

Prediction of Organizational Virtue based on Moral Leadership and Spiritual Intelligence

Zahra Forutani*

Atieh Bohrani**

Abstract

Organizational virtue is recognized as one of the important and new concepts of organization that derived from positive psychology. The present study aims to predict organizational virtue based on ethical leadership and spiritual intelligence. This applied research is descriptive-correlational. Statistical population consisted of employees of Department of Culture and Islamic Guidance, West Azerbaijan Province with higher education degree and data collection tools were three questionnaires: ethical leadership guidelines (Brown et al., 2005), Cameron et al., Organizational virtue questionnaire (2004) and King's Spiritual Intelligence Questionnaire (2008). To analyze the data and test hypotheses, multiple regressions were used simultaneously. The findings of the hypothesis test showed that spiritual intelligence and its dimensions on promoting organizational virtue have a positive, direct and significant effect. Also, the positive, direct and significant impact of ethical leadership and its dimensions on organizational excellence was confirmed. According to the results of the research, spiritual intelligence and ethical leadership account for about 11 and 17 percent of organizational changes, respectively. Based on these results, by increasing the two variables, the prediction of moral leadership and spiritual intelligence and their dimensions, the criterion of organizational excellence will improve.

Keywords: Ethical Leadership, Spiritual Intelligence, Organizational Virtue.

* PhD, Assistant professor, Department of Public Administration, Payam Noor University, Iran, foroutani.dr@gmail.com.

** Assistant professor, Department of Public Administration, Payam Noor University, Iran, bohrani468@gmail.com.

پیش‌بینی فضیلت سازمانی براساس رهبری اخلاقی و هوش معنوی

زهرا فروتنی*

عطیه بحرانی**

چکیده

فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم و جدید سازمانی است که از روان‌شناسی مثبت‌گرا گرفته شده است. پژوهش حاضر با هدف پیش‌بینی فضیلت سازمانی براساس رهبری اخلاقی و هوش معنوی انجام گرفته است. این پژوهش کاربردی از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کارکنان با تحصیلات کارشناسی به بالا در سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان غربی و ابزار گردآوری داده‌ها سه پرسشنامه استاندارد رهبری اخلاقی براون و همکاران (۲۰۰۵)، پرسشنامه فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (۲۰۰۴) و پرسشنامه هوش معنوی کینگ (۲۰۰۸) است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از رگرسیون چندگانه به طور همزمان استفاده شد. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد که هوش معنوی و ابعاد آن بر ارتقای فضیلت سازمانی تأثیر مثبت، مستقیم و معناداری دارد. همچنین تأثیر مثبت، مستقیم و معنادار رهبری اخلاقی و ابعاد آن بر ارتقای فضیلت سازمانی تأیید شد. با توجه به نتایج تحقیق، هوش معنوی و رهبری اخلاقی به ترتیب ۱۱ و ۱۷ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را تبیین می‌کنند. براساس این نتایج می‌توان گفت با افزایش دو متغیر پیش‌بین رهبری اخلاقی و هوش معنوی، متغیر ملاک فضیلت سازمانی ارتقاء می‌یابد.

واژگان کلیدی: رهبری اخلاقی، هوش معنوی، فضیلت سازمانی.

* دکترای مدیریت دولتی و استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

foroutani.dr@gmail.com

** استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

bohrani468@gmail.com

تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۳/۱۲

مقدمه

فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم و جدید سازمانی است که از روان‌شناسی مثبت‌گرا گرفته شده و به‌تازگی به دلیل نقش مؤثر آن در سازمان‌ها و به خصوص تأثیر آن بر عملکرد کارکنان، مورد توجه قرار گرفته است (کامرون^۱ و همکاران، ۲۰۰۴). نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان، بیان‌کننده آن است که سازمان توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیت‌های پرهیزکارانه و فضیلت‌محور در اعضای خود را داراست. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد در سازمان‌ها اشاره دارد و آن دسته از ویژگی‌های سازمانی خاستگاه فضیلت سازمانی هستند که به ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان منجر شوند (رگو^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). در تحقیقات اخیر از نقش فضیلت در حوزه‌های دیگر عملکرد سازمان از قبیل خلاقیت، گردش مالی، کیفیت و سودآوری نیز بحث می‌شود (بارکلی، ۲۰۱۲^۳، ص ۳۳۱). احساس مثبت و ایجاد سرمایه اجتماعی به وسیله فضیلت سازمانی ایجاد و گسترش می‌باید و موجب هم‌افزایی در عملکرد افراد و سازمان‌ها می‌شود (بارکلی، ص ۳۳۲).

