

(مقاله پژوهشی)

تحلیل کانونی رابطه 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: ۹۵/۸/۳، تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۰/۴) (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 مؤلفه‌های 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 جامعه 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 ویکز برای این ارتباط 0/42 به دست آمد که آماره F مربوط به آن نیز 9/33 می‌باشد که در سطح 0/01 معنی دار است. هم چنین 0/58 واریانس مؤلفه‌های 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 مجموعه مؤلفه‌های شجاعت اخلاقی با ابعاد فضیلت سازمانی را تأیید می‌کند.

کلید واژگان: فضیلت سازمانی، شجاعت اخلاقی، اخلاق حرفه‌ای

سرآغاز

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 اخلاقی² تنظیم می‌گردد(3). پژوهشگری همراه با همکارانش فضیلت سازمانی را در برگیرنده اقدامات افاد، فعالیت‌های جمعی، خصیصه‌های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته‌اند که قادرند ویژگی‌های سازمانی فضیلت محور را اشاعه داده و تداوم بخشنند. آنها به این موضوع اشاره دارند که سازمان‌ها نیز همانند افراد در همه شرایط به طور کامل با

فضیلت سازمانی¹ 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 پژوهش، انتشار و تداوم می‌یابد(1). پژوهشگری «فضیلت» را یک حالت و کیفیت نفسانی می‌داند که مورد پسند و رضایت همه اشخاصی است که آن را بررسی و در آن تأمل می‌کنند و یا کیفیتی است که لذت را در ناظران بی‌طرف ایجاد می‌کند و

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

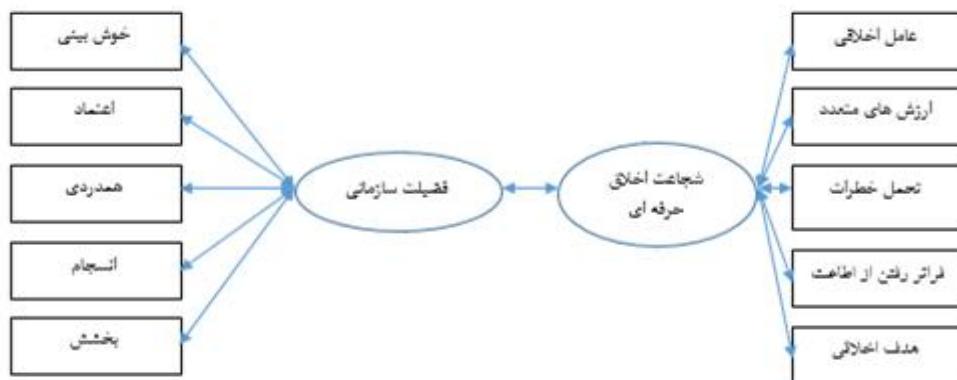
تمایل به انجام رفتار اخلاقی و داشتن اراده راسخ برای انجام رفتار اخلاقی، ۲. ارزش‌های متعدد¹²: توانایی استفاده از ارزش‌های متعدد در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی و پایندی به باورها به رغم خواسته‌ها یا تقاضاهای بیرونی، ۳. تحمل خطرات¹³ یا تهدیدها: پذیرفتن مسائل اخلاقی با وجود خطرات یا تهدیدهای واقعی یا خیالی، ۴. فراتر از اطاعت¹⁴: 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، ۵. هدف اخلاقی¹⁵: داشتن انگیزه برای انجام وظایفی که نیازمند تصمیم‌گیری است (10). در رابطه بین فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاق حرفة‌ای 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 مؤلفه‌های شجاعت اخلاقی حرفة‌ای است (4). در ادامه به بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه پژوهش حاضر می‌پردازیم: پژوهشگری مقاله‌ای تحت عنوان (نقش فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در شجاعت اخلاقی حرفة‌ای) انجام داد و جامعه آماری پژوهش، همه کارمندان شرکت مخابرات اصفهان بودند. نتایج تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که فضیلت سازمانی، بعد فراتر رفتن از اطاعت و رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد: عامل اخلاقی، ارزش‌های 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 وجودانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی) در بین کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز به این

فضیلت یا فاقد فضیلت نیستند (4). به عقیده برخی از صاحب نظران نیز، فضیلت سازمانی دارای این ابعاد است: ۱. خوش بینی³، به معنای اعتقاد اعضای سازمان در دست یابی به موفقیت، به رغم وجود مشکلات عمدۀ، ۲. اعتماد⁴، به معنای رواج ادب و مهربانی، احترام گذاشتن و ملاحظه کردن دیگران در سازمان، ۳. همدردی⁵، یعنی رواج اعمالی مانند مراقب یکدیگر بودن، نگران یکدیگر بودن در سازمان، ۴. انسجام⁶، به معنی رواج صداقت، اعتماد و درستکاری در سازمان. ۵. بخشش⁷، یعنی بخشیدن اشتباہات (5). در ادامه متغیر دیگر پژوهش حاضر مورد بحث قرار می‌گیرد.

