

Occupational Psychology

ORIGINAL ARTICLE

Predicting Organizational Trust Building Based on Emotional Intelligence with the Mediation of Psychological Empowerment Among Teachers in Shiraz City

Saeid Mazlounian^{1*}, Sajedah Alavi²

1 Associate Professor, Deptment of Educational Science, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2 M.A In Education and Improvement of Human Resources, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence

Saeid Mazlounian

Email: s.mazlounian@pnu.ac.ir

How to cite

Mazlounian, S. Alavi, S. (2024). Predicting Organizational Trust Building Based on Emotional Intelligence with the Mediation of Psychological Empowerment Among Teachers in Shiraz City. Occupational Psychology, 3 (2), 9-18.

ABSTRACT

The aim of the present research was to predict organizational trust-building based on emotional intelligence, with psychological empowerment mediating among teachers in the city of Shiraz. The research method was descriptive correlation. The statistical population included teachers from all educational levels in Shiraz in 2023, of which 250 elementary school teachers selected as a sample using a multi-stage cluster random sampling method. The data collection tools included questionnaires for psychological empowerment by Thomas and Velthuisen (1990), organizational trust by Pyn (2003), and emotional intelligence by Goleman (2001). Data analysis performed using SPSS26 software and Lisrel version 8.8, employing path analysis methods. The findings indicated that the components of emotional intelligence (self-awareness, self-management, social awareness, relationship management) have a positive and direct impact on the components of psychological empowerment (feeling competent, feeling autonomous, feeling effective, feeling meaningful) and that the components of psychological empowerment also have a direct and positive impact on trust-building. Finally, the components of emotional intelligence have a positive and indirect influence on trust-building through the mediation of the components of psychological empowerment. Overall, the results showed that psychological empowerment plays a mediating role in the relationship between trust-building and emotional intelligence ($P < 0.05$). Based on this result, it suggested that specific educational programs be implemented to enhance teachers' emotional intelligence within organizations, and that managers should seriously consider employees' ideas and strengthen their trust to bolster empowerment among teachers despite competition.

KEYWORDS

Organizational Trust Building, Emotional Intelligence, Psychological Empowerment, Teachers of Shiraz City.

نشریه علمی

روانشناسی کار

«مقاله پژوهشی»

پیش‌بینی اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با واسطه‌گری توانمندسازی روان‌شناختی در میان معلمان شهر شیراز

سعید مظلومیان^{۱*}، ساجده علوی^۲

۱ دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲ کارشناسی ارشد آموزش و بهسازی منابع انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر پیش‌بینی اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با واسطه‌گری توانمندسازی روان‌شناختی در میان معلمان شهر شیراز بود. روش تحقیق توصیفی همبستگی بود. جامعه آماری شامل معلمان تمام مقاطع تحصیلی شهر شیراز در سال ۱۴۰۲ که ۲۵۰ نفر از معلمان مقطع ابتدایی به روش تصادفی خوشه‌ای مرحله‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری شامل پرسش‌نامه‌های توانمندسازی روان‌شناختی توماس و ولتهوس (۱۹۹۰)، اعتمادسازمانی پاین (۲۰۰۳) و هوش هیجانی گلن (۲۰۰۱) بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۲۶ و لیزرل نسخه ۸.۸ و روش تحلیل مسیر بود. یافته‌ها نشان داد که مؤلفه‌های هوش هیجانی (خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی، مدیریت روابط) بر مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی (احساس شایستگی، احساس خودمختاری، احساس مؤثر بودن، احساس معنادار بودن) تأثیر مثبت و مستقیم دارند و همچنین مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی بر اعتمادآفرینی تأثیر مستقیم و مثبت دارند ($P < 0.05$). در آخر مؤلفه‌های هوش هیجانی از طریق واسطه‌گری مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی بر اعتمادآفرینی تأثیر مثبت و غیرمستقیم دارند ($P < 0.05$). به‌طور کلی نتایج نشان داد که توانمندسازی روان‌شناختی در رابطه بین اعتمادآفرینی و هوش هیجانی نقش میانجی‌گری دارد ($P < 0.05$). بر اساس این نتیجه پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزشی خاصی در جهت افزایش هوش هیجانی معلمان در سازمان‌ها به اجرا گذاشته شود. همچنین مدیران باید به ایده‌های کارکنان به‌طور جدی توجه داشته باشند و اعتماد را در آن‌ها تقویت نمایند تا با وجود رقابت، توانمندسازی را در معلمان تقویت نمایند.

واژه‌های کلیدی

اعتمادآفرینی سازمانی، هوش هیجانی، توانمندسازی روان‌شناختی، معلمان شهر شیراز.

نویسنده مسئول:

سعید مظلومیان

رایانامه: s.mazlounian@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

سعید مظلومیان، ساجده علوی (۱۴۰۳). پیش‌بینی اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با واسطه‌گری توانمندسازی روان‌شناختی در میان معلمان شهر شیراز. فصلنامه روان‌شناسی کار، ۳ (۲)، ۱۸-۹