رهبری اخلاقی یکی دیگر از مؤلفه‌های پژوهش حاضر است. بی‌تردید رهبری، مهم‌ترین عامل در تداوم حیات و استمرار موفقیت سازمان‌هاست و نقش بسیار مهم و حیاتی در بالندگی و پیشرفت سازمان دارد. در سال‌های اخیر به رهبری اخلاقی از سوی بسیاری از محققان در زمینه رفتار سازمانی و مدیریت توجه شده است. محققان، رهبری اخلاقی را رفتاری می‌دانند که بر ابعاد اخلاقی در روش‌های رهبری تمرکز دارد (والومبوا^۴ و دیگران، ۲۰۱۱). تحقیقات جاری مؤید این مطلب هستند که رهبران اخلاقی به‌عنوان افرادی صادق، قابل اعتماد، نوع دوست و ضابطه‌مند توصیف می‌شوند و تصمیماتی عادلانه و هماهنگ اتخاذ می‌نمایند، همچنین آنها اصول اخلاقی را به‌طور مداوم به کارمندان ابلاغ می‌کنند، معیارهای اخلاقی روشن را تعیین و برای رعایت این معیارها از پاداش و تنبیه استفاده می‌کنند (آوتافی، ۲۰۱۲^۵). از آنجا که رعایت نشدن معیارهای اخلاقی از جنبه‌های مختلف، نگرانی‌های بسیاری را در بخش‌های دولتی به وجود آورده است؛ و از آنجا که رهبری اخلاقی بر ابعاد اخلاقی در روش‌هایی رهبری تمرکز دارد. به دلیل سنجیت این ارزش‌ها با مؤلفه‌های فضیلت سازمانی، می‌توان گفت که رهبری اخلاقی می‌تواند بر ارتقای

1. Cameron

2. Rego

3. Barclay

4. Walumbwa

5. Avatefi

فضیلت سازمانی تأثیر گذار باشد؛ زیرا در این نوع رهبری، ارزش‌های اخلاقی (فضائل) پذیرفته شده برای همه نظیر، عدالت، انصاف، صداقت و درستی محور تمرکز و توجه قرار می‌گیرد. بر این اساس و نظر به لزوم بررسی علمی این موضوع مهم، یکی از اهداف پژوهش حاضر سنجش تأثیر رهبری اخلاقی و ابعاد آن در ارتقای فضیلت سازمانی می‌باشد.

متغیر هوش معنوی سومین متغیر تحقیق ماست. هوش معنوی عبارت است از خودآگاهی عمیقی که در آن فرد هر چه بیشتر از جنبه‌های درونی خود آگاه می‌شود. همچنین توانایی به‌کارگیری و بروز ارزش‌های معنوی است؛ به گونه‌ای که موجب ارتقای کارکرد روزانه و سلامت جسمی و روحی فرد می‌شود. هوش معنوی کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی در جهت حل مسئله در زندگی روزانه و فرایند دستیابی به هدف است (موسوی و طالب‌زاده، ۱۳۹۰). گفته می‌شود هوش معنوی افراد را قادر می‌سازد تا فعالیت‌های خود را در مسیری عمیق و معنادار هدایت کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد، به‌کارگیری الگوهای معنوی و دینی در زندگی روزمره، می‌تواند موجب افزایش سازگاری و بهزیستی شود (ضمیری نژاد و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۵). هوش معنوی جنبه‌های بیرونی هوش را با جنبه‌های درونی معنویت تلفیق می‌کند و ظرفیت خارق‌العاده‌ای در فرد ایجاد می‌کند؛ به گونه‌ای که می‌تواند از معنویت به شکلی کاربردی استفاده کند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۵۴۲). براساس این ویژگی‌ها، به نظر می‌رسد هوش معنوی نیز بتواند بر ارتقای فضیلت سازمانی تأثیرگذار باشد، بر این اساس یکی دیگر از اهداف این تحقیق مطالعه تأثیر هوش معنوی و ابعاد آن بر ارتقای فضیلت سازمانی در جامعه هدف است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رهبری اخلاقی

رهبری اخلاقی،^۱ یکی از رویکردهایی است که در دهه‌های پایانی قرن بیستم میلادی، به طور جدی در ادبیات رهبری و مدیریت وارد شده است. در سازمان‌های نوین، ضرورت توجه به فعالیت‌های سازمانی در چارچوب کدهای اخلاقی با رفتار رهبری اخلاقی آغاز می‌شود (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۶۷-۱۶۸).

