

بررسی و شناسایی مولفه های فضیلت سازمانی در شهرداری تهران

شیوارحیمی^۱

چکیده:

هدف: بررسی و شناسایی فضیلت سازمانی در شهرداری تهران می باشد. روش از انواع کاربردی - توصیفی و تحلیلی و به شیوه استدلالی می باشد، از منابع و متون معتبر کتابخانه‌ای، استنادی و شبکه جهانی اینترنت بهره برده است، همچنین از نظرات ۲۳ نفر از خبرگان و کارشناسان و اساتید دانشگاه نیز استفاده شده است. تایید مولفه های تحقیق به روش دلفی تعدیل شده می باشد. این تحقیق نشان داد که مولفه های فضیلت سازمانی در شهرداری تهران ۸ مورد می باشد و بر اساس این تحقیق متخصصان مدیریت شهری و منابع انسانی می توانند با تقویت این مولفه ها فضیلت سازمانی را در شهرداری تهران نهادینه و توسعه دهند. ابعاد عبارتند از: ۱- خوشبینی ۲- بخشش ۳- اعتماد ۴- شفقت ۵- صداقت ۶- خودانگیختگی ۷- افتخار ۸- احترام.

کلمات کلیدی: فضیلت سازمانی - صداقت - خودانگیختگی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

مفهوم فضیلت از جمله مفاهیم مهم سازمانی که در سال های اخیر در زمینه علوم انسانی مورد توجه قرار گرفته این مفهوم ویژگی اخلاقی سازمان است که میتواند در صفات شخصی افراد سازمان، خود را پیدا کند بنابراین این مفهوم صفاتی اخلاقی است که از تجمیع ادراکی یک نوع رفتار در زندگی آموخته می شود و باید در سطح سازمان عملیاتی شود و در ارزشهای سازمان آشکار گردد. (Feldner & others, 2014) فضیلت سازمانی به رفتار ارتقاء یافته و متعالی اعضای سازمان اشاره دارد فضیلت از طریق سازمانها میتوانند به عنوان فعالیت فردی یا عنوان اقدامی جمعی افراد آشکار شود فرآیندهای سازمانی می توانند موجب بروز یا عدم بروز اعمال با فضیلت در سازمان شوند (Cameron & Bright, 2016) این مفهوم تقویت کننده اخلاق و اراده بوده و توان مواجهه با چالش را فراهم می سازد با وجود این مفهوم فضیلت تا همین اواخر از سوی جوامع علمی با استقبال زیادی مواجه نبوده، فضیلت در سازمان به رفتار برتری و متعالی در سازمانها اشاره دارد از این رو آن دسته از ویژگیهای سازمانی خاستگاه فضیلت سازمانی اند که در ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان منجر میشود. (Rego & Ribeiro, 2011) به عبارتی دیگر، فضیلت با شکوفایی فردی، شخصیت اخلاقی، قدرت، خودکنترلی، انعطاف پذیری، اهداف معنادار و اصول متعالی در ارتباط است. برای مثال، ساختار یک سازمان فی النفسه با فضیلت یا بی فضیلت محسوب نمیشود؛ زیرا لزوماً دارای اثرات منفی یا مثبت انسانی نیست. از آنجاکه برخی سازمانها ساختار خود را در راستای شکوفایی روابط میان فردی، کار معنادار، یادگیری فزاینده و پیشرفت انسانی میان کارکنان شکل داده اند؛ بنابراین چنین ساختارهایی می توانند ظهور فضیلت در سازمان را از طریق تأثیر بر انسانها تسهیل کنند؛ همچنین نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان، بیان کننده آن است که سازمان توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیتهای پرهیزکارانه و فضیلت محور در اعضای خود را دارا است. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد در سازمانها اشاره دارد؛ از این رو آن دسته از ویژگیهای سازمانی خاستگاه فضیلت سازمانی اند که به ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان منجر شوند. (Rego & Ribeiro, 2011) همچنین افراد بسیار خلاق دارای ارتباطات اجتماعی مناسب و گسترده، توانایی و تمایل بیشتری برای پذیرش رفتارهای با بصیرت و خودانگیخته پیدا میکنند؛ به طوریکه برخی از پژوهشگران رفتار اخلاقی، تجربه شادکامی و افزایش عملکرد را سه اثر مهم فضیلت سازمانی بر رهبران دانسته اند. (Wang, 2012 & Hackett)

