست اهداف فردی ندارد و موفقیت سازمان همانا موفقیت خودشان تلقی می‌شود. بدین منظور سعی بر این دارند کار خود را به‌طور مناسب انجام دهند که این خود سبب اشتیاق شغلی بالا در زمان انجام‌دادن کار خواهد بود.

هویت سازمانی سبب احساس انسجام و تعلق افراد سازمانی با سازمان می‌شود در صورتی که افراد نسبت به سازمان خود احساس تعلق کنند از عضویت در آن نیز احساس غرور و افتخار می‌کند و در واقع، همین احساس تعلق و غرور سبب می‌شود که کارکنان از نیرومندی و اشتیاق بالایی در محیط کاری خود برخوردار باشند و علاوه بر اینکه از انرژی بالایی هنگام کارکردن برخوردار خواهد بود، بلکه به دلیل راضی بودن از عضویت خود در سازمان بیشتر در شغل خود درگیر می‌شوند و احساس می‌کنند که از نقشی مهم در سازمان برخوردارند. همچنین، به دلیل احساس شباهتی که بین اهداف خود در سازمان و اهداف دیگر معلمان در سازمان می‌بینند، از تعهد بیشتری به آن اهداف برخوردار می‌شوند و در راه رسیدن به آن اهداف اشتیاق بیشتری دارند و از خود نیرومندی و تلاش بیشتری نشان می‌دهند.

پژوهش حاضر مانند هر پژوهشی دیگری محدودیت‌هایی دارد که از آن جمله می‌توان این موارد را بیان کرد: روابط علت و معلولی در پژوهش حاضر براساس معادلات ساختاری بوده و نتایج آن خالص نیست و نباید با نتایج پژوهش‌های تجربی که خالص‌اند، اشتباه گرفته شود. همچنین، تأثیر متغیرهای احتمالی در روابط همبستگی از دید پژوهشگر مخفی یا نادیده گرفته شده است. یکی از محدودیت‌های دیگر این پژوهش نیز ابزارهای اندازه‌گیری آن است پژوهش حاضر پرسشنامه را برای سنجش به‌کار گرفته است و پرسشنامه‌ها محدودیت‌های ذاتی از جمله خطاهای اندازه‌گیری (عدم خویشتن‌داری، پاسخ‌های قابل‌پذیرش اجتماعی و جز آن) دارند.

پژوهش حاضر در رابطه با اهمیت و کاربرد جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی در افزایش اشتیاق شغلی معلمان پیشنهادهای کاربردی به شرح زیر به مسئولان آموزش و پرورش و مدیران مدارس مطرح می‌کند:

- سازمان آموزش و پرورش فعالیت‌ها و مراحل شغلی در سازمان را از طریق بروشورها و کارگاه‌های آموزشی در اختیار معلمان قرار دهد، زیرا معلمان با آگاهی از مسیر شغلی آینده عدم اطمینانشان کاهش می‌یابد و می‌دانند برای دریافت پاداش و پیشرفت شغلی چگونه حرکت کنند که به تبع آن از اشتیاق شغلی بیشتری در محیط کار خود برخوردار خواهند بود.
- به مدیران و دست‌اندرکاران آموزش و پرورش پیشنهاد می‌شود برنامه‌ها و جلساتی را برای توجیه و یادآوری سیاست‌های مدرسه تدارک ببینند و با استفاده از بروشورها و کتابچه‌ها معلمان را از این سیاست‌ها آگاه کنند تا کارکنان با آگاهی از آن‌ها اشتیاق شغلی بالاتری در زمینه کاری خود داشته باشند. به مدیران مدارس پیشنهاد می‌شوند با ایجاد جوی دوستانه و غیررسمی در سازمان باعث ارتباط بیشتر بین معلمان شوند تا آن‌ها بتوانند با به‌کارگیری رهنمودهای همکاران با تجربه‌تر بر مشکلاتی که طی کار برایشان به وجود می‌آید، فائق آیند. همچنین، هنجارها و خط‌مشی‌های مدرسه را که در زمینه اشتیاق بیشتر شغلی معلمان مؤثر است، بهتر بشناسند.
- به مدیران مدارس توصیه می‌شود با به‌کارگیری رویکردهای جمعی و گروهی در بهبود همکاری بین معلمان اقدام کنند، زیرا همکاری معلمان در مدارس باعث رشد سرمایه اجتماعی آن‌ها شده و در واقع، باعث تقویت هویت سازمانی معلمان می‌شود.
- به مدیران توصیه می‌شود با برگزاری کارگاه‌ها و کلاس‌های آموزشی و نهادینه کردن فرهنگ سازمانی، چشم‌انداز مشترکی از اهداف سازمان میان معلمان شکل دهند تا احساس هویت سازمانی تقویت شود.
- بستر و شرایطی فراهم شود که معلمان با اهداف، جایگاه، وظایف و نقش‌های آموزش و پرورش در مقابل جامعه و مراجعان آشنا شوند که این امر می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد درکی مشترک از اهداف و نقش‌های این سازمان در میان معلمان شود و به تبع آن احساس هویت سازمانی نیز تقویت شود.

