(مقالۀ پژوهشی)

تحلیل کانونی رابطۀ بین ابعاد فضیلت سازمانی و مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای

نجف اسدزاده هیر*، دکتر حسن قلاوندی، دکتر میرمحمد سید عباس‌زاده

گروه مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه

(تاریخ دریافت: 95/8/3، تاریخ پذیرش:95/10/4 (چاپ فوری)

چکیده

زمینه: از جمله مهمترین جنبه‌های اخلاقی در سازمان، فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاقی حرفه‌ای است. هدف پژوهش حاضر تحلیل کانونی رابطه بین ابعاد فضیلت سازمانی و مولفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیات علمی دانشگاه‌های دولتی اردبیل بود.

روش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع همبستگی بنیادی یا کانونی است. جامعه آماری شامل تمامی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های دولتی (محققی، علوم پزشکی و پیام نور) اردبیل بودند. حجم جامعۀ آماری 700 نفر است که تعداد 250 نفر آنها از طریق نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز با استفاده از دو پرسشنامه استاندارد فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای جمع آوری شدند. با استفاده از آزمون‌های آماری ماتریس همبستگی پیرسون و تحلیل همبستگی کانونی و به وسیله نرم افزار SPSS ، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل نشان داد که رابطه متغیر کانونی فضیلت سازمانی با متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفه‌ای 0/74 می‌باشد. شاخص لامبدای ویلکز برای این ارتباط 0/42 به‌دست آمد که آماره F مربوط به آن نیز 9/33 می‌باشد که در سطح 0/01 معنی‌دار است. هم چنین 0/58 واریانس مولفه‌های شجاعت اخلاقی با ابعاد فضیلت سازمانی تبیین می‌شود.

نتیجه گیری: با توجه به نتایج به دست آمده، تحلیل همبستگی کانونی با 99 درصد احتمال وجود همبستگی بین دو مجموعۀ مولفه‌های شجاعت اخلاقی با ابعاد فضیلت سازمانی را تأیید می‌کند.

کلید واژگان: *فضیلت سازمانی، شجاعت اخلاقی، اخلاق حرفه‌ای*

سرآغاز

فضیلت سازمانی[1] از جمله مفاهیم مهم سازمانی است که در سال های اخیر در علوم سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و به آن دسته از بافت های 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(1). پژوهشگری «فضیلت» را یک حالت و کیفیت نفسانی می‌داند که مورد پسند و رضایت همۀ اشخاصی است که آن را بررسی و در آن تأمّل می‌کنند و یا کیفیتی است که لذت را در ناظران بی طرف ایجاد می‌کند و اسباب تحسین را فراهم می‌آورد(2). سازمان‌های فضیلت محور به سازمان هایی اطلاق می‌گردد که بر اساس فضیلت‌های اخلاقی شکل می‌گیرند و ارتباطات و فعل و انفعالات سازمانی بر اساس فضایل اخلاقی[2] تنظیم می‌گردد(3). پژوهشگری همراه با همکارانش فضیلت سازمانی را در برگیرنده اقدامات افراد، فعالیت های جمعی، خصیصه های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته‌اند که قادرند ویژگی های سازمانی فضیلت محور را اشاعه داده و تداوم بخشند. آنها به این موضوع اشاره دارند که سازمان‌ها نیز همانند افراد در همه شرایط به طور کامل با

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: asadzadeh.hir@ gmail.com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

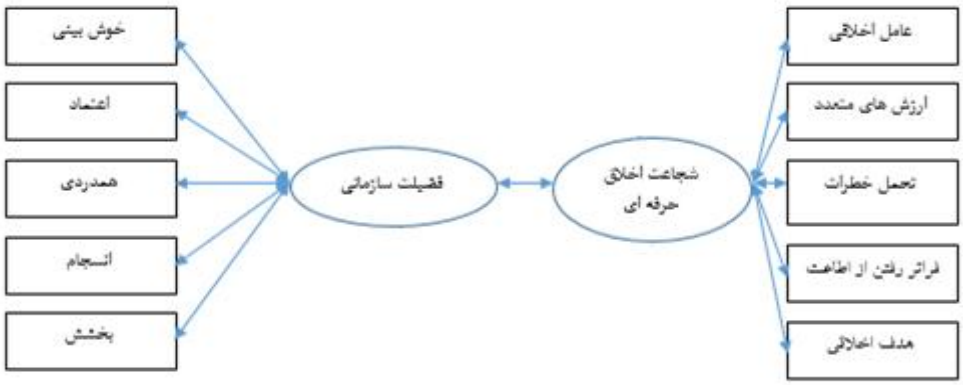
فضیلت یا فاقد فضیلت نیستند(4). به عقیده برخی از صاحب نظران نیز، فضیلت سازمانی دارای این ابعاد است : 1. خوش بینی[3] ، به معنای اعتقاد اعضای سازمان در دست یابی به موفقیت ، به رغم وجود مشکلات عمده ، 2. اعتماد[4]، به معنای رواج ادب و مهربانی ، احترام گذاشتن و ملاحظه کردن دیگران در سازمان ، 3. همدردی[5]، یعنی رواج اعمالی مانند مراقب یکدیگر بودن ، نگران یکدیگر بودن در سازمان ، 4. انسجام[6]، به معنی رواج صداقت ، اعتماد و درستکاری در سازمان 5. بخشش[7]، یعنی بخشیدن اشتباهات (5). در ادامه متغیر دیگر پژوهش حاضر مورد بحث قرار می‌گیرد.

