نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در اشتیاق شغلی معلمان؛ با میانجی‌گری هویت سازمانی

دکتر عادل زاهد بابلان[1]، رامین غریب‌زاده*[1]، حسین نصرآبادی[1]، شیما غریب‌زاده[2]

۱.گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی

۲.گروه علوم تربیتی ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه

(تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/٤، تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۲۱)

مقاله پژوهشی

چکیده

زمینه: ازآنجایی‌که مدیران مسئولیت‌های فراوانی در مدارس دارند شاید بزرگترین مسئولیت آنها را می‌توان در ایجاد اشتیاق در معلمان و ایجاد فضای مناسب برای آنان دانست. از زمان معرفی فضای اخلاق سازمانی تحقیقات اندکی در مورد متغیر مذکور با سایر ماغیرها انجام شده است بنابراین پژوهش حاضر به‌تبیین نقش اخلاق حرفه‌ای در اشتیاق شغلی معلمان با میانجی‌گری هویت سازمانی می‌پردازد.

روش: روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه معلمان مدارس شهرستان اردبیل (تعداد کل ۵۷۵۰ نفر) می‌باشد که از این میان براساس جدول برآورد حجم نمونه کرجسی و مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، ۳۶۰ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از سه پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌های گردآوری شده از آزمون‌های تحلیل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی مرحله اول و دوم و ضرایب استاندارد در نرم‌افزارهای آماری SPSS و **Lisrel** استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج تحقیق نشان داد که همه روابط بین متغیرها و سازه‌ها معنی‌دار بوده و تأیید می‌شوند و روابط ساختاری متغیرها از مقدار معناداری سطح خطای ۰/۰۵، ۱/۹۶ بیشتر است .

نتیجه‌گیری: تحلیل یافته‌های بخش ساختاری مدل نشان می‌دهد اخلاق حرفه‌ای با ضرایب مسیر بالایی که با متغیر هویت سازمانی دارد، می‌تواند به‌طور غیرمستقیم عاملی مؤثر و قدرتمند برای بالا بردن اشتیاق شغلی معلمان در مدارس محسوب شود.

کلید واژگان: *اخلاق حرفه‌ای، هویت سازمانی، اشتیاق شغلی*

سرآغاز

در روزگار کنونی کمتر کسی می‌تواند با نگاه مکانیستی به مدیریت سازمان‌ها بنگرد، به‌ویژه در دهه‌های اخیر و به‌ویژه و ورود به هزاره سوم عواملی همچون آگاهی، اندیشه و آزادی، انسان‌گرایی و توجه به نقش نیروی انسانی در سازمان به‌طور فزآینده‌ای مورد تأکید قرار گرفته است. امروزه در پرتو تحولات اجتماعی و پیدایش تئوری‌های نوین مدیریت، ارزش‌های نوین جهانی مطرح شده‌اند، ازاین‌رو دیدگاه جهان شناختی و انسان‌شناختی مدیران تغییر یافته و جایگاه انسان نسبت به قبل اعتلاء و ارتقاء یافته است. لذا سازمان‌های مختلف به‌دنبال تربیت انسان‌هایی هستند که بتوانند در جامعه جهانی به دور از تعصب و کوته‌نگری‌ها زندگی کنند، معتقد به ارزش‌ها و اخلاقیات متعالی باشند و به حقوق و آزادی دیگران احترام بگذارند (۱).

اخلاق حرفه‌ای[1] یکی از مسائل اساسی همهٔ جوامع بشری است. متأسفانه در جامعهٔ امروزی در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. درحالی‌که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای باعنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعهٔ دینی ایران در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است (۱). ازاین‌رو جامعه اسلامی ایران نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و ... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود. در این راستا، تعریف‌های مختلفی از اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است و در تعاریف آن به موارد زیر اشاره شده است: اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه، مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام‌دادن کارهای حرفه‌ای، رشته‌ای از دانش اخلاق که به مطالعهٔ روابط شغلی می‌پردازد و به‌عبارتی اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از قوانین می‌باشد که در وهلهٔ اول

* نویسنده مسؤول؛ نشانی الکترونیکی: ramingharibzadeh71 @ gmail.com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]

از ماهیت حرفه و شغل به‌دست می‌آید (۲). در بیشتر تعریف‌هایی که از اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است، دو ویژگی دیده می‌شود: الف) وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی[۲]؛ ب) محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به‌نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب‌وکار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است. با توجه به همین دیدگاه بود که در این اواخر نیز بحث از اخلاق حرفه‌ای در منابع مدیریتی و بیشتر در آثار و مباحث مربوط به مدیریت منابع انسانی مطرح شد (۳). به‌علاوه، اخلاق حرفه‌ای تأثیر چشمگیری برروی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد، به‌گونه‌ای که بهره‌وری را افزایش داده، ارتباطها را بهبود می‌بخشد و درجه خطر را کاهش می‌دهد زیرا هنگامی‌که اخلاق حرفه‌ای در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به‌راحتی تسهیل می‌شود و مدیر قبل از ایجاد حادثه از آن مطلع می‌گردد (۴). اخلاق حرفه‌ای مدیران به‌طور گسترده‌ای برروی کل سازمان و متغیرهای مربوط به معلمان تأثیرگذار است، که یکی از این متغیرها انگیزش و اشتیاق شغلی[۳] می‌باشد.

