مدیریت برآموزش سازمانها سال یازدهم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱ شماره صفحه ۲۲۳- ۲۰۷

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.

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، اما۱۴۱ 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 به‌ترتیب (r=۰/۷۱) ، (r=۰/۸۱) ، (r=۰/۷۵) و (r=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 تاکید بر نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان مدیران دانشگاه ارومیه تأثیر مستقیم مثبت و معنی‌داری دارد و بیشترین تاثیر مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی است. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که با ارتقا هوش فرهنگی و هویت اجتماعی مدیران دانشگاه ارومیه که بر ویژگی‌های رهبری معنوی مدیران تاثیر می‌گذارند، می‌توان عملکرد دانشگاه را ارتقا داد و همچنین مسولیت پذیری 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

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

Managing Education in Organizations Vol.11/No.3/ Atumn 2022 Page 207-223

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 intelligenceand 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

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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 Beigi et al, 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 افزاش 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 هیجان انگیز می‌باشد (Steffens et al, 2014). اما ارائه فهم این پویایی شناسی‌ها 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 کاراست. ورود مفاهیمی مانند نوع‌دوستی حکایت از ظهور پارادایم جدیدی تحت عنوان معنویت است (Bashiri & Nasrallah Vasati, 2017). با بهره گیری و تقویت معنویت در محیط کار می‌توان رشد اخلاقی

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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). ازطرفی 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 مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی بر تعهد سازمانی در گروه مدیران خودرو در شهر تهران نتیجه گرفتند که بین مسئولیت-پذیری 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 مسؤلیت‌پذیری 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 مسؤلیت‌پذیری 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،

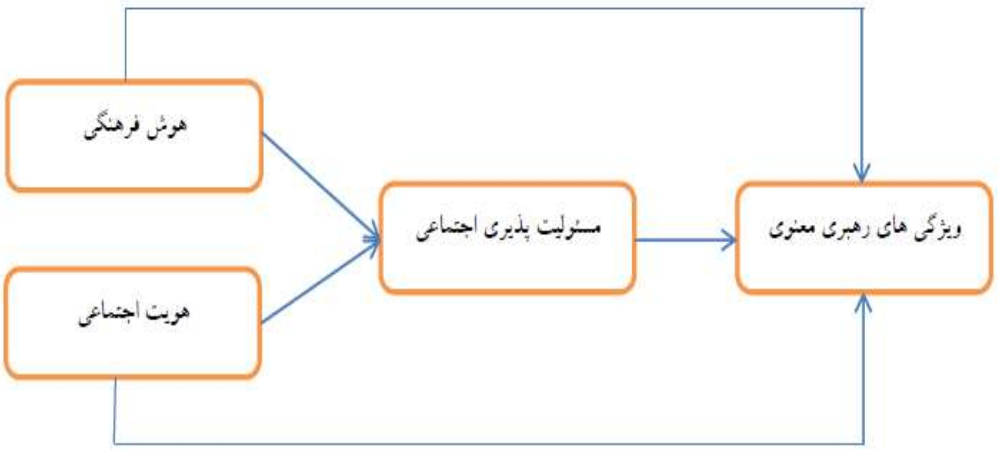
[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. پژوهش Van Dick et al. (2019) تحت عنوان هویت، اهمیت و نقش آن‌ها در چگونگی تأثیر مسئولیت‌اجتماعی سازمان بر نگرش و رفتار محیط کار نشان داد که بین مسئولیت‌اجتماعی 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 تاثیر 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 ۱۵۱نفراست که به روش سرشماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌های استاندارد به شرح زیر بودند:

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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 (۱تا۳) چشم انداز، گویه‌های (۴ تا ۷) عشق به نوع‌دوستی، گویه‌های (۸ تا ۱۱) معنا داری، گویه‌های (۱۲تا 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 به‌صورت 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 می باشد. پرسشنامه رهبری معنوی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

ب) پرسشنامه هوش فرهنگی: پرسشنامه هوش فرهنگی مورداستفاده 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 می باشد 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) می باشد. 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 براساس 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 می باشد. پرسشنامه هویت اجتماعی مورداستفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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 وگویه‌های (۱۳ تا ۱۶) مسئولیت‌پذیری ملی و بشردوستانه را می‌سنجد. 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 می باشد. پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی مورد استفاده در این پژوهش به دلیل استاندارد بودن از روایی برخوردار است.