مقصود از اخلاق حرفه ای[8] مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی دچار شوند(6). پس اخلاق حرفه‌ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ دهد (7). بنابراین می‌توان چنین گفت که اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش های اخلاقی و نیز اصول و ارزشهای اخلاقی یک نظام می‌پردازد و ناظر بر افعال ارادی حرفه‌ای‌ها در حیطه فعالیت های حرفه‌ای خودشان است(8). پژوهشگران به نوع دیگری از رفتار اخلاقی ، به نام شجاعت اخلاق حرفه ای[9] نیز توجه کرده‌اند. شجاعت اخلاقی یعنی بدون هیچ گونه ترس ، مطابق با اخلاقیات و ارزش‌ها عمل کردن ؛ یعنی غلبه بر ترس و پایبندی به ارزش ها ، یعنی گفتن کلام حق و انجام درست در مواجهه با چالش های اخلاقی[10] (9). یعنی توانایی پیروی از اصول درونی برای انجام کار درست و در نظر گرفتن منافع دیگران ، بدون در نظر گرفتن تهدیدی نسبت به خود(10). در حقیقت شجاعت یک ویژگی ضروری برای رفتار اخلاقی در محیط های سازمانی است که در نهایت افراد را به شجاعت اخلاقی در کار یا شجاعت اخلاقی حرفه ای، یعنی همان عاملی که باعث می شود افراد در حرفه خود در مسیر درست حرکت کرده و اخلاقی عمل کنندرهنمون خواهد کرد(11). شجاعت اخلاقی نیز دارای ابعادی است، ازجمله: 1.عامل اخلاقی[11]: یعنی تمایل به انجام رفتار اخلاقی و داشتن اراده راسخ برای انجام رفتار اخلاقی ، 2. ارزش های متعدد[12]: توانایی استفاده از ارزش های متعدد در فرایند تصمیم گیری اخلاقی و پایبندی به باورها به رغم خواسته ها یا تقاضاهای بیرونی ،3. تحمل خطرات[13] یا تهدیدها : پذیرفتن مسائل اخلاقی با وجود خطرات یا تهدیدهای واقعی یا خیالی ، 4. فراتر از اطاعت[14]: فردی که نه تنها به قوانین و هدف آن‌ها توجه دارد ، بلکه از محدوده اطاعت از قوانین نیز فراتر می‌رود تا کار درست یا منطقی و مناسب را انجام دهد، 5. هدف اخلاقی[15]: داشتن انگیزه برای انجام وظایفی که نیازمند تصمیم گیری است (10). در رابطه بین فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای باید این نکته را خاطر نشان نمود که فضیلت سازمانی، نقش بسزایی در ایجاد عشق، همدلی، رفتار شهروندی سازمانی ، توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها ، سلامت، شادمانی و انعطاف پذیری در برابر سختی‌ها دارد. برخی از این موارد مانند توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواریها و انعطاف پذیری در برابر سختی‌ها از جمله مؤلفه های شجاعت اخلاقی حرفه‌ای است(4). در ادامه به بررسی پژوهش های انجام گرفته در زمینه پژوهش حاضر می‌پرداریم: پژوهشگری مقاله‌ای تحت عنوان (نقش فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در شجاعت اخلاقی حرفه ای) انجام داد و جامعه آماری پژوهش، همه کارمندان شرکت مخابرات اصفهان بودند. نتایج تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که فضیلت سازمانی، بعُد فراتر رفتن از اطاعت و رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد: عامل اخلاقی، ارزش های متعدد، تحمل خطرات یا تهدیدها و فراتر رفتن از اطاعت را پیش بینی می‌کند(4). پژوهشگرانی در مقاله‌ای تحت عنوان (فضیلت سازمانی، شجاعت اخلاق و قدرت انسانی) به این نتیجه دست یافتند که فضیلت سازمانی، توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها را افزایش داده و در نهایت منجر به افزایش رفاه شخصی و کاهش مشکلات اجتماعی می‌گردد(12). محققان دیگری در بررسی (رابطه وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی) در بین کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز به این