منابع و مأخذ

۱. اردلان، محمدرضا و بهشتی‌راد، رقیه (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی و وجدان کاری کارکنان با نقش میانجی گری جامعه‌پذیری سازمانی. *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۴، شماره ۲۶، صفحات ۱۹۸-۱۸۶.
۲. حاجلو، نادر، صبحی قراملکی، ناصر و عامل هوشمند، ربابه (۱۳۹۴). پیش‌بینی‌کننده‌های شخصیتی اشتیاق شغلی دبیران. *رهیافتی نو در مدیریت*، دوره ۶، شماره ۲۲، صفحات ۷۵-۶۱.
۳. خسروی، ولی‌الله (۱۳۸۹). *بررسی رابطه هویت سازمانی، انگیزش کارراهه، مالکیت روان‌شناختی با انگیزش شغلی و اشتیاق شغلی در کارکنان شرکت گاز استان خوزستان*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی صنعتی و سازمانی. دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
۴. طبائیان، حمیدرضا و کرامتی، محمدعلی (۱۳۹۳). بررسی میزان تأثیر هویت سازمانی و مشتری‌مداری کارکنان بر اشتیاق شغلی. *دومین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری*، تهران، دانشگاه جامع علمی کاربردی.
۵. مرادیان، سعیدعلی، باینگانی، بهمن و محمدی فاتح، اصغر (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین هویت سازمانی جامعه‌پذیری کارکنان و رفتار سیاسی کارکنان. *اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی پایدار ایران*. قم: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
۶. مهدی‌پور رابر، احسان و بازمانده، طاهره (۱۳۹۴). بررسی قدرت پیش‌بینی اشتیاق شغلی بر پایه متغیرهای هویت سازمانی، انگیزش کارراهه و مالکیت روان‌شناختی. *دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روان‌شناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی، مؤسسه آموزش عالی مهراروند، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.

۷. میرزادارانی، حمیده (۱۳۹۲). اشتیاق شغلی دریچه‌ای پیش به سوی نشاط اجتماعی. کتاب ماه علوم/اجتماعی، ۶۲، صفحات ۷۰-۶۲.
۸. نادى، محمدعلی، گل‌پرور، محسن و سیادت، سید علی (۱۳۸۸). جامعه‌پذیری سازمانی و آرزوهای شغلی کارکنان در محیط‌های کاری. جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۶، شماره ۱، صفحات ۱۷۶-۱۵۹.
۹. نوابی، ارمغان (۱۳۹۰). تحلیل رابطه روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
۱۰. نوری، ابوالقاسم، عریضی، حمیدرضا، زارع، راضیه و بابامیری، محمد (۱۳۸۹). ارتباط مؤلفه‌های اشتیاق شغلی با ابعاد تعهد سازمانی. فصل‌نامه تازه‌های روان‌شناسی صنعتی - سازمانی، دوره ۵، شماره ۱، ۹-۱۵.
11. Anaza, N. A. & Rutherford, B. (2012). How organizational and employee-customer identification, and customer orientation affect job engagement. *Journal of Service Management*, 23(5), 616-639.
12. Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
13. Bakker, A. B. & Schaufeli, W. B. (2008). Positive organizational behavior: Engaged employees in flourishing organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 147-154.
14. Bakker, A. B., Albrecht, S. L. & Leiter, M. P. (2011). Work engagement: Further reflections on the state of play. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 74-88.
15. Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P. & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22(3), 187-200.
16. Bauer, T. N. & Green, S. G. (1994). Effect of newcomer involvement in work-related activities: a longitudinal study of socialization. *Journal of Applied Psychology*, 79(2), 211.
17. Bigliardi, B., Petroni, A. & Ivo Dormio, A. (2005). Organizational socialization, career aspirations and turnover intentions among design engineers. *Leadership & Organization Development Journal*, 26(6), 424-441.
18. Burke, R. J. & El-Kot, G. (2010). Work engagement among managers and professionals in Egypt: Potential antecedents and consequences. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(1), 42-60.
19. Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational

- membership: A field study of organizational identification. *Communications Monographs*, 50(4), 342-362.
20. Dutton, J. E., Dukerich, J. M. & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
 21. GAO, J. H. (2015). The Effects of organizational socialization and leadership behavior on burnout: evidence from Manufacturing. *Technological Solutions for Sustainable Business Practice in Asia*, 224.
 22. Ge, J., Su, X. & Zhou, Y. (2010). Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior: An empirical research of Chinese high-tech manufacturing enterprises. *Nankai Business Review International*, 1(2), 166-179.
 23. Hakanen, J. J., Bakker, A. B. & Demerouti, E. (2005). How dentists cope with their job demands and stay engaged: The moderating role of job resources. *European Journal of Oral Sciences*, 113(6), 479-487.
 24. Hallberg, U. E. & Schaufeli, W. B. (2006). Same but different? Can work engagement be discriminated from job involvement and organizational commitment?. *European Psychologist*, 11(2), 119-127.
 25. Kadi, A. (2015). Investigating Teachers' organizational socialization levels and perceptions about leadership styles of their principals. *Journal of Education and Training Studies*, 3(4), 101-109.
 26. Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
 27. Kearney, S. (2015). Reconceptualizing beginning teacher induction as organizational socialization: A situated learning model. *Cogent Education*, 2(1), 1-11.
 28. Kulophas, D., Ruengrakul, A. & Wongwanich, S. (2014). The Relationships among authentic leadership, teachers' work engagement, academic optimism and school size as moderator: A conceptual model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 2554-2558.
 29. Lisbona, A., Morales, J. & Palací, F. (2009). El engagement Como resultado de la socialización organizacional. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 9(1), 89-100.
 30. M. Karatepe, O. & Demir, E. (2014). Linking core self-evaluations and work engagement to work-family facilitation: a study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2), 307-323.
 31. Ngo, H. Y., Loi, R., Foley, S., Zheng, X. & Zhang, L. (2012). Perceptions of organizational context and job attitudes: The mediating effect of organizational identification. *Asia Pacific Journal of Management*, 30(1), 149-168.
 32. Ozdemir, Y. & Ergun, S. (2015). The relationship between organizational socialization and organizational citizenship behavior: the mediating role person environment fit. *Social and Behavioral Sciences*, 207, 432-443.
 33. Saks, A. M. & Gruman, J. A. (2011). Getting newcomers engaged: the role of socialization tactics. *Journal of Managerial Psychology*, 26(5), 383-402.
 34. 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(3), 293-315.
35. Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., Hoogduin, K., Schaap, C. & Kladler, A. (2001). On the clinical validity of the Maslach Burnout Inventory and the Burnout Measure. *Psychology & Health*, 16(5), 565-582.
36. Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V. & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
37. Seligman, M. E. (2003). Fundamental assumptions. *Psychologist*, 16(3), 126-127.
38. Song, Z. Chon, K. Ding, G., & GU, C. (2015). Impact of organizational socialization tactics on newcomer job satisfaction and engagement: Core self-evaluations as moderators. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 180-189.
39. Taormina, R. J. (2009). Organizational socialization: the missing link between employee needs and organizational culture. *Journal of Managerial Psychology*, 24(7), 650-676.
40. Van Dick, R., Van Knippenberg, D., Kerschreiter, R., Hertel, G. & Wieseke, J. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 72(3), 388-399.
41. Villavicencio, E., Jurado, S. & Valencia, A. (2014). Work engagement and occupational burnout: its relation to organizational socialization and psychological resilience. *Journal of Behavior Health & Social Issues*, 6(2), 45-55.

Archive