<https://etl.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

مدیریت بر مبنای اعتماد، بیانی نوین از اندیشه‌ای کهن است که جای آن در روابط امروزی به خوبی نمایان و آشکار است و به کارگیری ساز و کارهای آن می‌تواند در کسب نتایج مطلوب فردی و سازمانی مؤثر باشد (میرزائی و عبداله‌زاده نامانلو، ۱۴۰۳). مدیریت بر مبنای اعتماد تکنیکی است که انسان‌ها در روابط خود آن را به کار می‌گیرند، اما تا کنون بدان به عنوان تکنیک رفتاری که می‌شود آن را آموزش داد و در جایگاه‌های مختلف از آن بهره گرفت، نگرسته نشده است (محترم و همکاران، ۱۴۰۳). اعتماد یک موضوع بین رشته‌ای است و از رشته‌هایی مانند روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نشأت می‌گیرد. به عقیده تایلر^۱، اعتماد زمینه‌ساز است برای درک این‌که چگونه مشارکت مؤثر را در درون سازمان‌ها ایجاد کنیم؛ یعنی اعتماد یک عنصر کلیدی است زیرا مشارکت را می‌آفریند و همان‌طور که می‌دانیم، مشارکت در سازمان‌ها همیشه با اهمیت بوده است (متولیان و همکاران، ۱۴۰۲). صاحب‌نظران باور دارند که اعتماد می‌تواند منجر به همکاری بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها شود. امروزه سازمان‌ها در جستجوی راه‌های جدیدی برای ارتقای مشارکت بین افراد و گروه‌ها و بهره‌گیری از آثار آن هستند (قنبری و همکاران، ۱۴۰۲). از این‌رو بیش از هر زمان به اعتماد و چگونگی تقویت و واقعی‌سازی آن توجه دارند. به‌طور کلی روان‌شناسان اعتماد و فرآیند اعتمادسازی را یکی از پایه‌های اساسی توسعه فردی توصیف کرده‌اند (ایسلام و همکاران^۲، ۲۰۲۴). امروزه اندیشمندان دیگر رشته‌ها، به ویژه مدیریت بازرگانی، فرآیندهای اعتماد را در محیط‌های تجاری با عنوان اتخاذ استراتژی، مشارکت و رفتار سازمانی فراگیر توصیف می‌کنند (سایاکور^۳، ۲۰۲۰).

این عقیده که اعتماد در محیط‌های کاری به عنوان عامل اصلی بالقوه‌ای است که منجر به بهبود عملکرد سازمانی می‌شود و می‌تواند یکی از منابع مزیت رقابتی در بلند مدت باشد، نیز به سرعت مورد توجه قرار گرفته است. ایجاد محیطی که دارای اعتماد سازمانی^۴ است، تأثیرات مثبت زیادی برای سازمان‌ها دارد، بر عکس هزینه‌های بی‌اعتمادی به علت تمایل نداشتن کارکنان به همکاری و مشارکت، خطرپذیری به خاطر رفتارهای نامناسب، کیفیت پایین کار و نیاز به کنترل، می‌تواند سنگین باشد (میرزائی و عبداله‌زاده نامانلو، ۱۴۰۳).

یکی از ویژگی‌های برجسته مدیران امروز، توانایی اعتمادآفرینی و پاسداری از آن است. اعتماد در نظر اول مفهومی روشن و بی‌نیاز از تعریف می‌نماید (گودرزی و همکاران، ۱۴۰۳). اما هر گاه تصور ذهنی افراد را در این مورد جویا می‌شویم با اختلاف شدید روبه‌رو می‌گردیم. برخی روان‌شناسان اعتماد را به صمیمیت و دوستی فعالانه دو طرف در جهت افزایش لذت‌های مادی و معنوی می‌دانند. وقتی به خود یا فرد دیگری اعتماد می‌کنیم در واقع از عملکرد خود یا دیگری در خصوص خودمان احساس اطمینان و امنیت داریم. اطمینان و امنیت به کسی می‌تواند ابعاد مختلفی داشته باشد و به همین دلیل اعتماد ابعاد گوناگونی دارد و بر این مبنای اعتمادآفرینی در کسب و کار را می‌توان ایجاد اطمینان و احساس امنیت طرف داد و ستد دانست (پوپر و مایسل^۵، ۲۰۱۹).

بررسی ادبیات موجود در حوزه سازمان‌های غیرآموزشی نشان می‌دهد که متغیرهای گوناگونی با اعتمادآفرینی سازمانی رابطه دارند، اگر چه وجود این عوامل در تمام سازمان‌ها مطلوب است اما اهمیت آن در مدارس و برای معلمان بیشتر احساس می‌شود. بی‌شک پاسخ مناسب به حساسیت‌های اجتماعی در بعد پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان و پرورش نیروی انسانی آینده بدون بروز اعتماد بالا از جانب معلمان امکان‌پذیر نیست (نیکومنش و هاشم‌زاده، ۱۴۰۲). از طرفی اعتمادآفرینی سازمانی یک پیامد است که تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد که این عوامل شامل عوامل درون سازمانی و برون سازمانی از جمله هوش هیجانی^۶ است (مقدم و همکاران، ۱۴۰۳). هوش هیجانی یا هوش احساسی، از مهم‌ترین مفاهیم تلقین‌دهنده جنبه‌های شناختی مانند تفکر و غیرشناختی مانند هیجان است. هوش هیجانی مفهوم جدیدی است که در سال‌های اخیر مطرح شده و در مقابل هوش شناختی به کار می‌رود (یانگ و تاسی^۷، ۲۰۲۲). اکثر محققان معتقدند که هوش هیجانی در نگرش‌های مثبت رفتاری نقش مؤثری دارد (محترم و همکاران، ۱۴۰۳).

گلمن، مفهوم هوش هیجانی را در دو بعد کلی تفسیر کرد که مهارت‌های فردی و اجتماعی نام داشتند. مهارت‌های فردی شامل خودآگاهی^۸، خودانگیزی و مدیریت هیجانات است که با شناسایی، استدلال، تسهیل و درک احساسات درونی خود فرد می‌تواند بر اساس آن‌ها در خود انگیزه و تعهد به وجود آورد؛ این مرحله در ورود به مرحله بعد یعنی ارتباطات مؤثر است

5 Popper, Mayseless
6 Emotional Intelligence
7 Yang, J.-S., And Tsai, L
8 Self-Awareness

1 Tyler
2 Islam
3 Syakur
4 Organizational Trust

تقویت اعتماد سازمانی است (فارید، سو و اسلم، ۲۰۲۳). علاوه بر این، سازمان‌ها باید محیط‌هایی ایجاد کنند که توانمندسازی روانی را تقویت کند. ایجاد استقلال و تجربه کاری معنادار کارکنان سطح مشارکت و تعامل آنان را افزایش خواهد داد. سازمان‌ها با تقویت روحیه همکاری و ارزش‌دهی به کار آنان، پایه و اساس اعتماد سازمانی را بنا می‌نهند. همان گونه که بیان شد سازمان‌هایی که در تقویت توانمندسازی روان‌شناختی موفق‌تر هستند سطح اعتماد بالایی را نیز گزارش می‌کنند (پاراساد و همکاران، ۲۰۲۴).

