رابطهٔ وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی

الهام بهزادی*، عبدالزهرا نعامی، کیومرث بشلیده

گروه روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز

چکیده:

زمینه: فروپاشی‌های مالی و اخلاقی سال‌های اخیر برخی از سازمان‌های معروف در سراسر دنیا، مجامع اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک دوبارهٔ ارزش و اهمیت فضیلت سازمانی سوق داده و زمینه‌ای را برای مطالعه فضایل و ارزش‌های اخلاقی در سراسر دنیا فراهم آورده‌اند. هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطهٔ وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی در کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز است.

روش: روش پژوهش، توصیفی از نوع طرح همبستگی است. جامعهٔ آماری این پژوهش تمامی کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز بودند. نمونهٔ پژوهش 227 نفر از این کارکنان بودند؛ که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب گشتند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه‌های ویژگی‌های شخصیتی، جو اخلاقی، رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی بودند. به منظور بررسی اعتبار سازه پرسشنامهٔ فضیلت سازمانی از تحلیل عاملی تأییدی و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که؛ بین متغیرهای پیش‌بین ویژگی شخصیتی وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی همبستگی مثبت معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که؛ به ترتیب رهبری اخلاقی، جو اخلاقی و ویژگی شخصیتی وجدانی بودن در تبیین واریانس فضیلت سازمانی بیشترین نقش را ایفا می‌کنند.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش حاکی از آن است که؛ هم ویژگی‌های شخصیتی و هم عوامل محیطی پیش‌بینی‌کننده خوبی برای شکل‌گیری فضیلت سازمانی هستند. بنابراین، سازمان‌ها می‌بایست شرایط لازم جهت بروز و شکوفایی این سازه را فراهم کنند تا در نتیجهٔ آن پیامدهای سازمانی مثبت حاصل شود.

کلید واژگان: *جو اخلاقی، رهبری اخلاقی، فضیلت سازمانی، وجدانی بودن*

سرآغاز

فروپاشی‌های مالی و اخلاقی سال‌های اخیر برخی از سازمان‌های معروف در سراسر دنیا، مجامع اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک مجدد ارزش و اهمیت فضیلت سازمانی سوق داده و زمینه‌ای را برای مطالعه فضایل و ارزش‌های اخلاقی در سراسر دنیا فراهم آورده‌اند (1). امروزه، سازمان‌ها به صورت فزاینده‌ای خود را درگیر مسئله‌ای می‌بینند که آن را معمای اخلاقی می‌نامند، یعنی اوضاع و شرایطی که باید یک بار دیگر کارهای درست و نادرست را تعریف کنند، زیرا مرز بین کارهای درست و نادرست بیش از پیش از بین رفته است. فضیلت سازمانی[1] از جمله مفاهیم مهم سازمانی است که در سال‌های اخیر در علوم سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و به آن دسته از بافت‌های سازمانی اشاره دارد که در آن، فضیلت‌ها (از جمله انسانیت، درستی و اعتماد) هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی مورد حمایت قرار می‌گیرد و نیز پرورش، انتشار و تداوم می‌یابد (2). فضایل عادات، خواسته‌ها، و اقداماتی هستند که منجر به سود فردی و اجتماعی می‌شوند (3). فضایل به ویژگی‌های اخلاقی کلیت سازمان اطلاق می‌شود نه به مجموع ویژگی‌های اعضای آن. از این رو فضایل سازمانی

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: e.behzady.siop@gmail.com

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

باید بخش مداومی از فرهنگ سازمانی باشند. فضایل را می‌توان به عنوان ویژگی‌های محوری نیز تعریف کرد که توسط فیلسوفان اخلاق و متفکرین مذهبی ارزش‌گذاری شده‌اند. این موارد شامل شش گروه عمده می‌شوند که عبارتند از فرزانگی، شجاعت، انسانیت، عدالت، اعتدال و تعالی. در برخی موارد، بافت سازمانی تعالی اخلاقی را به فرد القا می‌کند اما متاسفانه در برخی موارد دیگر این امر حاصل نمی‌گردد. هر چند ویژگی‌های مثبت شخصیتی طبق تعریف، مربوط به انسان و فرد هستند، اما در سطح سازمانی نیز چنین ویژگی‌هایی وجود دارند. در حال حاضر، کتاب‌های زیادی نیز درباره سازمان‌های «مطلوب» سخن گفته‌اند و بحث اصلی آن‌ها نیز همان برشمردن ویژگی‌های مثبت سازمانی و تشریح آن‌ها بوده است. بسیاری از این ویژگی‌ها مشابه همان ویژگی‌های مطلوب و مثبت اخلاقی در سطح فردی هستند که مورد قبول و پذیرش عامه مردم می‌باشند. وجود این ویژگی‌ها در سازمان علاوه بر سوق دادن سازمان به سمت اهداف اخلاقی تعیین شده، به موفقیت افراد در سازمان نیز کمک می‌کنند. یکی از اهداف مطلوب رشته مطالعات سازمانی مثبت، بررسی نظام‌مند فضایل اخلاقی در سطح سازمان است. با این حال، مباحث موجود در زمینه فضیلت‌های سازمانی هم به لحاظ تعداد و هم به لحاظ نظام‌مندی، کمتر از فضیلت‌های سطح فردی هستند (4).

