

بررسی رابطه سرمایه نمادین اخلاقی - اعتقادی با عدالت سازمانی ادراک شده: مورد مطالعه،

نیروهایی یکی از یگان های آجا

نور محمد یعقوبی^۱، بدرالدین اورعی یزدانی^۲، سید علیقلی روشن^۳، همایون نوری^۴، احسان نامدار جویمی^۵، ریحانه پورحسن^۶، مریم بنی اسدی^۷، عادلہ دقتی^۸، نجمه مهدی بیگی^۹

۱. استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۳. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۴. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد سیستان و بلوچستان، ایران. (نویسنده مسئول)
۵. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان کارمند بانک صادرات شعبه ۳۳۸۲ حوزه هشت، شعب بانک صادرات استان اصفهان، ایران
۶. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۷. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۸. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
۹. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.

مجله پیشرفت های نوین در علوم رفتاری، دوره دوم، شماره هشتم، خرداد ماه ۱۳۹۶، صفحات ۹۹-۷۷

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه سرمایه نمادین ایرانی - اسلامی با عدالت سازمانی ادراک شده است. در این راستا یک فرضیه کلی و سه فرضیه جزئی شکل گرفته است که به بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی و عدالت سازمانی ادراک شده (توزیعی - رویه ای - مرادده ای) می پردازد و میزان این ارتباط به ترتیب برابر با ۰٫۴۵، (۰٫۳۶، ۰٫۴۱، ۰٫۴۱) است. روایی صوری پرسش نامه ها توسط متخصصان مربوطه تأیید شده است و پایایی پرسش نامه ها توسط آزمون آلفای کرونباخ ارزیابی شده است که تمامی قابل قبول بوده اند. نرم افزارهای مورد استفاده در این تحقیق spss 21 و lisrel 9.1 است. جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل نیروهای یکی از یگان های آجا است که جمعیتی بالغ بر ۳۰۰ نفر دارد. نمونه گیری در این تحقیق به روش تصادفی ساده است و تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی مورگان و فرمول کوکران برابر با ۱۶۸ نفر است که ما تعداد نمونه را برابر با ۱۷۰ نفر در نظر گرفته ایم. افرادی که خود، عدالت توزیعی را رعایت می کنند موجب می شود که دیگران نیز در استحقاق این حق به وی کمک کرده و بتوانند توزیع منابع و ... سازمان را همراه با انصاف و متناسب با نیاز هر بخش سازمان رعایت کنند. همین طور در دسترسی به افراد و منابع مختلف و ... افراد دارای عدالت رویه ای و مرادده ای هستند، بدان معنا که افراد در رویه توزیع منابع و نیروی انسانی برای انجام پروژه ای امور و کارها به تناسب نیاز هر بخش به وی امکانات و تسهیلات مختلف می دهند و همین طور افراد حلقه هایی با نقاط مشترک بهره خواهند برد که ممکن است یک فرد در یک عان در چند گروه مختلف حضور داشته باشد و گروه های مختلف بتوانند از وجود اطلاعات و ارتباطات وی استفاده کنند.

واژگان کلیدی: عدالت سازمانی ادراک شده، سرمایه نمادین، عدالت توزیعی، عدالت مرادده ای، عدالت رویه ای.

مقدمه

ادراک بی‌عدالتی اثرات مخربی بر روحیه کار جمعی دارد؛ زیرا اهتمام نیروی انسانی و انگیزش کارکنان را تحت الشعاع قرار می‌دهد. بی‌عدالتی و توزیع غیرمنصفانه دستاوردها و ستادهای سازمان، موجب تضعیف روحیه کارکنان و تنزل روحیه تلاش و فعالیت در آنان می‌شود. رعایت عدالت رمز بقا و پایداری جریان توسعه و پیشرفت سازمان و کارکنان آن است. ادراک کارکنان از عدالت سازمانی، عاملی بسیار اساسی و اثرگذار بر پیامدهای کاری و سازمانی متعدد است. هماهنگی با رشد اخیر در روان‌شناسی سلامت حرفه‌ای، سازمان‌ها به کارکنان خود به‌عنوان ارزشمندترین موهبت و دارایی توجه می‌کنند (شافلی و بیکر، ۲۰۰۴). ادراک عدالت سازمانی الزامی اساسی برای کارکرد مؤثر سازمان‌ها و رضایت شخصی کارکنان بوده و در شکل دادن نگرش‌ها و رفتارهای آنان نقش مهمی را ایفا می‌کند (امیرخانی و پورعزت، ۱۳۸۷). از آنجا که آموزش و پرورش عامل اصلی توسعه پایدار در هر کشوری است و ایجاد هرگونه فرصت و زمینه برای تحول و بهینه‌سازی در آموزش و پرورش نقش اساسی در رشد و توسعه علوم و فنون و به دنبال آن توسعه یک کشور ایفا می‌کند، استفاده مطلوب از منابع انسانی و نیروی نهفته کارکنان، آموزش و پرورش را در بهره‌برداری از سایر منابع و رسیدن به اهداف آن سازمان موفق می‌سازد (نادی و مشفق، ۱۳۸۸). سرتاسر جامعه از سرمایه‌ها پوشیده شده است و جایی از جامعه وجود ندارد که بتوان گفت که سرمایه‌های اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی وجود ندارند و از این رو چون سرمایه نمادین می‌تواند بخشی از سایر سرمایه‌ها تعریف شود، به طور کلی می‌تواند گفت که سرمایه نمادین در سرتاسر جامعه وجود دارد و حضورش احساس می‌شود و می‌تواند از زمانی به زمانی دیگر و از مکانی به مکان دیگر تغییر یابد و گونه‌های مختلف به خود بگیرد (نامدار، ۱۳۹۳). سازمان‌ها و افراد با سرمایه کم‌وزیاد و منفی و مثبت وجود دارند، ولی سازمان و فرد بدون سرمایه وجود ندارد و عرصه‌های مختلف جامعه از سرمایه تهی نیست و سرمایه جای، جای جامعه را پر نموده و افراد و سازمان‌ها دارای سرمایه می‌باشند، ولی میزان (کم و زیاد) و جهت (منفی و مثبت) آن متفاوت است. سرمایه نمادین نیمه گم‌شده هر فردی است که به صورت انتزاعی در وجود دارد و می‌تواند حالت برونی و ظاهری یابد، فرد این نیمه گم‌شده خود را در هر چیزی جست‌وجو می‌کند و برای خود نماد و دارنده آن احترام و منزلت قائل است و خود را به آن نزدیک و به آن مشابه می‌کند. این سرمایه به‌طور کلی به دو طور کلی به دو صورت اخلاقی - دینی (ایرانی - اسلامی در کشور ایران) و مادی‌گرایان و لذت‌جویانه (غربی) وجود دارد.

سرمایه نمادین غربی به دنبال نمادهای لذت‌گرایانه و مادی‌گرایانه صرف و زودگذر است و سرمایه نمادین ایرانی - اسلامی (دینی - اخلاقی) مبتنی بر سادگی و زندگی و سبک زندگی مبتنی بر قرآن و اهل‌بیتاست؛ که در این تحقیق منظور از سرمایه نمادین همان سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی - اسلامی است. ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند، این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی دارند و برای رسیدن به هدفی خاص باهم تلاش نموده و باهم در رقابت هستند. وجود سرمایه در جامعه به صورتی است که نمی‌توان وجود سرمایه را در عرصه‌ای خاص از جامعه در نظر گرفت و می‌توان گفت: تمامی جامعه، به‌وسیله سرمایه پوشیده شده است (نامدار، ۱۳۹۳). از طرفی دیگر وجود سرمایه، مختص به سازمان و جامعه نیست و افراد

را نیز مشمول می‌شود؛ همه افراد از سرمایه‌های مختلف برخوردار می‌باشند و می‌توان چنین گفت که جامعه و انسان‌ها را بدون وجود سرمایه نمی‌توان در نظر گرفت (نامدار، ۱۳۹۳)؛ سرمایه را می‌توان اصولاً به چهار مقوله تفکیک کرد: سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی (انواع روابط ارزشمند با دیگران)، سرمایه فرهنگی (انواع و اقسام معرفت مشروع) و سرمایه نمادین (پرستیژ و افتخار اجتماعی) سرمایه نمادین اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بعضاً به معنای داشتن سرمایه بیشتر و باارزش بیشتر نیست و به می‌تواند به معنای سرمایه ارزان‌تر و ساده‌تر هم ظهور کند و نمایان شود... از این رو در این تحقیق به دنبال بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با عدالت سازمانی ادراک شده هستیم.