هوش هیجانی به‌عنوان یک توانمندی کلیدی، به افراد کمک می‌کند تا احساسات خود و دیگران را بهتر درک کرده و مدیریت کنند، که این امر می‌تواند به ایجاد فضای کاری مثبت و اعتمادآفرین منجر شود. از سوی دیگر، توانمندسازی روان‌شناختی به کارکنان اجازه می‌دهد از توانایی‌ها و پتانسیل‌های خود به نحو احسن بهره‌برداری کنند و با احساس توانمندی و ذات مستقل در محیط کار، اعتماد بیشتری به سازمان و ساختارهای آن پیدا کنند. در این راستا، پژوهش‌های بیشتری می‌تواند به درک عمیق‌تری از روابط میان این متغیرها و تأثیر آن‌ها بر بهره‌وری و رفاه سازمانی کمک کند و بر اهمیت سرمایه‌گذاری روی توسعه هوش هیجانی و توانمندسازی روان‌شناختی در سازمان‌ها تأکید کند.

سازمان آموزش و پرورش از نظر تعداد نفرات شاغل در آن بزرگ‌ترین سازمان دولتی ایران به شمار می‌رود. از این گذشته نزدیک به ۲۵ درصد بودجه کشور در آموزش و پرورش مصرف می‌شود. با این وجود میزان کارآمدی و اثربخشی این نهاد پایین است. از دیدگاه منتقدان نظام فعلی آموزش و پرورش پاسخ‌گوی خیل عظیم مطالبات، نیازها و انتظارات جامعه نیست و نیازمند تحولی اساسی است؛ بنابراین اعتماد آفرینی در سازمان از اهمیت زیادی برخوردار است. از این‌رو این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این سوال بود که آیا توانمندسازی روان‌شناختی در رابطه اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی نقش واسطه‌ای دارد؟

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی از نوع تحلیل مسیر بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل معلمان تمامی مقاطع تحصیلی شهر شیراز در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ است که ۲۵۰ نفر از این معلمان با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای مرحله‌ای انتخاب شدند. به این صورت که ابتدا از بین چهار

(بستان و همکاران، ۱۴۰۲). مدیران برخوردار از هوش هیجانی بالا، رهبران مؤثرتری هستند که اهداف را با حداکثر بهره‌وری، رضایت‌مندی و تواناسازی معلمان محقق می‌سازند و موجب تقویت روح همکاری گروهی در معلمان شده و با درک و فهم عواطف خود و دیگران به کسب بینش نسبت به انگیزه‌ها می‌پردازند (محمدریثی، ۱۴۰۱).

افراد دارای هوش هیجانی ضعیف با آموزش‌های زیاد نیز نمی‌توانند در کسب و کار موفق شوند (بوری‌پور، ۱۴۰۲). تحقیقات نشان می‌دهد که مدیرانی که هوش هیجانی بالاتری دارند و در مدیریت خود از آن بهره می‌برند در ایجاد و حفظ اعتماد موثرتر هستند. آنها با تقویت ارتباطات باز، نشان دادن همدلی و ایجاد روابط بین فردی منجر به بالابردن اعتماد سازمانی می‌شوند (فارید، سو و اسلم؛ ۲۰۲۳). بدون شک در سایه چنین محیط شفافیت، روابط تقویت می‌شود و در نهایت اعتماد سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد. رهبری و هوش هیجانی به طور مثبت بر شکل‌گیری اعتماد و هویت سازمانی در بین کارکنان تأثیر می‌گذارد (ادیگوزلو یوگن، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر توانمندسازی کارکنان یکی از عوامل مهم بهبود بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان‌ها بوده و برای گسترش فرهنگ بهره‌وری و تقویت آن باید برای توانمندسازی کارکنان از طریق افزایش مهارت‌ها و توسعه و رشد حرفه‌ای آنان اقدام نمود (مظلومیان و شکیبائی، ۱۴۰۱). توانمندسازی به این معناست که به افراد کمک شود تا احساس اعتماد به نفس خود را بهبود بخشند، بر ناتوانی و درماندگی خود چیره شوند و در افراد شور و شوق فعالیت ایجاد و انگیزه‌های درونی آن‌ها را برای انجام دادن وظیفه بسیج نمود (ناصری و همکاران، ۱۴۰۰). نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت اعتماد سازمانی از طریق مطالعات مختلف اثبات شده است. هنگامی که کارکنان از نظر روانی احساس قدرت می‌کنند، به احتمال زیاد به رهبران خود و سازمان اعتماد خواهند کرد. این توانمندسازی منجر به سطوح بالاتر تعهد و انگیزه می‌شود و در نهایت فرهنگ اعتماد را تقویت می‌کند (کیزیلوگلو و همکاران، ۲۰۲۳؛ پاراساد و همکاران، ۲۰۲۴).