انگیزش شغلی[۴] متغیری است که موفقیت و عملکرد بهتر کارکنان در سازمان را باعث می‌شود. یکی از صاحب‌نظران انگیزش شغلی را مجموعه‌ای از نیروهای اثربخش می‌داند که از درون و ورای وجود شخص سرچشمه می‌گیرد تا آغازگر رفتار مربوط به‌کار باشد، شکل، جهت، شدت و مداومت آن را تعیین می‌نماید. اشتیاق شغلی به میزان انرژی که یک فرد برای انجام وظایف شغلی خود صرف کرده و نیز به‌میزان اثربخشی به‌دست آمده در کار، گفته می‌شود (۵ و ۶). اشتیاق شغلی دارای سه بعد است که عبارتنداز: ۱. جذب[۵]: به میزان تمرکز و غرق شدن فرد در کارش اشاره دارد، که این امر کناره‌گیری از شغل را برای فرد، دشوار می‌سازد (۷). ۲. نیرومندی: در این بعد، فرد تلاش قابل ملاحظه‌ای در انجام کارش، مبذول می‌دارد و بر موقعیت‌های دشوار، پافشاری می‌کند (۶). ۳. وقف[۶] خود: این بعد با درگیری شدید روانی فرد شاغل با کار خود، مشخص می‌شود که ترکیبی از احساس معنی‌داری، اشتیاق و چالش می‌باشد (۸). به‌علاوه، اشتیاق شغلی به‌عنوان نیروی مؤثر در ایجاد احساس توانمندی در انجام شغل و به تبع آن افزایش قدرت و توان فکری معلمان در محیط کاری و روند بهبود وضع سازمان عامل مؤثر و کارآمدی تلقی می‌شود (۹). همچنین اشتیاق شغلی یک حالت ذهنی مثبت است که با ویژگی‌هایی چون شوق داشتن به‌کار، وقف به‌کار شدن و جذب شدن در کار توصیف می‌گردد. اشتیاق شغلی به کار با سطوح بالای انرژی، انعطاف‌پذیری ذهنی در هنگام کار کردن، اشتیاق به سرمایه‌گذاری در کار و مقاومت در رویارویی با مشکلات توصیف می‌شود (۱۰).

در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادارک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند که می‌توان گفت ازجمله آنها بررسی در هویت سازمانی است (۱۱). هویت سازمانی[۷] با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها، و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند (۱۲ و ۱۳). این مفهوم ازجمله نگرش‌های کارکنان است که پس از دهه ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال پیدا کرده و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است (۱۴). از طریق هویت‌یابی، معلمان ویژگی‌های مهم سازمان را به‌عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌کنند (۱۵). صاحب‌نظران این عرصه هویت سازمانی را این‌گونه تعریف می‌کنند: ادارک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان، جایی که افراد خود را براساس خصوصیات سازمان‌شان تعریف می‌کنند (۱۶). هویت سازمانی سازه قدرتمندی از مفهوم قابل تشخیص یک سازمان است و قدرت هویت سازمانی نشان دهنده درجه‌ای است که اعضای آن، خاص و منحصربه‌فرد بودن آن را درک می‌کنند (۱۷). هویت سازمانی به‌عنوان یک حس جمعی کم و بیش مشترک، نسبت به این سؤال که «ما به‌عنوان یک سازمان چه کسانی هستیم» و ویژگی‌های یک سازمان که منجر به تمایز فرد در راستای اهداف آن سازمان می‌شود تعریف شده است (۱۸ و ۱۹). مدیران همواره به‌دنبال ارزیابی و ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان خود هستند، چرا که به‌نتایج مثبت آن علاقمند هستند (۱۱). تا زمانی‌که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آنها در مورد سازمان بیشتر جنبهٔ مثبت می‌یابد و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند. بسیاری از تحقیقات انجام شده در مورد هویت سازمانی مبین این نکته هستند که هویت سازمانی از عوامل مؤثر بهره‌وری در سازمان‌ها هستند (۲۲-۲۰). همچنین نتایج تحقیق پژوهشگران بیانگر این است که کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار از خود نشان می‌دهند (۲۱). همچنین پژوهشگران خاطر نشان می‌کنند که هویت سازمانی می‌تواند پیامدهای رفتاری، عاطفی و شناختی مختلفی را پیش‌بینی نماید (۲۰). در سال‌های اخیر، توجه زیادی به‌رابطه بین متغیرهای مختلف با پیامدهای کاری و سازمانی صورت گرفته است (۲۳). هویت سازمانی، اخلاق حرفه‌ای و اشتیاق شغلی به‌عنوان ساختارهای مهم و مورد توجه در محیط کاری به‌طور جداگانه در پژوهش‌های زیادی مورد بررسی قرار گرفته‌اند (۱۵-۱۱ و ۲۷-۲۰). در مطالعات انجام یافته، هویت سازمانی فقط در نقش متغیر پیش‌بین و ملاک مورد نظر بوده است اما با توجه به این امر که هویت مفهومی چند سطحی بوده و در الگوهای چند سطحی می‌تواند نقش یک متغیر پیش‌بین (مستقل)، میانجی یا وابسته را بسته به متغیرهای مورد استفاده ایفا کند، می‌تواند به‌عنوان عاملی که قادر به میانجی‌گری بین رابطه متغیرهای مستقل و وابسته است، مطرح شود. بنابراین با عنایت به اینکه پژوهشگران دیگر نیز انجام پژوهش‌هایی در سطوح گوناگون تحلیل برای این مفهوم را ضروری می‌دانند (۱۱). همچنین در تحقیقات گذشته به‌کرات مشاهده شده است که اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی تأثیر دارد و همچنین هویت سازمانی نیز بر اشتیاق شغلی تأثیر می‌گذارد (۱۳، ۲۳). لذا می‌توان گفت که هویت سازمانی می‌تواند نقش میانجی بین متغیرهای مذکور ایفا نماید. لذا در پژوهش حاضر هویت سازمانی

