

## هویت سازمانی (مفهوم، ابعاد) و تاثیر آن بر رفتارهای شهروندی سازمانی

الهام خسروی پور<sup>۱\*</sup>

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، خوزستان، ایران

\*Gmail: khosravipour1400@gmail.com

### چکیده:

در قراردادهای روانشناختی جدید، رفتارهایی فراتر از نقش‌های رسمی تعیین شده از افراد انتظار می‌رود. چرا که در دنیای پیچیده و رقابتی امروز، برای موفقیت سازمانی نیاز به انعطاف‌پذیری‌ها بیشتر از گذشته است. هویت سازمانی عامل برانگیختن افراد و محرک بسیاری از کوشش‌های جمعی است که موجب بروز رفتارهای شهروندی سازمانی خواهد شد. هویت سازمانی یا عبارتی ادراک افراد از تعلق به سازمان، باعث هدایت آنان در جهت تلاش، حمایت و پشتیبانی از اهداف سازمانی می‌شود. لذا ایجاد زمینه‌های موردنیاز در جهت هویت‌یابی و افزایش هویت افراد درون سازمان لازم و ضروری است. مقاله حاضر که به شیوه‌مروری و با کمک منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی تهیه شده به مروری بر مفهوم و ابعاد هویت سازمانی پرداخته و تاثیر آن را بر رفتارهای شهروندی سازمانی افراد بررسی می‌کند.

**واژگان کلیدی:** هویت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی، رفتار سازمانی، سازمان

### **Organizational identity (concept, dimensions) and its impact on organizational citizenship behaviors**

#### **Abstract:**

In new psychological contracts, behaviors are expected beyond the formal roles assigned to individuals. Because in today's complex and competitive world, organizational success requires more flexibility than ever before. Organizational identity is the motivating factor and motivator of many collective efforts that will lead to organizational citizenship behaviors. Organizational identity, or in other words, people's perception of belonging to the organization, leads them to strive and support organizational goals. Therefore, creating the necessary contexts for identifying and increasing the identity of people within the organization is necessary. The present article, which has been prepared in a review manner with the help of library and internet resources, reviews the concept and dimensions of organizational identity and examines its impact on organizational citizenship behaviors of individuals.

**Keywords:** Organizational identity, organizational citizenship behavior, organizational behavior, organization



## ۱- مقدمه:

به طور روزافزونی، سازمانها در جستجوی اعضای هستند که نه فقط معتقدند سازمان آنها یک مکان خوب برای کار کردن است، وفاداری خود را نسبت به آن نشان می‌دهند و نیت ترک آن را ندارند؛ بلکه اعضای را جستجو می‌کنند که از این حد فراتر می‌روند، هویت سازمانی را دقیقاً با هویت شخصی خود در می‌آمیزند و سرنوشت خود را تا حدود زیادی با سرنوشت سازمان گره می‌زنند. همچنان که سازمان بزرگتر، پیچیده تر، و مرزبندیها کمتر و محوتر می‌شوند، هویت سازمانی، وسیله ای برای فراهم کردن انسجام و یک عنصر کلیدی و مهم موفقیت سازمانی، یک وجه اساسی زندگی سازمانی و بعد مهم رابطه کارکنان با سازمان به شمار می‌آید، و اخیراً علاقه به آن در مطالعات مربوط به روانشناسی و مدیریت به طور قابل ملاحظه ای رشد کرده است. (عبدی و همکاران، ۱۳۹۴). در طی سالهای اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمانها پرداخته اند که می‌توان گفت از جمله ی آن ها، بررسی هویت در سازمان است. هویت سازمانی نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند. این مفهوم از جمله نگرش های کارکنان است که پس از دهه ی ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال یافته و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است. از طریق هویت یابی، کارکنان ویژگیهای مهم سازمان را به عنوان ویژگیهای خود جذب می‌کنند. (قاسم زاده و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه به رسمیت شناختن هویت های سازمانی به اندازه شناخت هویت های فردی مهم است زیرا در حال حاضر بازارهای بین المللی در حال مستقل شدن از محدودیت های مرزی هستند. (علامه و همکاران، ۲۰۱۲).