در دنیای امروز، سازمان‌ها با چالش‌های متعددی مواجه هستند که می‌تواند بر اعتماد کارکنان و کارایی کل سازمان تأثیرگذار باشد. با توجه به شواهد پژوهشی می‌توان گفت سازمان‌هایی که تمایل به ایجاد اعتماد سازمانی دارند باید برنامه‌هایی برای توسعه مدیریت و رهبری بر مبنای هوش هیجانی را در اولویت کاری خود قرار دهند. مهارت‌هایی چون خودآگاهی، تنظیم عاطفی و ارتباط همدلانه از عناصر مهم در

در آن به دست آورد ۱۶ و حداکثر نمره به دلیل طیف لیکرتی بودن آن در دامنه ۱ تا ۵ برای هر فرد ۹۰ است. این پرسش‌نامه در مطالعات متعددی در ایران به کار گرفته و اعتباریابی شده است. از جمله می‌توان اشاره کرد به پژوهش امراهی (۱۳۹۲) که پایایی کل پرسش‌نامه ۰/۹۲ بر اساس ضریب آلفای کرونباخ گزارش کردند. همچنین ضرایب پایایی زیرمقیاس‌های پرسش‌نامه توانمندسازی روان‌شناختی، احساس شایستگی ۰/۷۵۸، احساس خودمختاری ۰/۷۴۰، احساس مؤثر بودن ۰/۷۳۶، احساس معنادار بودن ۰/۷۳۳ است. در این پژوهش جهت تعیین پایایی این خرده مقیاس‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب به دست آمده برای خرده مقیاس احساس شایستگی ۰/۸۱، احساس خودمختاری ۰/۷۵، احساس مؤثر بودن، ۰/۸۳ و احساس معنادار بودن ۰/۸۰ است که حاکی از پایایی مناسب ابزار است. روایی مقیاس توانمندسازی روان‌شناختی توسط توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) با استفاده از روش همسانی درونی تأیید و نتایج گزارش شده بیانگر اعتبار مناسب است. پایایی این ابزار در پژوهش حاضر از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد.

پرسش‌نامه استاندارد سنجش هوش هیجانی:

پرسش‌نامه هوش هیجانی توسط گلن در سال ۲۰۰۱ در کل ۲۰ گویه و چهار مؤلفه دارد. مؤلفه خودآگاهی شامل گویه‌های ۱ تا ۵، مؤلفه خودمدیریتی شامل گویه‌های ۶ تا ۱۱، مؤلفه آگاهی اجتماعی شامل گویه‌های ۱۲ تا ۱۵ و مؤلفه مدیریت روابط شامل گویه‌های ۱۶ تا ۲۰ است. حداقل نمره‌ای که فرد می‌تواند در آن به دست آورد ۲۰ و حداکثر نمره به دلیل طیف لیکرتی بودن آن در دامنه ۱ تا ۵ برای هر فرد ۱۰۰ است. در پژوهش حیدریگی و همکاران (۱۳۹۸) برای تعیین روایی محتوایی پرسش‌نامه، پرسش‌نامه در اختیار چندین تن از اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد در خصوص سنجش متغیرهای بررسی‌شده توسط سوالات مندرج در پرسش‌نامه، اظهار نظر کنند. اصطلاحاتی که توسط این صاحب‌نظران و اساتید محترم راهنما و مشاور پیشنهاد شد، در تنظیم پرسش‌نامه نهایی لحاظ شده و روایی پرسش‌نامه تأیید گردید. پایایی این ابزار در پژوهش حاضر از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ به دست آمد.

یافته‌ها

یافته‌های جمعیت‌شناختی نشان داد از نظر جنسیت از بین نمونه‌های پژوهش ۱۲۵ نفر (۵۰٪) مرد و ۱۲۵ نفر (۵۰٪) زن بودند. در نمونه حاضر فروانی و درصد گروه نمونه بر حسب

ناحیه شهر شیراز، یک ناحیه انتخاب و سپس از بین مدارس ناحیه دو، معلمان مقطع ابتدایی انتخاب شدند.

به‌منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، پیش از اجرای پژوهش همه مشارکت‌کنندگان از هدف پژوهش آگاه شدند، اختیاری بودن مشارکت آن‌ها در اجرای پژوهش به‌صورت مکتوب اخذ شد. همه داده‌ها بدون ثبت هیچ‌گونه اطلاعات هویتی گردآوری و همه قواعد و اصول مربوط به محرمانه بودن و رازداری رعایت شد. سایر ملاحظات نظیر داشتن آزادی و اختیار کامل برای کناره‌گیری از پژوهش، استفاده از داده‌ها فقط در راستای اهداف پژوهش نیز رعایت شد. داده‌ها با استفاده از آزمون کای دو برای بررسی توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی همراه با میانگین و انحراف معیار و در نهایت پس از بررسی پیش فرض‌های آماری نرمالیتی از طریق تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و لیزرل نسخه ۸٫۸ تحلیل شد.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

در این پژوهش از سه پرسش‌نامه به شرح زیر استفاده شده است:

پرسش‌نامه اعتماد سازمانی: پرسش‌نامه اعتماد سازمانی

توسط پاین در سال ۲۰۰۳ طراحی شده است. پرسش‌نامه استاندارد اعتماد سازمانی شامل ۱۶ گویه و ۴ مؤلفه است که مؤلفه درستی و صداقت ۴ گویه، مؤلفه قابلیت اتکا ۵ گویه، مؤلفه شایستگی ۴ گویه و تعهد سازمانی ۳ گویه دارد. تعداد گویه‌های اعتماد سازمانی ۱۶ گویه است و حداقل نمره‌ای که فرد می‌تواند در آن کسب نمایند ۱۶ و حداکثر نمره به دلیل طیف لیکرتی بودن آن در دامنه ۱ تا ۵ برای هر فرد ۹۰ است. پایایی این پرسش‌نامه توسط شفیع (۱۳۹۰) با آزمون آلفای کرونباخ به دست آمده است که میزان آن ۰/۹۱ است. ضریب به دست آمده برای مؤلفه اعتماد سازمانی ۰/۸۱ است که حاکی از پایایی مناسب ابزار اندازه‌گیری است. روایی مقیاس اعتماد سازمانی توسط پاین (۲۰۰۳) با استفاده از روش همسانی درونی تأیید و ضریب ۰/۷۹ برای آن گزارش شده که بیانگر اعتبار مناسب این پرسش‌نامه است. پایایی این ابزار در پژوهش حاضر از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ به دست آمد.

