

تحلیل ساختاری تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه

*مدینه محمودی، دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

بهناز مهاجران، دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

حسن قلاوندی، دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

doi 10.52547/MEO.11.3.207

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل ساختاری تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف، توصیفی و از نظر روش، همبستگی از نوع مدل معادلات ساختاری بود. جامعه آماری کلیه مدیران دانشگاه ارومیه بود که در مجموع ۱۵۱ نفر بودند. تعداد نمونه مورد مطالعه ۱۵۱ نفر بود که به روش سرشماری انتخاب شدند، اما ۱۴۱ پرسشنامه برگشت داده شد که در تحلیل یافته‌ها مورد استفاده قرار گرفت. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد رهبری معنوی، هوش فرهنگی، هویت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی استفاده شد. در پژوهش حاضر روایی ابزارها توسط پاسخ‌دهندگان، اساتید و تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. ضرایب پایایی پرسشنامه‌های پژوهش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب (۰/۷۱)، (۰/۸۱)، (۰/۷۵) و (۰/۷۹) به دست آمد. برای تجزیه تحلیل داده‌ها آمار توصیفی و استنباطی (مدل سازی معادلات ساختاری) از طریق نرم افزارهای SPSS25, lisrel8/8, Smart PLS3 مورد استفاده قرار گرفت. پژوهش نشان داد که هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه تأثیر مستقیم مثبت و معنی‌داری دارد و بیشترین تأثیر مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که با ارتقا هوش فرهنگی و هویت اجتماعی مدیران دانشگاه ارومیه که بر ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران تأثیر می‌گذارند، می‌توان عملکرد دانشگاه را ارتقا داد و همچنین مسولیت‌پذیری کارمندان نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

واژگان کلیدی: هوش فرهنگی، هویت اجتماعی، ویژگی‌های رهبری معنوی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیران دانشگاه

* نویسنده مسئول: mahmoodi.madieh@gmail.com


دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۵ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۶/۴

Structural Analysis of the Effect of Cultural Intelligence and Social Identity on the Characteristics of Spiritual Leadership with Emphasis on the Mediating Role of Social Responsibility Among the Managers of Urmia University

***Madineh Mahmoodi**, PhD Student in Higher Education Management, Department of Educational Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Urmia University, Urmia, Iran.

Behnaz Mohajeran, Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Urmia University, Urmia, Iran.

Hassan Ghalavandi, Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Urmia University, Urmia, Iran.

 **10.52547/MEO.11.3.207**

Abstract

The purpose of present study was to structurally analyze the effect of cultural intelligence and social identity on the characteristics of spiritual leadership with emphasis on the mediating role of social responsibility among the managers of Urmia University. The research method is descriptively and methodly correlation of structural equation modeling. The statistical population was all the managers of Urmia University, which was 151 in total. The number of samples was 151 who were selected by census method. However, 151 questionnaires were returned and used to analyze the of data. The standard questionnaire of spiritual leadership, cultural intelligence, social identity and social responsibility were used to collect information. In the present study, the validity of the instruments was used by the respondents, professors and confirmatory factor analysis. The reliability coefficients of research questionnaires using Cronbach's alpha coefficient are ($r=0.71$), ($r=0.81$), ($r=0.75$) and ($r=0.79$), respectively. Descriptive and inferential statistics (structural equation model) were used to SPSS25, lisrel8/8, Smart PLS3 analyze the data. The study showed that cultural intelligence and social identity have a direct and positive effect on the characteristics of spiritual leadership by emphasizing the mediating role of social responsibility among the managers of Urmia University, and is the most effect related to social identity. Finally it can be concluded that by promoting the cultural intelligence and social identity of the managers of Urmia University, which affect the characteristics of the spiritual leadership of the managers, the performance of the university can be improved and also the responsibility of the employees will increase.

Keywords: Cultural Intelligence, Social Identity, Characteristics of Spiritual Leadership, Social Responsibility, University Managers.

* Corresponding author: mahmoodi.madieh@gmail.com

Receiving Date: 24/2/2022 Acceptance Date: 26/8/2022

مقدمه

سازمان‌های آموزشی یکی از ارکان اصلی در جامعه‌ی انسانی هستند و پیشرفت و بقای جوامع در گرو عملکرد خوب این سازمان‌ها است. آموزش عالی اساس و زیربنای توسعه‌ی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در هر جامعه است که امروزه در اغلب کشورها به عنوان صنعت رشد قلمداد می‌شود (Shir, 2018). امروزه کارکنان یک سازمان به عنوان با ارزش‌ترین و مهم‌ترین منابع سازمانی محسوب می‌شوند که می‌توانند منجر به تقویت مزیت رقابتی سازمان نسبت به سایر سازمان‌ها شوند (Cheraghi et al, 2021). لذا باید این سرمایه با ارزش را حفظ نمود (Sadattalab et al, 2021). مدیران مانند بازارهای بین‌المللی، با انتخاب‌های راهبردی بین تصمیم‌گیری برای استفاده جهانی گرا، یا راهبردهای محلی گرا، روبرو می‌شوند (Randrianasolo et al, 2020). برای عملکرد موفق، رهبران به نشان‌دادن بهترین تطابق سبک‌های رهبری خود با انتظار فرهنگی کارمندان‌شان نیاز دارند، هوش فرهنگی ممکن است به این مورد کمک کند (Solomon & Steyn, 2017). هوش فرهنگی نوعی از توانایی افراد است که می‌توانند پاسخ‌های رفتاری درستی را از خود ارائه کنند (Earley & Ang, 2003). شرایط رقابتی امروز مدیران را بر آن می‌دارد تا با استفاده از هوش فرهنگی به عنوان ابزاری برای تعامل با افراد، جو مناسبی را برای نمو نوآوری‌ها و افزایش بهره‌وری میسر سازند (Sehat et al, 2017). هوش فرهنگی به‌طور مثبت ائتلاف اجتماعی در گروه‌های موجود جهانی است که به بهبود عملکرد کمک می‌کند (Richter et al, 2021). در این بین دانشگاه ایرانی سطوح مختلفی از هویت‌سازی را فراهم می‌کند (Tayebi nia, 2018). هویت اجتماعی عبارت است از شیوه‌هایی که به واسطه آن‌ها افراد در روابط اجتماعی خود از افراد دیگر متمایز می‌شوند (Jenkins, 1996). هویت اجتماعی می‌تواند یک نوع بهبودی مثبت را که نتیجه‌اش فائق آمدن مردم بر عادات است، تسهیل نماید (Frings et al, 2019). کارکنان یک سازمان با تقویت هویت که نوعی خودشناسی در رابطه با دیگران است وفاداری و تعهد بیشتری را از خود نشان خواهند داد (Nadi, 2015). از طرفی محیط‌های آموزشی نباید خودشان را به فضای شناختی محدود کنند (Arikan, 2020). پژوهش در مورد هویت اجتماعی مدیران جریانی هیجان‌انگیز می‌باشد (Steffens et al, 2014). اما ارائه فهم این پویایی‌شناسی‌ها با محدودیت مواجهه است (Thomas et al, 2020). مشخص است که در هر محیطی تصمیم رهبر سازمان می‌تواند طی یک روند سلسله‌وار سرنوشت همه نهادهای جامعه را دستخوش تغییر نماید. اگر رهبران سازمان‌ها به اهداف و مسئولیت اجتماعی خود حرمت نگذارند نابسامانی محیط‌شان را فراخواهد گرفت (Salavati et al, 2013).