سال‌هاست که محققان درصددند فهرست جامعی از فضایل کاری تهیه کنند. آن‌ها در لیست خود علاوه بر فضایل اخلاقی (نظیر صداقت) فضایل نامربوط به اخلاق (مثل شوخ طبعی و جذابیت) را نیز گنجانده‌اند. این محققان هم‌چنین نقایص شایع شغلی نظیر بیرحمی، داشتن حالت تدافعی و حرص را نیز در نظر گرفته‌اند. هر چند برخی از موارد فهرست آن‌ها بدون کاربرد بود، اما مواردی مانند سرسختی و حیا توجیه تجربی دارند. صاحبنظران در عین حال فهرستی طولانی از فضایل ارائه می‌دهند اما هنوز مشخص نیست که کدام یک از این فضایل با محیط کار ارتباط دارد و کدام موارد مربوط به ویژگی‌های شخصیتی فردی می‌باشند. از طرفی فضایل و تعاریف ارائه‌شده از سوی محققین بیشتر بر مبنای فضایل معرفی‌شده از سوی ارسطو می‌باشند و تعدیل و تغییری مطابق با محیط کار در آن‌ها صورت نگرفته است (5).

برخی از محققین، یک مدل پنج عاملی از فضیلت سازمانی، شامل خوش‌بینی[2]، بخشش[3]، اعتماد[4]، شفقت[5] و صداقت[6] را ارائه نمودنده‌اند. خوش‌بینی سازمانی به این معنی است که اعضای سازمان بر این عقیده‌اند که در انجام دادن مطلوب کارها موفق خواهند شد حتی زمانی که با چالش‌های عمده روبه‌رو شوند. بخشش سازمانی به این معنی است که اشتباهات خیلی سریع بخشیده می‌شوند و به عنوان فرصتی برای یادگیری در زمینه‌ای با استانداردهای بالای عملکرد مورد استفاده قرار می‌گیرند. اعتماد سازمانی نشانگر این است که تواضع، توجه و احترام بر سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبران‌شان اعتماد دارند. شفقت سازمانی به این معنی است که افراد در زمینه مراقبت از هم‌دیگر و فعالیت‌های دلسوزانه و دلواپسانه مشترک هستند. صداقت سازمانی بیان‌گر این است که صداقت، امانت و احترام در سازمان فراوان و شایع است (3). به دلیل وجود رابطه مثبت بین فضیلت و پیامدهای فردی مطلوب، منطقی خواهد بود که چنین فرض شود زمانی که فضیلت در سازمان‌ها جریان داشته باشد، رابطه مثبتی با پیامدهای سازمانی مثبت نیز وجود خواهد داشت. آزمون این فرض بویژه در سازمان‌هایی مطلوب خواهد بود که به تازگی اندازه آن‌ها کوچک شده است. شواهد موجود نشان می‌دهد که؛ فضیلت بخشش با روابط اجتماعی غنی‌تر و گسترده‌تر،رضایت بالاتر،احساس قدرت، کم بودن عارضه‌های بدنی، بهبود سریع‌تر بیماری و اضطراب و استرس کمتر ارتباط دارد (6). همچنین، فضیلت "امیدواری[7]" و "خوش‌بینی" با عملکرد بهتر، پشتکار بیشتر و خوش اخلاق بودن در محیط کار ارتباط دارند (7). افراد خوش‌بین روابط اجتماعی بهتر و سلامت جسمانی بالاتر، عملکرد تحصیلی و ورزشی بهتر، بهبود سریع‌تر بیماری، تحمل درد بیشتر،خودکارآمدی بیشتر و انعطاف فکری بیشتری دارند (8). از سوی دیگر، افراد مهربان رفتارهایی دارند که کمک‌کننده به دیگران است، کمتر افسرده می‌شوند، کمتر عصبی می‌شوند، و کمتر دچار بیماری‌های روانی می‌گردند (9). امانت و درستی در افراد با سطوح بالای اعتماد به نفس، صمیمیت، خودتنظیمی و عاطفه مثبت همراه است (10).

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

با این‌حال، در مطالعات سازمانی بررسی‌های نظام‌مند فضیلت، بویژه عوامل ایجاد کننده آن تا همین اواخر چندان مورد توجه قرار نگرفته است. به همین دلیل در این پژوهش تلاش شده است تا مهم‌ترین پیش‌بین‌های فضیلت سازمانی مورد بررسی قرار گیرد. برای این منظور ویژگی شخصیتی وجدانی بودن[8]، جو اخلاقی[9] و رهبری اخلاقی[10] مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

اولین متغیر پیش‌بین ویژگی شخصیتی وجدانی بودن است. افراد باوجدان، قابل اعتماد (مسئول، دقیق و قابل اتکا) کارا (با برنامه، منظم، وقت شناس، منضبط) و کوشا (سخت کوش، مصر، پرانرژی و توفیق‌طلب) هستند. آن‌ها آماده‌اند در حل مشکلات ابتکار به خرج دهند و کارشان را روش‌مند و تمام و کمال به سرانجام برسانند (11).

در پژوهشی مشخص گردید: پنج ویژگی شخصیتی روان‌نژندی[11]، برون‌گرایی[12]، همگرایی[13]، گشودگی نسبت به تجربه[14] و وجدانی بودن با رعایت اصول اخلاقی رابطه دارند. از بین این ویژگی‌ها وجدانی بودن با تمام ابعاد اصول اخلاقی رابطه مثبت داشت. بر اساس نتایج این تحقیق افرادی که وجدانی هستند احساس مسئولیت بیشتری دارند و از فنون و تکنیک‌های مناسب جهت انجام مطلوب کارهای‌شان استفاده می‌کنند و از هیچ کاری برای سودرسانی و نیکوکاری در قبال مراجع فروگذار نیستند، از نظر شخصیتی، دارای آمادگی لازم برای بازبینی ارزش‌های اجتماعی، سیاسی و مذهبی هستند، ذهن گسترده‌ای دارند و از چالش و معما لذت می‌برند (12). همچنین، بین روان‌نژندی با درستی و صراحت، تمامیت، تواضع، مهربانی، سخاوت، تحمل، مقاومت و پایداری و تمایل به بر طرف کردن نیازهای دیگران رابطه منفی معنی‌دار و بین برون‌گرایی و وجدانی بودن با عوامل ذکر شده رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد. در این میان بین این عوامل و انعطاف‌پذیری و دلپذیر بودن رابطه معنی‌داری وجود ندارد (13). پژوهش‌های مختلفی چه در داخل ایران و چه در خارج از ایران وجود رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهایی چون نوعدوستی، تواضع، گذشت و جوانمردی را تائید کرده‌اند. در این پژوهش‌ها بین ویژگی‌هایی شخصیتی همچون کانون کنترل و رفتارهای اخلاقی ذکر شده همبستگی مثبت معناداری وجود دارد (14و 15). برخی صاحبنظران قوی‌ترین مولفه‌ی شخصیتی پیش‌بین‌کننده‌ی رفتارهایی چون وجدان کاری، احترام به دیگران، نوعدوستی، تواضع، گذشت و جوانمردی را وظیفه‌شناسی یا وجدان معرفی می‌کنند (16).