پرسش‌نامه توانمندسازی روان‌شناختی: پرسش‌نامه

استاندارد توانمندسازی روان‌شناختی توسط توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) ۱۶ گویه و ۴ مؤلفه دارد. احساس شایستگی ۴ گویه، احساس خودمختاری ۴ گویه، احساس مؤثر بودن ۴ گویه و احساس معنادار بودن ۴ گویه دارد. تعداد گویه‌های توانمندسازی روان‌شناختی ۱۶ گویه است و حداقل نمره‌ای که فرد می‌تواند

میانگین و انحراف استاندارد خودآگاهی به ترتیب ۱۶/۷۱ و ۵/۰۹، مدیریت روابط ۱۶/۱۸ و ۴/۰۸، آگاهی اجتماعی ۱۴/۱۳ و ۳/۱۳، خودمدیریتی ۱۸/۲۵ و ۴/۴۳، احساس شایستگی ۱۵/۰۶ و ۴/۷۰، احساس خودمختاری ۱۳/۵۳ و ۳/۳۵، احساس مؤثر بودن ۱۴/۷۷ و ۳/۱۷، احساس معنادار بودن ۱۲/۷۵ و ۵/۳۵ و اعتمادآفرینی ۵۸/۱۵ و ۴/۷۶ بود.

از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها است، در جدول ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش آورده می‌شود.

با توجه به جدول ۲ ملاحظه می‌شود که از میان متغیرهای برون‌زا (مولفه‌های هوش هیجانی) به ترتیب آگاهی اجتماعی (۰/۲۴)، مدیریت روابط (۰/۲۳)، خودمدیریتی (۰/۱۸) و خودآگاهی (۰/۱۵) بالاترین تا پایین‌ترین ضریب همبستگی را با اعتمادآفرینی دارا هستند که تمامی این ضرایب از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار هستند. از میان متغیرهای میانجی (مولفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی) نیز به ترتیب احساس شایستگی (۰/۴۰)، احساس خودمختاری (۰/۳۵)، احساس مؤثر بودن (۰/۳۴) و احساس معنادار بودن (۰/۳۱)، بالاترین تا پایین‌ترین ضریب همبستگی را با اعتمادآفرینی دارا هستند که تمامی این ضرایب از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار هستند. ضمناً در ماتریس فوق بالاترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین احساس شایستگی و اعتمادآفرینی (۰/۴۰) و پایین‌ترین ضریب همبستگی در این ماتریس مربوط به رابطه بین احساس معنادار بودن و احساس شایستگی (۰/۰۹) است که دومی از نظر آماری معنادار نیست. جهت بررسی هم‌خطی چنگانه، از آماره تحمل و عامل تورم واریانس^۱ استفاده شد و برای همه متغیرها آماره VIF،

فروانی (درصد) بر اساس سن ۵۲ نفر (۸/۲۰٪) سن بین ۲۰-۲۵ سال، ۷۴ نفر (۶/۲۹٪) سن بین ۲۶-۳۰ سال، ۷۱ نفر (۴/۲۸٪) سن بین ۳۱-۳۵ سال و ۵۳ نفر (۲/۲۱٪) سن بالای ۳۵ سال بودند. همچنین، از نظر میزان تحصیلات ۴۱ نفر (۴/۱۶٪) دارای تحصیلات کاردانی، ۱۷۵ نفر (۷۰٪) کارشناسی و ۳۴ نفر (۶/۱۳٪) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. از نظر میزان سابقه کاری ۶۱ نفر (۴/۲۴٪) سابقه بین ۶-۱۰ سال، ۱۰۴ نفر (۶/۴۱٪) سابقه بین ۱۱-۱۵ سال و ۶۳ نفر (۲/۲۵٪) سابقه بالاتر از ۱۵ سال داشتند. در جدول ۱ یافته‌های توصیفی متغیرهای پژوهش ذکر شده است.

جدول ۱. شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی	حداقل حداکثر
خودآگاهی	۱۶/۷۱	۵/۰۹	۰/۵۷	-۰/۱۷	۱۳ ۲۳
مدیریت روابط	۱۶/۱۸	۴/۰۸	۰/۱۲	-۰/۳۴	۱۱ ۲۲
آگاهی اجتماعی	۱۴/۱۳	۳/۱۳	-۰/۱۱	-۰/۲۳	۸ ۱۶
خودمدیریتی	۱۸/۲۵	۴/۴۳	۰/۵۴	-۰/۰۲	۱۴ ۲۶
احساس شایستگی	۱۵/۰۶	۴/۷۰	۰/۳۲	-۰/۰۷	۸ ۱۹
احساس خودمختاری	۱۳/۵۳	۳/۳۵	-۰/۰۲	-۰/۵۹	۷ ۱۷
احساس مؤثر بودن	۱۴/۷۷	۳/۱۷	۰/۴۰	۰/۲۷	۹ ۱۸
احساس معنادار بودن	۱۲/۷۵	۵/۳۵	۰/۱۹	-۰/۵۰	۷ ۱۶
اعتماد آفرینی	۵۸/۱۵	۴/۷۶	۰/۴۸	-۰/۳۹	۴۷ ۷۱

نتایج توصیفی متغیرهای ارزیابی شده نشان داد که

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
خودآگاهی	۱								
مدیریت روابط	۰/۱۱*	۱							
آگاهی اجتماعی	۰/۱۹**	۰/۲۱**	۱						
خودمدیریتی	۰/۱۲*	۰/۲۰**	۰/۲۳**	۱					
احساس شایستگی	۰/۲۷**	۰/۲۳**	۰/۲۵**	۰/۲۹**	۱				
احساس خودمختاری	۰/۳۰**	۰/۲۲**	۰/۲۴**	۰/۲۴**	۰/۱۹**	۱			
احساس مؤثر بودن	۰/۱۷**	۰/۲۳**	۰/۲۵**	۰/۲۳**	۰/۱۷**	۰/۲۵**	۱		
احساس معنادار بودن	۰/۱۸**	۰/۲۴*	۰/۱۹**	۰/۲۳**	۰/۰۹	۰/۱۵**	۰/۱۸**	۱	
اعتماد آفرینی	۰/۱۵**	۰/۲۳**	۰/۲۴**	۰/۱۸**	۰/۴۰**	۰/۳۵**	۰/۳۴**	۰/۳۱**	۱