پس از توزیع پرسشنامه وجمع آوری داده‌ها، تجزیه وتحلیل آن‌ها با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری به کمک نرم افزارهای لیزرل[۱] آموس[۲]و اس پی اس اس ورژن ۲۵[۳]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) داری 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 شده اند. شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد متغیرها نشانگر پراکندگی مناسب داده ها و شاخص‌های چولگی و کشیدگی حاکی از طبیعی بودن توزیع متغیرهای پژوهش می‌باشند. در مدل یابی 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 پیش فرض مدل یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است.

---

۱ Lisrel
۲ Amos
۳ SPSS25

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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	مسئولیت‌پذیری 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	X^2 /df	PNFI	RMSEA
مقدار	۰/۹۵	۰/۹۱	۰/۰۳	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۶	۲/۵۷	۰/۶۴	۰/۰۶

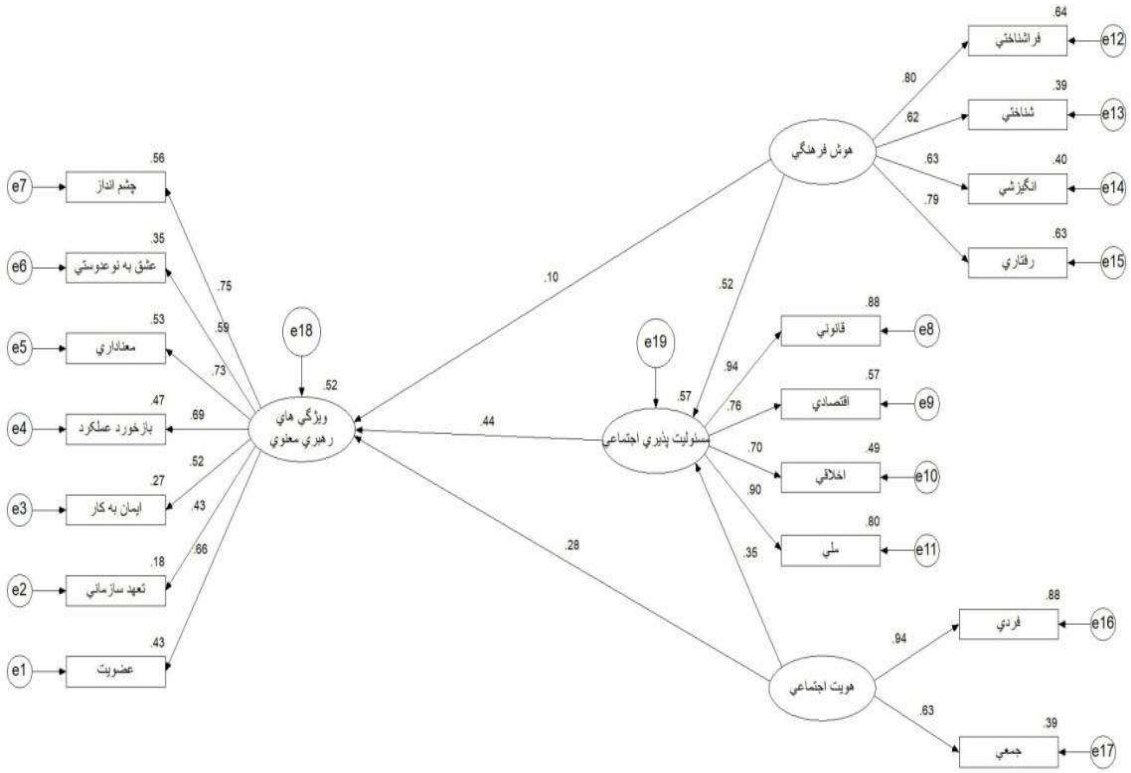
با توجه به جدول ۳ برای مدل آزمون شده شاخص نیکویی برازش (GFI)، (۰/۹۵) می‌باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می‌باشد. شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI)، (۰/۹۱) می‌باشد که بیشتر از (۰/۸۰) می‌باشد. و ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)، (۰/۰۳) می‌باشد که کمتر از (۰/۰۵) می‌باشد. شاخص برازش تطبیقی (CFI)،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