جو اخلاقی که دومین متغیر پیش‌بین در این پژوهش است به ادراکات مشترک از رفتارهای صحیح اخلاقی و این‌که موضوع اخلاقی چگونه باید اداره شود، اشاره می‌کند (17). به نظرمی‌رسد که اخلاق در سازمان با مولفه سازمانی چون نوعدوستی، تواضع، گذشت و جوانمردی ارتباط تنگاتنگی دارد (18). جو اخلاقی می‌تواند رفتارهایی چون احترام به دیگران، ازخود گذشتگی، ایثار، صداقت و فداکاری را پیش‌بینی کند (19). همچنین، جو کاری اخلاقی چارچوب رایجی را برای ارزیابی ویژگی‌های اخلاقی سازمان‌های بشری فراهم می‌کند (20). یکی از پیامدهای مهم جو اخلاقی در کنار متغیرهایی چون افزایش کارایی و رضایت شغلی، خوش‌بینی سازمانی است (21).

سومین متغیر پیشایند، رهبری اخلاقی است. منظور از رهبری فرایند تاثیر و نفوذ در رفتار اعضای سازمان برای یاری و هدایت آنان در ایفای وظایف سازمانی و دستیابی به اهداف مطلوب می‌باشد (22). رهبری به منزله تشویق پیروان به تحقق اهداف معینی است که نشان‌دهنده ارزش‌ها و انگیزه‌های آنان می‌باشد، یعنی آن‌را عمل به خواسته‌ها، نیازها، آرمان‌ها و انتظارات رهبر و پیروان تعریف کرده‌اند (23).

تحقیقات جاری موید این مطلب هستند که رهبران اخلاقی به عنوان افرادی صادق، قابل اعتماد، نوع دوست و ضابطه‌مند توصیف می‌شوند و تصمیماتی عادلانه و هماهنگ اتخاذ می‌نمایند، همچنین آن‌ها اصول اخلاقی را به طور مداوم به کارمندان ابلاغ می‌کنند، معیارهای اخلاقی روشن را تعیین و برای رعایت این معیارها از پاداش و تنبیه استفاده می‌کنند (24). در پژوهشی نشان داده شد که رهبری اخلاقی و سلامت روان‌شناختی محیط کار[15] دارای توان پیش‌بینی معنادار اعتماد سازمانی بوده‌اند (25). محققین مختلفی در پژوهش‌های خود بر این نتیجه دست یافتند که رهبری مبتنی بر عدالت و انصاف و تبادل ارتباطی مبتنی بر توجه، مراقبت و احترام به شأن انسانی کارکنان باعث تأثیر بر ادراکات کارکنان می‌شود (26-28).

بر این مبنا هدف این پژوهش تعیین رابطه بین وجدانی بودن،

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

جو اخلاقی سازمان و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی است.
بر این اساس فرضیه‌های پژوهش حاضر عبارت است از:
بین وجدانی بودن و فضیلت سازمانی رابطهٔ مثبت وجود دارد.
بین جو اخلاقی سازمان و فضیلت سازمانی رابطهٔ مثبت وجود دارد.
بین رهبری اخلاقی سازمان و فضیلت سازمانی رابطهٔ مثبت وجود دارد.

روش

طرح پژوهش در این مطالعه، توصیفی (غیر آزمایشی) از نوع طرح همبستگی است . جامعهٔ آماری شامل تمامی کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز در زمستان سال 91 می‌باشد. در پژوهش حاضر دو نمونه‌به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. نمونهٔ اول که به عنوان نمونهٔ اعتباریابی در نظر گرفته شد شامل 80 نفر و نمونهٔ دوم که برای آزمودن فرضیات پژوهش در نظر گرفته شدند شامل 270 نفر بودند. از بین 270 پرسشنامه توزیع شده جهت آزمودن فرضیه‌ها تعداد 227 پرسشنامه پس از 3 هفته عودت داده شد، در نتیجه نرخ تکمیل 84/07 درصد می‌باشد. از مجموع 227 شرکت‌کننده در پژوهش حاضر 8 نفر زن (3/5 درصد) و 217 نفر مرد (95/6 درصد) بوده‌اند. بیشترین شرکت‌کنندگان در ردهٔ سنی بین 25 تا30 سال قرار دارند که 27/3 درصد شرکت‌کنندگان را تشکیل می‌دهند. همچنین، افراد با مدرک تحصیلی فوق دیپلم با 35/2 درصد دارای بیشترین شرکت‌کننده بودند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از ابزارهای زیر استفاده به عمل آمد:

پرسشنامه شخصیتی نئو: در این پژوهش از آزمون نئو که دارای 60 سوال می‌باشد و پنج ویژگی شخصیتی (روان‌نژندی ، گشودگی نسبت به تجربه، برون‌گرایی، وجدانی بودن و همگرایی) را می‌سنجد استفاده شده است. از میان این پنج ویژگی شخصیتی متناسب با پیشینه پژوهشی، تنها ویژگی وجدانی بودن مورد بررسی قرار گرفته است. هرکدام از ابعاد این پرسشنامه 12 سوال را به خود اختصاص داده‌اند. آزمودنی جواب را بر اساس یک طیف 5 درجه‌ای از بطور کامل موافقم (5) تا بطور کامل مخالفم (1) انتخاب می‌کند (29). پایایی این پرسشنامه در پژوهشی به روش بازآزمایی برای بعد وجدانی بودن 0/79 گزارش شده است (30). جهت تعیین اعتبار مقیاس‌مربوط به یک بُعد شخصیتی وجدانی‌بودن در مطالعه حاضر از یک سؤال محقق ساخته استفاده گردید که پاسخ آن روی مقیاس پنج درجه‌ای از 1 (کاملاً مخالف) تا 5 (کاملاً موافق) مشخص می‌شدند. در این پژوهش ضریب همبستگی به‌دست آمده بین نمره مقیاس وجدانی‌بودن و سؤال کلی 0/50 هم‌چنین ضرایب پایایی این پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب 0/82 و 0/86 می‌باشد.

پرسشنامه جو اخلاقی: در پژوهش حاضر برای سنجش جو اخلاقی از مقیاسی که شامل هفت گویه است استفاده شد. پاسخ‌گویی به این مقیاس در طیف 5 درجه‌ای لیکرت از بطور کامل موافقم (5) تا بطور کامل مخالفم (1) می‌باشد. در مطالعه‌ای پایایی این مقیاس با روش آلفای کرونباخ 0/70 گزارش شده است. در همین پژوهش اعتبار سازه‌ای این مقیاس با روش تحلیل عاملی تائیدی 0/73، 0/74، 0/88، 0/73 بدست آمده است (31). این پرسش‌نامه توسط پژوهش‌گران از روی نسخهٔ اصلی ترجمه و در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. جهت تعیین اعتبار مقیاس جو اخلاقی در مطالعه حاضر از یک سؤال محقق ساخته استفاده گردید که پاسخ آن روی مقیاس پنج درجه‌ای از 1 (کاملاً مخالفم) تا 5 (کاملاً موافقم) مشخص می‌شدند. در این پژوهش ضریب همبستگی به‌دست آمده بین نمره مقیاس جو اخلاقی 0/76 و هم‌چنین ضرایب پایایی این پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب 0/89 و 0/77 می‌باشد.

پرسشنامه رهبری اخلاقی : در پژوهش حاضر برای سنجش رهبری اخلاقی از پرسشنامه‌ای با 10 آیتم استفاده شد که جنبه‌های مختلف ابعاد رهبری اخلاقی از قبیل برقراری ارتباط منطبق با اصول اخلاقی، رسیدگی به تخلفات اخلاقی زیردستان و برخورد منصفانه با زیردستان را می‌سنجد. این پرسش‌نامه یک نمره کل ارائه می‌دهد و بر مبنای لیکرت 5 درجه‌ای از بطور کامل موافقم (5) تا بطور کامل مخالفم (1) نمره‌گذاری شده است. سازندگان این پرسش‌نامه آلفای کرونباخ این پرسشنامه را

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

برای سنجش پایایی آن 0/92 گزارش کردند (28). در پژوهشی آلفای کرونباخ محاسبه شده برای این پرسش‌نامه 0/90 بود (32). این پرسش‌نامه توسط پژوهش‌گران ترجمه و در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. جهت تعیین اعتبار مقیاس رهبری اخلاقی در مطالعه حاضر از یک سؤال محقق ساخته استفاده گردید که پاسخ آن روی مقیاس پنج درجه‌ای از 1 (کاملاً مخالفم) تا 5 (کاملاً موافقم) مشخص می‌شدند. در این پژوهش ضریب همبستگی به‌دست آمده بین نمره مقیاس رهبری اخلاقی 0/60 و هم‌چنین ضرایب پایایی این پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب 0/94 و 0/92 می‌باشد.

مقیاس فضیلت سازمانی: در پژوهش حاضر برای سنجش فضیلت سازمانی از پرسشنامه‌ای با 15 سوال استفاده شده است که پنج بعد خوش‌بینی سازمانی (3 سوال) بخشش سازمانی (3 سوال) اعتماد سازمانی (3 سوال) شفقت سازمانی (3 سوال) و صداقت سازمانی (3 سوال) را می‌سنجد. این پرسش‌نامه بر مبنای طیف لیکرت 6 درجه‌ای (1 بطور کامل مخالفم و 6 بطور کامل موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. این پرسش‌نامه توسط پژوهش‌گران ترجمه و برای اجرا تنظیم گردید. سازندگان این پرسش‌نامه، ضرایب پایایی خرده مقیاس‌های فضیلت سازمانی را با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای خوش‌بینی سازمانی 0/83، برای اعتماد سازمانی 0/83، برای شفقت سازمانی 0/88، برای صداقت و درستی سازمانی 0/89 و برای گذشت سازمانی 0/89 گزارش کرده‌اند (2). جهت تعیین اعتبار مقیاس فضیلت سازمانی و خرده‌مقیاس‌های آن در مطالعه حاضر از یک سؤال محقق ساخته برای هر کدام از خرده‌مقیاس‌ها استفاده گردید که پاسخ آن روی مقیاس شش درجه‌ای از 1 (کاملاً مخالفم) تا 6 (کاملاً موافقم) مشخص می‌شوند. ضریب همبستگی به‌دست آمده بین نمره پرسش‌نامه فضیلت سازمانی، خوش‌بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، شفقت سازمانی، درستی سازمانی، بخشش سازمانی به ترتیب 0/78، 0/62، 0/71، 0/89، 0/74 و 0/69 می‌باشد. هم‌چنین ضرایب پایایی این پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب برای فضیلت سازمانی 0/94، 0/92، خوش‌بینی سازمانی 0/74، 0/66، اعتماد سازمانی 0/87، 0/77، شفقت سازمانی 0/89، 0/74، درستی سازمانی 0/91، 0/83، بخشش سازمانی 0/71، 0/71 بدست آمد. به منظور بررسی اعتبار سازه پرسشنامه فضیلت سازمانی در پژوهش حاضر از روش تحلیل عاملی تائیدی استفاده شد. این تحلیل با استفاده از نرم‌افزار Amos18 روی ماده‌های این مقیاس انجام گرفت. شاخص‌های برازش در این مدل عبارتنداز: شاخص برازش افزایشی (IFI=0/95) شاخص برازش تطبیقی (CFI=0/95) شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI=0/84) و تقریب ریشه میانگین مربعات خطا (RMSEA=0/08). شاخص برازش افزایشی (IFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) شاخص برازندگی هستند که برازش یک مدل معین را با مدل پایه، که قایل به وجود کوواریانس میان متغیرها نیست مقایسه می‌کنند. هر چه مقدار این دو شاخص به یک نزدیک‌تر باشد برازش بهتری را نشان می‌دهد. شاخص دیگر، تقریب ریشه میانگین مربعات خطا (RMSEA) است. اگرچه RMSEA صفر نشان‌دهنده برازش کامل است اما محققان اظهار می‌دارند که به دست آوردن چنین مقداری غیر واقعی است. آن‌ها استدلال می‌کنند که مقادیر بزرگ‌تر از 0/1 برازش ضعیف را نشان می‌دهند، مقادیر بین 0/08 و 0/1 برازش متوسط، مقادیر بین 0/05 و 0/08 برازش معقول را نشان می‌دهند و مقادیر کمتر از 0/05 نشان‌دهندهٔ برازش قابل قبول هستند (33). بر این مبنا، نتایج حاصل بیانگر برازش معقول مدل می‌باشند.