ادبیات پژوهش

سرمایه نمادین: مفهوم سرمایه نمادین، مهم‌ترین بخش کار بورديو درزمینه تئوری قدرت نمادین است. وی در تعریف این مفهوم می‌گوید: من به هر نوع از سرمایه (اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی) چنانچه از مقولات فاهمه آدریافت شود، به اصول بینش و تقسیم به‌نظام‌های طبقه‌بندی کننده و به قالب‌های شناختی که تا اندازه‌ای محصول درون کالبد شدن ساختارهای عینی مربوطه یعنی ساختارهای توزیع سرمایه در میدان هستند، سرمایه نمادین می‌گویم (بورديو، ۱۳۸۴).

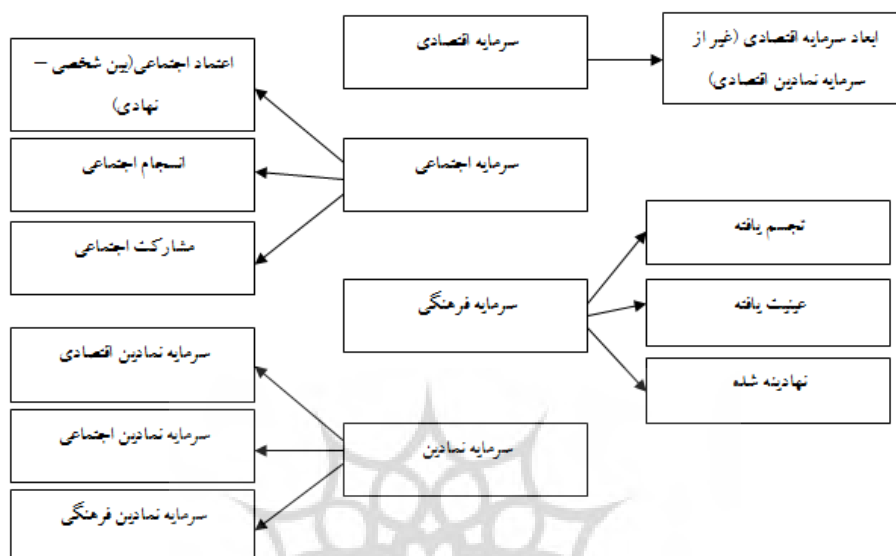
در واقع این سرمایه به نوعی معنای آشکار و جوه دیگر سرمایه اندوزی است. هر نوع سرمایه (اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی) به درجات مختلف مانند سرمایه نمادین عمل می‌کند. سرمایه نمادین هر نوع از سرمایه است که دست‌های از اعضای اجتماع آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. سرمایه نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می‌گیرد، مجموعه ابزارهای نمادینی چون پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فره‌مندی را به فرد اعطا می‌نماید (فکوهی، ۱۳۸۴).

¹Symbolic capital.

²Theory of symbolic power.

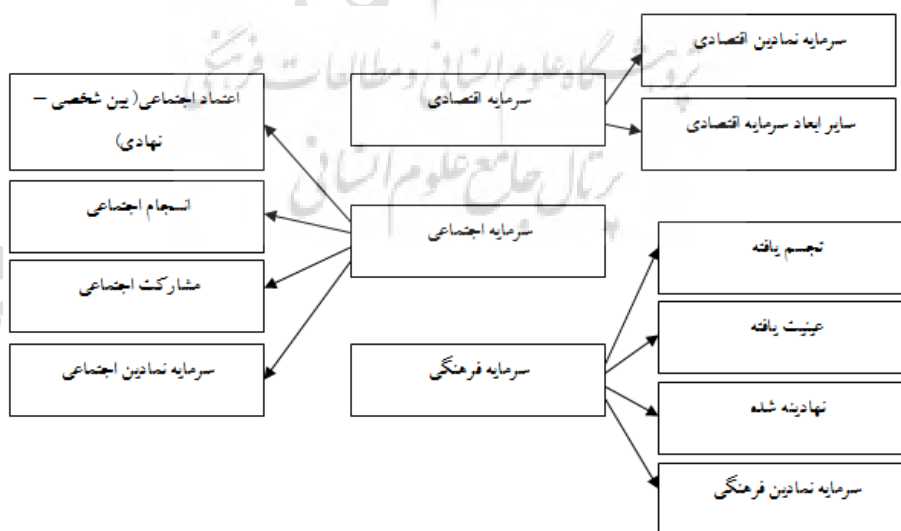
³Understanding

حالت اول



شکل (۱): ابعاد سرمایه نمادین منبع: نامدار، (۱۳۹۳)

حالت دوم



شکل (۲): ابعاد سرمایه نمادین منبع: نامدار، (۱۳۹۳)

ابعاد سرمایه نمادین با استفاده از الگوی احسان نامدار جویمی در سال ۱۳۹۳

۱- سرمایه نمادین اقتصادی: با توجه به مطالب بیان شده می توان چنین اظهار نمود که سرمایه نمادین اقتصادی، آن دسته از سرمایه اقتصادی است که به عنوان نماد توسط جامعه پذیرفته شده است و دارنده آن، از طرف مردم صاحب احترام و منزلت است. سرمایه اقتصادی: هر نوع سرمایه و دارایی مشهود است که دارنده آن می تواند آن را به سرعت به وجه نقد تبدیل نماید. (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اقتصادی به معنای داشتن سرمایه اقتصادی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی ساده زیستی و زندگی بدون تجملات و ساده به عنوان سرمایه نمادین اقتصادی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین اقتصادی، هرگونه از سرمایه اقتصادی محسوب می شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می شود و دارنده آن از جانب مردم مورد احترام قرار می گیرد.

۲- سرمایه نمادین فرهنگی: سرمایه نمادین فرهنگی آن دسته از سرمایه فرهنگی است که برای مردم به عنوان نماد محسوب می شود و مردم برای دارنده آن احترام و منزلت خاصی قائل می شوند (سرمایه فرهنگی نمادین، سرمایه فرهنگی است که فرد با داشتن آن سرمایه فرهنگی در چشم مردم، مورد ستایش و احترام است). (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین فرهنگی به معنای داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی فرهنگ خاص و یا کلاً فرهنگ منفی و متضاد با فرهنگ پذیرفته شده به عنوان سرمایه نمادین فرهنگی دارای ارزش و احترام باشد) (نامدار، ۱۳۹۳). ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین فرهنگی، هرگونه از سرمایه فرهنگی محسوب می شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می شود و دارنده آن از جانب مردم (یا گروهی خاص) مورد احترام قرار می گیرد.

۳- سرمایه نمادین اجتماعی: سرمایه نمادین اجتماعی آن دسته از سرمایه اجتماعی محسوب می شود که در میان مردم از احترام و منزلت بالایی برخوردار است و به عنوان نماد از سوی جامعه محسوب می شود، (مانند عضویت و همکاری و مشارکت و ارتباط با اشخاص و گروه هایی که مردم آن را به عنوان نماد به شمار می آورند و برای فرد منزلت و احترام به همراه دارد) (نامدار، ۱۳۹۳). (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اجتماعی به معنای داشتن سرمایه اجتماعی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، زندگی بدون رفت و آمد و ساده به عنوان سرمایه نمادین اجتماعی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین اجتماعی، هرگونه از سرمایه اجتماعی محسوب می شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می شود و دارنده آن از جانب مردم مورد احترام قرار می گیرد. در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد مادی، وجهه معنوی در وجهه مادی حل شده است ولی در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد مادی و معنوی به اینگونه نیست و باید این گونه گفت که هم وجهه معنوی و هم وجهه مادی مورد توجه هستند و برای افراد دارای اهمیت هستند.

سرمایه نمادین اخلاقی - اعتقادی (اسلامی - ایرانی و یا ایرانی - اسلامی)

متناسب با طرز ایدئولوژی و جهان بینی افراد و فرهنگ جامعه ای که در آن زندگی میکنند، نمادها می تواند به ططور کلی به دو دسته تقسیم شود: ۱- سرمایه نمادین مادی صرف مبتنی بر لذت های صرف دنیوی و بی حد و اندازه ۲- سرمایه نمادین مادی و معنوی (اخلاقی و دینی).

به طور کلی دو حالت وجود دارد که یکی بر مبنای آن است که جهان همین وجه مادی است و مبنای دیگر بر آن است که علاوه و فراتر از این ماده، معنویتی وجود دارد که در حجاب است. متناسب با این دو دیدگاه سرمایه های نمادین افراد که همان تلاش افراد برای رسیدن به نیمه گم شده خود است دو حالت کلی پیدا می کند. سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی اسلامی (اسلامی ایرانی یا اخلاقی و اعتقادی) را میتوان زیر مجموعه ای از سرمایه نمادی مادی معنوی محسوب کرد که وجهه معنوی بیشتر از وجهه مادی آن مورد توجه است (البته این بدان معنا نیست که وجهه مادی دارای ارزش نیست، بلکه بدان معناست که وجهه مادی مبتنی بر ساده زیستی، دوری از تجملات، اشراف گرایی و دوری از هر گونه افراط و تفریط است). در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی اسلامی وجهه معنوی ارزش بیشتری از مادی آن دارد و وجهه مادی به عنوان ابزاری برای رسیدن به وجهه باطنی و معنوی مورد استفاده قرار میگیرد (به عبارتی وجهه مادی ابزار و وجهه معنوی هدف است).