سازمانها به ویژه سازمانهای کشورهای جهان سوم که نیازمند جهشی عمده در افزایش کارآمدی هستند باید زمینه را به گونه ای فراهم سازند که کارکنان و مدیرانشان با آسودگی خاطر تمام تجربه ها، تواناییها و ظرفیت های خود را در جهت اعتلای اهداف سازمانی به کار گیرند. این امر میسر نخواهد شد مگر آنکه عوامل موثر بر توسعه رفتارهای شهروندی سازمانی شناسایی و بسترهای لازم برای پیاده سازی این گونه رفتارها فراهم شود. (نادی و همکاران، ۱۳۹۲). مطالعات در زمینه ی رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد کارکنانی که ارتباطی قوی با سازمانهای خود را تجربه می‌کنند، از عملکرد بالاتری برخوردار هستند؛ زیرا، آنها نسبت به سازمان احساس مالکیت می‌کنند و این امر موفقیت مداوم آنها را در پی خواهد داشت و باعث می - شود که نسبت به وظایف خود و همکارانشان وفادار باشند و هدفمندی بیشتری را در کارهای روزانه ی خود احساس نمایند. اهمیت کاربردی رفتار شهروندی سازمانی این است که کارایی و اثربخشی سازمانی را از طریق سهیم شدن در تحول منابع، نوآوری و انطباق پذیری در محیطهای پیچیده، دارای ابهام و کار تیم محور ارتقا می‌بخشد. نمونه ای از این تلاشها شامل مشارکت با همکاران، انجام وظایف بیشتر بدون شکایت، وقت شناسی، کمک داوطلبانه به دیگران، استفاده مؤثر از زمان، صرفه جویی در منابع، به اشتراک گذاشتن ایده ها و مثبت نشان دادن سازمان است. هویت سازمانی اصطلاح ارزشمندی است که محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش های اجتماعی است و منجر به سرمایه گذاری بیشتر کارکنان در کارشان و سطح بالاتری از همکاری میان فردی و ارتباط بهتر با ذینفعان می‌گردد. رفتار کارکنان نیز از میزان هویت سازمانی آنها تأثیر می‌پذیرد. هر فردی با توجه به ظاهر، رفتار و ارتباطات و ارزشهای منحصر به فرد است و این مفهوم می‌تواند به همین اندازه در یک سازمان وجود داشته باشد. احساس هویت نسبت به سازمان موجب بروز رفتار شهروندی سازمانی خواهد شد. (بهرامی و کیانی، ۱۴۰۰). اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند، هویت سازمانی نیروهای انگیزشی بسیار قوی و نهفته ای دارد که می‌تواند در قالب رفتارهای شهروندی سازمانی بروز یابد. (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۶).

<sup>1</sup> Organizational Identity

<sup>2</sup> Allameh et al

# هشتمین همایش ملی تازه‌های روانشناسی مثبت



وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش استان خوزستان  
معاونت آموزش و پرورش شهرستان مهاباد - دانشگاه خوارزمی

اسفندماه ۱۳۰۰ - بندرعباس

رفتارهای شهروندی سازمانی بیانگر آن دسته رفتارهای کارکنان است که علی‌رغم اهمیت آن‌ها در دستیابی به اهداف سازمانی، مستقیم و صریح در نظام پاداش دهی رسمی شناخته نمی‌شوند. آن نیروی انسانی که سازمان را از خود می‌داند و هویت خود را با سازمان تعریف می‌کند، شغل خویش را دوست دارد و به آن متعهد است و حاضر است دستاوردی فراتر از چارچوب‌ها و قواعد رسمی به جای گذارد. کارکنان با هویت یابی ویژگی‌های مهم سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌کنند. کارکنانی که دلبستگی شغلی دارند و در کارشان توانمندی بیشتری دارند، با کار خود ارتباط بهتری برقرار می‌کنند و به تقاضاهای شغلی خود پاسخ بهتری می‌دهند. عجین شدن با شغل زمانی کامل‌تر می‌شود که کارکنان احساس مثبتی به کار خود نشان می‌دهند، کارشان را معنادار می‌یابند، حجم آن را قابل‌اداره و کنترل می‌دانند و به آینده کاری خود امیدوارند. (خلیل نژاد و همکاران، ۱۳۹۶).