بیان مسأله

فضیلت در سازمان ها به معنی ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی مانند انسانیت، صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است. (Rego & Ribeiro, 2011) بنابراین، هرگونه اعمال فردی،

فعالیت‌های جمعی، ویژگی‌های فرهنگی یا هر فرایندی که سبب ترویج و تداوم فضیلت در سازمان شود، ممکن است سبب ایجاد فضیلت سازمانی شود. (Cameron S. K. & others, 2004)

برد و واتر (۱۹۸۹) اذعان کردند که زبان کسب و کار مدرن از نظر اخلاقی خاموش است، بنابراین، در این دنیای مدرن میتوان با توسعه رفتارهای فضیلت‌مدارانه، ماندگاری سرمایه‌های انسانی را تا حد زیادی ارتقا داد. (مشبکی اصفهان & رضایی، ۱۳۹۳)

به فضیلت سازمانی و خودانگیختگی سازمانی که از جنبه‌های اخلاقی و متعالی در سازمان اند، تاحدی بی‌توجهی شده است. در این پژوهش تلاش می‌شود این دو جنبه سازمانی معرفی و بررسی شوند. از جنبه‌های متعالی در سازمان که با خودانگیختگی نیز بی‌ارتباط نیست، فضیلت سازمانی است (مشبکی اصفهان & رضایی، ۱۳۹۳)

به تازگی به دلیل نقش مؤثرش در سازمان‌ها و به ویژه تأثیرش بر عملکرد کارکنان، به آن توجه شده است. (Cameron S. K., 2003)

رابطه کارمند - کارفرما به طور گسترده‌ای بر فرایندهای تبادل اجتماعی مبتنی است و براساس احترام متقابل، کارکنانی که رفتار سازمانی مطلوب را درک می‌کنند، رفتار مثبتی نسبت به سازمان خود نشان می‌دهند. بدین منظور به چرخه سودمند تبادل ادامه می‌دهند. (Cropanzano & Mitchell, 2005)

با این حال، روابط کارمند - کارفرما ممکن است چیزی بیش از رابطه مبادله‌ای باشند و تبادالت سودمند بین کارکنان و سازمان همیشه نتیجه مبادله ساده نیست. (Tsachouridi & Nikandrou, 2016)

Nikandrou (2016) سازمانها مانند افراد قادرند با اولویت بندی رفتار انسانی مثبت، به شیوه‌ای فراتر از منافع خود عمل کنند. به این ترتیب کارکنان، سازمان خود را به منزله سازمانی بافضیلت درک میکنند. (Cameron S. K. & others, 2004)

فضیلت سازمانی به خوبی در زمینه رفتار سازمانی و آرمان‌ها، اعمال و رفتارهای مثبت انسانی، تأثیر دارد. (Kelloway, 2011 & Balliett) پیوستن فضیلت سازمانی ادراک شده در مطالعه روابط کارمند - کارفرما، از فرایندهای مبادله‌ای منافع شخصی سنتی فراتر می‌رویم، حتی سازمان‌ها میتوانند مزایای خود را نتیجه فرعی آن در نظر بگیرند. (Tsachouridi & Nikandrou, 2016)

استدلال این است که فضیلت سازمانی ادراک‌شده فرایندهای هویت اجتماعی را به گونه‌ای به کار می‌برد که از طریق آن کارکنان ویژگی‌های سازمانی را شناسایی میکنند و رفتار خود را به شیوه‌ای به اتمام می‌رسانند که سازمان از آن سود ببرد.