عدالت سازمانی اداره شده

مطالعه عدالت در محیط های کاری در سال های اخیر رشد چشم گیری داشته است (ژانگ و همکاران، ۲۰۰۹). تحقیقات نشان داده اند که در فرآیندهای عدالت نقش مهمی را در سازمان ایفا می کنند و چگونگی برخورد با افراد ممکن است که باورها و احساسات و نگرش های افراد را تحت تأثیر قرار دهد. به علت گستردگی پیامدهای رعایت عدالت، بررسی اثرات درک از عدالت در سازمان ها توجه بسیاری از محققان منابع انسانی، رفتار سازمانی و روانشناسی سازمانی / صنعتی را به خود جلب کرده است. عدالت سازمانی بیانگر ادراکات کارکنان از برخورد و رفتار منصفانه سازمان با آنان است (کمپبل و همکاران، ۲۰۰۴). اگرچه بحث و مطالعه پیرامون عدالت در محیط های سازمانی قدمتی دیرینه داشته و منشأ آن به نظریه برابری آدامز برمی گردد، اما تحقیقات در این زمینه پس از دهه ۱۹۹۰ به طور فزاینده ای افزایش یافته طوری که مهم ترین یافته ها در رابطه با عدالت سازمانی در این دوره صورت گرفته است (چاراش و اسپکتور، ۲۰۰۱). به طور کلی تحقیقات و نظریات در باب عدالت سازمانی در قالب سه موج عمده ارزیابی می شود: موج نخست بر محور عدالت توزیعی، موج دوم بر محور عدالت رویه ای و موج سوم بر محور عدالت مراوده ای مبتنی است (ازگلی، ۱۳۸۳). مطالعات اولیه تأکیدشان بر روی عدالت توزیعی؛ به احساس انصاف از آنچه بین افراد توزیع می شود، بوده است. در زمینه عدالت سازمانی، تحقیقات عدالت توزیعی بیشتر مبتنی بر نظریه برابری آدامز بود. مطالعات تأکید داشتند که افراد خواستار رعایت عدالت در توزیع پیامدهای سازمان همچون پرداختی ها، چالش های شغلی، امنیت شغلی، فضای کاری و حتی پیامدهای منفی چون اخراج و تنبیهات می باشند (آمبروز، ۲۰۰۲). در دهه ۱۹۸۰ توجه تحقیقات در زمینه عدالت بر روی رویه هایی که از طریق آن ها پیامدها تخصیص می یابند جلب شد. تیبات و والکر (۱۹۷۵) و لونتال (۱۹۸۰) از جمله مهم ترین محققان در حوزه عدالت رویه ای بودند. آن ها نشان دادند که در بسیاری از موارد رویه هایی که از طریق آن ها پیامدها تخصیص می یابند اهمیتی به مراتب فراتر از خود پیامدها دارند. پژوهش ها نشان می دهند که رویه های استخدام، گزینش، پاداش دهی، ارزیابی عملکرد و حل و فصل تعارضات سازمانی از جمله مهم ترین خاستگاه های عدالت رویه ای در سازمان می باشند (کروپنزانو و همکاران، ۲۰۰۷).

جدول (۱): سیر تکامل مفهوم عدالت سازمانی

عدالت توزیعی، دهه ۱۹۷۰	عدالت رویه‌ای، دهه ۱۹۸۰	عدالت مراوده‌ای، دهه ۱۹۹۰
نظریه برابری آدامز (۱۹۶۵)	عدالت یعنی تناسب میان آورده‌های یک فرد به سازمان و دریافتی‌هایش از آن	
تیبات و والکر (۱۹۷۵)	افراد در سازمان نه تنها نسبت به رعایت عدالت در پیامدهای دریافتی حساس هستند، بلکه نسبت به رویه‌هایی که از طریق آن‌ها این پیامدها توزیع می‌شوند نیز حساس‌اند.	
مدل قضاوت عادلانه لونتال (۱۹۸۰)	پیامدهای دریافتی افراد از سازمانت نه تنها باید با آورده‌هایشان متناسب باشد (اصل برابری یا تناسب) بلکه نیازهای اساسی را پوشش داده (اصل نیازها) و خالی از تبعیضات جنسیتی، نژادی و ... باشد (اصل مساوات).	
بیز و مواگ (۱۹۸۶)	عدالت نه تنها توزیع منافع مادی، بلکه منافع اجتماعی مهمی همچون تعامل مستقیم مدیریت با کارکنان را نیز در برمی‌گیرد.	
گرینبرگ (۱۹۹۳)	عدالت مراوده‌ای دارای دو بعد جدا از هم است: رفتار محترمانه مدیریت با کارکنان (عدالت بین فردی) و شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها (عدالت اطلاعاتی)	
کالکویت (۲۰۰۱)	ارائه مدل چهاربعدی از عدالت	

در دهه ۱۹۹۰ مطالعه بر جنبه اجتماعی عدالت سوق پیدا کرد. بیز و مواگ (۱۹۸۶) عدالت مراوده‌ای (تعاملی) که بیانگر کیفیت تعاملات بین فردی تصمیم‌گیرنده سازمانی با کارکنان در هنگام اجرای رویه‌های سازمانی است را مطرح کردند. بر اساس شواهد موجود دست‌کم این سه نوع عدالت از جانب صاحب‌نظران و محققان پذیرفته شده است. این سه بعد یا جنبه از عدالت در تعامل با یکدیگر، پدیدآورنده انصاف کلی ادراک شده نزد افراد در محیط‌های کاری هستند (گل پرور و ناد، ۱۳۸۹).

عدالت توزیعی^۱: به انصاف درک شده از پیامدهای سازمانی بازمی‌گردد (فرت و سو، ۲۰۰۷).

عدالت رویه‌ای^۲: عدالت رویه‌ای مربوط می‌شود به عدالت دریافت شده از روش‌های استفاده شده برای تصمیم‌گیری در مورد اختصاص‌ها و نتایج.

عدالت ارتباطی^۳: به کیفیت رفتار میان اشخاص که به وسیله هر فردی احساس می‌شود برمی‌گردد (افجه، ۱۳۸۵). در مورد پیامدهای ادراک عدالت یا بی‌عدالتی در سازمان تحقیقات متعددی انجام شده که به طور خلاصه به چند مورد اشاره می‌شود.

^۱Distributive justice.

^۲Procedural justice

^۳Interactional justice.

صمد^۱ (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان عدالت رویه‌ای و عدالت توزیعی، تأثیرات متفاوت بر برون داده‌های کارکنان انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که ارتباط قوی و مثبتی بین عدالت رویه‌ای و توزیعی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی وجود دارد. این بدان معناست که اگر کارکنان سطح بالایی از عدالت رویه‌ای و توزیعی را تجربه کنند، تعهد سازمانی و رضایت شغلی آنان افزایش خواهد یافت. همچنین والرئ کولینز^۲ (۲۰۰۴)، به بررسی ارتباط بین احساس دانشجویان فارغ‌التحصیل که از عدالت تعاملی برخوردار بوده‌اند و تأثیر آن بر تعهد سازمانی و اعتماد سازمانی پرداخته و برخوردهای فردی میان دانشجویان و استادان را بررسی کرده و در نهایت به این نتیجه رسیده که عدالت تعاملی تأثیر بسزایی در افزایش اعتماد دانشجویان به استاد و افزایش تعهد آنان نسبت به کارهای علمی داشته است. دیانا وست^۳ (۲۰۰۶) بیان می‌کند که بی‌عدالتی باعث یک‌رشته از عکس‌العمل‌هایی چون رنج‌های روانی، کارشکنی، انصراف از کار و امتناع از وظیفه می‌شود. مسترسون^۴ (۲۰۰۱) در راستای اثبات اهمیت ادراک کارکنان از عدالت، الگویی را رشد و گسترش بخشیده و سپس آن را آزموده است. وی با استفاده از ۱۷۸ مربی آموزشگاه نشان داده که وقتی مربیان یک آموزشگاه احساس بالاتری از حضور عدالت توزیعی و رویه‌ای در آموزشگاه خود می‌کنند، تعهد بالاتری را در رفتار و نگرش خود نشان می‌دهند. نکته حائز اهمیت این که دانش آموزان، مربیان و معلمانی که ادراک بالاتری از عدالت داشتند عوامل مثبت بیشتری را نسبت به مربی یا معلم خود ابراز داشتند. این محقق بر اساس تحقیق خود یادآور شده که ادراکات عدالت می‌تواند بر پیامدهای سازمانی و فردی تأثیر بگذارد. ایلماز و تاسدان^۱ (۲۰۰۹) تحقیقی با عنوان «عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در مدارس ابتدایی ترکیه» انجام دادند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که معلمان دارای درک مثبتی از عدالت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی داشتند و سابقه، جنسیت، میزان تحصیلات بر رفتار شهروندی سازمانی معلمان مؤثر بود. تنها سابقه بر عدالت سازمانی درک شده توسط آن‌ها مؤثر بود اما عدالت سازمانی ادراک شده بر اساس جنسیت و میزان تحصیلات تغییری نکرد و همچنین بین ادراک عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبتی وجود داشت.