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۴، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]

به‌عنوان یک متغیر میانجی مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به نو بودن موضوع در چارچوب یک مدل ساختاری، انگیزه اصلی پژوهش و ضرورت انجام پژوهش حاضر می‌باشد. رسالت پژوهش حاضر بررسی و تبیین نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه اخلاق حرفه‌ای مدیران با اشتیاق شغلی معلمان مدارس شهرستان اردبیل می‌باشد.

روش

هدف پژوهش حاضر کاربردی و از نوع مطالعات توصیفی- همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه معلمان مدارس شهرستان اردبیل (اعم از ابتدایی، متوسطه اول و دوم) -که تعداد کل آنها طبق آمار آموزش و پرورش کل استان اردبیل ۵۷۵۰ نفر بود. از میان آنها ۳۶۰ نفر به‌عنوان نمونه با استفاده از جدول برآورد حجم نمونه کرجسی و مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (به‌دلیل یکجا دردسترس نبودن معلمان) انتخاب شدند(۲۸). از تعداد ۳۶۰ پرسشنامه‌ای که در نمونه آماری مورد مطالعه پخش و جمع‌آوری گردید ابتدا آمار توصیفی از داده‌های موجود به‌دست آمد که در جدول (۱) ارائه شده‌اند. به‌منظور گردآوری اطلاعات از ۳ پرسشنامه:

۱. پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: این پرسشنامه در ۸ بعد؛ مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، برتری‌جویی و رقابت‌طلبی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران و رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و در ۱۶ گویه تنظیم شده است. این پرسشنامه براساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای می‌باشد. روایی‌پایایی این پرسشنامه در تحقیقات پیشین و همچنین توسط اساتید صاحب‌نظر مورد تأیید قرار گرفته است. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۸۰/. به‌دست آمده است. لازم به‌ذکر است که دامنه ضریب اعتماد آلفای کرونباخ از صفر (۰) به‌معنای عدم پایداری، تا مثبت یک (+۱) به‌معنای پایایی کامل قرار می‌گیرد و هر چه مقدار به‌دست آمده به عدد مثبت یک نزدیکتر باشد قابلیت اعتماد پرسشنامه بیشتر می‌شود.

۲. پرسشنامه اشتیاق شغلی: پرسشنامه اشتیاق شغلی در سه بعد؛ شوق داشتن به‌کار، وقف شدن به کار، جذبه در کار و در ۱۸ گویه تنظیم شده است. این پرسشنامه براساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای می‌باشد. روایی محتوایی این آزمون توسط افراد متخصص بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. همچنین پایائی پرسشنامه یا قابلیت اعتماد آن با استفاده از روش اندازه‌گیری آلفای کرونباخ محاسبه شد. آلفای کرونباخ برای پرسشنامه اشتیاق شغلی ۰/۷۵ گزارش شده است (۳۰).

۳. پرسشنامه هویت سازمانی: این پرسشنامه ۹ گویه دارد و مؤلفه‌های عضویت، وفاداری و شباهت را مورد سنجش و بررسی قرار می‌دهد. نمره‌گذاری پرسشنامه براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت و از خیلی موافقم تا خیلی مخالفم می‌باشد. روایی محتوایی و صوری و همچنین تحلیل عاملی تأییدی این ابزار توسط پژوهشگران تأیید شده است (۳۱). که نتیجه حاکی از تأیید پرسشنامه است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای آماری Spss 22 و Lisrel 8.8 استفاده شد. همچنین برای تأئید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید و پایایی در سطح ۰/۹۵ به‌دست آمده که بیانگر پایایی بالای پرسشنامه است. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نیز از آزمون‌های مدلیابی معادلات ساختاری و تحلیل عامل تأییدی استفاده گردید.

