

## پیش بینی جو اخلاقی بر اساس منتخبی از ویژگی های جمعیت شناختی کشتی گیران

زین العابدین فلاح<sup>۱</sup>

امیر دانا<sup>۲</sup>

زهرا علم<sup>۳</sup>

المیرا گوزل زاده<sup>۴</sup>

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق، پیش بینی جو اخلاقی بر اساس منتخبی از ویژگی های جمعیت شناختی کشتی گیران بود. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق کلیه کشتی گیران باشگاه‌های کشتی استان گلستان در سال ۱۳۹۲ با حداقل چهار سال سابقه بودند (۱۹۰ نفر). که بر اساس جدول مورگان، ۱۲۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق از پرسش‌نامه جو اخلاقی ویکتور وکالن (۱۹۸۸) استفاده شد. اطلاعات جمع‌آوری شده، ابتدا با آمار توصیفی مربوط به اطلاعات جمعیت-شناختی پاسخ‌دهندگان (افراد نمونه) و همچنین، وضعیت متغیرهای تحقیق با بکارگیری جداول به نمایش گذاشته شده و در ادامه برای بررسی فرضیه‌های تحقیق و نتیجه‌گیری از روش‌های آماری آزمون کولموگروف-اسمیرنف جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون‌های تی استیودنت تک نمونه‌ای، همبستگی و رگرسیون استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد که میزان جو اخلاقی و تمام حیطه‌های آن در جامعه مورد بررسی بیش از حد متوسط است. جو اخلاقی ناعدوستی و جو اخلاقی قانونی توسط متغیر جمعیت‌شناسی سن قابل پیش‌بینی است. جو اخلاقی حقوقی توسط متغیر جمعیت‌شناسی تحصیلات قابل پیش‌بینی است. جو اخلاقی مستقل توسط متغیر جمعیت‌شناسی عضویت در تیم ملی قابل پیش‌بینی است.

### واژگان کلیدی

باشگاه کشتی، جو اخلاقی، جو نوع دوستی، جو حقوقی، جو قانونی، جو مستقل، جو ابزاری

۱ - دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)

zy.fallah@gmail.com

۲ - گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

۳ - گروه تربیت بدنی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران

۴ - گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

با توجه به مفاهیم عالیه آیات قرآن کریم، دارا بودن سه خصیصه عمده، ایمان، عمل صالح و تقوی از ویژگی‌های یک انسان مؤمن ذکر گردیده‌است. ناگفته پیداست که ثمره ایمان و تقوی در عمل صالح معلوم می‌گردد و انسان مؤمن به مبانی حق، بالقاعده فاعل اعمال صالح و نیکوست و نتیجه عمل صالح او، خیر و نعمت و برکت برای جامعه است و در صورت فقدان ایمان به تقوی، عمل انسان تباه شده و خیر اخلاقی و انسانی در آن نخواهد بود. در اسلام حتی نیات خیر دارای ارزش و ثواب است، زیرا نیات خیر در حقیقت همان ایده‌ها و طرح‌های مثبت اولیه انجام کار هستند (خانی، ۱۳۸۷). پرسش از خوبی و بدی به شکل گیری اخلاق می‌انجامد. عمل مدیریتی وقتی در حوزه اخلاق مطرح میشود که بین منافع سازمانی و مسئولیت اجتماعی افراد تعارض بوجود آید. اخلاق و مسئولیت اجتماعی که باید آن را بایدها و نبایدهای ارزشی فلسفی و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد از مباحثی است که در یکی دو دهه اخیر مورد توجه دانشمندان و علمای مدیریت در جهان قرار گرفته است. با پیچیده تر شدن روزافزون فعالیت‌ها و افزایش میزان کارهای غیر اخلاقی، غیر قانونی و غیر مسؤولانه در محیط‌های کاری توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است. لذا با شناسایی و اولویت‌بندی ارزش‌ها برای هدایت رفتارها در سازمان، می‌توانند مسایل اخلاقی را در محیط کار مدیریت کرد. برنامه‌های اخلاق به سازمانها کمک می‌کنند تا بتوانند در شرایط آشفته، عملکرد اخلاقی خود را حفظ کنند (سلطانی، ۱۳۸۲).