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

برازش هنجار شده (NFI)، (۰/۹۳) می‌باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می‌باشد. شاخص برازش هنجار نشده (NNFI)، (۰/۹۶) می‌باشد که بیشتر از (۰/۹۰) می‌باشد. مجذور خی بر درجه آزادی (df/X^2)، (۲/۵۷) می‌باشد که کمتر از (۳) است. شاخص برازش ایجاز (PNFI)، (۰/۶۴) می‌باشد که بیشتر از (۰/۶۰) است و مجذور میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA) نیز (۰/۰۶) می‌باشد که کمتر از (۰/۰۸) است. با توجه به این یافته‌ها می‌توان 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.



شکل۲: سنجش روابط علی بین متغیرهای پژوهش

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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				۰/۵۲
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۴۴	–	۰/۴۴	
هوش فرهنگی	۰/۱۰	۰/۲۳	۰/۳۳	
هویت اجتماعی	۰/۲۸	۰/۱۵	۰/۴۳	
به روی مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق				۰/۵۷
هوش فرهنگی	۰/۵۲	–	۰/۵۲	
هویت اجتماعی	۰/۳۵	–	۰/۳۵	

با توجه به جدول ۴پارامتر 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 استانداردشده 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 هویت‌اجتماعی بر ویژگی-های 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 هویت‌اجتماعی بر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی (۰/۲۶) می‌باشد. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۳۵) می باشد آماره تی این اثر نیز (۳/۸۹) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۱۶) می‌باشد. اثر مستقیم استانداردشده برای این مسیر (۰/۴۴) می‌باشد آماره تی این اثر نیز (۳/۳۹) است که درسطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. پارامتر استاندارد نشده اثر غیرمستقیم هوش فرهنگی با میانجی‌گری مسئولیت-پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی (۰/۰۹) می‌باشد اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۳) می‌باشد که درسطح (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 استانداردشده 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 مسئولیت پذیری اجتماعی مهم‌ترین پیش‌بین ویژگی‌های رهبری معنوی می‌باشد.

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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 تاثیر هوش فرهنگی مدیران است و می‌تواند هم‌نوع دوستی و هم تعهد 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 تاثیر داشته باشد به‌طوری‌که 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 واژه مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه برای خودشان هستند تا به عنوان 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 تاثیر 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 زمینه اندیشیدن به این مسئله را فراهم می‌سازد. همواره اهمیت ویژگی‌های رهبری معنوی در نظام آموزش عالی در مجموعه گسترده‌ای از مطالعات مورد تاکید واقع شده‌است. باوجود این‌که 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 معنی دار نیست. اما هویت اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی با ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه مستقیم و معنی دار هستند، از طرفی هوش فرهنگی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی‌های رهبری معنوی دارای رابطه معنی دار است. همچنین هویت اجتماعی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ویژگی-های رهبری معنوی دارای رابطه معنی دار است.

نتایج این پژوهش با نتایج تحقیق (Abbasi Esfanjani & Barzegar Valilo, 2019)، (Nasiri & Hosseinzadeh, 2018)، (Jokar et al, 2014)، (Karimi Takloo, 2013)، (Wang et al, 2019) و (Osman-Gani & Hassan, 2018) همسو و هماهنگ بود اما با نتایج پژوهش (Solomon& Steyn, 2017) نا همسو بود.