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

نتیجه دست یافتند که بین متغیرهای پیش بین 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 می کنند(13). در نهایت باید گفت که امروز مدیریت در دانشگاه‌ها با فراز و نشیب های زیادی همراه است.تلاش برای بهبود شرایط در دانشگاه از جنبه های مختلف ،فرهنگی ، اجتماعی مدنظر مدیران رده بالای دانشگاه بوده و هست..دانشگاهی که فاقد ملاک های لازم برای رسیدن به سازمان فضیلت محور باشد، در جنبه های علمی، اخلاقی ،فرهنگی و اجتماعی نه تنها تاثیر گذار نخواهد بود بلکه اهداف تعیین شده دانشگاه نیز بدرستی اجراء نخواهد شد و هیات علمی دانشگاه در این زمینه نقش مهمی دارند . در صورتی که هیات علمی از صلاحیت های حرفه ای درست برخوردار نباشند به طور مستقیم بر پیشرفت دانشگاه ، دانشجویان و فضای علمی اثر منفی گذاشته و دانشگاه فضیلت مدار ایجاد نمی شود. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی و تبیین رابطه بین ابعاد فضیلت سازمانی با مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای بود. و این که ابعاد فضیلت سازمانی قادر به پیش بینی مولفه های های شجاعت اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیات علمی هستند؟ و چند بعد به منظور روشن کردن رابطه احتمالی بین دو مجموعه از متغیرهای پژوهش لازم است؟ پاسخ به این مسئله زمینه را فراهم می‌سازد تا در صورت وجود رابطه مثبت و معنی دار بین این مقوله‌ها و مولفه های فرعی آنها، راهکارها و پیشنهاداتی برای تقویت توأمان آن‌ها بر گرفته از نتایج تحقیق ارائه گردد.



نگاره 1. مدل مفهومی پژوهش(محقق ساخته)

روش

روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی(غیر آزمایشی) و طرح پژوهش همبستگی از نوع همبستگی بنیادی یا کانونی است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی اعضای هیأت علمی دانشگاه های دولتی (محققی، علوم پزشکی و پیام نور) اردبیل بود . حجم جامعهٔ آماری 700 نفر (شامل 294 نفر از دانشگاه محققی، 245 نفر از دانشگاه علوم پزشکی و 161نفر از پیام نور) بود. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و روش نمونه گیری بکار گرفته شده روش تصادفی طبقه‌ای است. با استفاده از فرمول حجم نمونه 250 نفر برآورد

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

شد که از این تعداد 42 درصد مربوط به دانشگاه محققی، 35درصد مربوط به دانشگاه علوم پزشکی و 23درصد سهم اعضای هیأت علمی دانشگاه پیام نور بود. یافته های توصیفی پژوهش حاضر نشان دهنده آن است که در مورد جنسیت پاسخگویان از 250 نفری که به این سوال پرسشنامه پاسخ گفته اند،170 نفر مرد و مابقی یعنی 80 نفر زن بودند. هم چنین 58 نفر از پاسخ دهندگان مجرد و مابقی یعنی 192 نفر از ایشان متاهل و درنهایت مشاهده گردید که بیشرین گروه سنی پاسخ دهندگان بین 40 تا 45 سال با 89 نفر و درصد فراوانی 40/3% و کمترین گروه سنی 60 تا 65 با 7 نفر و 0/19 درصد فراوانی را شامل می شوند. در پژوهش حاضر از پرسشنامه استاندارد برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد.

پرسشنامه فضیلت سازمانی: این پرسشنامه یک ابزار خودگزارشی است که 15 گویه دارد و ابعاد مختلف فضیلت سازمانی یعنی خوشبینی، اعتماد، همدردی ، انسجام و بخشش را می سنجد. آزمودنی که در یک مقیاس شش گزینه‌ای از یک (به طور کامل غلط) تا شش (به طور کامل درست) به هر یک از گویه‌ها پاسخ می دهد، در کل مقیاس و هر یک از ابعاد آن نمره‌ای کسب می کند که حاصل میانگین سؤالات است. بنابراین در کل مقیاس، حداکثر نمرهٔ 6 و حداقل 1 است (5). اما برای استفاده از این پرسشنامه، سؤالات به زبان فارسی ترجمه شد، و در نهایت مطابقت دو نسخه را دو متخصص روان شناسی صنعتی و سازمانی بررسی کردند. برای بررسی اعتبار سازهٔ پرسشنامهٔ فضیلت سازمانی از تحلیل عاملی اکتشافی به روش مؤلفه های اصلی با چرخش واریماکس استفاده شد. البته قبل از انجام تحلیل ، ابتدا کفایت‌اندازهٔ نمونه به وسیلهٔ آزمون کفایت نمونه گیری کایسر- مایر اولکین(KMO) (0/91) انجام گرفت . در تحلیل عاملی مقادیر ویژه بالاتر از 1 ملاک خارج سازی ابعاد و بارهای عاملی بزرگتر از 0/30 ملاک قرار گرفتن سؤال در هر عامل در نظر گرفته شدند. در نهایت 15 سؤال در قالب دو عامل قرار گرفته‌اند. عامل اول (خوش بینی، اعتماد ، همدردی) با داشتن ارزش ویژه 7/77، عامل دوم (انسجام و بخشش) نیز با داشتن ارزش ویژه 1/07. برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ ،استفاده شد. ضرایب آلفای کل پرسشنامه برابر 0/93 و برای عوامل یک و دو به ترتیب معادل0/90 و 0/87 بود.