رفتار در سازمان‌ها به طور ساده، تابعی از انتظارات رسمی، نیازهای فردی و اهداف سازمانی نیست. بلکه، نتیجه روابط پویای این عناصر است. شرکت‌کنندگان در یک سازمان، مجموعه‌ای از صفات منحصر به فرد، احساسات، ارزشها، نیازها و انگیزه‌ها را با خود به محل کار می‌آورند. این خصوصیات شخصی در جنبه‌های منطقی و برنامه‌ریزی شده زندگی سازمانی دخالت کرده و موجب ظهور نوعی احساس هویت جمعی می‌گردد که تجمع ساده افراد را به شخصیت متمایزی برای محل کار تبدیل میکند. این احساس طبیعی ناشی از محل کار تحت عناوین متعددی از جمله، خصوصیات سازمانی<sup>۱</sup>، محیط اجتماعی<sup>۲</sup> و جو<sup>۳</sup> تحلیل شده است. هر کدام از مفاهیم به یک جهت طبیعی، خود به خودی و انسانی سازمان اشاره دارند و مبین این هستند که معانی مشترک و قوانین نوشته نشده‌ای وجود دارند که رفتار سازمانی را

1- Organization character

2- Miieu

3- Climate

هدایت می‌کند (هوی و میکسل<sup>۱</sup> ۱۳۸۶). نوع رابطه‌ای که انسان‌های داخل یک سازمان دارند، ویژگی‌ها و جو آن سازمان را به وجود می‌آورد. جو سازمانی به ادراکات عمومی کارکنان از محیط کارشان بر می‌گردد (میرکمالی ۱۳۷۸). جو اخلاقی به عنوان چارچوبی برای ایجاد و تقویت هنجارهای قابل قبول، ارزش‌ها و عقایدی است که ممکن است با این دیدگاه نهادی که "کارها چطور باید انجام شود"، مرتبط شود (السی و آپکان، ۲۰۰۹). افراد در سازمان دریافتند که هنجار و قواعد سازمانی موجود در ساختار و خط‌مشی‌های سازمان باعث به وجود آمدن جو کاری می‌شود (شاپیر و روسنبلات، ۲۰۱۰). سازمان‌های ورزشی به موضوع‌های اخلاقی توجه می‌کنند چون مردم از آن‌ها انتظار دارند سطوح بالایی از استانداردهای اخلاقی را نشان دهند. سطوح بالای استانداردهای اخلاقی از افرادی که در سازمان کار می‌کنند یا در شرایط پر خطر کار می‌کنند حمایت می‌کند (اکپارا و جان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). جو اخلاقی جزئی از جو عمومی سازمان است. طبق نظر ویکتور و کالن<sup>۳</sup> (۱۹۸۸)، جو اخلاقی در سازمان به ادراکات مشترک از رفتارهای صحیح اخلاقی و اینکه موضوع اخلاقی چگونه باید اداره شود، اشاره می‌کند (ویکتور و کالن، ۱۹۸۸). ویکتور و کالن پنج بعد جو اخلاقی موجود در سازمان را ارائه کرده‌اند. الف) جو نوع دوستی: این جو بر معیار سودمندی اخلاق متمرکز است. و بر اساس توجه به دیگران پایه‌گذاری شده است. ب) جو حقوقی: این بعد مستلزم این است که افراد به قوانین و مقررات حرفه خود پایبند باشند. ج) جو قانونی: این بعد به پذیرش رفتارهای قانونی تعیین شده از سوی موسسه مربوط می‌شود. ه) جو مستقل: در این بعد، افراد بر طبق اعتقادات و خلیات خود که بر اساس مجموعه‌ای از اصول خوب شکل گرفته است عمل می‌نمایند. د) جو ابزاری: این جو معیار اخلاقی خودبینی را شامل می‌شود و به طور اولیه به دنبال فراهم آوردن حداکثر منافع شخصی است. (تسای و هانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸، ۵۶۷)

ورزش، حرفه‌ای است که همواره بنابر ماهیت خود با مسائل اخلاقی شایعی رو برو بوده است و برای انجام امور علاوه بر معیارهای قانونی به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارد که آنان را در رفتارها و اعمال‌شان یاری دهد و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی میسر سازد. یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری ارتباطات درون سازمانی و شرایط کارکنان و ورزشکاران جو اخلاقی<sup>۵</sup> است که تأثیر قابل

- 1- Hoy & Miksel
2. Okpara & John
3. Victor & Cullen
- 4 - Tsai & Hung
- 5- Ethical Climate

ملاحظه‌ای در بهره‌وری سازمانی دارد (السی و آلپکان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). رعایت موازین اخلاقی در محیط‌های ورزشی و مسابقات، خاستگاه جهانی و ملی دارد. چالش‌های اخلاقی در ورزش برای تماشاچیان، مسئولان، داوران، مربیان و بازیکنان، امری است اجتناب‌ناپذیر و موردپسند تمامی دولت‌ها و ملت‌هاست (خبیری، ۱۳۸۱). اشنایدر<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) معتقد است که بسیاری از موارد اخلاقی مواقعی پیش می‌آید که ورزشکار می‌خواهد شکلی از خوب بودن را که در ورزش استفاده می‌شود نشان دهد، ولی اگر از ورزشکار خواسته شود فقط عملکرد فنی مناسبی از خوبی به نمایش بگذارد، به جای اینکه از او بخواهند انسان خوب و کاملی باشد، مشکلات اخلاقی شروع می‌شود. شاکری‌نیا، اخلاق سازمانی را در دو سطح قرار داده است، اخلاق حرفه‌ای (مسئولیت‌های اخلاقی سازمان) و اخلاق شغلی (وظایف افراد در سازمان) و با توجه به تعامل موجود بین این دو اخلاق، نهایتاً رفتارهای اخلاقی به صورت جو اخلاقی در سازمان نمود عینی پیدا می‌کند؛ بر همین اساس اعتقاد بسیاری از محققین بر این است که پیاده کردن رفتارهای اخلاقی در یک سازمان در قدم اول به میزان ارج‌گذاری به ارزش‌های اخلاقی توسط سیاست‌های کلی و اقدامات مدیریت در آن سازمان بستگی دارد (شاکری‌نیا، ۱۳۹۱).