پیشینه تجربی

۱- تحقیقی در سال (۱۳۹۲)، توسط محمدی ژیانپور و همکاران تحت عنوان، کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاهی (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه دانشگاه دولتی اصفهان) انجام شده است. در این تحقیق با توجه به نظریات جامعه‌شناسی پیر بوردیو میزان سرمایه فرهنگی دانشجویان در چهار رشته جامعه‌شناسی، پزشکی، حقوق و طراحی و صنعتی (هنر) بررسی شده است که نتایج نشان دهنده آن است که با پدید آمدن سلسله مراتبی تمایزها به نام سلسله مراتب فرهنگ‌ها و سلسله مراتب اجتماعی، میدان دانشگاهی واجد قطب‌های جدید و کشاکش‌های نمادین میان رشته‌های دانشگاهی می‌شود.

۲- تحقیق در سال (۱۳۹۱)، توسط مرتضی منادی تحت عنوان سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی انجام شده است که در آن محقق به دنبال بررسی ارتباط بین انتخاب‌های مختلف زنان (شاغل و خانه‌دار) از جمله انتخاب کالاهای مصرفی

¹Samad

²Valerie Collins.

³Diane West.

⁴Masterson

غربی یا مارک دار (مانند: لباس، کیف و کفش) با سرمایه فرهنگی بوده است. تحقیق به صورت کیفی با ابزار مصاحبه به صورت تصادفی انجام شده است. روش تحلیل داده ها به صورت تحلیل محتوا می باشد. نتایج حاکی از آن است که سرمایه فرهنگی زنان، تاثیر مهمی در تبعیت از مد یا انتخاب کالاهای غربی یا مارک دار ندارد. هم چنین در پیروی از مد و انتخاب کالاهای غربی یا مارک دار، تفاوت ناچیزی بین زنان شاغل و خانه دار وجود دارد.

۳- تحقیقی در سال (۱۳۹۱)، با عنوان دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه های هنری، تحلیل کمی رابطه بین سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهران توسط امیر ملکی و ملاکه رفیعی انجام شده است. این تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش نامه بر روی نمونه ای معرف از جوانان ۱۵-۲۹ سال ساکن شهر تهران صورت گرفته است. نتایج این تحقیق نشان دهنده آن است که سرمایه فرهنگی با انتقال بین نسلی و جهت دادن به منش ها و سلیقه های متفاوت جوانان، موجبات شکل گیری الگوی مصرفی متنوعی را فراهم می آورد.

۴- تحقیقی در سال (۱۳۹۲)، توسط سید جواد امام جمعه زاده و همکاران با عنوان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مصرف گرایی سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام شده است. نمونه مورد بررسی در این تحقیق شامل ۲۵۰ نفر از دختران و پسران دانشجویی دانشگاه اصفهان می باشند. با تقسیم سرمایه اجتماعی به دو متغیر (اعتماد اجتماعی و شبکه های اجتماعی)، به همراه در نظر گرفتن سه وجه از مصرف گرایی سیاسی یعنی رفتارها، انگیزه ها و عادات مشاهده شده است که همبستگی های معناداری میان ابعاد سرمایه اجتماعی و میزان مصرف گرایی سیاسی پاسخ گویان وجود دارد. در این میان، مصرف گرایی سیاسی، بیشترین تاثیر را از انسجام اجتماعی و از مولفه های شبکه اجتماعی و کم ترین تاثیر را از اعتماد تعمیم یافته از مولفه های اعتماد اجتماعی می پذیرد.

۵- تحقیقی در سال (۱۳۸۹) توسط محمد مهدی رحمتی و سجاد مرادی با عنوان توزیع اجتماعی الگوی مصرف انجام شده است. در این تحقیق به اهمیت مصرف به عنوان مهم ترین موضوع پژوهشی در جامعه شناسی اشاره شده است و این تحقیق به دنبال بررسی سلیقه های هنری در شهر تهران می باشد. در بخش نظری از نظر پیر بوردیو و صاحب نظران پست مدرنیست استفاده شده است. تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسش نامه به شیوه نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای در میان ۴۱۰ نفر از افراد ۱۵ تا ۴۵ ساله شهر تهران انجام شده است. طبق یافته های تحقیق، سلیقه های هنری افراد رابطه معناداری با متغیرهایی چون سن، جنسیت، قومیت و شغل نشان نمی دهد. از طرفی نوعی در هم آمیختگی و التقاطی شدن در میان الگوی مصرف کالاهای فرهنگی و هنری در جمعیت مورد مطالعه مشاهده شده است.

۶- تحقیقی در سال (۱۳۸۹) توسط محمد عبدالمهدی و سجاد مرادی تحت عنوان تحلیل جامعه شناسی الگوی مصرف در بین ساکنان شهر تهران انجام شده است. در این تحقیق بر تغییر نیازهای اقتصادی، صورت بندی اجتماعی معاصر از تولید به مصرف، چرخش فرهنگی در جامعه شناسی و رواج علاقه به فرآیندهای نمادین در جریان کنش های اجتماعی تاکید شده است. این پژوهش برای شناسایی الگوی مصرف و بررسی عوامل موثر بر این الگوها انجام شده است. تحقیق به وسیله پرسش نامه در میان ۴۱۰ نفر از افراد

۱۵-۴۵ ساله شهر تهران انجام شده است. نتایج تحقیق نشان دهنده توزیع طبقاتی الگوی مصرف و انطباق آن ها بر جایگاه افراد در فضای سلسله مراتب اجتماعی است.

۷- تحقیقی که در سال (۱۳۸۹)، توسط محسن نوغانی با عنوان "عوامل اجتماعی موثر بر انجام جراحی زیبایی زنان" انجام شده است، که ۸۰ نفر از زنان ۱۸ الی ۴۵ ساله به دو گروه زنان با عمل جراحی و زنان بدون عمل جراحی زیبایی تقسیم شده و مطالعه روی آن ها صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان دهنده آن است که متغیرهای سرمایه فرهنگی، فشارهای هنجاری و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با طراحی زیبایی رابطه مثبت و معنادار و متغیرهای تصور از بدن و روابط اجتماعی با انجام جراحی زیبایی رابطه معنادار و منفی دارد.

۸- تحقیقی که موضوع پایان نامه بوده و در سال (۱۳۹۰) توسط همایون فرزانی با عنوان " بررسی عوامل موثر بر رفتار مصرف کنندگان در خرید صنعت پوشاک با مارک خارجی (مطالعه موردی شهر سنندج) انجام شده است، به بررسی تاثیر ۷ عامل: وجهه ظاهری، هم خوانی گروهی، هنجارهای ذهنی، ویژگی های محصول، کنترل رفتار ادراک شده، نگرش های مصرف کننده با میل به خرید لباس و خرید واقعی بر رفتار مصرف کننده، پرداخته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میان هم خوانی گروهی، نگرش مصرف کنندگان بر میل خرید لباس، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، میل به خرید و خرید واقعی و ویژگی های محصول رابطه معنادار وجود دارد.

کنترل رفتار ادراک شده، میل به خرید و خرید واقعی و ویژگی های محصول رابطه معنادار وجود دارد.

۹- تحقیقی توسط آقای هاشم خدابخش با عنوان تعیین و اولویت بندی عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده پوشاک شرکت رولان در سال (۱۳۸۹) انجام شده است. هدف از این تحقیق، بررسی و تعیین عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده در خرید پوشاک کودک می باشد. در این پژوهش با مراجعه به تحقیقات انجام شده در صنعت پوشاک از سال ۱۳۸۳ به بعد، در مورد انتخاب پوشاک، عوامل متعددی که برای مصرف کننده مهم بوده است، استخراج گردیده است. این عوامل در ۱۴ طبقه: برند، مد، کیفیت، تبلیغات، قیمت، فروشندگان و قابلیت مرجوع شدن طبقه بندی شده اند. نتایج ۱۰ مورد از عوامل مورد بررسی را جز عوامل موثر نشان داد. عوامل ذیل به ترتیب جز عوامل موثر بر خرید پوشاک شناسایی گردیده است، کیفیت، جور بودن، جنس، قیمت مناسب، طراحی، قابلیت مرجوع بودن، فروشگاه، مد، خرید پرستیژی، برند و خرید هدیه ای (اشانتیون).