استدلال‌های نظری نشان می‌دهند فضیلت سازمانی ممکن است اثرات تشدیدکننده‌ای داشته باشد و موج برانگیختگی را بوجود آورد. (Bright, 2016 & Cameron)

به نظر میرسد فضیلت سازمانی ادراک شده مطالعات مربوط نوعی از آگاهی را شناسایی و به کارکنان انتقال می دهد و برای آنها خودمفهومی ایجاد میکند. به دلیل پیامدهای مهم فضیلت سازمانی، برخی متخصصان پژوهش، فضیلت را در برنامه های پژوهشی سازمان قرار داده اند و برخی در عمل، فضیلت سازمانی و طراحی مقیاسی برای سنجش آن را بررسی کرده اند. (خشوعی & نوری، ۱۳۹۲)

اهمیت و ضرورت تحقیق

در سازمانی که بافضیلت است، کارکنان معتقدند سازمان ارزش ها و باورهای جذاب دارد و عضویت سازمانی آنها ممکن است هویت اجتماعی آنها را در بر گیرد. این فرایند هویت اجتماعی نقش مهمی در توضیح رابطه بین فضیلت سازمانی ادراک شده و پیامدهای آن بر کارکنان در اجتماع می باشد. (Blader & Tyler, 2009)

بهترین تعبیر نظریه ای است که رفتارهای میان گروهی مشخصی را براساس ادراک منزلت گروهی متفاوت، ادراک مشروعیت و پایداری آن، تفاوت های منزلتی و ادراک توانایی جدانشدن از یک گروه و پیوستن به گروه دیگر پیش بینی می کند. (Lisbona, 2016 & Bernabe)

هویت اجتماعی مفهومی چندبعدی، شامل مؤلفه شناختی و سازمانی است که براساس پژوهش تیلور و بالدرا (۲۰۰۳) شامل افتخار و احترام است. افتخار منعکس کننده ارزیابی کارکنان از وضعیت گروه خود (برای مثال سازمان) است و احترام، به ارزیابی کارکنان از وضعیتشان در گروه خود اشاره دارد. (Tyler & Blader, 2003)

ارزیابی، افتخار و احترام (برای تأثیر بر شناسایی سازمانی پیشنهاد شده اند. تا به حال، پژوهشهای تجربی نشان داده اند ادراکات رفتار سازمانی موجب برانگیخته شدن فرایندهای هویت اجتماعی کارکنان می شوند. ادراکات رفتار سازمانی مطلوب، عدالت رویه ای، نتایج اقتصادی و حمایت سازمانی، سبب می شوند کارکنان سازمان خود را جذاب شناسایی کنند؛ بنابراین، سبب نگرش و رفتارهای مثبت کارکنان می شوند. (Blader & Tyler, 2009)

سازمانی دربرگیرند آن دسته از ابعاد سازمانی است که ویژگیهایی مانند خصوصیت محوری، متمایز بودن و پایداری را برآورده میکند. (Fehsenfeld, 2014)

ادبیات و پیشینه تحقیق

حسن زاده و سفیدکار (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی کارکنان مناطق شهرداری شهر رشت انجام دادند. یافته ها نشان دادند رابطه مثبت و معنی داری بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی کارکنان مناطق شهرداری رشت وجود دارد. همچنین در بررسی ابعاد فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی مشاهده شد خوش بینی - ۹۶/۹، شفقت - ۸۲/۲، صداقت - ۸۶/۱ و بخشش - ۹۱/۱ درصد رابطه مولفه های این تحقیق را تبیین کردند.

همچنین افتخار و احترام رابطه بین فضیلت سازمانی و خودانگیختگی سازمانی را از طریق شناسایی سازمانی تبیین میکنند. انتظار میرود فضیلت سازمانی ادراک‌شده، افتخار و احترام کارمندان را افزایش دهد و افتخار و احترام، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری کارکنان را نسبت به فضیلت سازمانی هم به طور مستقیم هم غیرمستقیم از طریق شناسایی سازمانی توضیح دهد. احساس افتخار در سازمانهای بافضیلت، خودانگیختگی کارکنان را افزایش می‌دهد؛ بنابراین، شناسایی سازمانی آنان افزایش می‌یابد و تمایل آنان به سازمان بیشتر میشود. به طور مشابه احساس احترام در سازمان فضیلت مدار، نیازهای جامعه شناختی کارکنان برای احترام و تصدیق را تأمین میکند؛ در نتیجه، اطمینان می‌یابد که به سازمان تعلق دارند و به آنان اجازه میدهد احساس یکپارچگی کنند و رفتار مثبت نسبت به سازمان نشان دهند. (حسن زاده & سفیدکار، ۱۳۹۵)