اعتقاد بسیاری از محققان بر این است که ورزش آماتوری نسبت به ورزش حرفه‌ای از نظر رعایت موازین اخلاقی مزیت‌های فراوانی دارد. لئو<sup>۳</sup> (۱۹۹۹) می‌گوید معنی واقعی روحیه آماتوری و غیرحرفه‌ای عشق به بازی، بدون چشمداشت به پاداش‌های بیرونی است و این امر به یک حالت روانی و عشق و علاقه شدید برای ورزش کردن و مسابقه دادن درآمده است. آماتور بودن با حرفه‌ای بودن متفاوت است و ارزش آماتور بودن باید تجدید شود. روحیه آماتوری با اینکه در ورزش حرفه‌ای فراموش شده، ولی در تمام فعالیت‌های ورزشی که فقط جنبه رقابتی در آن مطرح نیست، وجود دارد و به آن فعالیت لذت می‌دهد. آماتور بودن یعنی عاشق بودن و عشق به ورزش یک جنبه مثبت از تمایلات فرد است و بدون این عشق و علاقه، بازی خوب و ورزشکار با اخلاق بودن فقط جنبه تبلیغ دارد (لئو، ۱۹۹۹). دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی می‌کنند، اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری پیدا می‌کند و شیوع می‌یابد، به نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می‌شود که ریشه اش در فرهنگ جامعه می‌دواند و خود نوعی وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت (قراملکی، ۱۳۸۹).

کشف رابطه‌ی بین جو اخلاقی سازمانی و نگرش‌ها و رفتار کارکنان، به عنوان یکی از مهمترین موضوعات در مطالعات سازمانی به شمار می‌رود (حجتی و آزما، ۱۳۹۳). رفتارهای

1- Elci & Alpkan

2- Aschnider

3. Leo

اخلاقی در یک سازمان به عنوان مسأله مهم برای مدیران مطرح هستند و مدیریت باید نقش اساسی در بالا بردن رفتارهای اخلاقی داشته باشد. کارکنانی، که احساس می‌کنند جو اخلاقی بر سازمان حاکم است، روابط و تعاملات سازمان خویش را عادلانه می‌دانند و این موضوع باعث افزایش رضایت و تعهد کارکنان می‌شود. اگر کارکنان یک سازمان، رفتار مدیر را اخلاقی برداشت کنند، در آن هنگام سازمان درخواست خواهد یافت که میزان رضایت شغلی افزایش و نیت ترک خدمت کاهش یافته است که این دو عامل برای سازمان بسیار حایز اهمیت است (نادی و حاذقی، ۱۳۹۰). بنابراین رهبران سازمان نقش مهمی در ایجاد جو اخلاقی دارند که به بیان و اجرای روش‌های اخلاقی می‌پردازند. هنگامی که کارکنان در مورد حل و فصل مشکلات خود و تصمیم‌گیری راجع به آنها با رهبران مشورت می‌کنند، محیطی به وجود خواهد آمد که کارکنان از شغل خود احساس رضایت می‌کنند و نسبت به آن سازمان متعهدتر می‌شوند (آهرن و همکاران، ۲۰۰۵). یکی از اصولی که از جو اخلاقی استخراج می‌شود رضایت شغلی است که بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد که اخلاق و رضایت شغلی به صورت مثبت با هم در ارتباط هستند (نادی و حاذقی، ۱۳۹۰). مدل‌های نظری فراوانی برای توضیح ترک خدمت کارکنان بیان شده‌اند. اگرچه بیشتر این مدل‌ها بر ویژگی‌های فردی نظیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی به عنوان عوامل کلیدی و مؤثر بر ترک خدمت تمرکز می‌کنند (هایس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶) اما برخی از محققان پیشنهاد کرده‌اند که ویژگی‌های مؤسسات و روابطی که میان افراد وجود دارد، ممکن است در این زمینه نقش مهمی را بازی کنند. برای مثال فاکتورهای محیط کار نظیر تعارض نقش، تنوع وظایف، روابط با همکاران و استقلال افراد را در رضایتمندی شغلی بسیار مهم می‌دانند. این در حالی است که امروزه بیشتر افراد تقریباً نیمی از ساعات بیداری خود را در محیط کارشان می‌گذرانند. بنابراین رضایت از کار و محیط کار بسیار مهم و ضروری است (کومبر و باریبال<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). جو اخلاقی دارای یک ساختار چند بعدی است که ابعاد آن بر نگرش و رفتارهای شغلی کارکنان تأثیر می‌گذارد. به نظر می‌رسد هر چه جو اخلاقی در یک سازمان توسط کارکنان شناخته شده‌تر باشد و افراد به ارزش‌ها و رفتارهای اخلاقی یک سازمان پی ببرند عملکرد بهتری خواهند داشت (نادی و حاذقی، ۱۳۹۰).