## ۲- مفهوم و ویژگی‌های هویت سازمانی:

هویت سازمانی از **نظریه هویت اجتماعی** نشأت گرفته است. هویت اجتماعی اشاره به قسمتی از مفهوم برداشت از خود دارد که بیان می‌کند ادراکات اعضا از گروه‌های اجتماعی مرتبط ناشی می‌شود. در ادبیات مرتبط با هویت سازمانی ابعاد و مؤلفه‌های گوناگونی ارائه شده است. معمولاً پژوهشگران همواره بر روی بعد شناختی هویت تمرکز کرده‌اند. این رویکرد از هویت سازمانی، هویت را حالتی شناختی در نظر گرفته که از دو منبع نشأت می‌گیرد: یکی نتیجه مقایسه کارمندان از ویژگی‌ها و حالت‌های خاص با نگرشی که آنها از تعاریف سازمان دارند و دیگری ادراک تعلق‌پذیری کارمندان به سازمان. بنابراین بعد شناختی هویت سازمانی مجموعه‌ای از نگرش‌های مشترک بین سازمان و کارمندان است. در پژوهش‌های پیشین، اثبات شده که هویت سازمانی کارکنان را برمی‌انگیزد تا رفتاری مطابق با اهداف سازمان انجام دهند. همچنین منجر به شکل‌گیری و انجام رفتارهای فرانقشی در کارکنان می‌شود. بنابراین ضروری است شرایط ایجاد تسهیلات و امکانات لازم برای افزایش هویت افراد درون سازمان، یعنی آنهایی که انجام‌دهنده رفتارهای مطلوب اصلی در سازمان‌اند، فراهم شود. (خلیل نژاد و همکاران، ۱۳۹۶).

صاحب‌نظران مطالعات سازمانی، **هویت سازمانی** را چنین تعریف می‌کنند: ادراک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان، جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می‌کنند. تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قویتری با سازمان داشته باشند، باور آنها درباره‌ی سازمان جنبه‌ی مثبت بیشتری می‌یابد و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند. (قاسم زاده و همکاران، ۱۳۹۳). **آلبرت و وتن** هویت سازمانی را برداشتی عمیق و پایدار از معنای مشترک در مورد یک سازمان و اعضای آن می‌دانند. هویت سازمانی دربرگیرنده آن دسته از ابعاد سازمان است که معیارهای **خصوصیت محوری (ویژگی‌ها)**، **تمایز بودن** و **پایداری** را برآورده می‌کنند. (نیازآذری و همکاران، ۱۳۹۵).

الف) چیزی که توسط کارکنان به عنوان ویژگی‌های اصلی سازمان در نظر گرفته می‌شود.

ب) آنچه سازمان را از نظر کارکنان متمایز و در نتیجه از سایر سازمانها متمایز می‌کند و

ج) آنچه که توسط کارکنان بدون توجه به تغییرات عینی در محیط‌های سازمانی پایدار یا ادامه‌دار است.

سه ویژگی که توضیح داده شد، نشان می‌دهد که سازمانهایی با هویت قوی دارای ویژگی‌های مرکزی هستند، متمایز

از سایر سازمانها هستند و برای مدت طولانی‌تری یکسان می‌مانند. (مقدم و تهرانی، ۲۰۱۱).

هویت سازمانی شامل **خصیصه‌ها** و **ویژگی‌های** یک سازمان است که اعضا آنها را به عنوان ویژگی‌های هسته‌ای

**منحصر و مستمر** سازمان درک کرده‌اند. خصیصه هسته‌ای سازمان در سیستم عقاید، ارزشها و هنجارهای محوری که در

<sup>1</sup> Albert & Whetten

<sup>2</sup> Moghadam & tehrani

# هشتمین همایش ملی تازه‌های روانشناسی مثبت



وزارت آموزش و پرورش  
انراک آموزش و پرورش استان خوزستان  
معاونت آموزش و پرورش خوزستان - دانشگاه خوزستان

اسفندماه ۱۳۹۰ - بندرعباس

ماموریت سازمان بیان شده و باعث ایجاد ادراک و اقدام می‌شود، ریشه دارد، آنها عنوان می‌دارند که ادراک اعضا از منحصر به فرد بودن هویت سازمان بر اساس مقایسه آن با سازمانهای مرجع و بخصوص رقبای اصلی آن شکل می‌گیرد. هویت سازمانی می‌تواند به عنوان یک سیستم تعبیر و تفسیر یا به عنوان مجموعه ای از شناخته‌های مشترک و یا به عنوان زبان و رفتار مشترک نگریسته شود. هویت سازمانی، ادراکی در مورد سازمان است و در تعبیر و تفسیر اعضای سازمان از موضوعات استراتژیکی که سازمان با آن روبروست نفوذ کرده، آن را هدایت می‌کند و اعضا را برای حمایت و پشتیبانی از اهداف استراتژیک سازمان بر می‌انگیزاند. (نیاز آذری و همکاران، ۱۳۹۵).