جدول ۳. ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرها

متغیرها برآوردها	بر اعتماد آفرینی	
	اثرات مستقیم اثرات کل	غیرمستقیم
به روی اعتماد آفرینی از:		
خودآگاهی	-	۰/۱۶***
مدیریت روابط	-	۰/۱۴***
آگاهی اجتماعی	-	۰/۱۲***
خودمدیریتی	-	۰/۱۶***
احساس شایستگی	۰/۳۱***	-
احساس خودمختاری	۰/۲۱***	-
احساس موثر بودن	۰/۲۲***	-
احساس معنادار بودن	۰/۲۰***	-

کمتر از ۱۰ و آماره تحمل بیشتر از ۰/۱ بود. لذا مفروضه هم‌خطی نبودن چندگانه رعایت شده بود. با توجه به رعایت مفروضه‌ها می‌توان برازندگی الگوی پیشنهادی را بر اساس معیارهای برازندگی ارزیابی کرد. برازش الگوی کلی آزمون شده پیشنهادی را برای کل آزمودنی‌ها بر اساس شاخص‌های برازندگی نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنیم هیچ کدام از ابعاد هوش هیجانی به‌عنوان متغیرهای برون‌زای پژوهش (خودآگاهی، مدیریت روابط، آگاهی اجتماعی، خودمدیریتی) بر اعتمادآفرینی دارای اثر مستقیم نیستند. در حالی که اثر غیر مستقیم هر چهار بعد هوش هیجانی شامل خودآگاهی (۰/۱۶)، مدیریت روابط (۰/۱۴)، آگاهی اجتماعی (۰/۱۲) و خودمدیریتی (۰/۱۶) بر اعتماد آفرینی از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنادار است که این امر بیانگر نقش واسطه‌ای مؤثر متغیر توانمندسازی روان‌شناختی در میان مؤلفه‌های هوش هیجانی و اعتماد فرینی است. در جدول ۴ واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش آورده شده است.

جدول ۴. واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر	واریانس تبیین شده R2
۱	احساس شایستگی	۰/۱۸
۲	احساس خودمختاری	۰/۱۷
۳	احساس موثر بودن	۰/۱۳
۴	احساس معنادار بودن	۰/۱۲
۵	اعتماد آفرینی	۰/۳۲

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود در مدل برازش شده این پژوهش ۳۲ درصد از واریانس اعتمادآفرینی توسط ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی تبیین می‌گردد.

جدول ۵. مشخصه‌های نکوبی برازندگی مدل

مشخصه	برآورد
مجذور کای (x ²)	۱۴/۵۱
درجه آزادی (df)	۱۰
نسبت مجذور کای به درجه آزادی (x ² /df)	۱/۴۵
ارزش P	۰/۱۵
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۹
شاخص نکوبی برازش (GFI)	۰/۹۹
شاخص تعدیل شده نکوبی برازش (AGFI)	۰/۹۶
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۳۶

در جدول ۵ شاخص‌های برازش مدل و مشخصه‌های برازندگی مدل پیش‌بینی اعتمادآفرینی ارائه شده است. با توجه به مشخصه‌های نکوبی برازش که در جدول ۶ گزارش شده برازش مدل پیش‌بینی اعتمادآفرینی در سطح نسبتاً مطلوبی است. در ادامه نمودار مسیر مدل برازش شده همراه با پارامترهای برآورد شده (مقادیر استاندارد شده و اعداد معناداری) ارائه شده است.



شکل ۱. نمودار مسیر و برآورد پارامترهای مدل برازش شده پیش‌بینی اعتماد آفرینی در حالت استاندارد شده

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر پیش‌بینی اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با واسطه‌گری توانمندسازی روان‌شناختی در میان معلمان شهر شیراز بود. برای نیل به این هدف با توجه به

تیم‌های کاری قوی‌تر و مؤثرتر که بتوانند در محیط‌های کاری پیچیده پیشرفت کنند، پیشنهاد می‌گردد.

از طرف دیگر، توانمندسازی روان‌شناختی به معنای فراهم کردن شرایطی است که افراد احساس کنترل و خودتوانمندی بیشتری در محیط کار خود داشته باشند. این شرایط می‌تواند از طریق ارائه منابع لازم، حمایت‌های عاطفی و فرصت‌های توسعه فردی ایجاد شود. در این راستا، وقتی هوش هیجانی کارکنان در سطح مناسبی قرار داشته باشد، آن‌ها می‌توانند از طریق توانمندسازی روان‌شناختی، احساس ارزشمندی و تصمیم‌گیری مؤثرتری داشته باشند. به عبارت دیگر، چه بسا کارکنانی که دارای هوش هیجانی بالا هستند، بیشتر قادر به ارزیابی محیط کار و شناخت نقاط قوت و ضعف خودشان شوند و از این طریق به افزایش انگیزه و اعتماد خود و همچنین اعتماد به سایر اعضای تیم کمک کنند (افتخاری و رحیمی، ۱۳۹۹).