از طرفی با توجه به این که جو اخلاقی با عوامل بسیاری از جمله عملکرد، بهره‌وری و اثربخشی سبک رهبری، کاهش جابه‌جایی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی مرتبط است و جو سازمانی نامطلوب می‌تواند بخش عظیمی از سرمایه سازمان را ضایع کند. بنابراین شناخت جو

1. Ahearne & et al
2. Hayes & et al
3. Coomber & Barriball

اخلاقی حاکم بر سازمان و تلاش برای بهبود آن در محیطی با شرایط خاص اهمیت ویژه ای دارد (دلگشایی و همکاران، ۱۳۸۷). از آنجایی که در کشورمان، رشد سجایای اخلاقی و رعایت موازین آن مورد تأکید مسئولان بوده و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، بنابراین محقق بر آن شد که به این سؤال پاسخ دهد که ورزشکاران از نظر رعایت موازین اخلاقی در چه سطحی می‌باشند، و آیا بین جو اخلاقی باشگاه‌ها و منتخبی از ویژگی‌های فردی ورزشکاران رابطه وجود دارد؟ آیا بین کشتی‌گیران آماتور و حرفه‌ای در رعایت مسایل اخلاقی تفاوتی وجود دارد؟

### روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق کلیه ورزشکاران باشگاه‌های کشتی استان گلستان در سال ۱۳۹۲ با حداقل چهار سال سابقه بودند (۱۹۰ نفر) که بر اساس جدول مورگان، ۱۲۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق از پرسش‌نامه‌های ویژگی‌های دموگرافیک و جو اخلاقی ویکتور وکالن (۱۹۸۸) دارای ۲۶ سوال از نوع بسته و براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت با خرده مقیاس‌های نوع دوستی، حقوقی، قانونی، ابزاری و مستقل استفاده شد. این پرسشنامه استاندارد است و بارها توسط محققین بکار برده شده است. اما به لحاظ دقت علمی و افزایش اعتبار پژوهش، بار دیگر روایی و پایایی پرسشنامه مذکور در جامعه آماری پژوهش، مورد بررسی قرار گرفت. برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، بعد از تنظیم آنها از نظرات ۵ نفر از اساتید دکتری در مدیریت و تربیت بدنی استفاده شد و نظرات آنها در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. برای اطمینان از پایایی زمانی پرسشنامه‌ها، طی مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از جامعه آماری، از روش بازآزمایی (جو اخلاقی ۰/۸۳) و برای محاسبه پایایی درونی از روش آلفای کرونباخ (جو اخلاقی ۰/۸۶) استفاده شد. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از روش‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد و شاخص‌های گرایش مرکز، شاخص پراکندگی و جدول، طبقه‌بندی و توصیف می‌شود. همچنین دربخش آمار استنباطی آزمون کلموگروف اسمیرنوف، آزمون تی همبسته و ضریب همبستگی پیرسون برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

نتایج تحقیق نشان داد که ۱۴٪ آزمودنی‌ها به طور مرتب در لیگ‌های کشتی حضور داشتند و به طور حرفه‌ای ورزش می‌کردند. ۱۰٪ از آنها سابقه عضویت تیم ملی را داشتند. ۶۱٪ دارای مدرک تحصیلی دیپلم و کمتر بودند. و ۷۸٪ آنها ۲۵ سال و کمتر سن داشتند (جدول ۱).

جدول ۱- توزیع فراوانی و درصد فراوانی مشخصات فردی آزمودنی‌ها

| مشخصات           | فراوانی       | درصد |
|------------------|---------------|------|
| فعالیت حرفه ای   | بله           | ۱۷   |
|                  | خیر           | ۱۰۸  |
| عضویت در تیم ملی | بله           | ۱۲   |
|                  | خیر           | ۱۱۳  |
| سطح تحصیلات      | دیپلم و کمتر  | ۷۶   |
|                  | کاردانی       | ۲۶   |
|                  | کارشناسی      | ۱۹   |
|                  | کارشناسی ارشد | ۴    |
|                  |               | ۳    |
| سن               | ۱۵ تا ۲۰ سال  | ۶۷   |
|                  | ۲۱ تا ۲۵ سال  | ۳۱   |
|                  | ۲۶ تا ۳۰ سال  | ۱۹   |
|                  | ۳۱ تا ۳۵ سال  | ۲    |
|                  | ۳۶ تا ۴۰ سال  | ۶    |
|                  |               | ۵    |

برای بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق از آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۲ آورده شده است. با توجه به جدول ۲، سطح معناداری آزمون برای تمام متغیرها کوچکتر از مقدار ۰/۰۵ است. در نتیجه، در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرض برابری میانگین امتیازات با مقدار متوسط (۳) رد می‌شود. با توجه به مقادیر میانگین، وضعیت این متغیرها بالاتر از مقدار متوسط می‌باشد.