یکی از تغییرات عمده سازمان‌های امروزی ارتباط ارزش‌های معنوی با محیط کار است. ورود مفاهیمی مانند نوع‌دوستی حکایت از ظهور پارادایم جدیدی تحت عنوان معنویت است (Bashiri & Nasrallah Vasati, 2017). با بهره‌گیری و تقویت معنویت در محیط کار می‌توان رشد اخلاقی

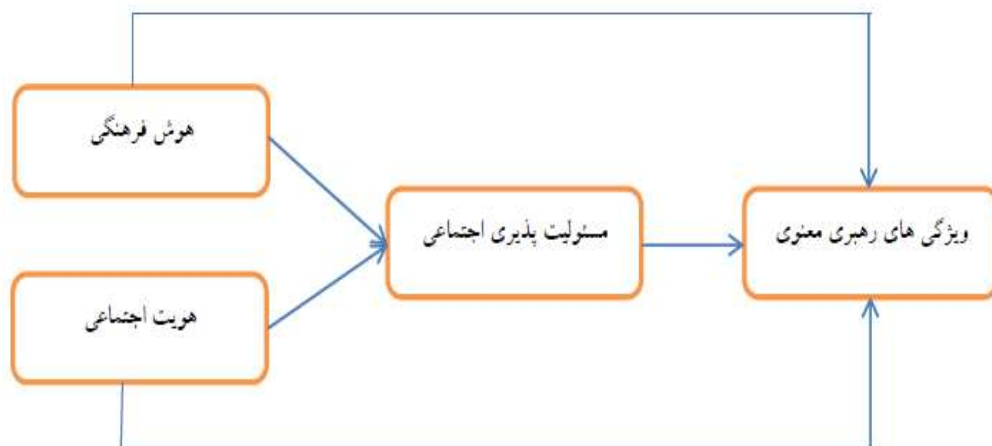
کارکنان را ارتقا داد (Bahmani & Balouchi, 2021). معنویت به مدیرانی نیاز دارد که گرایش زیادی به توجه کردن به کارمندان دارند (Wang et al, 2020). یکی از قدیمی‌ترین مدل‌های رهبری معنوی، مدل (Fry, 2003) است. بر اساس این مدل رهبری معنوی ارزش‌های ضروری می‌باشد به طوری که افراد برانگیخته می‌شوند تا از طریق عضویت در سازمان، بقای معنوی خود را حفظ کنند (Fry, 2003). در هر حال با روند فعلی گرایش به معنویت فردی، برای اولین بار سبک‌های رهبری بخصوص ماهیت معنوی رهبران به یک نگرانی مشترک در بین سازمان و دانشگاهیان تبدیل شد (Meshbaki et al, 2006). از طرفی بهترین راه تغییر آموزش عالی انتقال ایده مسئولیت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی است؛ این ایده تحت تأثیر پیشینه فرهنگی است بنابراین توانا ساختن مدیران در آینده برای قبول این نگرش چیزی است که بیشتر به دوام یافتن طولانی و علاقه مربوط است (Dasilva Junior et al, 2019). مسئولیت‌پذیر به کسی می‌گویند که اراده قوی برای پاسخ به نیازهای دیگران داشته باشد (Fazl Elahi Ghomshi, 2015). مسئولیت‌پذیری اجتماعی یعنی سازمان باید از حقوق اخلاقی حفاظت کرده، انتظارات جامعه را برآورده سازد (Carroll, 1991). پرداختن به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای دانشگاه‌ها ثمربخش است و به ساختن جامعه‌ای متعهد کمک خواهد کرد (Habibi et al, 2016).

Rezaei & Taheri Kia (2021) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی بر تعهد سازمانی در گروه مدیران خودرو در شهر تهران نتیجه گرفتند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی با تعهد سازمانی در گروه مدیران خودرو رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. Abbasi Esfanjani & Barzegar Valilo (2019) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل ارتباط رهبری معنوی و عملکرد با نقش میانجی هویت سازمانی در سازمان تامین اجتماعی استان آذربایجان شرقی نشان دادند که بین متغیرهای رهبری معنوی با هویت سازمانی و نیز رهبری معنوی با عملکرد همبستگی قوی وجود دارد. در پژوهشی (Nasiri & Hosseinzadeh, 2018) تحت عنوان بررسی رابطه هوش فرهنگی مدیران با ادراک آنان از معنویت در محیط کار در مدارس متوسطه دوم اردبیل نتیجه گرفتند که بین هوش فرهنگی مدیران با ادراک آنان از معنویت در محیط کار در مدارس متوسطه دوم اردبیل رابطه وجود دارد. پژوهش (Jokar et al. (2014) تحت عنوان پیش بینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس سبک‌های هویت در دانشجویان دانشگاه شیراز نشان دادند که سبک هویت هنجاری، پیش بینی کننده مثبت و معنادار مسولیت‌پذیری اجتماعی فعال و سبک‌های هویت گسیخته اجتنابی و اطلاعاتی، پیش بینی کننده‌های منفی و معنادار مسولیت‌پذیری منفعل هستند. در پژوهشی (Karimi Takloo et al. (2013) تحت عنوان بررسی رابطه هوش فرهنگی و مسئولیت‌اجتماعی در میان کارکنان دانشگاه ولی عصر رفسنجان نشان دادند که میان هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی،

همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. پژوهش (Van Dick et al. (2019) تحت عنوان هویت، اهمیت و نقش آن‌ها در چگونگی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر نگرش و رفتار محیط کار نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی سازمان و هویت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

(Osman- Gani & Hassan (2018) در پژوهش خود تحت عنوان تأثیرات هوش معنوی و فرهنگی بر اثربخشی رهبری نشان دادند که ابعاد هوش فرهنگی از جنبه‌های شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری تأثیرات مثبتی بر اثربخشی رهبری داشت. (Solomon & Steyn(2017) در پژوهشی تحت عنوان سبک‌های رهبری: نقش هوش فرهنگی نشان دادند که هوش فرهنگی رهبر نسبت به رهبری هدایت شونده رابطه قدرتمندتری با رهبری توانمند دارد. با توانمندسازی رهبری، هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزشی رهبر به عنوان پیشینیان مهم عمل می‌کرد.

احتمالاً معنویت افراد در کنار مذهب نمی‌تواند بدون تأثیر از هوش فرهنگی، هویت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان باشد این امر شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب را در مورد مسأله پژوهشی حاضر نشان می‌دهد. بنابراین پژوهش حاضر در پاسخ به این سوال است که مسئولیت اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه یک نقش میانجی در تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی دارد یا نه؟



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش همبستگی از نوع مدل معادلات است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران دانشگاه ارومیه به تعداد ۱۵۱ نفر است که به روش سرشماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌های استاندارد به شرح زیر بودند:

الف) پرسشنامه ویژگی‌های رهبری معنوی: پرسشنامه استاندارد ویژگی‌های رهبری معنوی مورد استفاده در این پژوهش بر پایه مدل فرای (۲۰۰۵) و بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت است که در قالب هفت مؤلفه چشم‌انداز، نوع دوستی، ایمان به کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکردی می‌باشد و متشکل از ۲۴ گویه است که گویه‌های (۳ تا ۱) چشم‌انداز، گویه‌های (۴ تا ۷) عشق به نوع دوستی، گویه‌های (۸ تا ۱۱) معنا داری، گویه‌های (۱۲ تا ۱۴) بازخورد عملکرد، گویه‌های (۱۵ تا ۱۷) ایمان به کار، گویه‌های (۱۸ تا ۲۱) تعهد سازمانی و گویه‌های (۲۲ تا ۲۴) عضویت را می‌سنجد. کلید نمره دهی سوالات پرسشنامه رهبری معنوی به صورت کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. در ایران ضریب پایایی این پرسشنامه را (Najafi et al., 2017) در پژوهش خود ۰/۹۳ گزارش نموده‌اند. در این پژوهش نیز ۰/۷۱ می‌باشد. پرسشنامه رهبری معنوی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

ب) پرسشنامه هوش فرهنگی: پرسشنامه هوش فرهنگی مورد استفاده در این پژوهش بر پایه مدل Earley & Ang (2004) و بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت است که در قالب چهار مؤلفه فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری می‌باشد و متشکل از ۲۰ گویه است که گویه‌های (۱ الی ۴) مؤلفه فراشناختی، گویه‌های (۵ الی ۱۰) مؤلفه‌های شناختی، گویه‌های (۱۱ الی ۱۵) مؤلفه انگیزشی و گویه‌های (۱۶ الی ۲۰) مؤلفه رفتاری را می‌سنجد. کلید نمره دهی سوالات پرسشنامه هوش فرهنگی به صورت کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. ضریب پایایی این پرسشنامه را در ایران Qader Tilly (2017) در پژوهشی به بیش از ۰/۸۰ گزارش نمود. و در این پژوهش نیز ۰/۸۱ می‌باشد پرسشنامه هوش فرهنگی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

ج) پرسشنامه هویت اجتماعی: پرسشنامه استاندارد هویت اجتماعی مورد استفاده در این پژوهش بر پایه مدل جنکینز (۱۹۹۶) و بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت است که در قالب دو مؤلفه هویت فردی و جمعی می‌باشد. این پرسشنامه توسط Saffari Nia & Roshan (2011) ساخته شده است و متشکل از ۲۰ گویه است که گویه‌های (۱ تا ۱۰) مؤلفه هویت فردی و گویه‌های (۱۱ تا ۲۰) هویت جمعی را می‌سنجد. کلید نمره دهی سوالات پرسشنامه هویت اجتماعی به صورت کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. گویه‌های معکوس این پرسشنامه عبارت‌اند از: ۳، ۴، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶ و ۱۷ یعنی به کاملاً موافق نمره یک و به کاملاً مخالف نمره پنج داده می‌شود. ضریب پایایی این پرسشنامه را Saffari Nia & Roshan (2011) در پژوهشی ۰/۷۴ گزارش نمود و در این پژوهش نیز ۰/۷۵ می‌باشد. پرسشنامه هویت اجتماعی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

د) پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی: پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد استفاده در این پژوهش بر پایه مدل کارول (۱۹۹۱) و براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت است که در قالب چهار مؤلفه مسئولیت‌پذیری قانونی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری ملی و بشردوستانه می‌باشد و متشکل از ۱۶ گویه است که گویه‌های (۱ تا ۴) مؤلفه مسئولیت‌پذیری قانونی، گویه‌های (۵ تا ۸) مسئولیت‌پذیری اقتصادی، گویه‌های (۹ تا ۱۲) مسئولیت‌پذیری اخلاقی و گویه‌های (۱۳ تا ۱۶) مسئولیت‌پذیری ملی و بشردوستانه را می‌سبند. کلید نمره دهی سوالات پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی به صورت کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. ضریب پایایی این پرسشنامه را در ایران Karimi Darreh Jiri (2016) در پژوهشی ۰/۸۶ گزارش نمود. در این مطالعه نیز ۰/۷۹ می‌باشد. پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

پس از توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزارهای لیزرل، آموس و اس‌پی‌اس ورژن ۲۵ انجام یافت.