۱۰- محمدی در سال (۱۳۸۷)، پژوهشی میدانی با عنوان رابطه بین سبک زندگی و نگرش هویت جنسیتی در بین دو نسل مادران و دختران انجام داده است. بر اساس یافته های پژوهش نظرات مادران و دختران در زمینه اهمیت قیمت پوشاک، بادوام بودن آن ها، تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد. در مورد مد بودن، شیک بودن، زیبا بودن و تک بودن، آراستگی و آرایش داشتن، هماهنگی رنگ و مد لباس با هم و مطابق روز لباس پوشیدن، نظرات مادران با دختران تفاوت معناداری مشاهده شده است.

۱۱- تحقیق در سال (۲۰۱۴)، توسط انخبولد کولونباتار و همکاران تحت عنوان نقش خوشه و سرمایه اجتماعی در توسعه صنایع فرهنگی خلاق تر انجام شده است. در این تحقیق به اهمیت و جایگاه خوشه به عنوان بخش حیاتی صنایع فرهنگی و خلاق اشاره

شده است. خوشه به معنای آن است که افراد در مناطق جغرافیایی متفاوت ساختارهای متفاوت فرهنگی و اجتماعی دارند که متناسب با آن بیشتر در صنایع مختلف باید از خود افراد و مردم دارنده فرهنگ دربار کالاهای و محصولات فرهنگی تولیدی نظرخواهی می شود و در تولید کالا و خدمات فرهنگی اعمال می شود.

۱۲- در تحقیقی در سال (۲۰۱۳)، توسط آندریو نیومن و همکاران با عنوان چگونگی سرمایه فرهنگی، عادات و طبقه و نفوذ پاسخ از افراد مسن به حوزه هنرهای تجسمی معاصر انجام شده است. در این تحقیق، محقق به جمع آوری اطلاعات از ۳۸ نفر از افراد مسن به مدت ۲۸ ماه با هدف، هنرهای تجسمی معاصر و ساخت و ساز هویت بخشی به هنرهای تجسمی معاصر با توجه به نقش سرمایه فرهنگی می پردازد. در این تحقیق افراد مسن به ۵ گروه تقسیم شده اند و از طیف وسیعی در زمینه های مختلف از سرمایه فرهنگی و هنرهای تجسمی معاصر با آن ها بحث شده است و نتایج به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند (تحقیق به صورت کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه انجام شده است). نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مصاحبه شوندگان هر کدام به نظر خودشان و متناسب با سرمایه فرهنگی خودشان و تجربه دوره زندگی که به دست آورده اند، استنباطی خاص از هویت بخشی از هنرهای تجسمی را در می یابند. برخی از افراد برخی از هنرهای موجود را هنر به شمار نمی آورند تا درباره هویت بخشی آن نظر بدهند و در این زمینه پویایی گروه و تحرک کلاس (طبقه) فرد در هنر به حساب آوردن هنر معاصر و هویت بخشی آن رابطه معنادار وجود دارد (هر کس متناسب با سرمایه فرهنگی خود، به هنرهای تجسمی معاصر هویت می بخشد).

۱۳- فورایجی و لاتوسینسکا و وارزینیاک^۱، (۲۰۱۱)، رابطه بین متغیرهای مختلف، که متغیرهای مستقل آن شامل فرهنگی، اجتماعی، شخصی، روان شناختی و عوامل آمیخته بازاریابی و متغیر وابسته آن رفتار مصرف کننده است را در بازار لوازم الکترونیکی عراق بررسی کردند. هدف از این مطالعه، تعیین عوامل موثر بر مراجعات و رفتار مصرف کننده در بازار لوازم الکترونیکی در عراق می باشد. داده های مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر فرآیندهای تصمیم گیری خرید مصرف کنندگان، از طریق یک پرسش نامه که در دسامبر ۲۰۱۱، در بصره، شهری در جنوب عراق توزیع شد، به دست آمد. نتایج طرح تحقیقاتی آن ها نشان داد که عوامل اجتماعی، عوامل روان شناختی و عناصر آمیخته بازاریابی به شدت با رفتار مصرف کننده در ارتباط است.

۱۴- تیگمان و لیزی آدر سال (۲۰۰۹)، در طرحی با عنوان رضایت بدن، سرمایه گذاری ظاهری و کارکردهای لباس در میان خریداران خریداران زن به بررسی ارتباط بین لباس و تجربه بدن زنانه از بین زنان خرید لباس در استرالیا پرداخته است. نتایج حاصل از تکمیل پرسش نامه و متغیرهای تصور از بدن، کارکرد لباس، اعتماد به نفس و لذت بردن از خرید لباس نشان داد که انتخاب لباس بر اساس مد روز برای تمامی سنین از طرف زنان مورد استفاده قرار می گیرد. از طرف دیگر، نارضایتی از بدن با تجربه منفی خرید لباس ارتباط دارد. هم چنین سرمایه گذاری برای ظاهر با انتخاب لباس ارتباط دارد و از دیدگاه زنان، لباس بخش مهمی از حضور آنان در جامعه است.

¹ Furajji, Latuszynska, Wawrzyniak.

² Tiggeman and Lacey

۱۵- باون^۱ در سال ۲۰۰۶، در مطالعه ای با عنوان بررسی هویت پست مدرن و تاثیر مد بر آن با استفاده از ابزار پرسش نامه و مصاحبه عمیق به بررسی رابطه بین پوشاک و هویت از منظر مصرف و مد در بین جوانان شهر میلان پرداخته است، بررسی صورت گرفته نشان می دهد که میزان مصرف پوشاک، راهی برای نشان دادن هویت غیر انحصاری در نظر گرفته می شود.

۱۶- ساسوما^۲ در سال ۲۰۰۴ در طرحی با عنوان تاثیر شیوه زندگی در رفتار مصرف کننده لباس با تاثیر عوامل سبک زندگی در رفتار مصرفی لباس و تمایلات جنسی دانشجویان جنسی دانشجویان پرداخته است، که نتایج آن نشان می دهد، جنسیت، مصرف رمانتیک^۳، مصرف جلوه گرایانه^۴ و مصرف جنسی^۵ می تواند نقش مهم در این رابطه داشته باشد. هم چنین بین سبک زندگی و مصرف رمانتیک و جلوه گرایانه رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

جدول (۲): چارچوب کلی روش پژوهش

فلسفه پژوهش	اثبات گرایی
رویکرد پژوهش	قیاسی
هدف پژوهش	کاربردی
استراتژی پژوهش	همبستگی - تحلیلی
روش پژوهش	کمی
صبغه پژوهش	کتابخانه ای - میدانی
روش جمع آوری داده ها	پرسش نامه - اسناد و مدارک

جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل نیروهای یکی از یگان های آجا است که جمعیتی بالغ بر ۳۰۰ نفر دارد. نمونه گیری در این تحقیق به روش تصادفی ساده است و تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی مورگان و فرمول کوکران برابر با ۱۶۸ نفر است که ما تعداد نمونه را برابر با ۱۷۰ نفر در نظر گرفته ایم. ضریب خطای آزمون نیز در این تحقیق ۰,۰۵ در نظر گرفته شده است. نرم افزارهای مورد استفاده در این تحقیق spss 21 و lisrel 9.1 است. روایی صوری پرسش نامه توسط نخبگان و متخصصان مربوطه مورد تایید قرار گرفته است. برای بررسی متغیرهای مستقل و وابسته در این پژوهش، برای هر بعد آن ها ۵ سؤال در نظر گرفته شده است.

¹ Bovone.

² Sasouma.