می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه مفهوم هویت سازمانی، غالباً با سازه‌هایی از جمله فرهنگ، تصویر، چشم انداز، ماموریت، هویت شرکتی و ... همپوشانی دارد اما از آنها متمایز است. (مهرداد و قاضی، ۱۳۹۳). هویت سازمانی بازتابی از تصویر و فرهنگ سازمانی است که به عنوان تفسیری از ارزشهای توسعه یافته در سازمان پدیدار می‌شود و نتیجه بازسازی اجتماعی و فرآیند تعامل اعضای سازمان می‌شود و در خدمت افزایش اثربخشی سازمان در انطباق با نیازهای محیطی است. (کانکارو و ویبو، ۲۰۱۹).

### ۳- ابعاد هویت سازمانی:

مقوله ی هویت سازمانی از نظر ذات مفهوم به دوسطح تفکیک می‌شود؛ سطح بیرونی و سطح درونی. سطح بیرونی هویت سازمانی در قلمرو بازاریابی است و با برداشت تصویری از هویت مرتبط است و نمادهای بیرونی آن، الگوها، علائم، نام و علامت تجاری سازمانهای مورد علاقه پژوهشگران را شامل می‌شود؛ بنابراین این نوع تفسیر از هویت سازمانی برون سپاری می‌شود و سازمانها با کمک مشاوران بیرونی آن را شکل می‌دهند و معرفی می‌کنند؛ در حالیکه سطح درونی هویت سازمانی با مطالعه رفتار سازمانی و مسائلی از جمله مدیریت منابع انسانی، مدیریت عملکرد و استراتژی ارتباط دارد و برون سپاری نمی‌شود. (نادی و مشایخی، ۱۳۹۶).

پراسیتیو و هیمام<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) هویت سازمانی را به عنوان واحدی از شش جنبه موجود در سازمان توضیح می‌دهند. برای مثال:

۱- هویت واقعی یک ویژگی خاص است که در حال حاضر متعلق به سازمان است که می‌توان آن را در بخش تجاری، اهداف سازمانی، اخلاق و سبک کاری و بخش های بازار مشاهده کرد.

۲- هویت ارتباطی پیامی است که سازمان از طریق ارتباط با طرف های خارجی یا از طریق آرم (لوگو)، تبلیغات و روابط عمومی منتقل می‌کند.

۳- هویت تصور شده با توصیف و شهرت سازمانی در ذهن مشتریان و سایر ذینفعان مرتبط است.

۴- هویت قراردادی مربوط به پیام اصلی است که در نام و یا آرم (لوگو) سازمان ذکر شده است.

۵- هویت ایده آل به هویت یا موقعیت سازمانی ایده آل همانطور که انتظار می‌رود اشاره دارد.

۶- هویت مطلوب با خواسته های صاحبان و رهبران سازمان در دوره زمانی طولانی مرتبط است. (کانکارو و ویبو، ۲۰۱۹).

### معرفی ابعاد هویت سازمان از نظر چنی<sup>۳</sup>:

۱. بعد عضویت: احساس تعلق، پیوستگی و کشش احساسی، ارجاع به خود به عنوان عضو سازمان و افتخار به عضویت در سازمان.

۲. بعد وفاداری: وفاداری به سازمان و اشتیاق به تحقق اهداف سازمان.

<sup>1</sup> Kuncoro & Wibowo

<sup>2</sup> Prasetyo and Himam

<sup>3</sup> Cheney

۳. بعد شباهت: ادراک از داشتن ویژگیهای مشترک در سازمان. (نیاز آذری و همکاران، ۱۳۹۵).

#### ۴- رفتار شهروندی سازمانی:

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی را برنارد اولین بار در سال ۱۹۳۰ بیان کرده که در این مفهوم برنارد اولین بار اساس رفتار شهروندی سازمانی را "تمایل مثبت و منفی" پیشنهاد می‌کند. (بارخدا و همکاران، ۱۴۰۰) و اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی برای اولین بار به وسیله ارگان<sup>۱</sup> و همکارانش، زمانی که رابطه بین رضایت شغلی و عملکرد را بررسی می‌کرده اند، در سال ۱۹۸۳ میلادی به کار گرفته شد. در حقیقت معتبرترین تقسیم بندی ارائه شده درباره مولفه های رفتار شهروندی سازمانی توسط ارگان ارائه شده است که در تحقیقات مختلف نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. رفتارهای شهروندی سازمانی را می‌توان شامل فعالیتهایی دانست که معمولاً در توصیفات شغلی رسمی گنجانده نشده اند اما عملکرد کارآمد و موثر سازمان را به طور کلی افزایش می‌دهند و مقیاس چندبعدی از رفتار شهروندی سازمانی ارائه کرد که این پنج بعد عبارتند از:

- نوع دوستی (رفتارهای اختیاری که کارکنان را برای کمک به مسایل و مشکلات کاری کارکنان دیگر بر می‌انگیزد)؛
- وجدان کاری (به رفتارهایی اختیاری فراتر از نقشی اشاره دارد که از الزامات شغل، وظیفه و اخلاق کاری پا را فراتر می‌گذارد)؛
- جوانمردی (از تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت های اجتناب ناپذیر و اجحاف های کاری بدون این که گله و شکایتی صورت پذیرد)؛
- آداب اجتماعی (مشارکت سازنده در عملکرد سازمان با توجه به روند کار سازمان)؛
- ادب و نزاکت (رفتارهای اختیاری که از ایجاد مشکلات ناشی از کار با دیگران جلوگیری می‌کند). (کهریزی و همکاران، ۱۳۹۸).

در دهه ۲۰ میلادی، رفتار شهروندی سازمانی در ابتدا اینگونه تعریف شد: "فعالیت‌های مرتبط با نقش که فراتر از وظایف توسط فرد انجام می‌شود، به عنوان رفتارهای فرانقش در نظر گرفته می‌شود. این دسته از رفتارها در مواردی و توسط برخی از نویسندگان به عنوان رفتار شهروندی در نظر گرفته می‌شود". این تعریف بعداً توسط لمبرت (۲۰۱۰) به این صورت تکمیل شد: "تلاش‌های فوق العاده صورت گرفته توسط کارکنان یک سازمان، فراتر از آنچه مورد انتظار می‌باشد، این تلاشها به طور واضح و مستقیم در شرح شغل آورده نشده و عموماً توسط سازمان مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد". (بارخدا و همکاران، ۱۴۰۰).

#### ۵- اهمیت رفتارهای شهروندی سازمانی:

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی از جمله موضوعات اساسی در حوزه رفتار سازمانی است که به نیروی انسانی از منظر بدیعی می‌نگرد و ایشان را به عنوان شهروندان سازمانی می‌شناسد و درصدد است تا زمینه را برای بروز هرچه بهتر این شهروندی فراهم سازد. امروزه اهمیت مطالعه رفتار شهروندی سازمانی به طور فزاینده ای احساس می‌شود. رفتار شهروندی در این قرائت، محدود به مراعات قواعد رفتار اجتماعی نیست، بلکه آثار آن به طور مستقیم بر دستاوردهای سازمانی اثر می‌گذارد. رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، محافظت از سازمان و بهره وری سازمانی را به دنبال خواهد داشت و کارایی سازمان، نوآوری و مزیت رقابتی را افزایش می‌دهد. (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۲).

<sup>1</sup> Organ  
<sup>2</sup> Lambert

# هشتمین همایش ملی تازه‌های روانشناسی مثبت



وزارت آموزش و پرورش  
انراکل آموزش و پرورش استان خوزستان  
معاونت آموزش و پرورش خوزستان - دانشگاه خوزستان