مقصود از اخلاق حرفة‌ای⁸ مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجودان و فطرت خوبش در انجام کار حرفة‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی چهار شوند (6). پس اخلاق حرفة‌ای یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفة‌های گوناگون پاسخ دهد (7). بنابراین می‌توان چنین گفت که اخلاق حرفة‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و نیز اصول و ارزشهای اخلاقی یک نظام می‌پردازد و ناظر بر افعال ارادی حرفة‌هایها در حیطه فعالیت های حرفة‌ای خودشان است (8). پژوهشگران به نوع دیگری از رفتار اخلاقی، به نام شجاعت اخلاق حرفة‌ای⁹ نیز توجه کرده‌اند. شجاعت اخلاقی یعنی بدون هیچ گونه ترس، مطابق با اخلاقیات و ارزش‌ها عمل کردن؛ یعنی غلبه بر ترس و پایندی به ارزش‌ها، یعنی گفتن کلام حق و انجام درست در مواجهه با چالش‌های اخلاقی¹⁰ (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 محیط‌های سازمانی است که در نهایت افراد را به شجاعت اخلاقی در کار یا شجاعت اخلاقی حرفة‌ای، یعنی همان عاملی که باعث می‌شود افراد در حرفة خود در مسیر درست حرکت کرده و اخلاقی عمل کننده‌نمون خواهد کرد (11). شجاعت اخلاقی نیز دارای ابعادی است، از جمله: ۱. عامل اخلاقی¹¹؛ یعنی

مهمی دارند. در صورتی که هیات علمی از صلاحیت های حرفه ای درست برخوردار نباشد 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 حرفه ای بود. و این که ابعاد فضیلت سازمانی قادر به پیش بینی مولفه های های شجاعت اخلاق حرفه ای 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 می سازد تا در صورت وجود رابطه مثبت و معنی دار بین این مقوله ها و مولفه های فرعی آنها، راهکارها و پیشنهاداتی برای تقویت توانمن آنها بر گرفته از نتایج تحقیق ارائه گردد.

نتیجه دست یافتنند که بین متغیرهای پیش بین و پیشگی شخصیتی و جدانی 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 پیشگی شخصیتی و جدانی 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



نگاره ۱. مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

بود. حجم جامعه آماری 700 نفر (شامل 294 نفر از دانشگاه محققی، 245 نفر از دانشگاه علوم پزشکی و 161 نفر 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

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

برآورد پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ، استفاده شد. ضرایب آلفای کل پرسشنامه برابر ۰/۹۳ و برای عوامل یک و دو به ترتیب معادل ۰/۹۰ و ۰/۸۷ بود.

پرسشنامه شجاعت اخلاقی حرفه‌ای: 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 بُعد 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 پرسش‌های آن بُعد تقسیم می‌شود. برای نمره گذاری کل مقیاس نیز نمره خام تمامی پانزده پرسش با هم جمع و بر تعداد آن (۱۵ 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 تأیید شد. سپس در تعیین اعتبار سازه، از طریق تحلیل عوامل، روش مؤلفه‌های 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 $0/27$, $0/36$, $0/75$, $0/65$, $0/36$, $0/75$ و $0/87$ به دست آمد که با توجه به تعداد کم پرسشها در حد مطلوبی است(۴).

یافته‌ها

جدول ۱: شاخص‌های 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
ارزش‌های 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

شد که از این تعداد ۴۲ درصد مربوط به دانشگاه محققی، ۳۵ درصد مربوط به دانشگاه علوم پزشکی و ۲۳ درصد سهم اعضای هیأت علمی دانشگاه پیام نور بود. یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر نشان دهنده آن است که در مورد جنسیت پاسخ‌گویان از ۲۵۰ نفری که به این سوال پرسشنامه پاسخ گفته‌اند، ۱۷۰ نفر مرد و مابقی یعنی ۸۰ نفر زن بودند. هم چنین ۵۸ نفر از پاسخ دهنگان مجرد و مابقی یعنی ۱۹۲ نفر از ایشان متاهل و درنهایت مشاهده گردید که بیشترین گروه سنی پاسخ دهنگان بین ۴۰ تا ۴۵ سال با ۸۹ نفر و درصد فراوانی $40/3$ % و کمترین گروه سنی ۶۰ تا ۶۵ با ۷ نفر و $0/19$ درصد فراوانی را شامل می‌شوند. در پژوهش حاضر از پرسشنامه استاندارد برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد.