³ Romance

⁴ Realistic effects

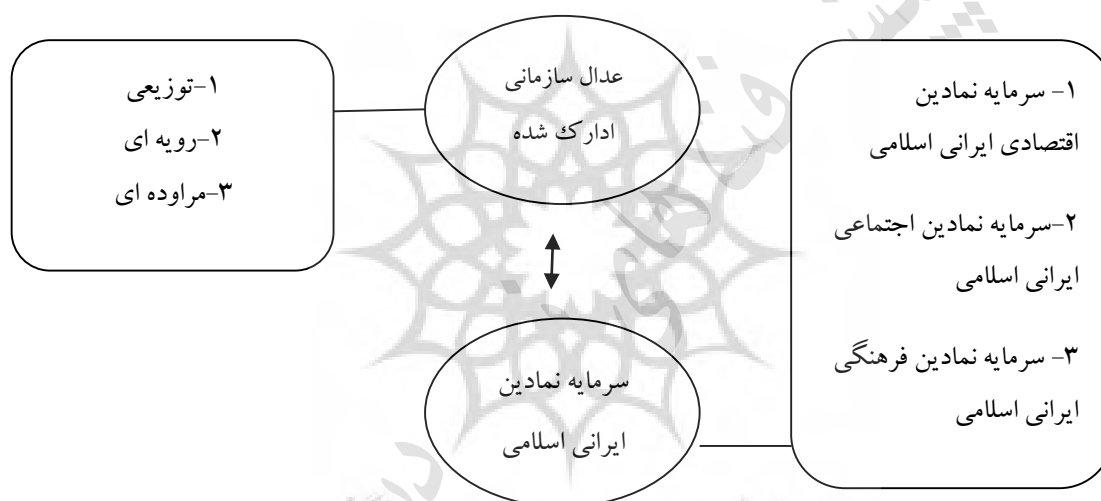
⁵ Sexy

جدول (۳): مقادیر آلفای کرون باخ برای متغیرها (پرسش نامه‌ها)

آلفای کرون باخ	سرمایه نمادین	عدالت سازمانی ادراک شده
میزان	۰,۸۴۵	۰,۹۳۲

آلفای کرون باخ میزان پایایی پرسش نامه را نشان می‌دهد و چنانچه میزان آن در تحقیقات بیش از ۰,۷ باشد، از میزان قابل قبولی و خوبی برخوردار است که همان طور که در جدول بالا قابل مشاهده است، تمامی متغیرها بالاتر از ۰,۷ می‌باشند که پایایی آنها قابل قبول و مطلوب است.

مدل مفهومی تحقیق



شکل (۳): مدل مفهومی پژوهش

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی

بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت سازمانی ادراک شده رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیات فرعی

۱- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت توزیعی رابطه معنادار وجود دارد.

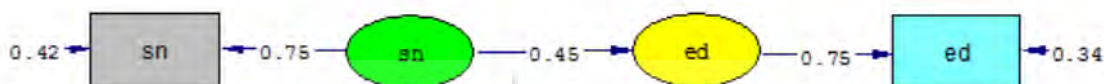
۲- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت رویه‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

۳- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت مروده‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

تحلیل مسیر و آزمون مدل فرضیه اصلی پژوهش

مدل در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت تخمین استاندارد نشان‌دهنده ضرایب بتای استاندارد شده است. همان‌طور که در پایین قابل‌رؤیت است؛ تمامی بارهای عاملی بین سؤالات (مستطیل‌ها) و متغیر مکنون (بیضی‌ها) بالای ۰,۵ هستند که نشان‌دهنده روایی سنجه از نوع همگرا و تأیید روایی پرسش‌نامه‌ها است. همین‌طور ضریب استاندارد بین دو متغیر مکنون نیز نشان‌دهنده میزان رابطه موردبررسی در فرضیه اصلی پژوهش است.



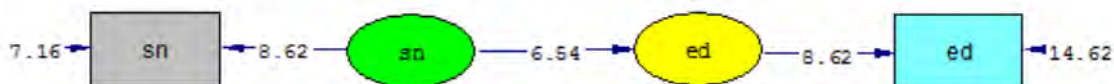
Sn: سرمایه نمادین، ed: عدالت سازمانی ادراک شده

شکل (۴): مدل در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت ضریب معناداری

میزان اماره t نشان‌دهنده ضریب معناداری و تأیید معنادار بودن و یا معنادار نبودن روابط مربوطه در پژوهش است.

با توجه به ضریب خطا در نظر گرفته‌شده در این پژوهش که برابر با ۰,۰۵ است میزانتأیید معناداری در این پژوهش برابر با ۱,۹۶ است، از این‌رو همان‌طور که در مدل پایین قابل مشاهده است، رابطه موردبررسی در فرضیه اصلی پژوهش معنادار و تأیید شده است.



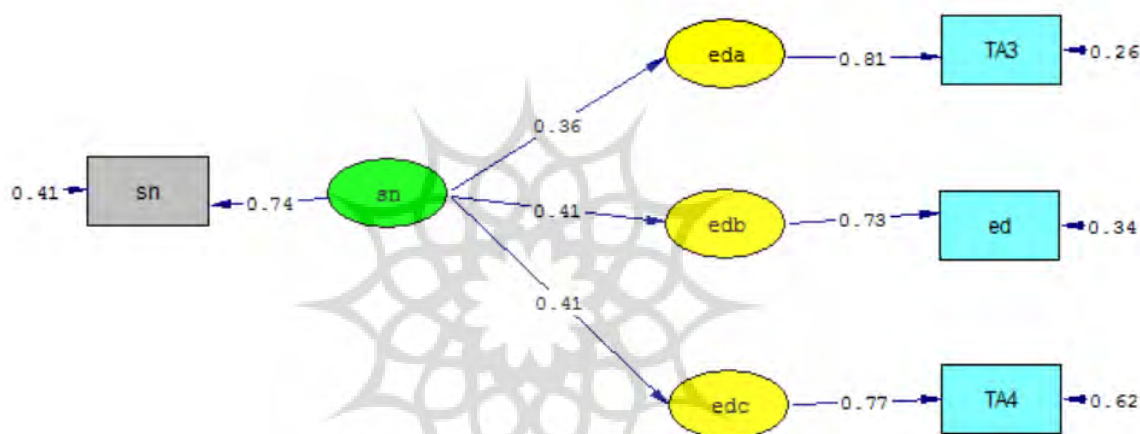
Sn: سرمایه نمادین، ed: عدالت سازمانی ادراک شده

شکل (۵): مدل در حالت ضریب معناداری

تحلیل مسیر و آزمون مدل فرضیات فرعی پژوهش

مدل در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت تخمین استاندارد نشان‌دهنده ضرایب بتای استاندارد شده است. همان‌طور که در پایین قابل‌رؤیت است؛ تمامی بارهای عاملی بین سؤالات (مستطیل‌ها) و متغیر مکنون (بیضی‌ها) بالای ۰,۵ هستند که نشان‌دهنده روایی سنجه از نوع همگرا و تأیید روایی پرسش‌نامه (سؤالات و ابعاد) است. همین‌طور ضریب استاندارد بین دو متغیره‌ای مکنون نیز نشان‌دهنده میزان رابطه موردبررسی در فرضیه‌های فرعی پژوهش است.

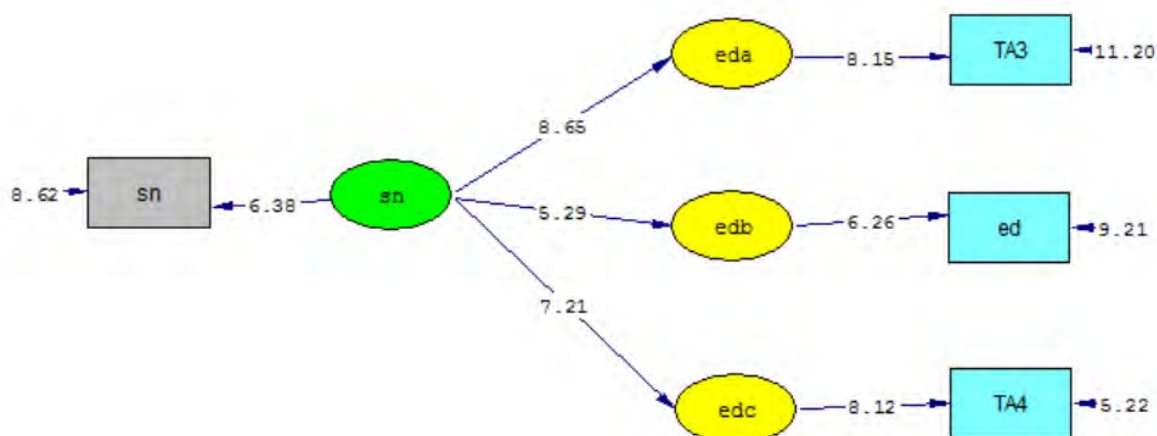


Sn: سرمایه نمادین، eda: عدالت توزیعی، edb: عدالت رویه‌ای، edc: عدالت مراوده‌ای

شکل (۶): مدل در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت ضریب معناداری

میزان اماره t نشان‌دهنده ضریب معناداری و تأیید معنادار بودن و یا معنادار نبودن روابط مربوطه در پژوهش است. با توجه به ضریب خطا در نظر گرفته‌شده در این پژوهش که برابر با ۰,۰۵ است میزانتأیید معناداری در این پژوهش برابر با ۱,۹۶ است، ازاین‌رو همان‌طور که در مدل‌پایین قابل‌مشاهده است، روابط موردبررسی در فرضیه‌های فرعی پژوهش معنادار و تأیید شده است.