یافته‌ها

از تعداد کل پاسخگویان جنسیت ۱۲۹ نفر (۹۱/۵ درصد) مرد و ۱۲ نفر (۸/۵ درصد) زن بوده‌اند. ۱ نفر (۰/۷ درصد) دارای مدرک کارشناسی، ۱۵ نفر (۱۰/۶ درصد) کارشناسی ارشد و ۱۲۵ نفر (۸۸/۷ درصد) دارای مدرک دکتری بوده‌اند. ۱۱۰ نفر (۷۸/۰ درصد) هیئت علمی و ۳۱ نفر (۲۲/۰ درصد) غیر هیئت علمی بوده‌اند. در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی ارائه شده‌اند. شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد متغیرها نشانگر پراکندگی مناسب داده‌ها و شاخص‌های چولگی و کشیدگی حاکی از طبیعی بودن توزیع متغیرهای پژوهش می‌باشند. در مدل‌یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. قدر مطلق چولگی و قدر مطلق کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد. با توجه به جدول ۱ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها کمتر از مقادیر مطرح می‌باشد. بنابر این پیش‌فرض مدل‌یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است.

مدیریت بر آموزش سازمانها

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
۱	هوش فرهنگی	۶۴/۷۷	۱۲/۰۱	۰/۲۷	-۰/۵۰
۲	هویت اجتماعی	۵۴/۶۵	۸/۸۱	۱/۳۸	۲/۴۵
۳	مسئولیت پذیری اجتماعی	۵۷/۸۵	۱۱/۵۱	-۰/۲۱	-۰/۸۹
۴	ویژگی‌های رهبری معنوی	۹۰/۳۸	۱۰/۴۷	-۰/۲۲	-۰/۷۷

قبل از پرداختن به آزمون مدل نظری پژوهش، بین متغیرهای مدل نظری باید همبستگی معنی دار وجود داشته باشد.

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

شماره	متغیر	۱	۲	۳	۴
۱	هوش فرهنگی	۱			
۲	هویت اجتماعی	۰/۱۸*	۱		
۳	مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۵۶**	۰/۴۶**	۱	
۴	ویژگی‌های رهبری معنوی	۰/۴۷**	۰/۴۰**	۰/۶۱**	۱

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

نتایج جدول نشان دهنده وجود رابطه مثبت و معنی دار بین متغیرهای پژوهش می‌باشد.

جدول ۳: شاخص‌های نیکویی برازش مدل آزمون شده پژوهش

شاخص	GFI	AGFI	SRMR	CFI	NFI	NNFI	χ^2	PNFI	RMSE
مقدار	۰/۹۵	۰/۹۱	۰/۰۳	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۶	۲/۵۷	۰/۶۴	۰/۰۶

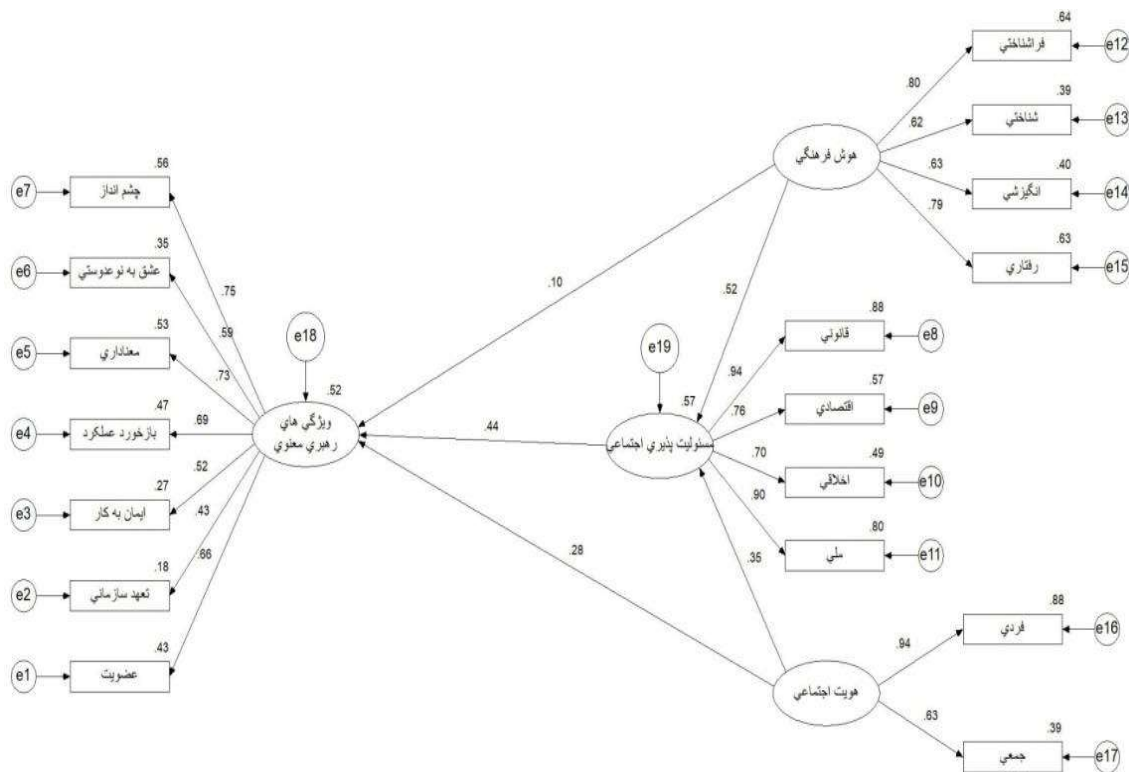
با توجه به جدول ۳ برای مدل آزمون شده شاخص نیکویی برازش (GFI)، (۰/۹۵) می‌باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می‌باشد. شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI)، (۰/۹۱) می‌باشد که بیشتر از (۰/۸۰) می‌باشد. و ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)، (۰/۰۳) می‌باشد که کمتر از (۰/۰۵) می‌باشد. شاخص برازش تطبیقی (CFI)، (۰/۹۶) می‌باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می‌باشد. شاخص