اسفندماه ۱۳۹۰ - بندرعباس

یکی از مشکلات اصلی سازمانها در دنیای متحول و به شدت متغیر امروزی شناسایی عواملی است که می‌تواند در بروز رفتار شهروندی سازمانی که یکی از پدیده‌های نوظهور در زمینه رفتار سازمانی است تاثیر بگذارد. در مکاتبات اولیه مدیریت افراد با رفتارهایی ارزیابی می‌شوند که در شرح شغل و شرایط احراز از مشاغل انتظار می‌رفت ولی امروز رفتارهای فراتر از آنها مدنظر قرار گرفته است. برخلاف گذشته که از کارکنان انتظار می‌رفت تا در حد نقشهای رسمی عمل کنند، در قراردادهای روانشناختی جدید رفتارهای فراتر از نقش مورد انتظار است. سازمانهای امروزی نیاز به انعطاف پذیری برای موفقیت و مواجهه با رقبا دارند. رفتار شهروندی سازمانی، مفهوم‌سازی متداول از عملکرد **فرانقشی** است. سایر مفاهیم مربوط به عملکرد فرانقشی، که تشابه زیادی با رفتار شهروندی سازمانی دارند، عبارتند از: رفتارهای اجتماعی گرایانه، رفتارهای خودجوش، رفتارهای فرانقشی و عملکرد زمینه ای. در این میان رفتار شهروندی سازمانی، مقبولیت بیشتری یافته و در دو دهه‌ی اخیر، به ویژه با آغاز قرن بیست و یکم، تعداد پژوهشها در این زمینه رشد چشمگیری داشته است. (خسروی پور، ۱۴۰۰). پژوهشگران سازمانی نشان داده اند که بعضی از کارکنان در سلامت و اثربخشی سازمانشان به وسیله انجام وظایف فراتر از نقش خود مشارکت می‌نمایند. به این معنی که این قبیل کارکنان مشارکت فوق العاده ای انجام می‌دهند که نه لازم است و نه از آنان انتظار می‌رود. (مهرداد و قائلی، ۱۳۹۳). سازمانها بدون تمایل داوطلبانه افراد به همکاری قادر به توسعه اثربخشی خرد جمعی خود نیستند. تفاوت همکاری داوطلبانه و اجباری اهمیت فراوانی دارد. در حالت اجباری، شخص وظایف خود را در راستای قوانین و مقررات و در حد رعایت الزامات انجام می‌دهد؛ اما در همکاری داوطلبانه، افراد، انرژی و بصیرت خود را برای شکوفایی توانایی های خود به نفع سازمان ابراز می‌کنند. سازمانها به کارمندی نیاز دارند که خود را درگیر رفتارهای خوب شهروندی کنند؛ به طور مثال به اعضای دیگر تیم کمک کنند، داوطلب اضافه کار شوند، از کشمکش های غیرضروری اجتناب ورزند، همان طور که برای خودشان اهمیت قائلند برای قوانین و مقررات نیز اهمیت قائل شوند و با مشکلات محیط کار به خوبی مدارا کنند. پژوهشگران اولیه به این نوع رفتار به عنوان رفتار فرانقش توجه کردند؛ به طوری که کمکهایی افراد در محیط کار فراتر از الزامات نقشی است که برای آنها مشخص شده است و به طور آشنا و واضح با سیستم پاداش رسمی سازمان قدردانی نمی‌شوند. (نادی و مشایخی، ۱۳۹۶).

## ۶- تاثیر هویت سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی:

ایجاد تمایز بین هویت سازمانی و هویت فردی مهم است. هویت فردی به درک افراد در مورد اینکه چه کسی هستند (آنچه در مورد خود فکر می‌کنند) اشاره دارد اما هویت سازمانی به آنچه افراد در مورد سازمان خود فکر می‌کنند اشاره دارد. مرزهای یک سازمان مرزهای هویت آن است. چه چیزی درک می‌شود و چه چیزی درک نمی‌شود، فردی که عضو است و کسی که عضو نیست (زیرا انتظارات مشترک را برآورده نمی‌کند)، شکل و تنظیم منحصر به فردی که سازمان را به وضوح از محیطش جدا می‌کند، و آنچه که سازمان را از سازمانهای دیگر (محیط طبیعی) متمایز می‌کند. (علامه و همکاران، ۲۰۱۲). رفتار سازمانی توسط هویت سازمانی تحت تاثیر قرار می‌گیرد و تغییرات ایجاد می‌دهد در هویت سازمانی روی رفتار شهروندی سازمانی تاثیر می‌گذارد. هویت سازمانی، یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به هدفها و چشم اندازهاست. (نیلی پور طباطبایی و بیگری، ۱۳۹۳).

روسوا<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) موافق است که سطح شباهت بین فرد مدیریت و رهبری کل سازمان می‌تواند مستقیماً بر سطح هویتی که یک فرد با سازمان دارد تاثیر بگذارد. در مرحله بعد، شناسایی این موضوع ممکن است سازمان را برای کارمندان جذابتر کند و به بروز رفتار واقعی فرد در قالب رفتار شهروندی سازمانی کمک کند. (فدزیل آریفان، ۲۰۱۵). هویت یابی بالا با سازمان، احتمال نیت بالای ماندن در سازمان، مشارکت شغلی، همکاری با کارکنان، سطوح بالاتر عملکرد مرتبط با نقش و رفتارهای

<sup>1</sup> Rousseau

<sup>2</sup> Fadzil Ariffin

# هشتمین همایش ملی تازه‌های روانشناسی مثبت



وزارت آموزش و پرورش  
انراة كل آموزش و پرورش استان خوزستان  
معاونت آموزش و پرورش شهرستان مهاباد - دانشگاه خوارزمی