داده‌های حاصل از اجرای پژوهش با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه‌مرحله‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در پژوهش حاضر سطح معنی‌داری برای آزمون فرضیه‌ها 0/05 در نظر گرفته شده است و نتایج با استفاده از نرم‌افزار SPSS ویراست 18 تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها

جدول 1 یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

با توجه به مندرجات جدول 1 می‌توان ملاحظه کرد که وجدانی

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

جدول 1. یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	وجدانی بودن	جو اخلاقی	رهبری اخلاقی	فضیلت سازمانی	خوش‌بینی سازمانی	اعتماد سازمانی	شفقت سازمانی	صداقت سازمانی	بخشش سازمانی
وجدانی بودن	43/07	3/53	-								
جو اخلاقی	25/63	5/69	0/35	-							
رهبری اخلاقی	40/22	7/78	0/33	0/62	-						
فضیلت سازمانی	51/05	10	0/37	0/66	0/69	-					
خوش‌بینی سازمانی	12/19	2/11	0/41	0/50	0/54	0/75	-				
اعتماد سازمانی	10/82	2/71	0/29	0/65	0/62	0/90	0/57	-			
شفقت سازمانی	10/40	2/67	0/27	0/53	0/56	0/86	0/53	0/75	-		
صداقت سازمانی	11/23	2/67	0/27	0/63	0/66	0/92	0/69	0/82	0/73	-	
بخشش سازمانی	6/39	1/62	0/34	0/40	0/66	0/71	0/47	0/55	0/52	0/59	-

لازم به ذکر است رابطهٔ بین تمامی متغیرهای پژوهش در سطح $p<0/01$ معنادار می‌باشند

بودن با ضریب همبستگی $r= 0/37$ جو اخلاقی با ضریب همبستگی $r= 0/66$ و رهبری اخلاقی با ضریب همبستگی $r= 0/69$ با فضیلت سازمانی در سطح $p<0/01$ رابطه‌ی معناداری دارند. بنابراین، فرضیه‌های‌شمارهٔ یک، دو و سه مورد تائید قرار می‌گیرند.

همچنین، نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه با روش مرحله‌ای در جدول شماره 2 ارائه شده است. مندرجات جدول 2 نشان می‌دهند که در تحلیل رگرسیون مربوط به پیش‌بینی فضیلت سازمانی از روی متغیرهای پیش‌بین با روش مرحله‌ای، تمامی متغیرهای پیش‌بین همبستگی چندگانه معناداری با متغیر ملاک دارند و آن را پیش‌بینی می‌کنند. در این روش متغیر رهبری اخلاقی ($\beta=0/43$ ، $P<0/001$) نقش موثری در پیش‌بینی فضیلت سازمانی دارد.

بحث

همان‌گونه که اشاره شد هدف کلی پژوهش حاضر بررسی رابطهٔ وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی می‌باشد. یکی از ویژگی‌های تحقیقات و پژوهش‌های روان‌شناسی سازمانی، تاکید بر ابعاد مثبت و توانمندی‌ها و قابلیت‌های کارکنان است. یکی از این حیطه‌ها تحت عنوان فضیلت سازمانی نامگذاری شده است. فضیلت را به عنوان هر فرایند روانشناختی که فرد را قادر می‌سازد به شیوه‌ای تفکر و عمل نماید که هم برای خودش، هم برای دیگران و هم برای جامعه مفید باشد تعریف کرده‌اند (34). بر اساس این تعریف، فضیلت یک سیستم سازماندهی شده‌ای از تفکر، منطق، هیجان، انگیزش و عمل است که مزایای زیادی برای فرد، دیگران و جامعه دارد و غفلت از آن می‌تواند پیامدهای بسیار مهمی داشته باشد.