جدول ۱: آمار توصیفی جنسیت

متغیر		N	درصد
جنسیت	مرد	۱۸۱	۵۰/۳
	زن	۱۷۹	۴۹/۷

یافته‌ها

نتایج اندازه‌گیری پارامترها و محاسبه بارهای عاملی استاندارد نشده و باهار عاملی استاندارد شده، آماره T و ضریب تعیین برای مدل‌های عاملی اخلاق حرفه‌ای، اشتیاق شغلی و هویت سازمانی در جدول‌های (۲-۴) آورده شده است. براساس نتایج جدول‌های (۴-۲)، مقادیر ضرایب تعیین (R^2) برای همه بارهای عاملی در سطح خطای پنج درصد معنادار است، که نشان از قابل‌قبول بودن متغیرهای آشکار مدل برازندگی برای اندازه‌گیری سازه‌های پنهان می‌باشد. همچنین خروجی لیزرل نشان می‌دهد مقادیر آماری T برای همه بارهای عاملی از ۱/۹۶+ بیشتر و از ۱/۹۶- کمتر است.

جدول ۲: نتایج تحلیل عامل تأییدی اخلاق حرفه‌ای

تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول اخلاق حرفه‌ای			
مؤلفه پنهان	ضریب تعیین (R^2)	آماره T	مقادیر استاندارد شده
مسئولیت پذیری	۰/۴۲	۱۶/۰۲	۰/۶۸
	۰/۳۹	۱۷/۵۶	۰/۷۴
صادق بودن	۰/۴۲	۱۲/۲۳	۰/۹۶
	۰/۶۹	۱۴/۰۲	۰/۹۲
عدالت و انصاف	۰/۳۸	۱۵/۸۹	۰/۸۳
	۰/۵۹	۱۷/۳۹	۰/۷۸
وفاداری	۰/۵۳	۱۹/۴۲	۰/۸۹
	۰/۶۴	۱۳/۰۸	۰/۵۹
برتری جویی	۰/۵۶	۱۷/۵۶	۰/۶۰
	۰/۴۷	۱۵/۷۳	۰/۷۲
احترام	۰/۳۸	۱۴/۱۵	۰/۶۹
	۰/۴۱	۱۶/۲۸	۰/۷۱
همدردی با دیگران	۰/۶۸	۱۶/۰۸	۰/۸۹
	۰/۴۵	۱۸/۷۵	۰/۶۵
رعایت هنجارهای اجتماعی	۰/۳۲	۱۵/۲۵	۰/۸۰
	۰/۴۹	۱۳/۷۳	۰/۷۵

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]

تحلیل عامل تائیدی مرتبه دوم			
مسئولیت پذیری	۰/۴۹	۱۷/۶۲	۰/۷۸
صادق بودن	۰/۶۶	۱۸/۲۵	۰/۶۵
عدالت و انصاف	۰/۴۶	۱۶/۴۵	۰/۶۰
وفاداری	۰/۴۵	۱۵/۰۹	۰/۶۹
برتری جویی	۰/۴۸	۱۸/۰۴	۰/۷۹
احترام	۰/۴۷	۱۶/۰۸	۰/۷۷
همدردی بادیگران	۰/۷۰	۱۴/۳۲	۰/۵۸
رعایت هنجارها اجتماعی	۰/۵۹	۱۳/۲۴	۰/۸۰

جدول ۳: نتایج تحلیل عامل تأئیدی اشتیاق شغلی

تحلیل عامل تأئیدی مرتبه اول اشتیاق شغلی			
مؤلفه پنهان	ضریب تعیین (R^2)	آماره T	مقادیر استاندارد شده
نیرومندی	۰/۵۸	۱۴/۵۶	۰/۷۵
	۰/۴۲	۱۷/۰۹	۰/۷۱
	۰/۶۹	۱۸/۸۰	۰/۵۱
	۰/۵۲	۱۵/۵۰	۰/۷۶
وقف شدن در کار	۰/۴۳	۱۴/۲۶	۰/۶۲
	۰/۵۸	۱۶/۶۵	۰/۸۶
	۰/۶۷	۱۶/۳۰	۰/۸۴
	۰/۵۰	۱۳/۴۴	۰/۵۳
	۰/۴۵	۱۵/۹۰	۰/۷۱
	۰/۴۴	۱۴/۰۸	۰/۶۷
جذبه در کار	۰/۴۷	۱۵/۰۱	۰/۶۴
	۰/۴۹	۱۶/۵۶	۰/۸۶
	۰/۵۸	۱۸/۷۳	۰/۸۷
	۰/۴۴	۱۶/۱۵	۰/۶۳
	۰/۶۶	۱۷/۰۶	۰/۸۸
	۰/۶۱	۱۸/۵۵	۰/۵۴
	۰/۵۳	۱۳/۹۸	۰/۵۳
	۰/۵۶	۱۵/۵۵	۰/۶۳
تحلیل عامل تائیدی مرتبه دوم			
نیرومندی	۰/۴۶	۱۵/۳۶	۰/۷۸
وقف شدن در کار	۰/۷۰	۱۸/۴۲	۰/۸۰
جذبه در کار	۰/۴۶	۱۳/۸۵	۰/۸۹