فضیلت سازمانی ادراک شده این باور را در کارکنان ایجاد میکند که سازمان آنها واقعاً از افراد خود مراقبت میکند و به این ترتیب به کارکنان اطمینان می‌دهند در محل کار به مشارکت آنها احترام گذاشته می‌شود. کارکنان دارای فضیلت سازمانی ادراک شده ممکن است بر این باور باشند که سازمانشان از دیگران متمایز است؛ زیرا سازمان را به گونه‌ای صادقانه نگران افراد و جامعه خود به تصویر می‌کشند. همه این موارد سبب ایجاد احساس افتخار و احترام می‌شوند. (Cameron S. K. & others, 2004)

فضیلت سازمانی مجموعه‌ای از انگیزاننده‌های الهام بخش کارکنان برای کار با یکدیگر به منظور دستیابی به مأموریت‌های مشترک سازمان هستند که به شکل‌گیری احساس مسئولیت، افتخار، احترام، استقلال و نشاط در کارکنان و ایجاد و بهبود سلامت سازمانی به مدیران کمک میکنند. (Zamahani & others, 2013)

به طور عمده، فضیلت در فلسفه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد، اما در حال حاضر به لحاظ نظری و ساخت مفهومی در پژوهشهای سازمانی نیز به کار برده میشود. باوجوداین که در پژوهشهای اولیه، مفهوم فضیلت بر رفتار مدیران متمرکز بوده است، محققان رفتار سازمانی مثبت در رابطه با نقش فضیلت در دیگر حوزه‌های عملکرد سازمانی نیز بحث کرده‌اند (Barclay, Markel, & Yugo, 2012).

فضیلت را نهادینه کردن اصول اخلاقی برای ایجاد هماهنگی اجتماعی تعریف کردن است. نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان مبین آن است که سازمان از توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حکایت از فعالیتهای پرهیزکارانه و فضیلت محور در اعضای خود برخوردار است. (Aghaziarati, & Fani, 2013). به اعتقاد برخی از پژوهشگران، هرگونه عمل فردی، فعالیتهای جمعی، ویژگیهای فرهنگی و هر فرآیندی که به ترویج و تداوم فضیلت در سازمان بیانجامد، فضیلت سازمانی را به همراه دارد. (Cameron S. K. & others, 2004)

عابدی کوشکی و همکاران (۲۰۱۷) فضایل سازمانی را آن دسته از فضایی می‌دانند که در فضای سازمانی شکل گرفته و سازمان برای آنها ارزش زیادی قائل می‌شود، این فضایل به عنوان مایه هویت و افتخار اعضای سازمان محسوب میشوند. مطالعات اسد و دیگران (۲۰۱۷) نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی با رفاه افراد و شادی و نشاط آنها از جمله تعالی در رفتار در ارتباط است. از منظر آنان فضایل، حرکات منطقی هستند که خیر فردی و اجتماعی را به همراه دارد و نوعی رفتار نوع دوستانه است که توسط اعضای سازمان به نمایش گذاشته می‌شود. در مفهوم فضیلت سازمانی سه عامل مهم و اساسی مورد توجه قرار می‌گیرد که عبارتند از:

۱- تأثیر انسانی

۲- مطلوبیت اخلاقی

۳- بهبود اجتماع

(Faiz, 2017 & Asad, Naseem)

اگرچه مفهوم فضیلت سازمانی در سالهای اخیر توسط پژوهشگران مختلف مطرح و بررسی شده است اما بررسیهای انجام شده نشان می‌دهد که تنها مدل مطرح در این رابطه مدل کمرون و همکاران (۲۰۰۴) است. به همین دلیل در پژوهشها مدل مذکور مورد استفاده قرار گرفته است. (Cameron S. K. & others, 2004) پنج مؤلفه را برای اندازه گیری فضیلت سازمانی مطرح کرده اند که عبارتند از:

۱- خوشبینی

۲- بخشش

۳- اعتماد

۴- شفقت

۵- صداقت

این مؤلفه ها به اختصار تشریح میشوند

۱- خوشبینی سازمانی: به این معنا است که اعضای سازمان بر این عقیده اند که در انجام دادن مطلوب کارها، حتی زمانی که با چالشهای عمده روبه شوند، موفق خواهند شد. به عبارت دیگر، تمایل به انتظار همیشگی نتیجه مثبت را خوشبینی تعریف میکنند. این فضیلت، با عملکرد بهتر، تلاش و پشتکار بیشتر، خلقخوی بهتر در ارتباطات همراه است. (Carver, 1985 & Scheier) علاوه بر این، افراد خوشبین دارای روابط اجتماعی بهتر و به لحاظ جسمانی سالمتر هستند و از سطح بالای اعتماد به نفس، تحمل درد و انعطاف پذیری در تفکر برخوردار میباشند. (Cameron & Caza, 2004)

- ۲- بخشش سازمانی: به معنای بخشیده شدن سریع اشتباهات می باشد و به عنوان فرصتی برای یادگیری در زمینه ای با استانداردهای بالای عملکرد در سازمان مورد استفاده قرار میگیرند .
(Cunha, 2011 & Rego, Ribeiro)
- ۳- اعتماد: اعتماد، به گروه ها برای مواجهه با تنوع و تمرکز بر نتایج احتمالی، خوشبینانه و مثبت تر کمک میکند، همچنین تسهیل گر کار با یکدیگر در موقعیتی می باشد که به مذاکرات داخلی زیادی نیاز دارند . علاوه براین، اعتماد از این جهت مهم است که اعضای گروه به لحاظ روانی از حضور در گروه، احساس امنیت می کنند. (Dutton, 2011 & Stephens, Heaphy)
- اعتماد سازمانی بیانگر آن است که تواضع، توجه و احترام بر سازمان حاکم و افراد به یکدیگر و رهبرانشان اعتماد دارند .
- ۴- شفقت سازمانی: نشان دهنده این است که افراد در زمینه مراقبت از یکدیگر و فعالیتهای دلسوزانه و دلوپسانه مشترک هستند.
- ۵- صداقت سازمانی: بیانگر صداقت، امانت و احترام در سازمان است. صداقت از طریق حفظ استانداردها مطابق حفظ استانداردهای ثابت، قابلیت اعتماد و نشان دادن راستی و درستکاری آشکار میشود. صداقت نیاز به فکر، زمانبندی، درایت و همدلی در ابراز آنچه شخص به عنوان حقیقت می شناسد، دارد. یکی از نشانه های افراد صادق این است که میتوانند تناسب میان افکار، احساسات و اعمال خود را حفظ کنند. (Caza, 2004 & Cameron)
- مطالعاتی که باهدف بررسی رابطه فضیلت و شادی در سازمانها انجام شده، بیانگر آن است که میان ابعاد فضیلت سازمانی ، خوشبینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش و شادی سازمانی ارتباط مؤثر و معناداری وجود دارد. (Heidar Beygi, 2017 & Pabarja, Ahang)
- نتایج مطالعاتی که باهدف بررسی رابطه خوشبینی و بدبینی با سلامت روان صورت گرفته حاکی از آن است که میان خوشبینی و سلامت روان و ابعاد آن، نظیر نشانه های بدنی، اضطراب و اختلال در عملکرد اجتماعی افراد، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. (Aghaei, Raesi Dehkordi, & Atash Pour, 2007)
- فضیلت معادل واژه لاتین (Virtus) است که مترادف با تعالی در نظر گرفته می شود. (Rego & Ribeiro, 2011)
- با ظهور نهضت روانشناسی مثبت گرا در دهه نود میلادی، دیدگاههای علمی توجه خود را به ظرفیتهای مثبت انسانها معطوف کرده و پارادایم مثبت اندیشی در عرصه سازمانی با ظهور سه نهضت زیر تکامل یافت. (Hasiri, 2009 & Danaee fard, Rajabzadeh)
- ۱- پژوهش سازمانی مثبتگرا،
۲- رفتار سازمانی مثبتگرا