بررسی نتایج نشان دادند که؛ متغیرهای پیش‌بین و متغیرهای ملاک دارای روابط ساده و چندگانه هستند. تمام فرضیه‌های پژوهش مورد تائید قرار گرفتند. نتایج جدول 1 نشان دادند که؛ بین وجدانی بودن و فضیلت سازمانی و ابعاد آن رابطه مثبت وجود دارد. این به معنی آن است افرادی که دارای ویژگی شخصیتی وجدانی بودن هستند مستعد بروز رفتارهای فضیلت‌مدارانه یا رفتارهای اخلاقی هستند. هرچه این ویژگی در افراد بالا باشد بروز رفتارهایی چون خوش‌بینی، قابل اعتماد بودن، مسئولیت‌پذیری، بخشش، درستی و صراحت، تمامیت، تواضع، مهربانی، تاب‌آوری، سخاوت، تحمل، مقاومت و پایداری و تمایل به بر طرف کردن نیازهای دیگران، نوعدوستی، گذشت و جوانمردی و ... در آن‌ها بالا خواهد بود. این نتیجه با یافته‌های

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

جدول 2. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه مربوط به متغیرهای پیش‌بین با فضیلت سازمانی با روش مرحله‌ای

پیش‌بین‌ها	MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون			عرض از مبدا
				1	2	3	
رهبری اخلاقی	0/69	0/47	206/72	β			0/69
			0/001	b			
				0/88			
				t			
				14/37			
				p			
				0/001			
جو اخلاقی	0/75	0/56	147/16	β	0/38		0/75
			0/001	b	0/66		
				0/58			
				t	6/79		
				8/14			
				p	0/001		
				0/001			
وجدانی بودن	0/75	0/57	100/94	β	0/35	0/09	0/75
			0/001	b	0/62	0/27	
				0/56			
				t	6/31	2/06	
				7/75			
				p	0/001	0/041	
				0/001			

**p< 0/01

پژوهش‌های مختلفی همسو می‌باشد (12-14، 35 و 36). این نتیجه را می‌توان بر مبنای نظریهٔ صفات شخصیتی چنین تبیین کرد که صفات رفتار را تعیین می‌کنند یا موجب آن می‌شوند (37). افراد به دلیل داشتن برخی صفات شخصیتی آمادگی انجام رفتارهایی را دارند که متناسب با آن ویژگی شخصیتی است. کسانی که بیشتر از وجدان‌شان پیروی می‌کنند، به طور معمول کارها را بهتر انجام می‌دهند (38). افراد باوجدان، قابل اعتماد (مسئول، دقیق و قابل اتکا) کارا (با برنامه، منظم، وقت شناس، منضبط) و کوشا (سخت کوش، مصر، پرانرژی و توفیق‌طلب) هستند. آن‌ها آماده‌اند در حل مشکلات ابتکار به خرج دهند و کارشان را روش‌مند و تمام و کمال به سرانجام برسانند (11).

در مورد فرضیهٔ دو، نتایج نشان دادند که بین جو اخلاقی و فضیلت سازمانی و ابعاد آن رابطه مثبت وجود دارد. به بیان دیگر، هرچه جو سازمانی اخلاقی‌تر باشد رفتارهای اخلاقی و مثبت سازمانی بیشتر نمایان شده و توسعه می‌یابند. این یافته با نتایج یافته‌های پژوهش‌های چندی همسو می‌باشد که نشان داده‌اند که اخلاق در سازمان با مولفه‌های سازمانی چون نوعدوستی، تواضع، گذشت و جوانمردی، احترام به دیگران، ازخود گذشتگی، ایثار، اعتماد، صداقت و فداکاری ارتباط تنگاتنگی دارد (19و 39-41).

محققان نشان داده‌اند که جو اخلاقی درون یک سازمان، رفتارهای اخلاقی کارکنان را در محیط کار به صورت معناداری تحت تاثیر قرار می‌دهند. از این منظر ادراکات اخلاقی، که از جو اخلاقی در درون یک سازمان تاثیر می‌پذیرند نه تنها رفتارهای اخلاقی بلکه رفتارهای غیراخلاقی را نیز در محیط کار پیش‌بینی می‌کنند (42). برخی صاحب‌نظران بر این باور بودند که؛ جوهای کاری اخلاقی مانند یک ذره‌بین عمل می‌کنند که کارکنان از طریق آن‌ها موقعیت‌های مشکل‌دار اخلاقی را تشخیص می‌دهند، و آن‌ها را ارزیابی و حل می‌کنند (43). وقتی سازمان‌ها از جوهای اخلاقی قابل تشخیصی برخوردار باشند، کارکنان بهتر می‌توانند با دوراهی‌ها یا مسائل اخلاقی و برطرف کردن آن‌ها کنار بیایند (44).

در ارتباط با فرضیه 3 نتایج نشان دادند که؛ بین رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی و ابعاد آن رابطه مثبت وجود دارد. در تبیین

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

این رابطه می‌توان از نظریهٔ یادگیری اجتماعی بندورا بهره برد. به اعتقاد بندورا یادگیری از طریق مشاهدهٔ افراد دیگر و الگوبرداری از رفتارشان صورت می‌گیرد. از آن‌جائی که هر مدیر یا سرپرستی در دنیای کاری خود به شدت از طرف کارکنان تحت نظر است طبیعی است که در صورت پایبندی به ارزش‌ها و اصول اخلاقی به عنوان الگو از طرف کارکنان انتخاب خواهد شد (45). از طرفی رهبران اخلاق مدار با رفتار خود، جوی حاکی از آرامش و امنیت خاطر را برای کارکنان خویش فراهم کرده و بدین طریق بر هویت اخلاقی کارکنان تاثیر مثبتی می‌گذارند (46). مشاهده فضیلت در سازمان احساسی از دلبستگی و جاذبه به ایفاکنندگان رفتارهای بافضیلت، در مشاهده‌کنندگان ایجاد می‌کند که موجب می‌شود فرد مشاهده‌کننده بخواهد تا به جمع این افراد پیوسته و این‌گونه رفتارها را تجربه کند. در نهایت، تکرار این قبیل کارها باعث درونی شدن این فضایل در افراد می‌شود (2). بر مبنای مطالب ذکر شده، بدیهی است که؛ از بین متغیرهای پیش‌بین، رهبری اخلاقی دارای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بیشتری باشد. نتایج حاصل از این پژوهش با جهت‌گیری نظری پژوهش‌های دیگر همسویی‌هایی را نشان می‌دهد (25-28 و 47).