پرسشنامه فضیلت سازمانی: این پرسشنامه یک ابزار خودگزارشی است که ۱۵ گویه دارد و ابعاد مختلف فضیلت سازمانی یعنی خوشبینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش را می‌سنجد. 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 می‌دهد، در کل مقیاس و هر یک از ابعاد آن نمره‌ای کسب می‌کند که حاصل میانگین سؤالات است. بنابراین در کل مقیاس، حداقل نمره ۶ و حداقل ۱ است (۵). اما برای استفاده از این پرسشنامه، سؤالات به زبان فارسی ترجمه شد، و در نهایت مطابقت دو نسخه را دو متخصص روان‌شناسی صنعتی و سازمانی بررسی کردند. برای بررسی اعتبار سازه پرسشنامه فضیلت سازمانی از تحلیل عاملی اکتشافی به روش مؤلفه‌های اصلی با چرخش واریماکس استفاده شد. البته قبل از انجام تحلیل، ابتدا کفايت اندازه نمونه به وسیله آزمون (KMO) (۰/۹۱) کفايت نمونه گيري کايسر - ماير اولكين (KMO) انجام گرفت. در تحلیل عاملی مقادیر ويژه بالاتر از ۱ ملاک خارج سازی ابعاد و بارهای عاملی بزرگتر از $0/30$ ملاک قرار گرفتن سؤال در هر عامل در نظر گرفته شدند. در نهایت ۱۵ سؤال در قالب دو عامل قرار گرفته‌اند. عامل اول (خوش بینی، اعتماد، همدردی) با داشتن ارزش ويژه $7/77$ ، عامل دوم (انسجام و بخشش) نیز با داشتن ارزش ويژه $1/07$. برای

جدول رابطه مثبت و معنی داری بین مولفه های فضیلت سازمانی و مولفه های شجاعت اخلاق حرفه‌ای وجود دارد.

با توجه به جدول شماره 1 شاخص های چولگی و کشیدگی نشان دهنده نرمال بودن توزیع داده‌ها می‌باشد. در جدول 2 نیز ماتریس همبستگی متغیرها گزارش شده است. با توجه به این

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**
بخشن	0/21**	0/16**	0/20**	0/21**	0/12*

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

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.

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

جدول 3: آزمون های معنی داری برای تحلیل همبستگی کانونی

نام آزمون	مقدار	فرضیه DF	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 ویکلز	0/426	25	893	9/20	0/000
آزمون بزرگترین ریشه روی	0/541	---	---	---	---

1-0/42=0/58 است. اندازه 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 دسته متغیر را تبیین می کند. جدول (4) خصوصیات توابع حاصل از تحلیل کانونی را در این پژوهش نشان می دهد.

همان طور که در جدول 3 ملاحظه می شود، معنی داری مقدار لامبدای ویکلز ($\lambda = 0/42$ و $F = 9/20$, $P < 0/000$) نشان می دهد که با احتمال 99 درصد بین دو مجموعه متغیر همبستگی کانونی وجود دارد. البته، لامبدای ویکلز مقدار واریانسی را نشان می دهد که با مدل تبیین نمی شود(14). در نتیجه، ۸- اندازه اثر مدل کامل را در ماتریس R آشکار می سازد. بر این مبنایاً، اندازه اثر دو تابع کانونی این تحلیل برابر با

جدول 4: ویژگی‌های توابع حاصل از تحلیل کانونی

شماره 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

تبیین متغیر کانونی خودش می‌باشد. مثلاً 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 حرفة‌ای نیز، عامل اخلاقی 74 درصد، ارزش‌های 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 حرفة‌ای نیز 32 درصد از واریانس فضیلت سازمانی را تبیین می‌کنند. میزان واریانس استخراج شده متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفة‌ای 64 درصد و فضیلت سازمانی نیز 35 درصد از تغییرات شجاعت اخلاق حرفة‌ای را تبیین می‌کند. برای شناسایی متغیرهای معنی دار محققان پیشنهاد می‌کنند که ضرایب ساختاری 0/30 و بیشتر هر متغیر نشانگر معنی دار بودن آن در مجموعه خودش است. بنابراین متغیرهای معنی دار در مجموعه فضیلت سازمانی، خوش بینی 0/78، اعتماد 0/84، همدردی 0/81، انسجام 0/93 و بخشش 0/30 می‌باشند. در مجموعه شجاعت اخلاق حرفة‌ای نیز، متغیرهای معنی دار شامل عامل اخلاقی 0/86، ارزش‌های 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.