تحلیل ساختاری تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر... محمودی، مهاجران، قلاوندی

برازش هنجار شده (NFI)، (۰/۹۳) می باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می باشد. شاخص برازش هنجار نشده (NNFI)، (۰/۹۶) می باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می باشد. مجذور خی بر درجه آزادی (χ^2/df)، (۲/۵۷) می باشد که کمتر از (۳) است. شاخص برازش ایجاز (PNFI)، (۰/۶۴) می باشد که بیشتر از (۰/۶۰) است و مجذور میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA) نیز (۰/۰۶) می باشد که کمتر از (۰/۰۸) است. با توجه به این یافته‌ها می توان گفت که مدل آزمون شده پژوهش از برازش خوبی برخوردار است.

در شکل ۲ مدل آزمون شده پژوهش گزارش شده است. برای آزمون این مدل از نرم افزار AMOS24 استفاده شده است. همچنین در جدول ۴ نتایج مربوط به ضرایب اثرات مستقیم گزارش

شده است.



شکل ۲: سنجش روابط علی بین متغیرهای پژوهش

جدول ۴: اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده متغیرها

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل	واریانس تبیین شده
به روی ویژگی‌های رهبری معنوی از طریق	۰/۴۴	-	۰/۴۴	۰/۵۲
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۱۰	۰/۲۳	۰/۳۳	
هوش فرهنگی	۰/۲۸	۰/۱۵	۰/۴۳	
هویت اجتماعی				۰/۵۷
به روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق	۰/۵۲	-	۰/۵۲	
هوش فرهنگی	۰/۳۵	-	۰/۳۵	
هویت اجتماعی				

با توجه به جدول ۴ پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم هوش فرهنگی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۰۴) می‌باشد. اثر مستقیم استاندارد شده بر این مسیر (۰/۱۰) می‌باشد آماره تی این اثر نیز (۰/۸۷) است که معنی‌دار نمی‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم هوش فرهنگی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۵۷) می‌باشد اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۵۲) می‌باشد آماره این اثر نیز (۰/۵/۶۱) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۸) می‌باشد. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۸) می‌باشد آماره تی این اثر نیز (۲/۷۷) است که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم هویت اجتماعی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۲۶) می‌باشد. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۳۵) می‌باشد آماره تی این اثر نیز (۳/۸۹) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۱۶) می‌باشد. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۴۴) می‌باشد آماره تی این اثر نیز (۳/۳۹) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر غیرمستقیم هوش فرهنگی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۰۹) می‌باشد اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۳) می‌باشد که در سطح (۰/۰۱) مثبت و معنی‌دار است. پارامتر استاندارد نشده اثر غیرمستقیم هویت اجتماعی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۰۴) می‌باشد اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۱۵) می‌باشد که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی‌دار است. از میان متغیرهای تأثیرگذار بر ویژگی‌های رهبری معنوی بیشترین اثر کل مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۴۴) می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی مهم‌ترین پیش‌بین ویژگی‌های رهبری معنوی می‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل ساختاری تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه انجام شده است. سازمان‌های آموزشی مانند دانشگاه که بیشتر با متغیرهای جنسیت، قومیت و نژاد سروکار دارد هوش فرهنگی مدیران دانشگاهی را می‌طلبد. رهبری معنوی تحت تأثیر هوش فرهنگی مدیران است و می‌تواند هم‌نوع دوستی و هم‌تعهد مدیران دانشگاهی را تضعیف یا تقویت کند. با ورود به عصر دانایی و اطلاعات، طرح مباحث جهانی شدن و بعدها ظهور عصر پست‌مدرن با شاخص‌های ابهام و عدم قطعیت مطالعه، هویت اجتماعی مدیران دانشگاهی مهم به نظر می‌رسد زیرا هویت اجتماعی مدیران دانشگاهی می‌تواند به‌عنوان یک مؤلفه روانی بر ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران تأثیر داشته باشد به طوری که باعث ایجاد محدودیت یا جبران محدودیت ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران شود. یکی از کارهای مدیران دانشگاهی ما در این شرایط جدی تلقی کردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه است، مدیران دانشگاه نیازمند آشکارسازی و آژیه مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه برای خودشان هستند تا به‌عنوان مدیر دانشگاهی چالش‌ها را بهتر بشناسند، بررسی کنند و نقش رهبری معنوی خود را در حد امکان به نحوه احسن ایفا نمایند. به این ترتیب متوجه می‌شویم که ارتباط میان این متغیرها یک رابطه متقابل پویا است یعنی از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند و بر هم تأثیر می‌گذارد. در موقعیت فعلی تغییرات در زمینه نظام دانایی نظام آموزش عالی می‌تواند وابسته به ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران باشد زیرا ویژگی‌های رهبری معنوی زمینه‌اندیشیدن به این مسئله را فراهم می‌سازد. همواره اهمیت ویژگی‌های رهبری معنوی در نظام آموزش عالی در مجموعه گسترده‌ای از مطالعات مورد تأکید واقع شده است. با وجود این که ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران بازتاب هوش فرهنگی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها است احتمالاً هیچ پژوهشی جدیدی وجود ندارد که ویژگی‌های رهبری معنوی را با این متغیرها به این شکل پیوند دهد.