جدول ۲. نتایج آزمون تی استیودنت برای بررسی وضعیت متغیرها

| متغیر   | میانگین | مقدار آماره | درجه     | سطح      | نتیجه آزمون تی       |
|---------|---------|-------------|----------|----------|----------------------|
| ن       | t       | آزادی       | معناداری | استیودنت |                      |
| جواخلاق | ۴/۰۱۲   | ۱۷/۴۵۵      | ۱۲۴      | ۰/۰۰     | بیشتر از مقدار متوسط |
| ی       |         |             |          |          |                      |
| نوع     | ۴/۴۰۳   | ۱۷/۳۵۲      | ۱۲۴      | ۰/۰۰     | بیشتر از مقدار متوسط |





|    |       |       |        |       |       |       |       |
|----|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| سن | ۰/۱۶۸ | ۰/۱۹۹ | ۲۶/۳۹۴ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۹۹ | ۵/۰۶۷ | ۰/۰۲۶ |
|    | ۴/۱۰۳ |       |        |       |       |       |       |

با توجه به مقدار آماره آزمون  $F$  و سطح معناداری مربوطه، نتیجه می‌شود که رگرسیون معنادار است. همچنین، ضریب تعیین برابر  $۰/۰۶۰$  بدست آمده است که بیانگر آنست که  $۶$  درصد از تغییرات مربوط به جو اخلاقی حقوقی توسط متغیر جمعیت‌شناسی تحصیلات قابل تبیین و توضیح می‌باشد. همانطور که از داده‌های جدول  $۵$  مشخص است، سطح معناداری متغیر تحصیلات کوچکتر از مقدار  $۰/۰۵$  است. نتیجه می‌شود که بر جو اخلاقی حقوقی موثر هستند. همچنین، متغیر تحصیلات به دلیل منفی بودن مقادیر ، تاثیر منفی بر جو اخلاقی حقوقی دارد. جدول  $۵$ . نتایج تحلیل رگرسیون تک متغیره متغیر جمعیت‌شناسی تحصیلات و جو اخلاقی حقوقی

| گویه        | آماره (استاندارد شده) | آماره آزمون $t$ | سطح معناداری | R     | $R^2$ | آزمون معناداری رگرسیون |              |
|-------------|-----------------------|-----------------|--------------|-------|-------|------------------------|--------------|
|             |                       |                 |              |       |       | آماره $F$              | سطح معناداری |
| (ضریب ثابت) | ۴/۸۶۵                 | ۲۸/۷۱۵          | ۰/۰۰۰        | ۰/۲۴۵ | ۰/۰۶  | ۷/۸۴۰                  | ۰/۰۰۶        |
| تحصیلات     | -۰/۲۶۰                | -۲/۸۰۰          | ۰/۰۰۶        |       |       |                        |              |

با توجه به مقدار آماره آزمون  $F$  و سطح معناداری مربوطه، نتیجه می‌شود که رگرسیون معنادار است. همچنین، ضریب تعیین برابر  $۰/۱۵۹$  بدست آمده است که بیانگر آنست که  $۱۵/۹$  درصد از تغییرات مربوط به جو اخلاقی قانونی توسط متغیرهای جمعیت‌شناسی قابل تبیین و توضیح می‌باشد. همانطور که از داده‌های جدول  $۶$  مشخص است، سطح معناداری متغیر سن کوچکتر از مقدار  $۰/۰۵$  است. نتیجه می‌شود که بر جو اخلاقی قانونی موثر هست. همچنین، با توجه به مثبت بودن مقادیر ، متغیر سن تاثیر مثبت بر جو اخلاقی قانونی دارد. همچنین، سطح معناداری سایر متغیرها بزرگتر از مقدار  $۰/۰۵$  است. نتیجه می‌شود که بر جو اخلاقی قانونی موثر نیستند.