همان گونه که در جدول 4 ملاحظه می‌شود، مجذور همبستگی کانونی توابع به ترتیب 0/541، 0/045، 0/014 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 می‌کند و تفسیر می‌شود و تابع دوم، سوم، چهارم و پنجم تفسیرنامی شوند. بررسی فرضیه اصلی پژوهش (ابعاد فضیلت سازمانی و مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفة‌ای در بین اعضای هیات علمی) از طریق تحلیل متغیرهای کانونی امکان پذیر است. همان طور که داده‌های جدول 3 نشان می‌دهد، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود و عامل اخلاقی، ارزش‌های خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش قابل پیش‌بینی و دارای رابطه معنی داری است. جدول 6 ضریب استاندارد، ضریب ساختاری، و مجذور آن‌ها (یا واریانس تبیین شده) را نشان می‌دهد. در این جدول بار کانونی یا ساختاری نشانه همبستگی متغیر با متغیر کانونی است. ضرایب کانونی استانداردشده همانند ضرایب رگرسیون استانداردشده در تحلیل رگرسیون اند و اهمیت متغیر را در مجموعه نشان می‌دهند. (16) برای شناسایی متغیرهای معنادار در مجموعه‌ها یا متغیرهای کانونی، توصیه می‌کنند که فقط باید به متغیرهای 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

جدول ۵: ضرایب استاندارد، ساختاری، و مجدد آن‌ها در تابع اول

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

بحث

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه فضیلت سازمانی با شجاعت اخلاق حرفه‌ای اعضای هیات علمی دانشگاه‌های 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 مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای (عامل اخلاقی، ارزش‌های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی) دارند که با نتایج حاصل از تحقیق برخی صاحبنظران همسو است(12 و 13). هم‌چنان نتایج همبستگی کانونی نشان داد که ابعاد فضیلت سازمانی قادر به پیش‌بینی مؤلفه‌های 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 عمدۀ 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

به همان نسبت میزان عامل اخلاقی، ارزش‌های متعدد، تحمل خطرات، فراتر رفتن از اطاعت و هدف اخلاقی در آن سازمان بالا خواهد بود. میزان افزونگی بالای ضرایب کانونی نشان از توانایی آن‌ها در پیش‌بینی متغیرهای وابسته دارد. بر اساس جدول (6)، نسبت واریانس‌های توضیح داده شده مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای به وسیله متغیرهای اصلی پژوهش درصد و نسبت واریانس‌های توضیح داده شده متغیرهای اصلی توسط مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای درصد ارزیابی شد.

جدول 6: شاخص افزونگی کانونی برای اولین تابع کانونی

تابع کانونی	ضرایب افزونگی متغیرهای مقابله
مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای به وسیله متغیرهای اصلی	21
متغیرهای اصلی به وسیله مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای	19

هنچارهای اجتماعی به تبع آن نیز افزایش می‌یابد. بدین معنی که اگر اشتباهات سهوی با شفقت پذیرفته شده و به عنوان فرصتی برای یادگیری در زمینه‌ی ارتقای عملکرد در نظر گرفته شوند، مشارکت تمامی کارکنان و رئیسان به وجود آمده و به منزله یک میثاق عمومی¹⁸ و منشور اخلاق سازمانی¹⁹ پذیرفته می‌شود. در نهایت نتایج تحلیل همبستگی کانونی وجود دومجموعه معنادار از روابط بین فضیلت سازمانی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای را تشخیص داد. و نتایج آماری به دست آمده نشان داد که رابطه متغیر کانونی فضیلت سازمانی با متغیر کانونی شجاعت اخلاق حرفه‌ای ۰/۷۴ می‌باشد. شاخص F لامبای ویلکر برای این ارتباط ۰/۴۲ بdest آمد که آماره F مربوط به آن نیز ۹/۳۳ می‌باشد که در سطح ۰/۰۱ معنی دار است. بنابراین این دو مجموعه ارتباط معنی داری با یکدیگر دارند. هم چنین ۰/۵۸ واریانس بین مؤلفه‌های شجاعت اخلاقی با ابعاد فضیلت سازمانی تبیین می‌شود که با نتایج حاصل از تحقیق برخی صاحبنظران همسو است(۱۲ و ۱۳). بررسی های انجام شده در این پژوهش پیشنهادهایی را برای برنامه ریزان و دست‌اندرکاران جامعه آماری پژوهش حاضر دارد که در ذیل عنوان شده است:

- انجام آسیب شناسی در زمینه وضعیت سازمان و اعضای هیات علمی از لحاظ فضیلت سازمانی با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه.
- برای تقویت شجاعت اخلاقی حرفه‌ای که از جمله رفتار اخلاقی ضروری در محیط‌های سازمانی است در ابتدا، به فضیلت سازمانی و ابعاد آن توجه کنند و آنها را در بین اعضای هیات علمی آموختند و تقویت کنند.
- تدوین میثاق عمومی و منشور اخلاق سازمانی با مشارکت اعضای هیات علمی و کارکنان در راستای ارتقای عملکرد آنان.
- محدودیت‌های پژوهش حاضر عبارتند از:
- محدود کردن ابزار سنجش و جمع آوری اطلاعات به پرسشنامه و عدم استفاده از سایر روش‌های جمع آوری اطلاعات
- محدود کردن جامعه آماری به اعضای هیات علمی

هیات علمی این احساس را در خود پرورش دهند که با وجود موانع و مشکلات سازمانی در راستای رسیدن به اهداف خود خوش بین باشند، خواهند توانست از عهده انجام صحیح و اصولی وظایف محوله و تحمل خطرات احتمالی در راستای امورات مربوطه را خواهند داشت. رابطه مثبت بین اعتماد با شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشانه آن است که هر چه قدر رواج ادب و مهربانی، احترام گذاشت و ملاحظه کردن دیگران در سازمان بیشتر باشد میزان کار داوطلبانه¹⁶ افراد براساس ندای وجودان و فطرت خوبی در انجام کار حرفه‌ای بیشتر خواهد بود. یعنی زمانی که اعضای هیات علمی احساس کنند حسن نیت، توجه و احترام بر سازمان حاکم است و اعضای هیات علمی به یکدیگر و از جمله به رهبران سازمان تکیه می‌کنند سبب تمایل و داشتن اراده‌ای راسخ برای انجام رفتار اخلاقی آنان می‌شود. وجود رابطه مثبت بین همدردی و شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشان می‌دهد که هر چه قدر رواج اعمالی مانند مراقب یکدیگر بودن، نگران یکدیگر بودن در سازمان بیشتر باشد میزان پاسخگویی و مسئولیت پذیری در تصمیم‌های اتخاذ شده و وظایف محوله بستر خواهد بود. بدین معنی که با وجود حس مراقب بودن افراد از یکدیگر و همدردی و نگرانی برای هم، سبب افزایش غلبه بر ترس و پاییندی به ارز شهه؛ یعنی گفتن کلام حق و انجام عمل درست در مواجهه با چالشهای اخلاقی خواهد شد. رابطه مثبت بین بعد انسجام و شجاعت اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیات علمی نشان می‌دهد که هر چه قدر رواج صداقت، اعتماد و درستکاری در سازمان بیشتر باشد میزان شجاعت اخلاق حرفه‌ای بستر خواهد بود. بدین معنی که اگر در بین اعضای هیات علمی صداقت، امانت و شرافت نفوذ و تسری یابد، اعضای هیات علمی نه تنها به قوانین و هدف سازمان توجه دارند، بلکه از محدوده اطاعت از قوانین نیز فراتر می‌روند تا کار درست یا منطقی و مناسب را انجام دهند. و هم چنین رابطه مثبت بین بخشش و شجاعت اخلاق حرفه‌ای نشان می‌دهد هر چه قدر پذیرش اشتباهات در بین اعضای سازمان بیشتر باشد تکریم شخصیت¹⁷ دیگران، رعایت ارزش‌ها و

نتیجه‌گیری

بهت ناشی از آشتفتگی مالی و اخلاقی در حال ظهور در سال های اخیر، جامعه کسب و کار، مطبوعات به طور عام و به ویژه مطبوعات فعال در عرصه اقتصادی را به 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 و پاییندی به ارزشها 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 نشیب‌های زیادی همراه است. تلاش برای بهبود شرایط در دانشگاه از جنبه‌های 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 حرفه‌ای 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 پایان 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	همدربی
6. Solidarity	انسجام
7. Forgiveness	بخشنیش
8. Professional Ethics	اخلاق حرفه‌ای
9. Professional Ethics Courage	شجاعت اخلاق حرفه‌ای
10. Ethical Challenges	چالش‌های 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

- Naami AZ, Beshldeh 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).

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, Beshldeh 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. 5thed. Boston: Pearson Education.
2. Hijazifar S , Bagheri Kani SH. (2011). Core virtue in virtue organizations. *Journal of Islamic Management Research*; 1(3):124. (In Persian).
3. Danaeebard H, Amrollahi Buicki N, Fani AA, Rezaeian 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, Ardalani 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.