پرسشنامه شجاعت اخلاقی حرفه ای: این پرسشنامه شامل پانزده پرسش با طیف هفت درجه‌ای (1= هرگز، 4= بعضی اوقات و 7= همیشه) است. با استفاده از پرسشنامه شجاعت اخلاقی حرفه‌ای ، می‌توان پنج بعُد شجاعت اخلاقی حرفه‌ای یعنی عامل اخلاقی، ارز شهای متعدد، تحمل خطرات یا تهدیدها، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی را سنجید. در این مقیاس برای نمره گذاری هر بُعد، ابتدا نمره هر بعد محاسبه و بر تعداد پرسش های آن بُعد تقسیم می‌شود. برای نمره گذاری کل مقیاس نیز نمره خام تمامی پانزده پرسش با هم جمع و بر تعداد آن (15 پرسش) تقسیم می‌شود. اعتبار و پایایی این پرسشنامه توسط پژوهشگر در پژوهشی مجزا بررسی شد؛ به این ترتیب که ابتدا اعتبار صوری از طریق نظرخواهی از استادان صاحب نظر تأ ییید شد. سپس در تعیین اعتبار سازه، از طریق تحلیل عوامل، روش مؤلفه های اصلی و چرخش واریماکس، ابعاد فوق الذکر استخراج شد. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برآورد شد که برای ابعاد عامل اخلاقی، ارز شهای متعدد، تحمل خطرات یا تهدیدها، فراتر رفتن از اطاعت، هدف اخلاقی و کل مقیاس به ترتیب 0/27، 0/36، 0/65، 0/75، 0/75 و 0/87 به دست آمد که با توجه به تعداد کم پرسشها در حد مطلوبی است(4).

یافته‌ها

جدول 1: شاخص های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
خوش بینی	3/03	0/95	-0/30	-0/36
اعتماد	2/96	0/95	0/09	-0/53
همدردی	3/23	0/92	-0/41	-0/19
انسجام	3/23	0/84	-0/22	-0/01
بخشش	3/17	1/45	0/15	0/69
عامل اخلاقی	2/98	0/85	-0/10	-0/31
ارزش های متعدد	3/08	0/82	-0/24	-0/23
تحمل خطرات	3/19	0/97	-0/27	-0/37
فراتر رفتن از اطاعت	3/33	0/88	-0/43	0/13
هدف اخلاقی	3/12	0/81	-0/30	-0/04

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

با توجه به جدول شماره 1 شاخص های چولگی و کشیدگی نشان دهنده نرمال بودن توزیع داده‌ها می‌باشند. در جدول 2 نیز ماتریس همبستگی متغیرها گزارش شده است. با توجه به این جدول رابطه مثبت و معنی داری بین مولفه های فضیلت سازمانی و مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای وجود دارد.

جدول 2: ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق

متغیرها	عامل اخلاقی	ارزش های متعدد	تحمل خطرات	فراتر رفتن از اطاعت	هدف اخلاقی
خوش بینی	0/54**	0/45**	0/46**	0/42**	0/36**
اعتماد	0/55**	0/52**	0/53**	0/51**	0/36**
همدردی	0/48**	0/52**	0/51**	0/47**	0/41**
انسجام	0/58**	0/56**	0/57**	0/57**	0/47**
بخشش	0/21**	0/16**	0/20**	0/21**	0/12*

**p<0/05*p<0/01, **

برای بررسی رابطه مجموعه فضیلت سازمانی (خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش) با مجموعه شجاعت اخلاق حرفه‌ای (عامل اخلاقی، ارزش های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی) از تحلیل همبستگی بنیادی استفاده شد. نتایج تحلیل نشان داد که رابطه متغیر کانونی فضیلت سازمانی با متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفه‌ای 0/74 می‌باشد. شاخص لامبدای ویکلز برای این ارتباط 0/42 بدست آمد که آماره F مربوط به آن نیز 9/33 می‌باشد که در سطح 0/01 معنی دار است. بنابراین این دو مجموعه ارتباط معنی داری با یکدیگر دارند.

جدول 3 نتایج آزمون های معنی داری برای مدل کامل تحلیل همبستگی کانونی را نشان می دهد.

جدول 3: آزمون های معنی داری برای تحلیل همبستگی کانونی

نام آزمون	مقدار	فرضیهDF	DF خطا	F	سطح معنی داری
آزمون اثر پیلاری	0/612	25	122	6/81	0/000
آزمون اثر هتلینگ	1/253	25	119	11/95	0/000
آزمون لامبدای ویلکز	0/426	25	893	9/20	0/000
آزمون بزرگترین ریشه روی	0/541	---	---	---	---

همان طور که در جدول 3 ملاحظه می شود، معنی داری مقدار لامبدای ویلکز (P<0/000، F= 9/20 و λ =0/42) نشان می دهد که با احتمال 99 درصد بین دو مجموعه متغیر همبستگی کانونی وجود دارد. البته، لامبدای ویلکز مقدار واریانسی را نشان می دهد که با مدل تبیین نمی شود(14). در نتیجه، λ- 1اندازۀ اثر مدل کامل را در ماتریسr آشکار می سازد. بر این مبنا،اندازۀ اثر دو تابع کانونی این تحلیل برابر با 1-0/42=0/58 است.اندازۀ اثر مقدار واریانس مشترک بین دو دسته متغیر است که مدل کامل قادر به تبیین آن است، بنابراین، مدل به دست آمده نشان می دهد که یک منبع واریانس مشترک وجود دارد که هم پراشی دو دستۀ متغیر را تبیین می کند. جدول (4) خصوصیات توابع حاصل از تحلیل کانونی را در این پژوهش نشان می دهد.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