جدول ٤: نتایج تحلیل عامل تأئیدی هویت سازمانی

تحلیل عامل تأئیدی مرتبه اول هویت سازمانی			
مؤلفه پنهان	ضریب تعیین (R^2)	آماره T	مقادیر استاندارد شده
عضویت	۰/۵۵	۱۶/۱۹	۰/۷۵
	۰/۶۱	۱۶/۴۱	۰/۵۶
	۰/۵۶	۱۳/۶۶	۰/۶۲
وفاداری	۰/۵۷	۱۵/۱۰	۰/۷۴
	۰/۷۲	۱۶/۷۰	۰/۸۵
	۰/۵۹	۱۴/۲۶	۰/۷۲
شباهت	۰/۷۱	۱۳/۹۴	۰/۸۱
	۰/۵۵	۱۶/۴۲	۰/۸۸
	۰/۵۳	۱۷/۰۶	۰/۸۱
تحلیل عامل تائیدی مرتبه دوم			
عضویت	۰/۵۳	۱۴/۶۱	۰/۹۷
وفاداری	۰/۷۶	۱۵/۷۰	۰/۹۹
شباهت	۰/۷۱	۱۵/۰۲	۰/۹۴

فرضیه‌ها مطابق نگاره ۱ و با روش معادلات ساختاری بررسی گردید و همه روابط بین متغیرها و سازه‌ها معنی‌دار بوده و تأیید می‌شوند و روابط ساختاری متغیرها از مقدار معناداری سطح خطای پنج درصد ۱/۹۶ بیشتر است.