تفسیر نتایج حاصل از این پژوهش می‌بایست با در نظر گرفتن این محدودیت‌انجام پذیرد که این پژوهش در یک شرکت تولیدی انجام گرفته لذا تعمیم نتایج آن به افراد و سازمان‌های خدماتی و تولیدی دیگر باید با احتیاط صورت گیرد. از طرفی به این دلیل که مطالعهٔ حاضر مطالعه‌ای مقطعی است نمی‌توان از آن رابطه‌ی علیت را نتیجه‌گیری کرد. همانطور که نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد ترکیبی از متغیرهای شخصیتی و محیطی می‌تواند زمینه را برای بروز رفتارهای فضیلت‌مدارانه در سازمان فراهم کند. بنابراین برای سازمان‌های عصر حاضر به دلیل رویارویی با مشکلات و مسائل اخلاقی مختلف می‌تواند موضوع مهمی به شمار رود. براساس نتایج به‌دست آمده از پژوهش حاضر می‌توان پیشنهادهای کاربردی زیر را ارائه داد.

انجام آسیب‌شناسی در زمینهٔ وضعیت سازمان از لحاظ متغیرهای اخلاقی از جمله فضیلت سازمانی با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه

ایجاد منشورهای اخلاقی جدید برای سازمان‌ها و همچنین بازبینی و تعریف مجدد کدهای اخلاقی موجود در سازمان

در نظر گرفتن پاداشی برای بااخلاق‌ترین کارکن سازمان و همچنین بااخلاق‌ترین مدیر سازمان و یا اختصاص روزی با عنوان روز کارمند بافضیلت

برپایی دوره‌های آموزشی جهت آموزش ویژگی‌های شخصیتی مثبت و اخلاقی

برگزاری دوره‌های آموزشی مختلفی از قبیل آموزش سبک‌های رهبری اخلاقی جهت بهبود رفتار اخلاقی مدیران

اشاعهٔ فرهنگ فضیلت سازمانی به اشکال مختلف در سازمان

نتیجه‌گیری

بطور کلی، نتایج پژوهش حاضر، حاکی از آن است که هم ویژگی‌های شخصیتی (مثل وجدانی بودن) و هم عوامل محیطی (همچون جو اخلاقی و رهبری اخلاقی) با فضیلت سازمانی رابطه داشته و پیش‌بینی‌کننده خوبی برای شکل‌گیری آن هستند.

سپاسگزاری

در پایان نویسندگان این مقاله بر خود لازم می‌دانند از تمامی عزیزانی که در اجرای این کار مشارکت داشتند بویژه کارکنان آن سازمان به دلیل دقت در تکمیل پرسشنامه‌ها و همچنین مدیریت آن سازمان به دلیل حمایت مالی از پژوه سپاسگزاری و قدردانی کنند.

واژه‌نامه

1.Organizational Virtuousness	فضیلت اخلاقی
2. Optimism	خوش‌بینی
3. Forgiveness	بخشش
4. Trust	اعتماد
5. Compassion	شفقت
6. Integrity	صداقت

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

7. Hope	امیدواری
8. Conscientiousness	وجدانی بودن
9. Ethical Climate	جو اخلاقی
10. Ethical Leadership	رهبری اخلاقی
11. Neuroticism	روان‌نژند
12. Extraversion	برون‌گرایی
13. Agreeableness	همگرایی
14. Openness to Experience	گشودگی نسبت به تجربه
15. Workplace Psychological Wellbeing	سلامت روان‌شناختی محیط کار

منابع

1. Wright T, Goodstein J. (2007). Character is not ‘‘dead’’ in Management Research: A Review of Individual Character and Organizational-Level Virtue. Journal of Management; 33(6): 928–958.
2. Cameron K, Bright D, Caza A. (2004). Exploring the relationships between OV and performance. American Behavioral Scientist; 47(6): 766–790.
3. Rego A, Ribeiro N, Cunha MP. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. Journal of Business Ethics; 93: 215–235.
4. Peterson C, Seligman MEP. (2002). Values in action (VIA) classification of strengths. Available at: http://psych.upenn.edu/Seligman/taxonomy.htm. Accessed: 22 Jan 2012.
5. Cameron KS, Dutton JE, Quinn RE. (2009). Foundations of positive organizational scholarship. In Cameron KS, Dutton JE, Quinn RE (Ed). Positive organizational scholarship. San Francisco: Berrett-Koehler.
6. Mc-Cullough ME. (2000). Forgiveness as human strength: theory, measurement, and links to well-being. Journal of Social and Clinical Psychology; 19:43-55.
7. Peterson C. (2000). The future of optimism. American Psychologist; 55:44-55.
8. Snyder CR, Rand KL, Sigmon DR. (2002). Hop theory: A member of the positive psychology family. In Snyder, C.R., & Lopez, S.J. (Eds.), Handbook of positive psychology. New York: Oxford University Press.
9. Cassell EJ. (2002). Compassion. In: Snyder CR, Lopez SJ. (Ed.). Handbook of positive psychology. New York: Oxford University Press.
10. Harter JK, Schmidt FL, Hayes TL. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. Journal of Applied Psychology; 87 (2):268-279.
11. Witt JC, Clark LA, Elliott SN. (2002). Cognitive-affective stress response: Effects of individual stress propensity on physiological and psychological indicators of strain. Psychological Reports; 88 :768 - 784.
12. Kiyani A, Navabinezhad SH, Ahmadi KH. (2008). Personality traits and observing work ethics counseling counselors and psychologists. Journal of Cognitive & Behavior; 2(8). (In Persian).
13. Faramarzi S, Homayi R, Soltanihoseini M. (2009). Investigation of the Relationship between Moral Intelligence and Emotional Intelligence among University Students. “Islam and Psychology Studies;3(5):7-23. (In Persian).
14. Sohrabizadeh S, Bastani P, Ravangard R. (2009). Investigation of affecting factors on organizational citizenship behavior among Shiraz medical science university of staff members”. Bimarestan Quarterly; 9(1-2). . (In Persian).
15. Bolino MC, Trunley WH, Bloodgood JM. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. Academy of Management Review; 27:505-522.
16. Organ DW. (1994). Personality and OCB. Journal of Management; 20: 465-478.
17. Victor B, Cullen B. (1988). a theory and measure of ethical climate in organizations. Administrative Science Quarterly; 33: 101-125.
18. Bateman TS, Organ DW. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee Citizenship. Academy Of Management Journal; 26: 587-595.
19. Shakerian I. (2011). The relationship of the ethical climate and organizational citizenship behavior among the nurse of Rasht public hospital. Bimarestan Quarterly; 11(1). (In Persian).
20. Webber SH. (2007). Ethical climate typology and questionnaire: a discussion of instrument modifications. Journal of Academic Librarianship; 33.
21. Olson L. (1995). Ethical climate in health care organizations. International Nurse Review; 42(3): 85-90.
22. Gardner WL. (2007). The nature of leadership. In: Fullan M. (Ed). The Jossey-Bass reader on