جدول 4: ویژگی های توابع حاصل از تحلیل کانونی

شمارهٔ تابع	مقدار ویژه	درصد	درصد تجمعی	همبستگی کانونی	مجذور همبستگی
1	1/17	94/07	94/07	0/735	0/541
2	0/047	3/76	97/83	0/212	0/045
3	0/014	1/13	98/96	0/118	0/014
4	0/012	1/01	99/98	0/112	0/012
5	0/000	0/017	100	0/014	0/000

همان گونه که در جدول 4 ملاحظه می شود، مجذور همبستگی کانونی توابع به ترتیب 0/541، 0/045، 0/014، 0/012 و 0/000 است. توابعی که کمتر از 10 درصد واریانس را تبیین نمایند باید کنار گذاشته شوند و قابل تفسیر نیستند (15). بنابراین، تابع اول 0/54 درصد از واریانس مشترک را تبیین می کند و تفسیر می شود و توابع دوم ، سوم، چهارم و پنجم تفسیرنمی شوند. بررسی فرضیهٔ اصلی پژوهش (ابعاد فضیلت سازمانی و مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیات علمی) از طریق تحلیل متغیر های کانونی امکان پذیر است. همان طور که داده های جدول 3 نشان می دهد، فرضیهٔ پژوهش تأیید می شود و عامل اخلاقی، ارزش های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی با خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش قابل پیش بینی و دارای رابطهٔ معنی داری است. جدول 6 ضریب استاندارد، ضریب ساختاری، و مجذور آن‌ها (یا واریانس تبیین شده) را نشان می دهد. در این جدول بار کانونی یا ساختاری نشانهٔ همبستگی متغیر با متغیر کانونی است . ضرایب کانونی استانداردشده همانند ضرایب رگرسیون استانداردشده در تحلیل رگرسیون‌اند و اهمیت متغیر را در مجموعه نشان می دهند. (16). برای شناسایی متغیر های معنادار در مجموعه‌ها یا متغیر های کانونی،توصیه می کنند که فقط باید به متغیر های دارای ضرایب کانونی بالای 0/30 و بیشتر توجه کرد و آن‌ها را تفسیر نمود(15 و 17)

در جدول فوق ضرایب ساختاری، نشانگر همبستگی هر متغیر با متغیر کانونی مجموعه خودش می‌باشد، ضرایب کانونی نیز همانند ضرایب رگرسیون استاندارد شده در تحلیل رگرسیون می‌باشند. ضریب اشتراک کانونی نیز نشانگر سهم هر متغیر در تبیین متغیر کانونی خودش می‌باشد. مثلا خوش بینی 61 درصد، اعتماد 71 درصد، همدردی 66 درصد، انسجام 86 درصد و بخشش 9 درصد در تبیین متغیر کانونی فضیلت سازمانی سهم دارند. در متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفه‌ای نیز، عامل اخلاقی 74 درصد، ارزش های متعدد 69 درصد، تحمل خطرات 71 درصد، فراتر رفتن از اطاعت 66 درصد و هدف اخلاقی 44 درصد در تبیین این متغیر سهم دارند. همپوشی نشانگر میزان واریانسی است که مجموعه مقابل، متغیر کانونی مقابل را تبیین می‌کند. به طور مثال میزان واریانس استخراج شده متغیر کانونی فضیلت سازمانی 59 درصد می‌باشد. شجاعت اخلاق حرفه‌ای نیز 32 درصد از واریانس فضیلت سازمانی را تبیین می‌کنند. میزان واریانس استخراج شده متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفه‌ای 64 درصد و فضیلت سازمانی نیز 35 درصد از تغییرات شجاعت اخلاق حرفه‌ای را تبیین می‌کند. برای شناسایی متغیرهای معنی‌دار محققان پیشنهاد می‌کنند که ضرایب ساختاری 0/30 و بیشتر هر متغیر نشانگر معنی‌دار بودن آن در مجموعه خودش است. بنابراین متغیرهای معنی دار در مجموعه فضیلت سازمانی، خوش بینی 0/78، اعتماد 0/84، همدردی 0/81، انجسام 0/93 و بخشش 0/30 می‌باشند. در مجموعه شجاعت اخلاق حرفه‌ای نیز، متغیرهای معنی دار شامل عامل اخلاقی 0/86، ارزش های متعدد 0/83، تحمل خطرات 0/84، فراتر رفتن از اطاعت 0/81 و هدف اخلاقی 0/66 می‌باشند. با توجه به این یافته نتیجه گرفته می‌شود که هر چه میزان خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش در سازمانی بالا باشد.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