جدول  $۶$ . نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره متغیرهای جمعیت‌شناسی و جو اخلاقی قانونی

| گویه        | آماره (استاندارد شده) | آماره آزمون $t$ | سطح معناداری | R     | $R^2$ | آزمون معناداری رگرسیون |              |
|-------------|-----------------------|-----------------|--------------|-------|-------|------------------------|--------------|
|             |                       |                 |              |       |       | آماره $F$              | سطح معناداری |
| (ضریب ثابت) | ۳/۶۷۱                 | ۶/۵۹۱           | ۰/۰۰۰        | ۰/۳۹۹ | ۰/۱۵۹ | ۷/۶۴۹                  | ۰/۰۰۰        |

|  |  |  |  |       |        |        |        |                   |
|--|--|--|--|-------|--------|--------|--------|-------------------|
|  |  |  |  | ۰/۰۰۲ | ۳/۱۰۴  | ۰/۲۹۵  | ۰/۰۴۶  | سن                |
|  |  |  |  | ۰/۰۵۶ | -۱/۹۳۳ | -۰/۱۶۱ | -۰/۴۳۲ | سابقه حضور در لیگ |
|  |  |  |  | ۰/۵۲۴ | ۰/۶۳۹  | ۰/۰۶۲  | ۰/۰۶۴  | تحصیلات           |

با توجه به مقدار آماره آزمون  $F$  و سطح معناداری مربوطه، نتیجه می‌شود که رگرسیون معنادار است. همچنین، ضریب تعیین برابر  $۰/۰۳۸$  بدست آمده است که بیانگر آنست که  $۳/۸$  درصد از تغییرات مربوط به جو اخلاقی مستقل توسط متغیر جمعیت شناسی عضویت در تیم ملی قابل تبیین و توضیح می‌باشد. همانطور که از داده‌های جدول ۷ مشخص است، سطح معناداری متغیر عضویت در تیم ملی کوچکتر از مقدار  $۰/۰۵$  است. نتیجه می‌شود که بر جو اخلاقی مستقل موثر هستند. همچنین، متغیر عضویت در تیم ملی به دلیل منفی بودن مقادیر ، تاثیر منفی بر مستقل دارد. همچنین، سطح معناداری سایر متغیرها بزرگتر از مقدار  $۰/۰۵$  است. نتیجه می‌شود که بر مستقل موثر نیستند.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون تک متغیره متغیرهای جمعیت شناسی عضویت در تیم و جو اخلاقی مستقل

| گروه             | (استاندارد شده) | آماره آزمون $t$ | سطح معناداری | R     | $R^2$ | آزمون معناداری رگرسیون |              |
|------------------|-----------------|-----------------|--------------|-------|-------|------------------------|--------------|
|                  |                 |                 |              |       |       | آماره آزمون $F$        | سطح معناداری |
| (ضریب ثابت)      | ۵/۰۷۶           | ۷/۱۹۲           | ۰/۰۰۰        |       |       |                        |              |
| عضویت در تیم ملی | -۰/۸۰۲          | -۰/۱۹۴          | -۲/۱۹۰       | ۰/۱۹۴ | ۰/۰۳۸ | ۴/۷۹۷                  | ۰/۰۳۰        |

### بحث و نتیجه گیری

اخلاق که با چگونگی رفتار و حالت‌های اختیاری انسان سروکار دارد، همواره جاذبه ویژه‌ای برای او داشته است و آدمی به دیده احترام در آن نگریسته است. نهاد اخلاقی زندگی انسان، اساس و پایه تشکیل اجتماع و ظهور تمدن‌های بشری است. حرمت اخلاق چنان است که حتی کسانی هم که خود به زیور اخلاق آراسته نیستند، آراستگان به فضایل اخلاقی را با دیده عزت می‌نگرند و شان آنها را والا می‌دانند. جذبه و دلربایی اخلاق، اگر از چشم‌انداز قرآنی به آن نگریسته شود، دوچندان خواهد شد. زیرا قرآن آخرین کلام الهی با بشر است و به اقتضای این ویژگی، کامل‌ترین سخن را در باره اخلاق بیان کرده است. فضایل اخلاقی از نگاه قرآن، صرفاً

وسيله‌ای برای سامان‌دهی به رفتار این جهانی آدمی، به غرض نظم و انتظام دادن به زندگی او نیست، بلکه از آن مهم‌تر، چونان مصالح ساختمانی برای پی‌ریزی بنای حیات ابدی او به حساب می‌آید.