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

23. Burns MCG. (1978). Leadership. New York: Harper and Row.

24. Brown ME, Trevino LK. (2006). Ethical leadership: a review and future directors. Leadership Quarterly; 17: 595-616.

25. Avatefi Monfared E, Mahdad A, Mirjafari SA. (2012). The Relationship Between Ethical Leadership and Workplace Psychological Health, and Organizational Trust. Ethics in Science and Technology; 7(3). (In Persian).

26. Zhu W. (2008). The effect of ethical leadership on follower moral identity: The mediating role of psychological empowerment. Leadership Review; 8:62-73.

27. Mayer DM, Kuenzi M, Greenbaum R, Bardes M, Salvador R. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of trikle-down model. Organizational Behavior and Human Decision Processes; 108:1-13.

28. Brown ME, Trevino LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective of construct development and testing. Organizational Behavior and Human Decision Processes; 97 (2): 117-134.

29. Beshlideh K, Hashemi Sheykhshabani E, Charkhabi M, Damiri H. (2010).The relationship between personality traits and religious attitudes among brilliant students. Journal of Behavior Science; 5(2): 57-163.

30. Costa PT, McCrae RR. (2004). A contemplated revision NEO five factor inventory. Journal of Personality and Individual Differences; 36: 578- 596.

31. Nadi M, Hazeghi F. (2011). Structural equation modeling of relationship between ethical climate, job satisfaction, and organizational commitment with the Turnoverion intention among the staff of Shiraz private hospital. Journal of Health Information Management; 8(5).

32. Kalshoven K, Den Hartog DN, De Hoogh AHB. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure. The Leadership Quarterly; 22: 51–69.

33. Hashemi Sheykhshabani E. (2007). The investigation of simple, multiple and interactive relations between importance environmental, perceptional, personality and emotional variables and counterproductive behaviors among" Melli Naftkhiz Jonoob" company staff [PhD Thesis]. Iran: University of Ahvaz.

34. Mc-Cullough ME, Snyder CR. (2001). Classical source of human strength: Revisiting an old home and building a new one. Journal of Social and Clinical Psychology; 19:1-10.

35. Tan HH, Tan ML. (2008). Organizational citizenship behavior and social loafing: The role of personality, motives, and contextual factors. The Journal of Psychology; 142(1):89-108.

36. Bolino MC, Trunley WH, Bloodgood JM. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. Academy of Management Review; 27: 505-522.

37. Shooltz D, Shooltz SA. (1998). Personality theories. Translated by: Seyedmohammadi Y. (2005). Tehran: Virayesh Publications. P.220. (In Persian).

38. Barrick MR, Mount MK, Strauss SG. (1993). Work control and employee well-being: a decade review. In: Cooper CL, Robertson IT (Ed). International review of industrial and organizational psychology. UK: Wiley.

39. Webber SH. (2007). Ethical climate typology and questionnaire: a discussion of instrument modifications. Journal of Academic Librarianship; 33.

40. Schwepker CH. (2001). Ethical climate's relationship to job, organizational commitment, and turnover intention in the sales force. Journal of Business Research; 54(1):39–52.

41. Victor B, Cullen JB. (1987). A theory and measure of ethical climate in organizations. Research in Corporate Social Performance and Policy; 9: 51–71.

42. Golparvar M, Nadi M A. (2011). The mediator role of organizational loyalty in the relationship between work ethics and deviational behaviors in workplace. Ethics in Science and Technology; 6 (1). (In Persian).

43. Cullen JB, Parboteeah KP, Victor B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A Two-Study Analaysis. Journal of Business Ethics; 46:127-141.

44. Barnett T, Vaicy C. (2000). The moderating effect of individuals, perceptions of ethical work climate on ethical judgments and behavioral intentions. Journal of Business Ethics; 27(4): 351-362.

45. Golparvar M, Nadi MA. (2010). Cultural Values and Justice: Organizational Justice, Job Satisfaction and Turnover intention. Cultural Researches; 3(9): 207-338. (In Persian).

46. Aronson E. (2001). Integrating leadership styles and ethical perspectives. Canadian Journal of Administrative Sciences; 18: 244-256.

47. Stouten J, Baillien E, Broeck AVD, Camps J, Witte HD, Euwema M. (2011). Discouraging bullying: the role of ethical leadership and its effects on the work environment. Journal of Business Ethics; 95: 17–27.

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

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