به طور کلی، هوش هیجانی نه تنها بر توانایی افراد در ارتباطات مؤثر تأثیر می‌گذارد، بلکه به تقویت احساسات مثبت و کاهش تنش‌ها نیز کمک می‌کند که خود این عوامل می‌تواند به افزایش توانمندسازی روان‌شناختی منجر شود. در نتیجه، این چرخه‌ای مثبت ایجاد می‌کند که در آن هوش هیجانی می‌تواند منجر به تقویت توانمندسازی روان‌شناختی و در نهایت افزایش سطح اعتماد در سازمان شود. شناخت این ابعاد می‌تواند به مدیران و رهبران سازمانی کمک کند تا با بهره‌مندی از هوش هیجانی و ارتقاء توانمندسازی کارمندان، محیط کار بهتری ایجاد کنند و در نتیجه عملکرد کلی سازمان را بهبود بخشند. از جمله محدودیت‌های این پژوهش عبارت بودند از: ۱. یافته‌های پژوهش فقط مربوط به مدت زمان جمع‌آوری داده‌ها است و گذشت زمان، تغییر در دیدگاه، شرایط اقتصادی و دیگر عوامل محیطی ممکن است موجب تغییر در نتایج حاصل از پژوهش گردد؛ ۲. به این دلیل که روش گردآوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه بود، ممکن است افراد پاسخ دهنده ملاحظات در پاسخ به سوالات پرسش‌نامه داشته باشند و دقیقاً آن‌چه که مورد نظرشان است را انتخاب نکرده باشند. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد: در پژوهش‌های آتی نقش هر کدام از مؤلفه‌های تشکیل دهنده اعتماد در توانمندسازی کارکنان سنجیده شود و همچنین، موضوع پژوهش در سایر مقاطع و شهرهای دیگر انجام پذیرد و برای افزایش هوش هیجانی در مدارس از آموزش راهبردهای خودیاری شامل خودبازبینی، خودنظم‌دهی، چگونگی برقراری ارتباط و آموزش حل مسئله استفاده شود تا میزان اعتماد نیز افزایش یابد.

پیشینه نظری و تجربی الگویی مفهومی پیشنهاد شد و با استفاده از روش تحلیل مسیر، مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد الگوی پیشنهادی با داده‌های این تحقیق برازش خوبی دارد. سوال اصلی این پژوهش این بود آیا برازش مدل اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با نقش واسطه‌ای توانمندسازی روان‌شناختی تأثیر دارد؟ یافته‌ها نشان داد، مدل علی اعتمادآفرینی سازمانی بر اساس هوش هیجانی با نقش واسطه‌ای توانمندسازی روان‌شناختی با مدل تجربی در سطح معناداری ($P < 0.01$) برازش دارد.

یافته‌های حاصل از این نتیجه با نتایج پژوهش‌های محمدی ثانی (۱۴۰۱)، بوری پور (۱۴۰۲)، فارید، سو و اسلم (۲۰۲۳)، ادیگوزل و یوگن (۲۰۲۰)، کیزیلوگو و همکاران (۲۰۲۳) و پاراساد و همکاران (۲۰۲۴) همسو است.

در تبیین این یافته می‌توان گفت هوش هیجانی یکی از مؤلفه‌هایی است که می‌تواند به میزان زیادی در روابط مدیران با اعضای سازمان نقش مهمی ایفا کند و به گفته گلن شرط حتمی و اجتناب‌ناپذیر در سازمان به حساب می‌آید. هوش هیجانی می‌تواند شکل تکامل یافته از توجه به عامل نیروی انسانی در سازمان و ابزاری نوین و شایسته در دست مدیران برای هدایت افراد درون و برون سازمان‌ها باشد (مقدم و همکاران، ۱۴۰۳). عالی‌ترین مدیران باید هوش هیجانی داشته باشند تا بر اساس ترکیب خودمدیریتی و مهارت‌های ارتباطی و آگاهی از این‌که چگونه رفتار آن‌ها در سازمان، بر دیگران تأثیرگذار است، تصمیمات مناسب را اتخاذ کنند (توسلی و همکاران، ۱۴۰۰). رهبران و اعضای باهوش عاطفی به ارتباطات واضح‌تر کمک می‌کنند. آنها می‌توانند نشانه‌های عاطفی را بهتر درک و تفسیر کنند، که گفتگوی بازتر و سازنده‌تر را بین اعضای تیم تسهیل می‌کند. (محترم و همکاران، ۱۴۰۳). علاوه بر این، سازمان‌هایی که مدیران با هوش هیجانی بالا دارند، تمایل به داشتن روابط بین فردی قوی‌تری دارند. هنگامی که کارکنان از نظر عاطفی آگاه باشند، می‌توانند با یکدیگر همدردی کنند، که باعث ایجاد یک محیط کاری حمایت کننده می‌شود. این همدلی افراد را قادر می‌سازد تا مشارکت کنند و جو عاطفی گروه را گرم نگه دارند و این در نهایت منجر به انسجام و همکاری بالاتری می‌شود (میرزائی و عبداله‌زاده مانالو، ۱۴۰۳). در کل، هوش هیجانی به طور قابل توجهی بر همکاری گروهی از طریق بهبود ارتباطات، تقویت پویایی روابط و تسهیل حل تعارضات تأثیر می‌گذارد. با توجه به نقش تأثیرگذار هوش هیجانی در روابط سازمانی و اعتمادسازی، تقویت هوش هیجانی از طریق آموزش دادن با هدف ایجاد

منابع

میانجی تعهد حرفه‌ای)، اندیشه‌های نوین تربیتی، ۱۹(۳)، ۷-۲۵.

گودرزی، پویا، مهدیان، محمدجعفر، جواهری زاده، ناصر (۱۴۰۳). رابطه بین رهبری امنیت مدار با عملکرد شغلی معلمان متوسطه دوم شهر بروجرد با میانجی‌گری اعتماد سازمانی. سلامت روان در مدرسه. ۲(۴)، ۳۱-۳۳.

متولیان، سید جعفر، کاشفی نیا، امین، ربیعی، امیرحسین (۱۴۰۲). تأثیر رهبری اخلاقی بر درگیری کارکنان با نقش خودکارآمدی و اعتماد سازمانی، مطالعات مدیریت و حسابداری، ۹(۲)، ۸۷-۹۶.

محترم، معصومه، پاکباز، زهرا، کریمی، زهرا (۱۴۰۳). بررسی روابط ساختاری بین سرمایه اجتماعی، چابکی دانشگاه و اعتماد سازمانی با آمادگی کارمندان برای تغییر در دانشگاه: نقش واسطه‌ای سرمایه روان‌شناختی. مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی. ۱۱(۲)، ۱۴۹-۱۶۹.

محمّدی‌ثانی، زهرا (۱۴۰۱). تأثیر هوش معنوی و هوش هیجانی بر توانمندی معلمان مدارس ابتدایی منطقه ۱۱ تهران. دو فصلنامه تحقیقات روان‌شناختی. ۱۴(۴۰)، ۷۶-۸۶.