نتایج پژوهش نشان داد که هوش فرهنگی با ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه معنی‌دار نیست. اما هویت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه مستقیم و معنی‌دار هستند، از طرفی هوش فرهنگی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه معنی‌دار است. همچنین هویت اجتماعی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه معنی‌دار است.

نتایج این پژوهش با نتایج تحقیق (Abbasi Esfanjani & Barzegar Valilo, 2019)، (Karimi Takloo, (Jokar et al, 2014)، (Nasiri & Hosseinzadeh, 2018)، (Wang et al, 2019) و (Osman-Gani & Hassan, 2018) همسو و هماهنگ بود اما با نتایج پژوهش (Solomon & Steyn, 2017) نا همسو بود.

در توجیه این یافته‌ها می‌توان گفت در سازمان دانشگاه گروه‌های کاری از نقاط مختلف جهان به‌صورت الکترونیکی به هم وصل می‌شوند. لذا نیاز به یک ائتلاف اجتماعی میان فرهنگ‌های گوناگون احساس می‌شود (Richter et al, 2021)، هوش فرهنگی مدیران به این امر کمک می‌کند. در دنیایی که عبور از مرزها کاری عادی و ساده شده است هوش فرهنگی یک نیاز حیاتی برای همه مدیران و رهبران است (Tan & Hall, 2005). افرادی که هوش فرهنگی دارند به نوعی در خود فرو می‌روند و تقریباً مثل افراد مسئولیت‌پذیر فردگرا هستند. درحالی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیرونی ویژگی افراد جمع‌گرا است (Farooq et al, 2017). مدیران و رهبران موفق رمز برخورد با فرهنگ‌های گوناگون را می‌آموزند و از آن استفاده می‌کنند (Tan & Hall, 2005). هنگامی که مدیران از تعاملات میان فرهنگی موفق با دیگر اعضا لذت می‌برند به‌احتمال زیاد از پویای فرصت‌ها نیز حمایت خواهند کرد (Tuan, 2015). بخصوص در شرایط فعلی که دانشگاه ارومیه اقدام به جذب دانشجوی بین‌المللی و انعقاد قرارداد با شعبه نوکوس دانشگاه تاشکند ازبکستان نموده‌است هوش فرهنگی یک ساختار حیاتی به نظر می‌رسد که رهبران دانشگاهی می‌توانند از آن در شرایط فعلی دانشگاه ارومیه برای مؤثر واقع شدن به وسیله انتقال دادن تجربه بین‌المللی در محتوای فرهنگی گوناگون دانشگاه استفاده کنند. مسئولیت ایجاد ارتباطات هدفمند در سازمان دانشگاه برعهده رهبران دانشگاهی است. بنابراین رهبر دانشگاهی که در جست‌وجوی هویت خود به دنبال برقراری ارتباط هدفمند است می‌تواند در زمینه تصمیمات اخلاقی که جزء مسئولیت‌های اجتماعی مدیران است، فعالیت قابل‌توجهی داشته باشد. فرایند هویت اجتماعی یک پیش‌بینی‌کننده خوب در محیط‌های پرسترس مانند دانشگاه است که می‌تواند براحتی مدیر نسبت به دیگران تاثیر بگذارد. مشورت رهبر در دانشگاه یکی از عملکردهای متعهدانه او و جنبه‌ای از هویت اجتماعی‌اش است که زیرمجموعه‌هایش را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Adarves- Yorno et al, 2020). اثربخشی هویت به عمل جمعی مانند مسئولیت‌پذیری اجتماعی وابسته است. همچنین هویت اجتماعی از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران خود را نشان می‌دهد. هویت اجتماعی مدیران از میان منابع قدرت، قدرت شخصی است که می‌توان آن را در قابلیت‌های رهبری مانند تشخیص، تطابق و ارتباطات مشاهده نمود. ما باید در محیط دانشگاه این نکته را در نظر بگیریم که رهبری معنوی مدیران در فرهنگ بوروکراسی که در آن مسئولیت‌پذیری اجتماعی ضعیف می‌باشد، قابل‌توجه نیست زیرا همانطور که (Ozgenel & Ankaralioghlu, 2020) بیان نموده‌اند انجام کار وابسته به امور اداری به حالت دیوانسالاری کلاً با سبک رهبری معنوی همپوشانی ندارد. (Dasilva Junior et al, 2019) بیان می‌کند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی انضباط اجباری نیست. سابقه مسئولیت‌پذیری اجتماعی قبلی مدیران

Nokos^۱
Tashkend^۲

هم در کارشان بی تأثیر نمی باشد، در واقع علاقه مدیران به مسئولیت پذیری اجتماعی مهم است. معنویت به مدیرانی نیاز دارد که دارای تعهد سازمانی بالایی باشند. یکی از ارزش هایی که رهبران معنوی را در این زمینه مستعد می کند بازخورد عملکرد است. مدیران می توانند تجارب مؤثر مثبت خود را به وسیله بازخورد عملکرد با همکاران شان ارتقا دهند. (Wang, 2019) اشاره کرده اند رهبری معنوی یک منبع مهم برای وظایف عملکردی مدیران است که می تواند الهام بخش مدیران برای کار فراتر از تعهد برای کار معمولی باشد. اما (Solomon & Steyn, 2017) در پژوهشی تحت عنوان سبک های رهبری: نقش هوش فرهنگی نشان دادند که هوش فرهنگی رهبر نسبت به رهبری هدایت شونده رابطه قدرتمندتری با رهبری توانمند دارد. با توانمندسازی رهبری، هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزشی رهبر به عنوان پیشینیان مهم عمل می کرد. در توجیه این ناهمسویی می توان گفت که ممکن است ناشی از جامعه آماری متفاوت و همچنین فرهنگی های متفاوت باشد که همه ی این موارد می تواند منجر به نتایج متفاوت شود.