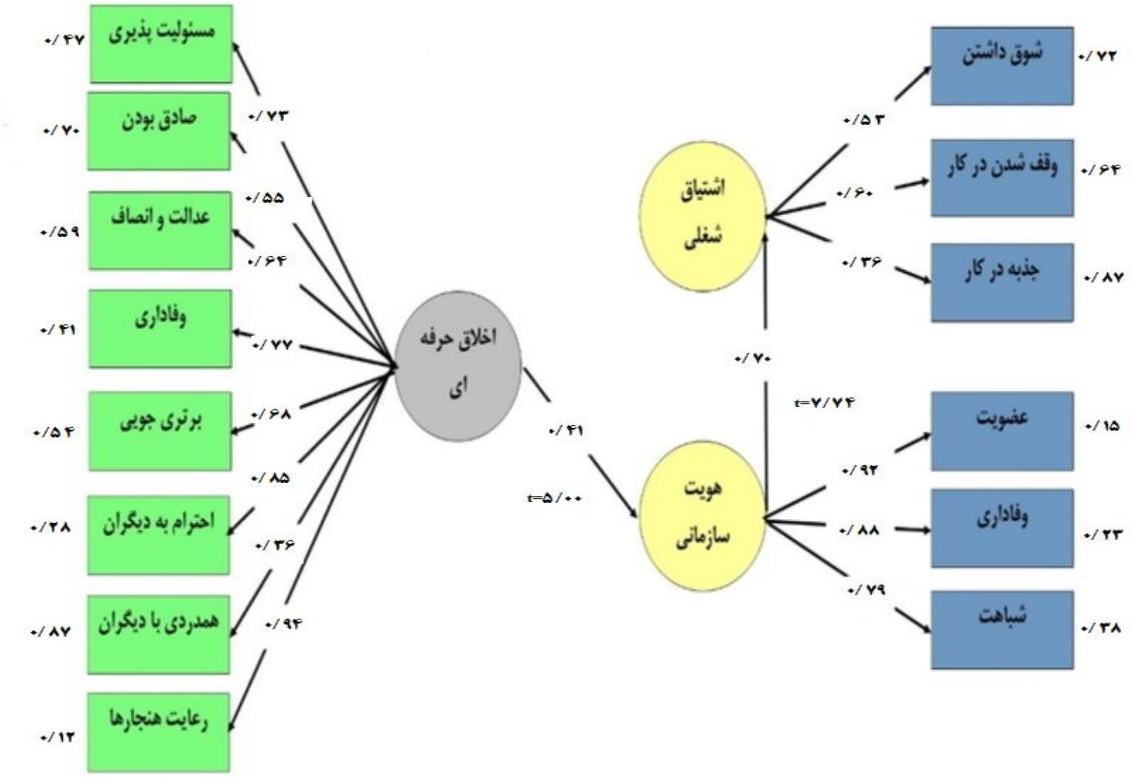
بحث

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای با اشتیاق شغلی معلمان با میانجیگری هویت سازمانی در شهرستان اردبیل می‌باشد. براساس نگاره‌های (۱)، اثر متغیر پنهان اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی برابر ۰/۴۱ است، که با توجه به مقداره آمار مربوط به آن در سطح خطای یک درصد، فرضیه اول مبنی‌بر تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی معلمان تأیید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو می‌باشد (۲۹، ۳۲ و ۳۳). همچنین اثر هویت سازمانی براشتیاق شغلی برابر با ۰/۷۰ می‌باشد که با توجه به‌معنادار بودن مقدار آماره T مربوط به آن در سطح خطای یک درصد، فرضیه‌های دوم مبنی‌بر اثر مستقیم هویت سازمانی معلمان بر اشتیاق شغلی آنان تأیید می‌شوند و چنین نتیجه گرفته می‌شود که هر چقدر هویت سازمانی در فرد بالا رود اشتیاق شغلی آن نیز بیشتر می‌شود. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های پیشین همخوانی دارد (۲۷-۲۴ و ۳۴). لذا در پژوهش حاضر این نتایج به‌دست آمد که بهبود مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی می‌تواند در افزایش اشتیاق شغلی در بین معلمان نقش مهمی را ایفا نماید و اینکه با افزایش اشتیاق شغلی در معلمان و تعالی در سازمان می‌توان به روند

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۴، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]



نگاره ۱: نتایج تحلیل روابط ساختاری

پیشرفت نظام آموزشی و همسو کردن آن با شرایط و تغییرات زمان کمک کرد. هویت سازمانی چه به‌صورت مستقیم و چه به‌صورت غیرمستقیم بر اکثر پیامدهای سازمانی[8] ازجمله اشتیاق شغلی تأثیر می‌گذارد. در اشتیاق شغلی افراد جذب کار خود می‌شوند، خودشان را وقف آن کرده و بیشترین انرژی را برای بهتر انجام دادن شغلشان صرف می‌کنند (۳۵). به‌عبارت دیگر، افراد که دارای هویت سازمانی منسجم باشند، جذب شغل خویش شده و برای انجام وظایف شغلی، جدیت و تلاش قابل ملاحظه‌ای مبذول داشته و خود را وقف کارشان می‌کنند. هویت سازمانی سازه‌ای زیر بنایی در رویدادهای سازمانی بوده و تبدیل به عامل نهانی بسیاری از رفتارهای سازمانی[9] شده است، بنابراین توجه فزاینده‌ای را در پژوهش‌های مدیریت به خود جلب کرده است (۳۶ و ۳۷). هنگامی‌که اعضای یک سازمان، هویت سازمانی را درک کنند مؤثرتر عمل خواهند کرد و می‌توانند تعریفی از خودشان داشته باشند که همانندسازی و تعهد[10] قوی نسبت به سازمان و اهدافش را در پی‌خواهد داشت (۱۸). براساس نتایج به‌دست آمده از تحلیل مسیر و الگویابی در رابطه با فرضیه سوم می‌توان تبیین نمود که اثر غیرمستقیم اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری هویت سازمانی براشتیاق شغلی معلمان در سطح خطای یک درصد تأیید شده و می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری هویت سازمانی اثر غیرمستقیم بر اشتیاق شغلی معلمان دارد و می‌تواند با همراهی هویت سازمانی، اشتیاق شغلی معلمان را بالا ببرد. لذا از آنجایی که اشتیاق در کار مسأله اساسی برای شخص بوده و شخص نیز عامل اساسی در امر توسعه و پیشرفت سازمان می‌باشد توصیه می‌شود که عوامل اثرگذار بر اشتیاق شغلی در سازمانی بها داده شوند.

جامعه آماری و قلمرو این پژوهش معلمان و مدیران شهرستان اردبیل بوده است که این امر از میزان تعمیم‌پذیری نتایج و یافته‌های پژوهش به دیگر حوزه‌ها و سازمان‌های دارای ویژگی‌های متفاوت می‌کاهد، بنابراین پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های دیگری در جوامع آماری و قلمروهای مکانی متفاوت دیگر نیز انجام شود تا قدرت تعمیم‌پذیری نتایج را در طیف گسترده‌ای از محیط‌های سازمانی را افزایش دهد. به‌علاوه اینکه استفاده از پرسشنامه‌های خود گزارشگری به‌عنوان تنها ابزار گردآوری داده‌ها محدودیت‌های خاص خود را دارد.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]