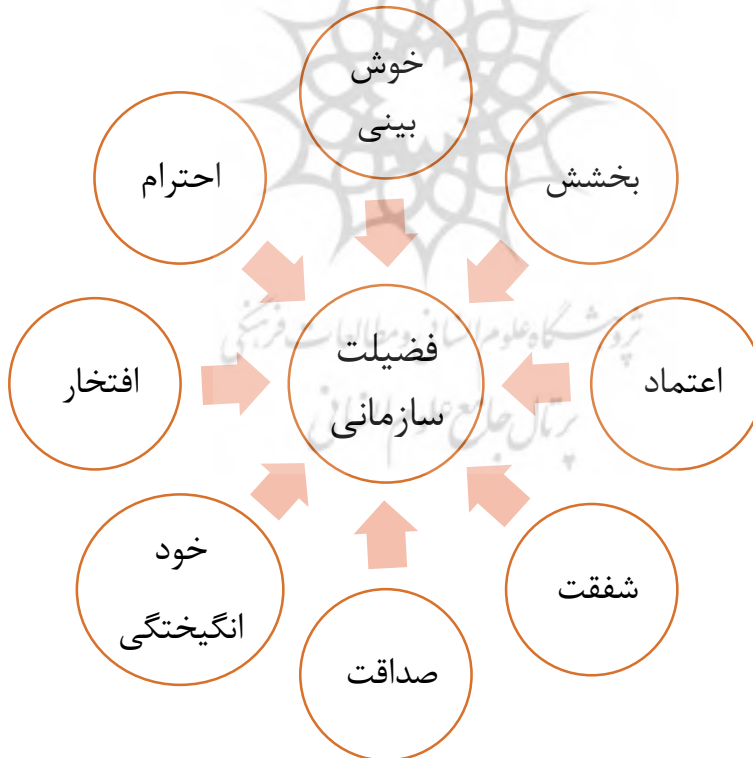
۳- سرمایه روانشناختی مثبت

به عبارتی، در گذشته، تنها به تئوری سازی، تحقیق و کاربرد مثبت گرایی در حوزه روانشناسی توجه میشد، ولی امروزه تحقیقات مثبت گرایی به حوزه مطالعات سازمانی راه پیدا کرده است. کاربرد روانشناسی مثبت گرا در حوزه سازمانی، تحت عنوان «روانشناسی سازمانی مثبت» خوانده میشود. در زمینه کاربرد روانشناسی مثبتگرا در حوزه سازمان و مدیریت دو رویکرد عمده «رفتار سازمانی مثبت گرا» و «پژوهشهای سازمانی مثبت گرا» مطرح است. در سالهای اخیر، عمده تحقیقات در این حوزه عمدتاً بر روی رفتارهای سازمانی مثبت گرا متمرکز بوده است .
(Moshabaki Esfahani & Rezaee, 2014)

روش تحقیق

از انواع کاربردی - توصیفی و تحلیلی و به شیوه استدلالی می باشد، از منابع و متون معتبر کتابخانه‌ای، استنادی و شبکه جهانی اینترنت بهره برده است ، همچنین از نظرات ۲۳ نفر از خبرگان و کارشناسان و اساتید دانشگاه نیز استفاده شده است. تایید مولفه های تحقیق به روش دلفی تعدیل شده می باشد.

شکل ۱- مدل مفهومی مولفه های فضیلت سازمانی در شهرداری تهران



جدول ۱- مولفه های فضیلت سازمانی در شهرداری تهران

ردیف	عنوان مولفه	تعداد نظرات تایید مولفه
۱	خوشبینی	۲۲
۲	بخشش	۲۱
۳	اعتماد	۲۱
۴	شفقت	۲۰
۵	صداقت	۲۱
۶	خودانگیختگی	۲۲
۷	افتخار	۲۲
۸	احترام	۲۲

نتیجه گیری:

تا این اواخر، از مفهوم فضیلت گرایی در جوامع علمی غفلت شده بود. فضیلت گرایی در مباحث علمی اصطلاح جا افتاده‌ای نیست. فضیلت گرایی اغلب نوعی تعصب مذهبی تلقی شده و غیر مرتبط با علم دانسته شده است. حتی در صورت ارتباط با علم، فضیلت گرایی اغلب مرتبط با الهیات و فلسفه دانسته شده است و به ارتباط آن با دنیای سازمان و کسب و کار باور اندکی وجود دارد؛ مخصوصاً در شرایط مواجهه با فشارهای اقتصادی و تقاضاهای ذینفعان. (Cameron S. K. & others, 2004) گاتمن معتقد است دلیل دیگر غفلت از فضیلت گرایی این است که رخدادی مثبت است. رخدادهای بد و منفی نسبت به رخدادهای خوب و مثبت (البته با همان شدت) اثر بیشتری بر احساسات افراد می‌گذارند. بنابراین، به حوادث منفی بیشتر توجه می‌شود و تحقیقات علمی بیشتری برای اجتناب از اثرات منفی شان روی آنها انجام میشود و همین یکی از دلایل بی توجهی به فضایل در حوزه مطالعات سازمانی است. (Shekari, 2012) این تحقیق نشان داد که مولفه های فضیلت سازمانی در شهرداری تهران ۸ مورد می باشد و بر اساس این تحقیق متخصصان مدیریت شهری و منابع انسانی می توانند با تقویت این مولفه ها فضیلت سازمانی را در شهرداری تهران نهادینه و توسعه دهند. ابعاد عبارتند از: ۱- خوشبینی ۲- بخشش ۳- اعتماد ۴- شفقت ۵- صداقت ۶- خودانگیختگی ۷- افتخار ۸- احترام

منابع و مآخذ

- Balliett, E. T & Kelloway, K. (۲۰۱۱). *Virtuous Leaders: Assessing Character Strengths in the Workplace. Canadian Journal of Administrative Sciences.*
- Bernabe, M & Lisbona, A. (۲۰۱۶). *Social Identity and Engagement: An Exploratory Study at university Journal of Work and Organizational Psychology.*
- Blader, L. S & Tyler, R. T. (۲۰۰۹). *Testing and Extending the Group Engagement Model: Linkages between Social Identity, Procedural Justice, Economic Outcomes and Extrarole Behavior Journal of Applied Psychology, 94.*
- Cameron, K & Bright, D. (۲۰۱۶). *Exploring the Relationships between Organizational Virtuousness and Performance Am Behav Sci. ۹۰-۷۶۶:(۶)۴۷,*
- Cameron, S. K. (2003). San Francisco: Berrett Koehler Publishers, Inc, 48-65 *Organizational Virtuousness and Performance.*
- Cameron, S. K., & others. (2004). *Behavior Scientist J, Organizational Virtuousness.*
- Cropanzano, R., & Mitchell, S. M. (2005). *Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. Journal of Management, 31.*
- Feldner, S & others. (۲۰۱۴). *How corporations manage industry and consumer expectations via the CSR report. Public Relat J.*
- Hackett, R & Wang, G. (۲۰۱۲). *Virtues and leadership Manage Decis, ۹۹-۸۶۸:(۵)۵۰.*
- Rego, A & Ribeiro, N. (۲۰۱۱). *How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship J Bus Res. ۳۲-۵۲۴:(۵)۶۴,*
- Rego, A., & Ribeiro, N. (2011). *Journal of Business Research, 64 (5): 524-532. How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Affective Commitment Relationship.*
- Tsachouridi, I., & Nikandrou, I. (2016). *Organizational Virtuousness and Spontaneity: A Social Identity View. Personnel Review.*

Tyler, T. R & Blader, L. S. (۲۰۰۳). The Group Engagement Model: Procedural Justice Social Identity and Cooperative Behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 7.

خشوعی، م. و نوری، ا. (۱۳۹۲). ساختار عاملی فضیلت سازمانی و نقش رفتار شهروندی سازمانی در آن. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی.

مشبکی اصفهان، ی. و رضا یی، ز. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود و تحول.