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

در توجیه این یافته‌ها می‌توان گفت در سازمان دانشگاه گروه‌های کاری از نقاط مختلف جهان به‌صورت الکترونیکی به‌هم 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). هنگامی‌که مدیران از تعاملات میان فرهنگی موفق با دیگر اعضا لذت می‌برند به‌احتمال زیاد از پویش 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[1]دانشگاه تاشکند[2]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 به‌دنبال 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 پراسترس مانند دانشگاه است که می‌تواند براحترام 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، قابل‌توجیه 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

[1] Nokos
[2] Tashkend

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

هم در کارشان بی‌تأثیر نمی‌باشد، در واقع علاقه مدیران به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مهم است. معنویت به مدیرانی نیاز دارد که دارای تعهد سازمانی بالایی باشند. یکی از ارزش‌هایی که رهبران معنوی را در این زمینه مستعد می‌کند بازخورد عملکرد است. مدیران می‌توانند تجارب مؤثر مثبت خود را به وسیله بازخورد عملکرد با همکاران‌شان ارتقا دهند. (Wang, 2019) اشاره کرده‌اند رهبری معنوی یک منبع مهم برای وظایف عملکردی مدیران است که می‌تواند الهام‌بخش مدیران برای کار فراتر از تعهد برای کارمعمولی باشد. اما (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. در توجیه این ناهمسویی می‌توان گفت که ممکن است ناشی از جامعه آماری متفاوت و همچنین فرهنگی‌های متفاوت باشد که همه‌ی این موارد می‌تواند منجر به نتایج متفاوت شود.

این پژوهش نیز مانند پژوهش‌های دیگر دارای محدودیت‌هایی بود که عبارتند از: ۱. عوامل و متغیرهای سازمانی که در اختیار پژوهشگر نمی‌باشد ولی بر پاسخگویی به سوالات تحقیق و در نهایت بر نتایج پژوهش تأثیر می‌گذارد. ۲. عوامل روانی تاثیرگذار مانند خستگی نسبت به پاسخگویی به سؤالات از طرف کارکنان به دلیل توزیع پرسشنامه‌های مختلف توسط دانشجویان در دانشگاه ارومیه. ۳. عوامل محیطی تأثیرگذار در فرآیند اجرای پرسشنامه‌ها به دلیل شرایط کرونایی و محدودیت‌های ورود و خروج به دانشگاه و دورکاری تعدادی از پرسنل دانشگاه ارومیه در زمان اجرای پژوهش حاضر. ۴. روش پژوهش صرفا کمی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. ۵. جامعه آماری پژوهش حاضر مناسب دانشگاه ارومیه بوده لذا در تعمیم نتایج آن به دانشگاه‌های دیگر باید احتیاط کرد. همچنین برای بهتر شدن پژوهش‌های آینده، پیشنهادات زیر ارایه می‌شود: ۱. توسعه خودباوری رهبران دانشگاهی درباره موفقیت دانشگاه در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق انتشارنتایج فعالیت‌های مربوط به حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه. ۲. سیاست پیش‌قدم بودن هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رهبران دانشگاهی قبل‌از انتصاب در پست‌های مدیریت، از طریق هماهنگی بامدیریت منابع انسانی دانشگاه. ۳. درگیر کردن مدیران با جلسات کاری مربوط به سهیم کردن آن‌ها در موضوعات مختلف مربوط به هویت، مکان کاری رهبر معنوی در این‌مورد می‌تواند یک بافت شایسته فراهم کند و باعث برگشت هزینه‌های مربوط به مسائل هویت اجتماعی شود. ۴. زمینه‌سازی 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 فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی رهبران معنوی در دانشگاه از طریق پاداشهای جمعی در مقاطع زمانی مشخص. ۶. انتقال ایده مسئولیت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه با تأکید بر یادگیری فهم فرهنگی و تجارب بین‌المللی از طریق عناوینی مثل جلسات آگاهی‌بخش مسئولیت پذیری اجتماعی. ۷. محدود نکردن فعالیت‌های دانشگاه به

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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]

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

– 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]
– Jokar, 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

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]
[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

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]

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]

– 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.

[Downloaded from journalieaa.ir on 2026-11-03]

[DOI: 10.52547/meo.11.3.207]