Sn: سرمایه نمادین، eda: عدالت توزیعی، edb: عدالت رویه ای، edc: عدالت مراوده ای
 شکل (۷): مدل در حالت ضریب معناداری

یافته‌های پژوهش و توصیف تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری (SEM):

جدول زیر، شاخص‌های برازش مدل از قبیل کای دو، RMSEA، GFI و... را نشان می‌دهد. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2/df به درجه آزادی (df) کوچک‌تر از ۳ و بزرگ‌تر از ۱، RMSEA کوچک‌تر از ۰,۰۸ و نیز GFI و AGFI بزرگ‌تر از ۹۰٪ باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اجرا شده برازش مناسبی دارد. ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتی که ارزش t، از ۱,۹۶ بزرگ‌تر یا از ۱,۹۶- کوچک‌تر باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار خواهد بود.

جدول (۴): مدل معادلات ساختاری فرضیه‌اصلی و فرضیات فرعی پژوهش

مدل معادلات ساختاری فرضیات پژوهش			
ضرایب معناداری	رابطه بار عاملی		
۶,۵۴	۰,۴۵		فرضیه اصلی
شاخص‌های برازش مدل فرضیه اصلی			
RMSEA	p-value	d.f	Chi-square
۰,۰۲۵۹	۰,۰۰۱۴	۷۴	۱۱۴,۶۵
AGFI		GFI	
۰,۹۱		۰,۹۱	
ضرایب معناداری	رابطه بار عاملی		
۸,۶۴	۰,۳۶		فرضیه ۱
۵,۲۹	۰,۴۱		فرضیه ۲
۷,۲۱	۰,۴۱		فرضیه ۳
شاخص‌های برازش مدل فرضیات فرعی			
RMSEA	p-value	d.f	Chi-square
۰,۰۱۴۸	۰,۰۳۶۸	۱۱۴	۲۱۷,۹۵
AGFI		GFI	
۰,۹۰		۰,۸۹	

همان‌طور که مشاهده می‌شود، با توجه به معنی‌دار بودن ارزش t ، اعتبار و برازندگی مناسب مدل تأیید می‌شود، چراکه مقدار کای دو، مقدار RMSEA کمتر از ۰,۰۸ و نسبت کای دو به درجه آزادی کم از ۳ و مقدار GFI و AGFI و CFI و NFI نیز بالای ۰,۹۰ درصداست. لذا تمامی فرضیات تأیید می‌شوند.

یافته‌های پژوهش

فرضیه اصلی

بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت سازمانی ادراک شده رابطه معنادار وجود دارد. تأیید شد. در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچک‌تر از ۰,۰۵ است، از این رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰,۴۵ است که نشان‌دهنده شدت رابطه میان متغیرهای موردبررسی است.

فرضیات فرعی

- ۱- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت توزیعی رابطه معنادار وجود دارد. **تائید شد.**
در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچکتر از ۰,۰۵ است، از این رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰,۳۶ است که نشان دهنده شدت رابطه میان متغیرهای مورد بررسی است.
- ۲- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت رویه‌ای رابطه معنادار وجود دارد. **تائید شد.**
در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچکتر از ۰,۰۵ است، از این رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰,۴۱ است که نشان دهنده شدت رابطه میان متغیرهای مورد بررسی است.
- ۳- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با عدالت مراوده‌ای رابطه معنادار وجود دارد. **تائید شد.**
در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچکتر از ۰,۰۵ است، از این رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰,۴۱ است که نشان دهنده شدت رابطه میان متغیرهای مورد بررسی است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با عدالت سازمانی ادراک شده است. در این راستا یک فرضیه کلی و سه فرضیه جزئی شکل گرفته است که به بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی و عدالت سازمانی ادراک شده (توزیعی - رویه‌ای - مراوده‌ای) می پردازد و میزان این ارتباط به ترتیب برابر با ۰,۴۵، ۰,۳۶، ۰,۴۱، ۰,۴۱ است. این بدان معناست که با افزایش یک واحدی در سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی میزان عدالت سازمانی ادراک شده به میزان ۰,۴۵ واحد افزایش می یابد. به عبارتی باید این چنین گفت که نمادهای اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی مبتنی بر رویکرد ایرانی اسلامی دارند، این افراد بیشتر در سازمان عدالت را رعایت می کنند و در نهایت رعایت این نوع عدالت موجب می شود تا تمامی افراد در سازمان عدالت از نوع توزیعی - رویه‌ای - مراوده‌ای را احساس کنند و خود نیز ملتزم به رعایت این عدالت در سازمان گردند. افرادی که خود عدالت توزیعی را رعایت می کنند موجب می شود که دیگران نیز در استحقاق این حق به وی کمک کرده و بتوانند توزیع منابع و ... سازمان را همراه بانصاف و متناسب با نیاز هر بخش سازمان رعایت کنند. همین طور در دسترسی به افراد و منابع مختلف و ... افراد دارای عدالت رویه‌ای و مراوده‌ای هستند، بدان معنا که افراد در رویه توزیع منابع و نیروی انسانی برای انجام پروژه‌ای امور و کارها به تناسب نیاز هر بخش به وی امکانات و تسهیلات مختلف می دهند و همین طور افراد حلقه‌هایی با نقاط مشترک بهره خواهند برد که ممکن است یک فرد در یک عان در چند گروه مختلف حضور داشته باشد و گروه‌های مختلف بتوانند

از وجود اطلاعات و ارتباطات وی استفاده کنند. در این سازمان افراد برای یک هدف تلاش می‌کنند نه باهم رقابت کنند. به عبارتی باهم همکاری می‌کنند تا با سایر رقبا رقابت کنند نه بخش‌های داخلی سازمان برای گرفتن تسهیلات بیشتر با سایر بخش‌ها رقابت کند. از این رو لازم است به افراد توصیه کنیم که رعایت جانب اخلاق و ادب در سازمان در تمامی شئون موجب می‌شود تا در سازمان عدالت به طور فراگیر نهادینه شود و تمامی افراد به طور ملموس او را لمس کنند و مورد استفاده قرار دهند و از این عدالت برخوردار باشند که در نهایت موجب افزایش بهره‌وری سازمان و رسیدن سازمان به نحو احسن به اهداف و مأموریت‌های خود می‌شود. این تحقیق با محدودیت‌های مختلفی در توزیع و پخش پرسش‌نامه و جمع‌آوری ادبیات و پیشینه پژوهش و ... روبه‌رو بوده است و همین‌طور به محققان آتی پیشنهاد داده می‌شود که این عنوان را در زمان‌ها و مکان‌های دیگر مورد بررسی قرار دهند و نتایج تحقیقشان را با نتایج حاصل از این تحقیق مقایسه کنند. همین‌طور پیشنهاد داده می‌شود که متغیرهای وابسته و مستقل در این پژوهش را با سایر متغیرهای اجتماعی و سازمانی مورد بررسی قرار دهند.

منابع

- امام جمعه زاده، سید جواد، رهبر قاضی، محمود رضا، محمود اوغلی، سجاد، روحانی، حسین و بیگی، مسلم (۱۳۹۲)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مصرف‌گرایی سیاسی در دانشجویان دانشگاه اصفهان، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، ش پایانی (۴۹)، شماره اول، صص ۵۳-۳۷.
- رحمتی، محمد مهدی، مرادی، سجاد (۱۳۸۹)، توزیع اجتماعی الگوی مصرف (بررسی سلیقه‌های هنری در شهر تهران)، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال دوم، ش ۱، بهار و تابستان، صص ۳۲-۵.
- ژیانپور، مهدی، حسن پور، آرش، نیلی، علی رضا (۱۳۹۲)، کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاه (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه، دانشگاه دولتی اصفهان)، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پایانی (۵۱)، شماره سوم، پاییز، صص ۲۳۲-۲۱۳.
- ملکی، امیر، رفیعی، ملاکه (۱۳۹۱)، دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه‌های هنری (تحلیل کمی رابطه سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهرانی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال هشتم، شماره ۲۹، زمستان، صص ۸۹-۷۲).
- منادی، مرتضی (۱۳۹۱)، سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی (مطالعه تطبیقی تعدادی از زنان شاغل و خانه‌دار)، فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال هفتم، شماره ۲۰، پاییز، صص ۱۶۴-۱۹۳.
- نوغانی، محسنف آهنچیان، محمد رضا، رفیعی، محمد تقی (۱۳۹۰)، تاثیر سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر موفقیت در آزمون سراسری ورود به دانشگاه، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، شماره ۱، پاییز صص ۲۱۸-۱۹۱.

- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
- ازگلی، محمد. (۱۳۸۳)، سیر تاریخی نظریه‌ها و تحقیقات درباره عدالت سازمانی. فصلنامه مصباح، شماره ۴۶.
- افجه، سیدعلی اکبر؛ سام آرام، مریم. (۱۳۸۹)، تأثیر سلامت اجتماعی بر رضایت شغلی کارکنان، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۳.
- اکبری، امین (۱۳۸۳)، نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسینج از توابع سقز) ف دانشگاه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- امیرخانی، طیبه؛ پورعزت، علی اصغر. (۱۳۸۷)، تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی در سازمان‌های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، شماره ۱.
- باباپور، جلیل؛ طوسی، فهیمه؛ حکمتی، عیسی. (۱۳۸۸)، بررسی نقش عوامل تعیین کننده در سلامت اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز، فصلنامه روانشناسی دانشگاه تبریز، شماره ۱۶.
- بابایی، رسول (۱۳۸۸)، امکانات سیاسی در نظریه جامعه شناختی پیر بوردیو: تولید نظریه سیاسی، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۱، شماره ۳، پاییز، صص ۵۶ - ۳۹.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۴)، اشکال سرمایه (سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی و توسعه)، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- بوردیو، پیر، (۱۳۸۴)، طرحی از یک نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- پورستار، ملیحه؛ حکمتی، عیسی. (۱۳۸۹)، پیش‌بینی سلامت اجتماعی بر اساس باورهای دینی در بین دانشجویان دختر، فصلنامه زن و مطالعات خانواده، شماره ۲ (۷).
- خنیفر، حسین؛ امیری، علی نقی؛ جندق، غلامرضا؛ احمدی آزر، هادی؛ حسینی فرد، سید مجتبی. (۱۳۸۹)، درگیر شدن در کار و رابطه آن با عدالت سازمانی در چارچوب نظریه مباله اجتماعی و فرهنگی، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۲۱.
- روح اللامینی، محمود، (۱۳۷۷)، زمینه فرهنگ شناسی، چاپ چهارم، تهران، تهران، انتشارات عطار.
- روحانی، حسن (۱۳۸۸)، درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی، فصلنامه راهبرد، ۱۸، (۵۳)، ۷-۳۵.
- سام آرام، عزت‌الله. (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه سلامت اجتماعی با تأکید بر رهیافت پلیس جامعه محور»، فصلنامه علمی پژوهشی انتظام اجتماعی، سال اول، شماره ۱.
- سجادی، حمیرا؛ صدرالسادات، سیدجلال. (۱۳۸۴)، «شاخص‌های سلامت اجتماعی»، فصلنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۰۷ و ۲۰۸.

- شارع پور، محمود و خوش فر، غلامرضا، (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۰، صص ۱۳۳-۱۴۷.
- شویره، کریستین و اولیویه فونتن، (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
- صفدری، سلیمان (۱۳۷۴)، رضایت اجتماعی و عوامل موثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۴)، پیر بوردیو: پرسمان دانش و روشنگری، مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲، (۱)، ۱۴۱-۱۶۱.
- قادری، سیما؛ سیادت، سیدعلی؛ شمس مورکانی، غلامرضا. (۱۳۹۱)، رابطه ادراک عدالت سازمانی و درگیری عاطفی و ذهنی در بین دبیران دوره متوسطه شهر اصفهان. فصلنامه رویکردهای نوین آموزشی، سال هفتم، شماره ۱۵.
- گل پرور محسن؛ نادی، محمدعلی. (۱۳۸۹)، ارزش‌های فرهنگی و انصاف: عدالت سازمانی، رضایت شغلی و ترک خدمت، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۳.
- محسنی، منوچهر، (۱۳۶۷)، مقدمات جامعه‌شناسی، تهران، نشر دوران.
- نادی، محمدعلی؛ مشفق، زهت الزمان. (۱۳۸۸)، رابطه اعتماد معلمان به مدیر و سازمان با ادراک آنان از عدالت توزیعی، فصلنامه پژوهش در برنامه ریزی درسی، شماره ۲۵.
- نامدار جویمی، احسان، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین با رفتار مصرف کننده در صنعت پوشاک (مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد.
- نوغانی، محسن، (۱۳۸۳)، آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی، رشد علوم اجتماعی، دوره جدید، ش ۳.

Chuluunbaatar, Enkhbold; Ottavia; Luh, Ding- Bang; Farkung, Shiann (2014), The role of cluster and social capital in cultural in cultural and creative industries development, world conference on business, economics and management 109, 552- 557..

Furajji, F., Latuszynska, M., Wawzyniak, A, An Empirical study of the factors influencing consumer behavior in the electric application market, Contemporary Economics, 2012..

Newman, Andrew; Goulding, Anna; Whitehead, Christopher (2013): How cultural capital, habits and class influence the response of older adults to the field of contemporary visual art, sciverse, poetries 41, 456- 480. .

Sasoma, K. (2004), Influence of life style factors on consumer behavior related to clothing and sexuality-The case of college students- journal of the japan research association for Textile end- uses japan.

Tiggeman, M. Lacey, M. (2009), Catherine shopping for clothes. Body satisfaction, appearance investment, and functions of clothing among female shoppers..

Ambrose, M. L. (2002). *Contemporary justice research: A new look at familiar questions*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 89, 803-812.

- Callaghan, Lisa, (2008). *Social Well-Being in Extra Care Housing: An Overview of the Literature*, personal social service research unit, established at the university of kentan Canterbury, www.ukc.ac.uk/PSSRU
- Campbell, L., Finch, E. (2004). *Customer satisfaction and organizational justice*. *Facilities*, 22 (7/8), 178-189.
- Charash, V. C., Spector, P. E. (2001). *The Role of justice in organizations. A meta-analysis*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 180, 278.
- Cropanzano, R., Bowen, D. E., Gilliland, S. W. (2007). *The Management of Organizational Justice*. *Academy of Management Perspectives*, 21 (4), 34-48.
- Forret, M. & Sue Love, M. (2008). Employee justice perceptions and coworker relationships. *Journal of Leadership & Organizational Development*, 29 (3): 248-260.
- Keyes, Corey Lee.M & Shapiro, Adam. (2004). *social well-being in the united states: A Descriptive Epidemiology*.
- Nabatchi, T., Bingham, L. B., Good, D. H. (2007). Organizational justice and workplace mediation: A six-factor model. *International Journal of Conflict Management*, 18 (2), 148-174.
- Niehoff, B. P., Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36 (3), 527-256.
- Roch, S. G., Shanock, L. R. (2006). Organizational Justice in an Exchange framework: Clarifying organizational justice distinctions. *Journal of Management*, 32 (2), 299-322.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21, 600-619.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources and their relationship with burnout and engagement: A multi sample study *Journal of Organizational Behavior*, 25, 293-315.
- Shapiro, Adam & Keyes, Corey Lee.M, (2007). *Marital Status and Social Well-Being: Are the Married Always Better Off?* Springer Science+Business Media
- Yılmaz K, Taşan M. (2007). Organizational citizenship and organizational justice in Turkish primary schools. *Journal of Educational Administration*, 47 (1): 108-126.
- Zbylut, M. (2002). *When equity, equality, and need conflict: allocator and recipient differences in assessments of distributive justice*. A dissertation presented in partial fulfillment of the requirements for
- Zhang L, Nie T, Luo Y. (2009). Matching organizational justice with employment modes: Strategic human resource management perspective. *Journal of Technology Management*, 4(2): 180-187.

Investigation of the Relationship between Iranian-Islamic Symbolic Capital and Perceived Organizational Justice (Case study, one of the units of the Army forces)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between Iranian-Islamic symbolic capital and perceived organizational justice. Accordingly, a main hypothesis and three sub-hypotheses were proposed which investigated the relationship between Iranian-Islamic symbolic capital and perceived organizational justice (distributive - procedural - interactional) with the significance level of 0.45, 0.36, 0.41, and 0.41. Face validity of the questionnaire was confirmed by experts and reliability was assessed by Cronbach's alpha test, they were all within the acceptable range. The softwares used in this study were SPSS and lisrel. Population of the study was one of the units of AJA forces which included 300 people. Radom sampling was used, which according to Morgan sample table and Cochran formula was equal to the 168 people; we considered the number of samples equal to 170. Those who observe distributive justice make other help them reserve justice and be all e ooobserve the oraa ii zatio'' s resorr ce distribtt ion with fairness and accorii ng oo indiviaaaals' needs. Il so, in accessing eeoll e and different resources, people have procedural and interactional justice. This means that peoples in the process of accessing resources and manpower consider the needs of each section and allocate him different facilities. Also, they use people in different circles with common points and it is possible that an individual participate in different groups and different groups can use his or her information and contacts.

Keywords : Perceived organizational justice, symbolic capital, distributive justice, interactional justice, procedural justice