این پژوهش نیز مانند پژوهش های دیگر دارای محدودیت هایی بود که عبارتند از: ۱. عوامل و متغیرهای سازمانی که در اختیار پژوهشگر نمی باشد ولی بر پاسخگویی به سوالات تحقیق و در نهایت بر نتایج پژوهش تأثیر می گذارد. ۲. عوامل روانی تاثیرگذار مانند خستگی نسبت به پاسخگویی به سوالات از طرف کارکنان به دلیل توزیع پرسشنامه های مختلف توسط دانشجویان در دانشگاه ارومیه. ۳. عوامل محیطی تأثیرگذار در فرآیند اجرای پرسشنامه ها به دلیل شرایط کرونایی و محدودیت های ورود و خروج به دانشگاه و دورکاری تعدادی از پرسنل دانشگاه ارومیه در زمان اجرای پژوهش حاضر. ۴. روش پژوهش صرفاً کمی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود. ۵. جامعه آماری پژوهش حاضر مناسب دانشگاه ارومیه بوده لذا در تعمیم نتایج آن به دانشگاه های دیگر باید احتیاط کرد. همچنین برای بهتر شدن پژوهش های آینده، پیشنهادات زیر ارائه می شود: ۱. توسعه خودباوری رهبران دانشگاهی درباره موفقیت دانشگاه در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق انتشار نتایج فعالیت های مربوط به حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه. ۲. سیاست پیش قدم بودن هوش فرهنگی و مسئولیت پذیری اجتماعی رهبران دانشگاهی قبل از انتصاب در پست های مدیریت، از طریق هماهنگی با مدیریت منابع انسانی دانشگاه. ۳. درگیر کردن مدیران با جلسات کاری مربوط به سهیم کردن آن ها در موضوعات مختلف مربوط به هویت، مکان کاری رهبر معنوی در این مورد می تواند یک بافت شایسته فراهم کند و باعث برگشت هزینه های مربوط به مسائل هویت اجتماعی شود. ۴. زمینه سازی برای بازاندیشی هویت اولیه مدیران و ایجاد هویتی بازاندیشانه در محیطی مانند دانشگاه از طریق اولویت قرار دادن مسئولیت دانشگاه در زمینه ارتباطات آن با جامعه محلی. ۵. بازگو کردن نتایج عملکرد مدیران در ارتباط با فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی رهبران معنوی در دانشگاه از طریق پاداش های جمعی در مقاطع زمانی مشخص. ۶. انتقال ایده مسئولیت به مسئولیت پذیری اجتماعی در دانشگاه با تأکید بر یادگیری فهم فرهنگی و تجارب بین المللی از طریق عناوینی مثل جلسات آگاهی بخش مسئولیت پذیری اجتماعی. ۷. محدود نکردن فعالیت های دانشگاه به

فضای شناختی و طراحی برنامه‌هایی برای بهبود مهارت‌های مدیران در حوزه‌های مسئولیت‌پذیری و هویت از طریق مراقبت‌های بهداشتی حرفه‌ای.

تعارض منافع / حمایت مالی

این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول با موضوع تحلیل ساختاری تأثیر هوش فرهنگی و هویت اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی با تأکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه می‌باشد و نتایج پژوهش حاضر با منافع هیچ سازمانی در تعارض نیست و بدون حمایت مالی انجام شده است.

منابع

- Abbasi Esfanjani, H., & Barzegar Valilo, M. (2019). Analysis of the relationship between spiritual leadership and performance with the mediating role of organizational identity in the Social Security Organization of East Azerbaijan Province. *Journal of Governmental Institutions Management*, 7 (2): 97-114. [In Persian]
- Adarves-Yorno, I., Mahdon, M., Schueltke, L., Koschate-Reis, M., & Tarrant, M. (2020). Mindfulness and social identity: Predicting well-being in a high-stress environment. *Journal of Applied Social Psychology*, 50(12): 720-732.
- Arikan, N. (2020). Effect of Personal and Social Responsibility-Based Social-Emotional Learning Program on Emotional Intelligence. *Journal of Education and Learning*, 9(2), 148-159.
- Bahmani, A., & Balouchi, H. (2021). Investigating the effect of leaders' humility on the moral behaviors of followers with the mediating role of spirituality in work. *Journal of Management Research in Islamic University*, 10 (1): 101-122. [In Persian]
- Bashiri, A., & Nasrallah Vasati, S. (2017). The Impact of Transcendental Leadership on Ethical Accountability: Explaining the Role of Spirituality in the Workplace. *Journal of Management Studies (Improvement and Transformation)*, 26 (84): 33-52. [In Persian]
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34 (4): 39-48.
- Cheraghi, J. J., Shariatmadari, M., Hamidifar, F., & Shoghi, B. (2021). Provide a structural model of virtuous leadership to predict job motivation, job satisfaction and innovative behaviors based on organizational commitment, organizational climate and managerial strategies. *Journal of Research in Educational Systems*, 14 (51): 81-97. [In Persian]