اسفندماه ۱۳۹۰ - بندرعباس

فرانقش را افزایش می‌دهد. (امیرخانی و عبدالملکی، ۱۳۹۶). طبق پژوهش‌های قبلی، هویت سازمانی سازمان‌محور به طور جمعی برانگیخته می‌شود. در واقع هویت سازمانی در نیازهای فردی برای تعلق و توسعه خود به کار می‌رود. (خلیل نژاد و همکاران، ۱۳۹۶). هویت سازمانی شکلی از انتساب روانی است که هنگامی اتفاق می‌افتد که اعضا ویژگیهای سازمان را به عنوان ویژگیهای خود می‌پذیرند. هویت سازمانی اعضا را قادر می‌سازد تا با فراوانی بیشتر و آزادانه تر به سازمان کمک کنند و تلاشهای اعضا برای سود رساندن به سازمان منجر به رفتارهایی می‌شود که بیانگر تبعیت، وفاداری و مشارکت در سازمان است. هر چه هویت سازمانی قویتر باشد، اعضا، رفتارهای شهروندی سازمانی بیشتری از خود نشان می‌دهند. (امیرخانی و عبدالملکی، ۱۳۹۶).

بر اساس نظریه هویت سازمانی ارائه رفتارهای مشارکتی خارج از نقش، توسط کارکنان سازمان، وابسته است به میزانی که اعضای سازمان، خود را با سازمان یکی می‌دانند و هویت خویش را در آن سازمان تصور می‌نمایند. این نوع هویت، به منزله زیر مجموعه هویت اجتماعی تلقی می‌شود که در آن افراد بر اساس عضویت یا تعلق به یک سازمان خاص شناسایی می‌شوند. به طور نظری هویت سازمانی می‌تواند با متغیرهای زیادی همچون عملکرد، وفاداری به سازمان، و رفتار مشارکت جویانه، مرتبط باشد. هویت سازمانی به عنوان چارچوب مفیدی تعریف شده است که به درک مفهوم "هم خانواده بودن" کمک می‌کند. هویت سازمانی کمک می‌کند تا هر فرد خود را از اعضای سایر خانواده‌ها تمیز دهد. در یکی از کوتاهترین برداشتها، هویت سازمانی پاسخ به پرسش "ما که هستیم؟" می‌باشد. پاسخی که منابع انسانی به این پرسش می‌دهند، نقش تعیین کننده‌ای در عملکرد مشارکت جویانه آنها دارد؛ بنیان هر سازمانی بر این عملکرد، استوار است. هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرشها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند. مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان خود هستند، چرا که به نتایج مثبت آن علاقه-مندند. (مهدوی نژاد، ۱۳۹۷).

احساس تعلق تشریح کننده رابطه میان هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی است. هویت سازمانی احساس یکی بودن با سازمان را ترغیب می‌کند، به شیوه‌ای که کارکنان هدف‌های سازمانی را همانند هدف‌های خودشان می‌دانند. بنابراین، رفتارهای درون‌نقشی معمولاً خارج از کنترل و صلاح دید کارکنان است. در نتیجه، کارکنان هویت یافته تمایل بیشتری خواهند داشت تا تعهد خود در برابر سازمان را با استفاده از رفتارهای داوطلبانه حمایتی با سازمان و افراد آشکار کنند. (خلیل نژاد و همکاران، ۱۳۹۶).

## ۷- نتیجه گیری و پیشنهادها:

هویت سازمانی در بردارنده آن دسته ابعاد سازمان است که ویژگیهای اصلی سازمان، متمایز بودن و پایداری را برآورده می‌سازند. این مفهوم از نظریه‌ی هویت اجتماعی و ادراک اعضا از گروه‌های اجتماعی خود ناشی می‌شود. پژوهشهای انجام شده ثابت می‌کنند که هویت سازمانی کارکنان شامل برداشت عمیق آنان از معنای مشترکی در مورد یک سازمان و اعضای آن بوده و به تعهد بالاتر افراد، باور مثبت و تلاش آنها در جهت تحقق اهداف منجر می‌شود. افزایش کارایی و اثربخشی خصوصاً برای سازمانهای کشورهای جهان سوم نیازمند انعطاف پذیری بیشتر در شرایط رقابتی و متغیر امروزی است. رفتار فرد از میزان هویت سازمانی آنان و از اینکه تا چه حد ویژگیهای مهم سازمان را به عنوان ویژگیهای خود جذب می‌کنند، با کار خود ارتباط بهتری دارند و با شغل خود عجین هستند، تاثیر می‌پذیرد. تغییرات ایجاد شده در هویت سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی اثر می‌گذارد. هویت یابی بالا با سازمان مربوطه، مانند فرد با سازمان، مشارکت وی، رفتارهای داوطلبانه و فرانقش، احترام به قوانین و اقدام به حل مشکلات را افزایش می‌دهد. لذا باتوجه به پیامدهای مثبت این موضوع، ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان در بروز رفتارهای شهروندی سازمانی تاثیر مثبتی خواهد داشت.