نتیجه‌گیری

توجه به اخلاقیات و ارزش‌های انسانی[11] درواقع توجه به‌فطریات[12] انسانی کارکنان سازمان است. براساس آنچه که در تحلیل یافته‌های بخش ساختاری مدل نشان می‌دهد اخلاق حرفه‌ای با ضریب مسیر بالایی که با هویت سازمانی دارد، می‌تواند عاملی مؤثر و قدرتمند برای هویت سازمانی در سازمان محسوب شود و به‌صورت غیرمستقیم بر اشتیاق شغلی معلمان اثر بگذارد. بنابراین زمانی که افراد مسئولیتی را می‌پذیرند، خود را مؤظف به سرانجام رساندن آن می‌نمایند و در واقع خود را با شغل خود همساز می‌نمایند و هویت جدیدی به خود می‌گیرند که با عنوان هویت سازمانی به‌کار می‌رود؛ لذا افراد با پذیرش مسئولیت و هویت جدیدی که از مسئولیت کاری خود به‌دست آورده است احساس رضایت[13] می‌کنند و با اشتیاق کاری بیشتری به شغل خود می‌پردازند؛ چرا که سازمان فرد را به‌عنوان عضوی مؤثر در سازمان پذیرفته و مسئولیتی به فرد سپرده است. علاوه‌براین زمانی‌که در سازمان عدالت و انصاف[14] حاکم باشد فرد به‌هویت خود علاقه بیشتری پیدا می‌کند و با اطمینان خاطر بیشتری به فعالیت خود می‌پردازد. وفاداری فرد به سازمان بستگی به وفاداری[15] سازمان به فرد دارد. به عبارت دیگر زمانی که فرد در سازمان احساس امنیت شغلی، آزادی عمل متناسب با هنجارهای سازمان و احترام خاصی در سازمان داشته باشد فرد نسبت به سازمان وفادار خواهد بود. در نتیجه وفاداری فرد به سازمان و بالعکس اشتیاق شغلی را در فرد ایجاد می‌کند. بنابراین می‌توان گفت که اگر مدیران مدارس درصدد وسعت بخشیدن به هویت سازمانی معلمانشان هستند باید توجه بیشتری به عوامل گسترش دهنده هویت سازمانی در مدارس و به‌ویژه اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن داشته باشند. براساس نتایج حاصل مدیران می‌توانند با مشارکت دادن معلمان در امر تصمیم‌گیری‌های مدرسه مسئولیت‌پذیری، وفاداری و رعایت هنجارها را در معلمان افزایش داده و به‌این‌ترتیب بر میزان هویت سازمانی و وفاداری و فضیلت سازمانی افراد را نسبت به سازمان افزایش دهند.

ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار محترم شمرده شده است و سایر اصول اخلاق علمی همچون رازداری و رضایت آگاهانه جامعه مورد پژوهش رعایت شده است.

سپاسگزاری

پژوهشگران تحقیق حاضر، از همکاری صمیمانه کلیه معلمان اردبیل که در جمع‌آوری داده‌ها همکاری نمودند کمال تشکر را دارند.

واژه‌نامه

1. Professional ethics	اخلاق حرفه‌ای
2. Individualism	فردگرایی
3. Job Enthusiasm	اشتیاق شغلی
4. Job motivation	انگیزش شغلی
5. Attraction at work	جذب در کار
6. Dedicated to	وقف شدن
7. Organizational identity	هویت سازمانی
8. Organizational Consequences	پیامدهای سازمانی
9. Organizational behaviors	رفتارهای سازمانی
10. Obligation	تعهد
11. Humanities values	ارزش‌های انسانی
12. Nature	فطرت
13. Satisfaction	احساس رضایت
14. Justice and equity	عدالت و انصاف
15. Allegiance	وفاداری

References

1. Gramaleky F. (2003). Methodology of responsibility in the organization. Islamic Social Research; (49, 50): 225-226. (In Persian).
2. Hoseinian Q. (2006), Ethics in counseling. Tehran: Kamal Education. (In Persian).
3. Gramaleky, F. (2003) Ethics. 1st. Tehran: Magnon Publication. P. 39 (Persian)
4. Ahmadi F. (2013). Evolution factors impact on professional ethics in service organization. Ethics in Science & Technology; 8(3): 35-42. (In Persian).
5. Arshadi N, Pieria's S. (2012), Employees trust propensity, supervisors' trustworthiness & interpersonal trust as antecedents of workplace deviance. Q J Career Organ Cons; 13: 83-100. (In Persian).
6. Schaufeli WB, Marftinez IM, Pinto AM, Salanova M, Bakker AB. (2002). Burnout and engagement in university students . Journal of Cross Culture Psychology; 23: 464 481.
7. Schaufeli WB, Taris TW, Van Rhenen W. (2008). Work a holism, burnout and engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well- being? Applied Psychology: An International Review; 57: 173-203.
8. Schoufeli WB, Bakker AB. (2001). Work en welbevinden, Nauree positive benadering in de Arbeids en Gezondhei psychological. Workhand. Wellbeing: Towards Appositive Health Psychology. Germany: Gedray & Organizational. pp: 229 253.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]

9. Naderi F, Safarzadeh S. (2014). Relationship between organizational justice, organizational health, job engagement and innovative organizational climate with psychological empowerment and organizational citizenship behavior. Knowledge and Research in Applied Psychology. 15(2): 56-58. (In Persian).