نتایج نشان داد که از حداکثر میانگین ۵ برای حیطه نوع دوستی جو اخلاقی، میانگین ۴/۴۰۳ با انحراف استاندارد ۰/۹۰۴ بود. که از متوسط بالاتر است. این جو بر معیار سودمندی اخلاق متمرکز است. و بر اساس توجه به دیگران پایه‌گذاری شده است. در این جو افراد علاقه خالصانه‌ای به خوب بودن اعضای داخل سازمان و حتی به اعضای خارج از سازمان که ممکن است تحت تاثیر تصمیمات آنها قرار گیرند؛ دارند. نتایج نشان داد که جو اخلاقی قانونی، میانگین ۳/۹۸۶ و انحراف استاندارد ۰/۸۸۸ بود. که از متوسط بالاتر است. این جو بر اساس معیار قانونی اخلاق است. این بعد به پذیرش رفتارهای قانونی تعیین شده از سوی موسسه مربوط می‌شود. تصمیمات سازمانی نیز بر اساس مجموعه‌ای از مقررات منطقه‌ای یا استانداردهایی مانند کدهای رفتاری هدایت می‌شود. نتایج نشان داد که جو اخلاقی ابزاری، میانگین ۳/۶۸۱ و انحراف استاندارد ۰/۶۵۱ بود. که از متوسط بالاتر است. این جو معیار اخلاقی خودبینی را شامل می‌شود و به طور اولیه به دنبال فراهم آوردن حداکثر منافع شخصی است. این افراد اعتقاد دارند تصمیمات اخذ شده باید در خدمت منافع سازمان‌ها یا ارائه دهنده نفع شخصی باشد. نتایج نشان داد که برای جو اخلاقی مستقل، میانگین ۳/۵۴۶ و انحراف استاندارد ۱/۲۲۴ بود. که از متوسط بالاتر است. در این بعد از جو اخلاقی، افراد بر طبق اعتقادات و خلیقات خود که بر اساس مجموعه‌ای از اصول خوب شکل گرفته است عمل می‌نمایند. نتایج نشان داد که برای جو اخلاقی حقوقی، میانگین ۳/۴۴۶ و انحراف استاندارد ۰/۹۱۵ بود. که از متوسط بالاتر است. این بعد مستلزم این است که افراد به قوانین و مقررات حرفه خود پایبند باشند. در هنگام تصمیم‌گیری، کارکنان باید تصمیمات خود را بر اساس حکم بعضی از سیستم‌های بیرونی همانند قانون، منابع دینی و کدهای رفتار حرفه‌ای اخذ کنند. نتایج تحقیق نشان داد امتیاز جو اخلاقی، که توسط آزمودنی‌ها بر اساس نگرش آنها نسبت به سوالاتی مربوط به ابعاد نوع دوستی، حقوقی، قانونی، ابزاری و مستقل، از حداکثر امتیاز ۵، میانگین کل آزمودنی‌ها، ۴/۰۱۲ با انحراف استاندارد ۰/۶۵۶ بود. هرچند از متوسط بیشتر است اما با وضع مطلوب فاصله زیادی دارد. این بدین معنی است که جو اخلاقی حاکم بر باشگاه‌های کشتی، از توان بالقوه‌ای برای واکنش اخلاقی در وضعیت‌های دشوار اخلاقی که در دنیای حرفه‌ای در حال انجام است برخوردار می‌باشند. نتایج این یافته با یافته‌های الپکان<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، که به بررسی جو اخلاقی کارمندان

شرکت مخابرات کشور ترکیه پرداخته بود، و حجتی و آزما (۱۳۹۳)، که به بررسی جو اخلاقی پرستاران شاغل در بیمارستان تأمین اجتماعی استان گلستان پرداختند. و نشان دادند که جو اخلاقی در سطح مطلوب بود. و توماس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۶)، در تحقیقی با عنوان ارتقاء رفتار اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی مدیران خرید در آمریکا بیان کردند که، سازمان نقش کلیدی در رفتارهای شخصی کارکنان دارد و ارزش‌های اخلاقی می‌توانند در متغیرهای کلیدی سازمان تأثیرگذار باشند و سطوح بالاتر رفتار اخلاقی ارتباط مثبتی با رفتار شهروندی سازمانی دارد و همچنین با یافته‌های حسنی و بشیری (۱۳۹۴)، شیرازی و احمدی زهرانی (۱۳۹۴)، محمودی و همکاران (۱۳۹۴)، مرادی و زرگر (۱۳۹۴) و مومن پور و همکاران (۱۳۹۴) همسو بود. و با نتایج تحقیقات خبیری (۱۳۸۱)، قلاوندی و مرادی (۱۳۹۴) و جوزفسون<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در تعارض است.