مظلومیان، سعید، شکیبایی، بتول (۱۴۰۱). پیش‌بینی رفتار اخلاقی کارکنان مدارس ابتدایی براساس ویژگی‌های شخصیتی و با نقش واسطه‌ای هوش معنوی. فصلنامه علمی روانشناسی کار، ۱(۳)، ۵۵-۶۸.

مقدم، زینب، اکبری، تقی، پرنیخ‌زاده، اشکان (۱۴۰۳). بررسی ارتباط اعتماد سازمانی با رفتار مدنی با نقش میانجی هوش هیجانی معلمان. رهبری آموزشی کاربردی. ۵(۴)، ۱۴۵-۱۶۶.

میرزایی، وحید، عبدالله زاده نامانلو، فاطمه (۱۴۰۳). بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر دلبستگی شغلی با نقش میانجی اعتماد سازمانی و نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی (مورد مطالعه: سازمان تامین اجتماعی خراسان شمالی). نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۸(۲۹)، ۱۲۲-۱۴۷.

افتخاری، فرزاد و رحیمی، حمید (۱۳۹۹). نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی در تأثیر رهبری مثبت‌گرا بر اعتماد سازمانی (مورد مطالعه: معلمان مدارس کاشان). مطالعات منابع انسانی. ۱۰(۲)، ۱۰۱-۱۲۴.

امراهی، اکبر (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و جامعه‌پذیری سازمانی با یادگیری سازمانی و توانمندسازی شناختی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه.

بستان، محمد هادی، آرابی، وحید، والی زاده، فرزانه (۱۴۰۲). الگوی سیاستی تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با رویکرد تحولی در دانشگاه صنعتی شریف. سیاست پژوهی تحول در علوم انسانی. ۲(۱)، ۷-۳۰.

بوری پور، کوثر (۱۴۰۲). بررسی رابطه هوش هیجانی و عزت‌نفس بایانگیزی تحصیلی در بین دانش‌آموزان دوره اول ابتدایی شهر رامهرمز، هشتمین کنگره بین‌المللی تحقیقات بین رشته‌ای در علوم انسانی اسلامی، فقه، حقوق و روانشناسی، تهران.

توسلی، داریوش، قلعه‌ای، علیرضا، مهاجران، بهناز، احمدی بلوطکی، کوثر (۱۴۰۰). بررسی نقش میانجی هوش هیجانی در رابطه بین سبک رهبری تحولی و میزان پاسخگویی مدیران مدارس. رهبری آموزشی کاربردی، ۲(۲)، ۷۹-۹۶.

حیدریگی، شهاب، امیدی، رسول، حیدریگی، افشین (۱۳۹۸). بررسی تأثیر هوش هیجانی بر امید به زندگی، رویش روان‌شناسی، ۸(۲)، ۱۹۳-۲۰۲.

شفیعی، علی (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین اعتماد سازمان و بهره‌وری نیروی انسانی در شرکت گواه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

قنبری، سیروس، نورالهی، سعید، جمشیدی، محمد (۱۴۰۲). نقش رهبری اخلاقی مدیران در عملکرد شغلی معلمان (آزمون نقش

Adiguzel, Zafer; Uygun, Gülay. (2020). Examining the Impact of Empowering Leadership and Emotional Intelligence on Organizational Identification and Organizational Trust of the Employees: A Research in the Production Sector, ADAM AKADEMİ Sosyal Bilimler Dergisi = Adam Academy Journal of Social Science; Ankara Vol. 10, Iss. 1.

Fareed, M. Z., Su, Q., & Aslam, M. U. (2023). Transformational Leadership and Project Success: The Mediating Role of Psychological Empowerment. Sage Open, 13(1). <https://doi.org/10.1177/21582440231154796>

Kiziloglu, M., Dluhopolskyi, O., Laskowski, J., & Laskowska, A. (2023). Creating Agile Institutions with Organizational Trust in the Finance Sector of Turkey: The Mediating Role of Psychological

Empowerment in Times of COVID-19. Sustainability, 15(4), 3019.

Islam, T., Khatoon, A., Cheema, A. U., & Ashraf, Y. (2024). How does ethical leadership enhance employee work engagement? The roles of trust in leader and harmonious work passion. Kybernetes, 53(6), 2090-2106.

Naseri, F., & Sepehdar, H. (2022). Correlation analysis between organizational identity and security-oriented leadership style with job performance of Bu Ali Sina University employees. Human Resource Management Research Quarterly of Imam Hossein University (AS). Eighth year, number 25. [Persian]

Nikomanesh, A., Hashemzadeh, A. (2023). The relationship between security-

- oriented organizational trust. *Ethics in Science and Technology*, 11(2). [Persian]
- Prasad KDV & Sripathi Kalavakolanu & Rajesh Vaidya & Santosh Aghav & Ved Srinivas (2024). Effect of organizational citizenship behavior on psychological well-being: Mediating and moderating effects of emotional intelligence: An empirical study of it-enabled industry employees in Hyderabad, *Humanities and Social Sciences Letters*, Conscientia Beam, vol. 12(3), pages 481-500.
- Popper, M., Mayseless, O. (2003). Back to basics: applying a parenting perspective to transformational leadership. *The Leadership Quarterly*; 14: 41 - 65.
- Syakur, A., Susilo, T. A. B., Wike, W., & Ahmadi, R. (2020). Sustainability of communication, organizational culture, cooperation, trust and leadership style for lecturer commitments in higher education. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1325-1335.
- Thomas, K.W. and Velthouse, B.A. (1990), Cognitive element of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation, *Academy of Management Review* 15, 666-681.
- Yang, J.-S., and Tsai, L.-C. (2022). The moderating effects of trustor characteristics and the cost of being trusted on the relationship between felt trust and OCB intention. *Rev. Manag. Sci.*, 1–25.