10. Bakker AB, Schaufeli WB, Leiter MP, Taris TW. (2008). Work engagement: an emerging concept in occupational health psychology. Work and Stress; 22(3):187-200.

11. Mohammadzadeh Z, Rahmanseresht H, Kvshazadh A. (2013), The effect of trust in leader on organizational identity: the role of organizational trust as a mediator. Quartly J New Approach Educ Adminstr; 4(3): 1-20. (In Persian).

12. Riketta M. (2005), Organizational identification: a meta-analysis. J Vocational Behav; 66(2): 358–84.

13. Rahimnia F, Nikkhah Farkhani Z. (2012). The impact of ethical climate of organization on organizational identity and turnover intentions among salespeople. Ethics in Science & Technology; 6(4): 1-11. (In Persian).

14. Cornelissen J. (2002). on the 'organizational identity' metaphor. Br J Manag; 13(3): 259-68.

15. Puusa A. (2006). Conducting research on organizational identity. Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies; 11(2): 35-123.

16. Mael F, Ashforth BE. (1992), Alumni and their almamater: a partial test of the reformulated model of organizational identification. J Organiz Behav; 13(2): 103-23.

17. Cole MS, Bruch H. (2006). Organizational identity strength, identification, and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? Journal of Organizational Behaviour; 27: 585 – 605.

18. Puusa A. Tolvanen U. (2006). Organizational identity and trust. Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies; 11 (2).

19. Dhalla R. (2007). The construction of organizational identity: Key contributing external and intra-organizational factors. Corporate Reputation Review; 10(4): 245-260.

20. Alahyari M, Hamidi M, Hemmateenejad MA, Alahyari F. (2011). Relationship between organizational identity & Social- demographic factors with citizenship-organization behavior. Research on Sport Sciences; 9: 95-112. (In Persian).

21. Bergami M, Bagozzi RP. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. Br J Soc Psychol; 39: 555-77.

22. Bellou V, Chitiris L, Bellou A. (2005), The impact of organizational identification and self-Esteem on organizational citizenship behaviour: the case of Greek public hospitals. Operational Res; 5(2): 305-18.

23. Daus CS, Ashkenazy NM. (1995), Basic behavioural science research for mental health, a national investment: emotion and motivation. Am Psychol; 50(10): 838-45.

24. Wan Huggins VN, Riordan CM, Griffith RW. (1998). The development and longitudinal test of model of organizational identification. Journal of Applied Social Psychology; 28: 724-749.

25. Mayers K, Oetzel JG. (2003). Exploring the dimension of organization assimilation: Creating and validating a measure. Communication Quarterly; 51(4): 438-458.

26. Van Knippenberg D, Vanschie ECM. (2000). Foci and correlates of organizational identification. Journal of Occupational & Organizational Psychology; 73: 137.

27. De Cremer D. (2006). Leader's procedural justice affecting identification and trust. Journal of Management Psychology; 20: 1-10.

28. Naderi E, Saif Naragi M. (2009). Research and evaluation methods in the humanities. Tehran: Arasbaran Publication. (In Persian)

29. Ghasem Zadeh A, Maleki Sh, Brockie Milan S. (2014). Corporate identity as a mediator in the relationship between professional ethics and organizational citizenship behavior and deviant behavior of enterprises. Iranian Journal of Medical Ethics and History; 7(4). (In Persian).

30. Kabirzadeh K. (2013). Investigating the relationship between job enthusiasm and satisfaction of clients of mask bank branches in Ilam province [MA thesis]. Tehran: Islamic Azad University. (In Persian)

31. Nasr Esfahani A, Aghapour-dehkordi T. (2012). Corporate identity with studied silence investigate the relationship between organizational staff. Journal of Applied Sciences of Esfahan University; 24 (52): 41-57. (In Persian).

32. Tsao SH. (2013). The relationship of internal auditors' business ethics perception and organizational identification. J Occup Organ Psychol; 70(3): 23-45.

33. Chiaburu D, Byrne Z. (2007), Predicting OCB role definitions: exchange with the organization and psychological attachment. J Bus Psychol; 24: 201-14.

34. Akharbin P, Zahed Babelan A. (2014). The relationship between servant leadership and organizational learning and job engagement. Journal of Research Development in Nursing & Midwifery; 11(1): 98-91. (In Persian).

35. Waa-Yen C, Lau S, Nye Y, Lim S, Hogan D. (2008). Organizational and personal predictors of teacher commitment: The mediating role of teacher efficacy and identification with school. American Educational Research Journal; 45 (3): 597-630.

36. Navabi A. (2011). Analysis of relationship of organizational socialization methods and organizational identity. [M.A. Thesis] Iran: Isfahan University (In Persian).

37. Voelkl KE. (1997). Identification with scholls, American Journal of Education; 105: 294-318.

مقاله پژوهشی

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۴، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.15.3]