جدول 5: ضرایب استاندارد، ساختاری، و مجذور آن‌ها در تابع اول

متغیر	ضرایب کانونی	ضرایب ساختاری	ضریب اشتراک کانونی
مجموعه فضیلت سازمانی			
خوش بینی	0/15	0/78	0/61
اعتماد	0/26	0/84	0/71
همدردی	0/18	0/81	0/66
انسجام	0/56	0/93	0/86
بخشش	-0/07	0/30	0/09
اشتراک		0/59	
همپوشی		0/32	
مجموعه شجاعت اخلاق حرفه ای			
عامل اخلاقی	0/40	0/86	0/74
ارزش های متعدد	0/22	0/83	0/69
تحمل خطرات	0/24	0/84	0/71
فراتر رفتن از اطاعت	0/12	0/81	0/66
هدف اخلاقی	0/23	0/66	0/44
اشتراک		0/64	
همپوشی		0/35	

به همان نسبت میزان عامل اخلاقی، ارزش های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی در آن سازمان بالا خواهد بود. میزان افزونگی بالای ضرایب کانونی نشان از توانایی بالای آن‌ها در پیش بینی متغیر های وابسته دارد. بر اساس جدول (6)، نسبت واریانس های توضیح داده شدهٔ مؤلفه های شجاعت اخلاق حرفه ای به وسیلهٔ متغیر های اصلی پژوهش درصد و نسبت واریانس های توضیح داده شدهٔ متغیر های اصلی توسط مؤلفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای درصد ارزیابی شد.

جدول 6: شاخص افزونگی کانونی برای اولین تابع کانونی

تابع کانونی	ضریب افزونگی متغیرهای مقابل
مؤلفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای به وسیلهٔ متغیر های اصلی	21
متغیر های اصلی به وسیلهٔ مؤلفه های شجاعت اخلاق حرفه ای	19

بحث

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه فضیلت سازمانی با شجاعت اخلاق حرفه‌ای اعضای هیات علمی دانشگاه های دولتی اردبیل بود. نتایج بررسی همبستگی متغیرها نشان داد که تمامی ابعاد فضیلت سازمانی (خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش) رابطه مثبت و معناداری با مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای (عامل اخلاقی، ارزش های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی) دارند که با نتایج حاصل از تحقیق برخی صاحبنظران همسو است(12 و 13). هم چنین نتایج همبستگی کانونی نشان داد که ابعاد فضیلت سازمانی قادر به پیش بینی مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای هستند. که با نتایج حاصل از تحقیق برخی صاحبنظران همسو است(4، 12 و 13). رابطه مثبت خوش بینی با شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشانه آن است که هر چه در محیط آموزشی اعتقاد اعضای سازمان در دست یابی به موفقیت ، به رغم وجود مشکلات عمده بیشتر باشد آن‌ها توانایی بیشتری در پیروی از اصول درونی برای انجام کار درست و در نظر گرفتن منافع دیگران ، بدون در نظر گرفتن تهدیدی نسبت به خود خواهند داشت. زمانی که اعضای