منابع:

۱. امیرخانی، ط و عبدالملکی، م. (۱۳۹۶). بررسی پیامدهای شهرت سازمانهای بخش عمومی: رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال ۱۲، شماره ۴۶.
۲. بارخدا، ج و همکاران. (۱۴۰۰). بررسی ارتباط سکوت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی معلمان ابتدایی شهرستان سقز. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت مدرسه، دوره ۹، شماره ۱.
۳. بهرامی، ش و کیانی، م.س. (۱۴۰۰). رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروندی و آوای کارکنان با نقش میانجی هویت سازمانی (مطالعه موردی کارکنان اداره ورزش و جوانان استانهای غرب کشور). فصلنامه بازیابی دانش و نظامهای معنایی، سال ۷، شماره ۲۸، صص ۱۲۶-۱۰۷.
۴. خسروی پور، ا. (۱۴۰۰). تاثیر ابعاد رهبری اخلاقی بر تعهد شغلی و رفتارهای شهروندی سازمانی. نخستین کنفرانس ملی سلامت روان، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز.
۵. خلیل نژاد، ش و همکاران. (۱۳۹۶). تأثیر مدیریت برند داخلی بر رفتارهای شهروندی سازمانی در صنعت هتل داری: نقش میانجی هویت سازمانی و عجین شدن با شغل. فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۶، شماره ۴، صص ۲۰۰-۱۸۰.
۶. سلیمانی، ا و همکاران. (۱۳۹۲). نقش هویت سازمانی در پیش بینی رفتارهای شهروندی سازمانی در دانشگاه علوم اسلامی رضوی و دانشگاه خیام مشهد. مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، صص ۱۴۷-۱۲۷.
۷. عبدی، ر و همکاران. (۱۳۹۴). نقش تعاملی سرمایه روانشناختی و هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی و استرس شغلی. فصلنامه پژوهش های نوین روانشناختی، سال ۱۰، شماره ۴۰، صص ۱۷۱-۱۵۵.
۸. قاسم زاده، ا و همکاران. (۱۳۹۳). نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه ی بین اخلاق حرفه ای با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار انحرافی کار. مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، دوره ۷، شماره ۴.
۹. کهریزی، ک و همکاران. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ابعاد رهبری اخلاقی مدیران بر رفتار شهروندی سازمانی معلمان. فصلنامه توسعه حرفه ای معلم، سال ۴، شماره ۱، صص ۵۹-۴۳.
۱۰. مهدوی نژاد، ع. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پست بانک ایران. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، شماره ۸، صص ۲۲۳-۲۰۶.
۱۱. نادى، م.ع و همکاران. (۱۳۹۲). الگوی ساختاری رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و هویت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان. نوآوری های مدیریت آموزشی، سال ۸، شماره ۴، صص ۵۰-۳۷.
۱۲. نادى، م.ع و مشایخی، ز. (۱۳۹۶). تحلیل رابطه بین جامعه پذیری سازمانی، رفتار رهبری، هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان. جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۸، شماره پیاپی ۶۷، شماره ۳، صص ۱۷۶-۱۵۳.
۱۳. نیاز آذری، ک و همکاران. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی در بروز رفتار شهروندی سازمانی با ارائه مدل مناسب. مدیریت بهره وری، سال ۹، شماره ۳۶، صص ۲۲۱-۱۹۹.



۱۴. نیلی پور طباطبایی، ا و بیگلری، م. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین هویت سازمانی، رضایت شغلی و رفتار شهروندی در پرستاران. فصلنامه مدیریت پرستاری، سال ۳، دوره ۳، شماره ۳.

15. Allameh, M et al.(2012). The Effect of Self-concept and Organizational Identity on Organizational Citizenship Behavior (A Case Study in Social Security Organization of Isfahan city). *International Journal of Human Resource Studies*, vol.2, no.1.
16. Fadzil Ariffin, H et al.(2015). STRUCTURAL RELATIONSHIPS OF ORGANIZATIONAL IDENTITY AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR AMONG MALAYSIAN HOTEL EMPLOYEES. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, vol.7, issue.2.
17. Kuncoro, W & Wibowo, G.(2019). The Increase of Organizational Citizenship Behaviour (OCB) Through Islamic Work Ethics, Affective Commitment, and Organizational Identity. *International Business Research*; Vol. 12, No. 2.
18. Moghadam, A & Tehrani, M.(2011). Predicting model of organizational identity toward its effect on organizational citizenship behaviors (OCBs). *African Journal of Business Management* Vol. 5(23), pp. 9877-9888.