- Dasilva Junior, A., De Oliveira Martins-Silva, P., De Araújo Vasconcelos, K. C., Da Silva, V. C., De Brito, S. L. M. S., & Monteiro, J. M. R. (2019). Sustainability and corporate social responsibility in the opinion of undergraduate students in management programs: Between the concrete and the abstract. *Journal of Cleaner Production*, 207, 600-617.
- Earley, P. C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford University Press.
- Farooq, O., Rupp, D. E., & Farooq, M. (2017). The multiple pathways through which internal and external corporate social responsibility influence organizational identification and multifoci outcomes: The moderating role of cultural and social orientations. *Academy of management journal*, 60(3), 954-985.
- Fazl Elahi Ghomshi, S. (2015). Students' responsibility Influential factors and priorities. *Journal of Culture in Islamic Universities*. 5 (16): 327-346. [In Persian]
- Frings, D., Wood, K. V., Lionetti, N., & Albery, I. P. (2019). Tales of hope: Social identity and learning lessons from others in Alcoholics Anonymous: A test of the Social Identity Model of Cessation Maintenance. *Addictive behaviors*, 93, 204-211.
- Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 693-727. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.001>.
- Habibi, N., Vazifedoust, H., & Jafari, P. (2016). Components of promoting social responsibility in Islamic Azad University. *Journal of Research and Planning in Higher Education*. 23 (2): 125-145. [In Persian]
- Jenkins, R. (1996). *social Identity*. Translated by Touraj Yarahmadi. (1391). Tehran: Pardis Danesh Publications. [In Persian]
- Jekar, B., Hussein Chari, M., & Mehrpour, A. (2014). Predicting social responsibility based on identity styles in Shiraz University students. *Journal of Culture in Islamic University*. 14 (10): 3-22. [In Persian]
- Karimi Darreh Jiri, M. (2016). Investigating the role of corporate social responsibility on employee empowerment mediated by organizational culture. Thesis for master's degree. University of Guilan. [In Persian]
- Karimi Takloo, S., Sayadi Turanlu, H., & Klondi, M. (2013). Investigating the relationship between cultural intelligence and social responsibility among employees of Vali-e-Asr University of Rafsanjan. National Conference on Management Accounting, Tehran. [In Persian]
- Meshbaki, A., Magnificent, M., & Alipour, V. (2006). Spirituality and leadership. *Bi-Quarterly Journal of Industrial Management Studies*. 5 (14): 177-200. [In Persian]
- Nadi, M. E. (2015). The Relationship between Social Identity and Organizational Commitment with Organizational Communication among the Employees of Isfahan and Yazd Sports and Youth Organization. *Bimonthly Journal of Sports Management Studies*. 8 (37): 161-180. [In Persian]
- Najafi, H. Khaleghkhoh, A., & Talebi, M. (2017). The effect of spiritual leadership on employee job satisfaction mediated by spiritual health to provide a

- structural equation model. *Journal of Management Research at Islamic University*. 6 (1): 146-133. [In Persian]
- Nasiri, H. & Hosseinzadeh, A. A. (2018). Investigating the relationship between cultural intelligence of principals and their perception of spirituality in the workplace in Ardabil secondary schools. *National Conference on New World Achievements in Education, Psychology, Law and Socio-Cultural Studies, Khoy*.
 - Osman-Gani, A.M., & Hassan, Z. (2018). Impacts Of Spiritual And Cultural Intelligence On Leadership Effectiveness: A Conceptual Analysis. *Journal of Islamic Management Studies*, 1 (2) : 12-23.
 - Özgenel, M. & Ankaralıoğlu, S. (2020). The effect of school administrators' spiritual leadership style on school culture. *Spiritual Psychology and Counseling*, 5(2): 137-165. <https://dx.doi.org/10.37898/spc.2020.5.2.93>.
 - Qader Tilly, S. (2017). Structural model of the relationship between cultural intelligence, emotional intelligence or social adjustment and the mediating role of mental health in Syrian immigrants living in Iraq. Thesis for master's degree. Urmia University. [In Persian]
 - Randrianasolo, A., Semenov, A., Arnold, M., & Reynolds, K. (2020). A model of cultural intelligence and global identity. *Journal of Consumer Marketing*, 37 (7): 821-832.
 - Rezaei, M., & Taheri Kia, F. (2021). Investigating the role of organizational social responsibility on organizational commitment. *International Conference on Fundamental Research in Management. Development and Humanities, Karaj*. [In Persian]
 - Richter, N. F., Martin, J., Hansen, S., Taras, V., & Alon, I. (2021). Motivational configurations of cultural intelligence, social integration, and performance in global virtual teams. *Journal of Business Research*, 129: 351-367.
 - Sadattalab, A., Fath Elahi Koocheh, A& Karimi Tabar, H. (2021). The mediating role of organizational justice in the relationship between transformational leadership and succession in higher education. *Journal of Research in Educational Systems*, 14 (51): 119-136. [In Persian]
 - Salavati, A., Rostami Nowruzabad, M., & Rahmani Norouzabad, S. (2013). Professional ethics and social responsibility in the hotel industry. *Journal of Tourism Management Studies (Tourism Studies)*. 8 (21): 107-143. [In Persian]
 - Sehat, S., Vahidinia, A., & Deilami Azdi, A. (2017). Investigating the Relationship between Cultural Intelligence and Creativity (Case Study: International Hotels in Tehran). *Journal of Human Resources Studies*. 6 (19): 90-140. [In Persian]
 - Shir Beigi, N., Barkhoda, J., & Fatehipour, G. (2018). Analysis of the Structural Relationship between Organizational Commitment and Organizational Learning of Employees (Case Study of Kurdistan University). *Quarterly Journal of New Approach in Educational Management*, 10, 4 (40): 188-209. [In Persian]

- Solomon, A., & Steyn, R. (2017). Leadership styles: The role of cultural intelligence. *SA Journal of Industrial Psychology*, 43(0): 1 –12. <https://doi.org/10.4102/sajip.v43i0.1436>.
- Steffens, N. K., Haslam, S. A., Reicher, S. D., Platow, M. J., Fransen, K., Yang, J., & Boen, F. (2014). Leadership as social identity management: Introducing the Identity Leadership Inventory (ILI) to assess and validate a four-dimensional model. *The leadership quarterly*, 25(5): 1001-1024.
- Tan, J. A., & Hall, R. J. (2005). The effects of social desirability bias on applied measures of goal orientation. *Personality and Individual Differences*, 38(8): 1891-1902.
- Tayebi nia, A. (2018). University, women's identity and politicization. First Edition. Tehran: Cultural and Social Policy and Planning Office Publications. [In Persian]
- Thomas, E. F., Zubielevitch, E., Sibley, C. G., & Osborne, D. (2020). Testing the social identity model of collective action longitudinally and across structurally disadvantaged and advantaged groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(6): 823-838.
- Tuan, L. T. (2015). Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: cultural intelligence as a moderator. *Journal of research in marketing and entrepreneurship*. 17 (2): 212-228.
- Wang, L., Wang, H.-Q., & Sun, Y.-P. (2020). How spiritual leadership contributes to followers' helping behavior. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 48(11):1-12.
- Wang, M., Guo, T., Ni, Y., Shang, S., & Tang, Z. (2019). The Effect of Spiritual Leadership on Employee Effectiveness: An Intrinsic Motivation Perspective. *Front. Psychol.* 9:2627. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02627.