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

هیات علمی این احساس را در خود پرورش دهند کـه بـا وجـود موانع و مشکلات سازمانی در راستای رسـیدن بـه اهـداف خـود خوش بین باشـند، خواهنـد توانـست از عهـده انجـام صـحیح و اصولی وظـایف محولـه وتحمـل خطـرات احتمـالی در راسـتای امورات مربوطه را خواهند داشـت.رابطـه مثبـت بـین اعتمـاد بـا شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشانه آن است که هـر چـه قـدر رواج ادب و مهربانی ، احترام گذاشتن و ملاحظـه کـردن دیگـران در سازمان بیشتز باشد میزان کار داوطلبانه[16] افـراد براسـاس نـدای وجدان و فطرت خویش در انجـام کـار حرفـه‌ای بیـشتر خواهـد بود.یعنی زمانی که اعضای هیات علمی احساس کننـد حـسن نیت، توجه و احترام بر سـازمان حـاکم اسـت و اعـضای هیـات علمی به یکدیگر و از جمله به رهبران سازمان تکیـه مـی کننـد سبب تمایل و داشتن اراده‌ای راسخ برای انجـام رفتـار اخلاقـی آنان می‌شود. وجود رابطه مثبت بین همدردی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشان می‌دهد که هر چه قدر رواج اعمالی مانند مراقـب یکدیگر بودن ، نگران یکـدیگر بـودن در سـازمان بیـشتر باشـد میزان پاسخگویی و مسئولیت پذیری در تصمیم‌های اتخاذ شده و وظایف محوله بشتر خواهد بود. بدین معنی که بـاوجود حـس مراقب بودن افراد از یکدیگر و همدردی و نگرانـی بـرای هـم، سبب افزایش غلبه بر ترس وپایبندی به ارز شـها؛ یعنـی گفـتن کلام حق و انجام عمل درست درمواجهه با چالـشهای اخلاقـی خواهد شد. رابطه مثبت بـین بعـد انـسجام و شـجاعت اخـلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیات علمی نشان می‌دهد که هـر چـه قدر رواج صداقت ، اعتماد و درستکاری در سازمان بیـشتر باشـد میزان شجاعت اخلاق حرفه‌ای بشتر خواهد بود. بدین معنی کـه اگر در بین اعضای هیات علمی صداقت، امانت و شرافت نفوذ و تسری یابد، اعضای هیات علمـی نـه تنهـا بـه قـوانین و هـدف سازمان توجه دارد، بلکه از محدوده اطاعت از قوانین نیـز فراتـر می‌روند تا کار درست یا منطقی ومناسب را انجـام دهنـد. و هـم چنین رابطه مثبت بین بخشش و شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشان می‌دهد هر چه قدرت پذیرش اشتباهات در بین اعضای سـازمان بیشتر باشـد تکـریم شخـصیت[17] دیگـران، رعایـت ارزش‌هـا و هنجارهای اجتماعی به تبع آن نیز افزایش می‌یابد. بدین معنـی که اگر اشتباهات سهوی با شـفقت پذیرفتـه شـده و بـه عنـوان فرصتی برای یادگیری در زمینه ی ارتقای عملکرد در نظر گرفته شوند، مشارکت تمامی کارکنان و رئیسان بـه وجـود آمـده و بـه منزلهٔ یک میثاق عمومی[18] و منشور اخلاق سـازمانی[19] پذیرفتـه مـی‌شـود. در نهایـت نتـایج تحلیـل همبـستگی کـانونی وجـود دومجموعه معنادار از روابط بـین فـضیلت سـازمانی و شـجاعت اخلاق حرفه‌ای را تشخیص داد. و نتایج آماری بـه دسـت آمـده نشان داد که رابطه متغیـر کـانونی فـضیلت سـازمانی بـا متغیـر کـانونی شـجاعت اخـلاق حرفـه‌ای 0/74 مـی‌باشـد. شـاخص لامبدای ویلکز برای این ارتباط 0/42 بدست آمـد کـه آمـاره F مربوط به آن نیز 9/33 می‌باشـد کـه در سـطح 0/01 معنـی دار است. بنابراین این دو مجموعه ارتبـاط معنـی داری بـا یکـدیگر دارند. هم چنین 0/58 واریانس بین مولفه های شجاعت اخلاقی با ابعاد فضیلت سازمانی تبیین می‌شود کـه بـا نتـایج حاصـل از تحقیق برخی صـاحبنظران همـسو اسـت(4، 12 و 13). بررسـی های انجام شده در این پـژوهش پیـشنهادهایی را بـرای برنامـه ریزان و دست‌اندرکاران جامعه آماری پژوهش حاضر دارد کـه در ذیل عنوان شده است:

- انجام آسیب شناسی در زمینهٔ وضعیت سازمان و اعضای هیات علمی از لحاظ فضیلت سازمانی با استفاده از مصاحبه وپرسشنامه.
- برای تقویت شجاعت اخلاقی حرفه‌ای که از جمله رفتار اخلاقی ضروری در محیط های سازمانی است در ابتدا، به فضیلت سازمانی و ابعاد آن توجه کنند و آ نها رادر بین اعضای هیات علمی آموزش دهند و تقویت کنند.
- تدوین میثاق عمومی و منشور اخلاق سازمانی با مشارکت اعضای هیات علمی و کارکنان در راستای ارتقای عملکرد آنان.

محدودیت های پژوهش حاضر عبارتند از:

- محدود کردن ابزار سنجش و جمع آوری اطلاعات به پرسشنامه و عدم استفاده از سایر روش های جمع آوری اطلاعات
- محدود کردن جامعه آماری به اعضای هیات علمی

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

نتیجه‌گیری

بهت ناشی از آشفتگی مالی و اخلاقی در حال ظهور در سال های اخیر، جامعهٔ کسب و کار، مطبوعات به طورعام و به ویژه مطبوعات فعال در عرصهٔ اقتصادی رابه این باور رسانده که پرورش فضایل در سطوح فردی و سازمانی ممکن است بهبود عملکرد فردی و بهبود عملکرد و کارایی سازمان را به دنبال داشته باشد. هم چنین پژوهشگران به نوع دیگری از رفتار اخلاقی، به نام شجاعت اخلاقی حرفه‌ای نیز به تازگی توجه کرده‌اند که به معنی غلبه بر ترس وپایبندی به ارز شها یعنی گفتن کلام حق و انجام عمل درست در مواجهه با چالشهای اخلاقی یعنی توانایی پیروی از اصول درونی برای انجام کار درست و در نظر گرفتن منافع دیگران، بدون در نظر گرفتن تهدیدی نسبت به خوداست. امروزه مدیریت در دانشگاه‌ها با فراز و نشیب های زیادی همراه است. تلاش برای بهبود شرایط در دانشگاه از جنبه های مختلف فرهنگی ،اجتماعی مد نظر مدیران رده بالای دانشگاه بوده و هست. دانشگاهی که فاقد ملاک های لازم برای رسیدن به سازمان فضیلت محور باشد در جنبه های علمی، اخلاقی ،فرهنگی و اجتماعی نه تنها تاثیر گذار نخواهد بود بلکه اهداف تعیین شده دانشگاه نیز بدرستی اجراء نخواهد شد و تمایل به انجام رفتار اخلاقی و داشتن اراده‌ای راسخ برای انجام رفتار اخلاقی وجود نخواهد داشت. هیات علمی دانشگاه در این زمینه نقش مهمی دارند .لذا ضرورت داشت تا روابط بین فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاق حرفه ای در میان اعضاء هیات علمی دانشگاه مورد تحلیل قرار گیرد تا با ایجاد مدلی بتوان به اهداف مورد نظر و ایجاد دانشگاه فضیلت مدار رسید.