1 - Thomas & et al.  
2 - Josephson

### فهرست منابع

- حسینی، محمد و بشیری، ژیلا (۱۳۹۴). "رابطه‌ی جو اخلاقی با پیامدهای مثبت و منفی سازمانی". فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دهم، شماره ۴، صص ۳۶-۲۷.
- خانی، مسلم (۱۳۸۷). کار و وجدان کار، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۲، صص: ۱۶-۱۵.
- خیبری، محمد (۱۳۸۱). "بررسی رعایت موازین اخلاقی بین بانوان ورزشکار و غیر ورزشکار". نشریه حرکت، سال سوم، ش ۱۳، صص ۱۹-۵.
- حجتی، هانیه و آزما، فریدون. ارتباط بین جو اخلاقی و تمایل به ماندگاری در کار پرستاران بالینی. فصلنامه مدیریت پرستاری، (۱۳۹۳). سال سوم، دوره سوم، شماره اول، صص ۱۹-۲۶.
- دلگشایی، بهرام؛ توفیقی، شهرام و کرمانی، بهناز. ارتباط جو سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان و مدیران بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی همدان. افق دانش؛ فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گناباد، (۱۳۸۷). دوره چهاردهم، شماره ۴، صص ۶۰-۶۹.
- سلطانی، مرتضی (۱۳۸۲). "مدیریت اخلاق در سازمان". تدبیر، ش ۱۳۲، صص ۴۰-۳۴.
- شاکری‌نیا، ایرج. رابطه جو اخلاقی و حمایت سازمانی بر رفتار مدنی سازمانی در پرستاران بیمارستان‌های دولتی شهر رشت. فصلنامه بیمارستان، (۱۳۹۱). سال یازدهم، شماره ۱، صص ۱۹-۲۸.
- شیرازی، علی و احمدی زهرانی، مریم (۱۳۹۳). "رابطه بین جو اخلاقی سازمان با اعتماد و تعهد سازمانی دبیران دوره متوسطه". فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال پنجم، ش ۴، صص ۶۴-۴۱.
- قراملکی، احد فرامرز (۱۳۸۹). درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای، تهران، انتشارات سرآمد
- قلاوندی، حسن و مرادی، زهرا (۱۳۹۴). "تحلیل رابطه‌ی جو اخلاقی سازمان، هویت سازمانی و سکوت سازمانی". فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دهم، ش ۲، صص ۷۱-۶۳.
- محمودی، احمد؛ کشکر، سارا؛ سلطانی، مصطفی و اسلامی، ایوب (۱۳۹۴). "ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای فروشندگان لوازم ورزشی با شکل‌گیری روابط پایدار میان مشتری و فروشنده". رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، سال سوم، ش ۱۰، صص ۳۳-۲۱.
- مرادی، سجده و زرگر، طیبه (۱۳۹۴). "ارتباط رفتار مربیگری با جو اخلاقی تیمی در ورزشکاران تیمی لیگ برتر". رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، سال سوم، ش ۸، صص ۷۱-۶۱.
- مومن پور، نیشتمان؛ حسینی، محمد و قاسم زاده، ابوالفضل (۱۳۹۴). "نقش جو اخلاقی بر ابعاد درگیری شغلی کارکنان". فصلنامه اخلاق زیستی، سال پنجم، ش ۱۷، صص ۹۰-۶۵.
- میر کمالی، سید محمد (۱۳۷۱). "مدیریت تعارض". فصلنامه دانش مدیریت، ش ۱۹، صص ۵۹-۴۸.
- نادی، محمدعلی و حاذقی، فاطمه. الگویابی معادله‌ی ساختاری روابط بین جو اخلاقی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان‌های خصوصی شهر شیراز. مدیریت اطلاعات سلامت، (۱۳۹۰). دوره هشتم، شماره ۵، صص ۶۹۹-۷۰۸.
- هوی، وین ک و میسکل، سیسیل ج (۱۳۸۶). "تئوری، پژوهش و عمل در مدیریت آموزشی". (ترجمه)، چاپ دوم، ارومیه، انتشارات دانشگاه ارومیه، ص ۱۲۸.

- Ahearne, M, Mathieu, J and Rapp, A. (2005). To empower or not to empower **your** sales force? An empirical examination of the influence of leadership empowerment behavior on customer satisfaction and performance. *Journal Appl Psychol*. 90(5). 945-955.
- Coomber, B and Barriball, K. (2007). Impact of job satisfaction components on intent to leave and turnover for hospital-based nurses: a review of the research literature. *International Journal of Nursing Studies*. 44. 297-314.
- Elci, M., Alkan, L. (2009). "The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction". *Journal of Business Ethics* 84, pp: 297-311.
- Hayes, LJ, O'Brien-Pallas, L, Duffield, C, Shamian, J, Buchan, J and Huges, F. Spence Laschinger HK, North N, Stone PW. (2006). Nurse turnover a literature review. *International Journal of Nursing Studies*: 43. 237-263.
- Josephson, M. (2013). "A training program for coaches on ethics, sportsmanship and character-building in sport in character". *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 11, pp: 42-62.
- Okpara, O. John, W. The impact Ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria. *Journal of Management Development*. (2008). 9: 54-63.
- Thomas, L. Baker, Tammy, G. Hunt, Martha, C. Anderwes. Promoting behavior and organizational citizenship behavior. (2006). United States: Clmosen University.
- Tsai, M., & Hung, C. (2008). The relationship among Ethical climate types, facets of job satisfaction, and three components of organizational commitment: A study of nurses in taiwan. *Journal of Business Ethics*, 80, 565-581.
- Schnider, A. (1999). 5th IOC world congress on sport sciences with the annual conference of science and medicine in sport. Ethics Symposium, University of Western Ontario, Canada,
- Schwepker, J.R., Good, D.J. (2009). "Ethical climate influence on sales management Practices". *Journal of Selling & Major Account Management*. 22 (4), pp: 8-24.
- Shapira-Lishchinsky, O and Rosenblatt, Z. School ethical climate and teachers voluntary absence. *Journal of Educational Administration*. (2010): 48(2). 164-181.
- Victor, B., Cullen, J. (1988). "The organizational bases of ethical work climates". *Journal of Administrative Science Quarterly*, 33, pp: 101-125.