ملاحظه‌های اخلاقی

در پژوهش حاضر اصول اخلاقی امانتداری و رضایت اگاهانه مورد توجه قرار گرفته است.

سپاسگزاری

از زحمات استاد ارجمند جناب آقای پروفسور محمد نریمانی که در پالایش داده‌ها و اصلاح فرآیند اجرای پژوهش حاضر کمک نمودند تشکر و قدردانی می‌شود.

واژه‌نامه

1. Organizational Virtuousness	فضیلت سازمانی
2. Moral Virtues	فضایل اخلاقی
3. Optimism	خوش بینی
4. Trust	اعتماد
5. Sympathy	همدردی
6. Solidarity	انسجام
7. Forgiveness	بخشش
8. Professional Ethics	اخلاق حرفه‌ای
9. Professional Ethics Courage	شجاعت اخلاق حرفه ای
10. Ethical Challenges	چالش های اخلاقی
11. Ethics Agents	عامل اخلاقی
12. Multiple Values	ارزش‌های متعدد
13. Risk Tolerance	تحمل خطرات
14. Beyond Compliance	فراتر از اطاعت
15. Ethical Purpose	هدف اخلاقی
16. Voluntary Work	کار داوطلبانه
17. Character	شخصیت
18. General Convention	میثاق عمومی
19. Organizational Ethics Charter	منشور اخلاق سازمانی

منابع

1. Naami AZ, Beshlideh K, Behzadi E. (2015). The relationship between the conscientious, ethical climate and ethical leadership, organizational virtuousness. Ethics in Science and Technology; 10(1):63. (In Persian).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]

2. Hijazifar S , Bagheri Kani SH. (2011). Core virtue in virtue organizations. Journal of Islamic Management Research; 1(3):124. (In Persian).

3. Danaeefard H, Amrollahi Buicki N, Fani AA, Rezaeaian A. (2013). Studying about the antecedents that influence the formation process of organizational well-being phenomenon (the case of government agencies). Journal of Researches in Public Management; 6(19):9. (In Persian).

4. Cameron KS. (2003). Organizational virtuousness and performance. In: Cameron KS, Dutton JE, Quinn RE. (Eds). Positive organizational scholarship. San Francisco: Berrett-Koehler Publication. Pp. 48-65.

5. Cameron KS, Bright D, Caza A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. American Behavioral Scientist; 47(6): 766-790.

6. Mohammadi M. (2006).philosophy and mechanism of accountability in the Islamic Republic. Mashhad: Andisheh Hozeh Publication. (In Persian).

7. Shahinmehr B, Hassani M. (2015). Modeling the relationship between professional ethics and corporate social responsibility with accountability. Ethics in Science and Technology; 10(1):3. (In Persian).

8. Ghanbari S, Ardalan MR, Beheshtirad R, Soltanzadeh V. (2015). Faculty member's Professional ethics and its relation with quality of higher education. Ethics in Science and Technology; 10(2):2. (In Persian).

9. Lachman V. (2007). Moral courage: a virtue in need of development? Medsurg Nursing; 16(2):131-133.

10. Sekerka LE, Bagozzi RP, Charnigo R. (2009). Facing ethical challenges in the workplace: conceptualizing and measuring professional moral courage. Journal of Business Ethics; 89(4): 565-579.

11. Gharamaleki F, Nocheh-Fallah R. (2007). Obstacles to the growth of professional ethics in organizations. Tehran: Cultural Institute Bushra Religious Studies. (In Persian).

12. Baumeister RF, Exline JJ. (2000). Self-control, morality, and human strength. Journal of Social and Clinical Psychology; 19: 29-42.

13. Behzadi E, Naami AZ, Beshlideh K. (2016). The relationship between conscientiousness, ethical and moral leadership and organizational excellence. Ethics in Science and Technology; 1 (31). (In Persian).

14. Kalantari KH. (2010). Statistical data analysis by software SPSS. Tehran: Amir Kabir Publication. (In Persian).

15. Sherry A, Henson RK. (2005). Conducting and interpreting canonical correlation analysis in personality research. International Journal of Service Industry Management; 84: 37-48.

16. Hooman H. (2012). Structural equation modeling using LISREL software. Tehran: SAMT Publishing. (In Persian).

17. Tabachnick BG, Fidell LS. (2007). Using multivariate statistics. 5th ed. Boston: Pearson Education.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-21]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.13.0]