رهبری اخلاقی شکلی از رهبری است که نیازمند توسعه و اجرای استانداردهای اخلاقی برای مدیریت رفتارهای کارکنان است. براساس این نوع رهبری، به حقوق و مقام دیگران احترام گذاشته

1. Ethical Leadership

می‌شود (ایلماز و بوکوگلو،^۱ ۲۰۰۸). در این نوع رهبری، ارزش‌های اخلاقی پذیرفته شده برای همه نظیر عدالت، انصاف، صداقت، درستی و راست‌کرداری محور تمرکز و توجه است (گل‌پرور، پاداش و آتش‌پور، ۲۰۰۶). رهبران اخلاقی با الگو بودن، رفتار نوع‌دوستانه را در میان اعضای سازمان رواج می‌دهند (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۲). رهبری اخلاقی، رهبری مبتنی بر رفتارها، تصمیمات و اقدامات اخلاقی بر پایه اصولی نظیر عدالت، انصاف، صداقت، راست‌کرداری و راست‌گفتاری و احترام و ارزش برای شان و وجود کارکنان به‌عنوان انسان و سپس به‌عنوان پیرو در محیط کار و سپس ترویج و اشاعه رفتارها و اقدامات اخلاقی از طریق تصمیم‌گیری، تشویق و ترغیب و در مواقع لزوم تنبیه است (پاداش و گل‌پرور، ۲۰۱۰). رهبری اخلاقی مبتنی بر عدالت و انصاف و تبادل ارتباطی مبتنی بر توجه، مراقبت و احترام به شأن انسانی کارکنان باعث تأثیر بر ادراکات کارکنان می‌شود (عواطفی منفرد و همکاران، ۲۰۱۲). رهبران اخلاقی به کارکنان خود اجازه می‌دهند تا عقایدشان را بیان و در تصمیم‌گیری شرکت کنند، به افکار و عقاید آنان گوش می‌دهند، حس اعتماد را در آنان به وجود می‌آورند و علاقه واقعی به رفاه، آسایش و توسعه کارکنان را به آنان نشان می‌دهند. از پیامدهای رهبری اخلاقی، می‌توان به تصمیم‌گیری اخلاقی، رفتار اجتماعی، کاهش رفتار غیرمولد، نگرش‌های مثبت، رضایت شغلی، انگیزه و تعهد سازمانی پیروان اشاره کرد. کلاشون و دن هارتوگ^۲ (۲۰۱۱) تأکید می‌کنند که رهبران اخلاقی از لحاظ اجتماعی مسئولیت استفاده از قدرت را دارند و رهبری اخلاقی به‌عنوان فرایندی در نظر گرفته می‌شود که بر شیوه مسئولیت اجتماعی فعالیت‌های دیگران در دستیابی به اهداف تأثیر می‌گذارد. آنها انصاف و تسهیم قدرت را به‌عنوان دو بعد رفتاری رهبری اخلاقی شناسایی کردند. برخی از محققان، به رهبری اخلاقی از دیدگاه یادگیری اجتماعی توجه می‌کنند و بر این باورند که پیروان از طریق تقلید و یادگیری‌های مشاهده‌ای رفتار رهبرانشان از آنها پیروی می‌کنند. افزون بر رویکرد یادگیری اجتماعی، برخی دیگر از محققان، رهبری اخلاقی را از دیدگاه مبادله اجتماعی بررسی کرده و بیشتر بر هنجار روابط متقابل تأکید می‌کنند و بر این باورند که پیروان تمایل دارند هنگامی که با آنها منصفانه رفتار شده و رهبران شان به آنها اهمیت می‌دهند، روابط متقابل ایجاد کنند. هر دو رویکرد به درک واکنش افراد به رفتار رهبری اخلاقی کمک می‌کند (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۶۸-۱۷۱). تروینو، هارتمن و براون^۳ معتقد بودند که یک

1. Yilmaz & Bokeoglu

2. Kalshoven & Den Hartog

3. Trevino, Hartman & Brown

مدیر باید هم نقش اخلاقی خود را در تعامل با دیگران (جنبه مدیریتی) و هم خصایص شخصی اخلاقی را (جنبه فردی) مورد توجه قرار دهد. جنبه فردی (فرد اخلاقی) دلالت بر داشتن ویژگی‌های خوب از قبیل صداقت و اعتماد دارد. یعنی اینکه برای کارکنانش رفاه و شادکامی ایجاد کنند. از طرف دیگر در جنبه مدیریتی (مدیر اخلاقی)، رهبری تمایل دارد دیگران را به رعایت اصول اخلاقی هدایت کند و بر کارکنان برای اینکه بفهمند چه انتظاری از آنها می‌رود نظارت می‌کند و پاسخگویی را در سازمان اجرا می‌کند (حضرتی و معمارزاده تهران، ۱۳۹۳، ص ۶۴). مدیر اخلاقی و فرد اخلاقی دو بعد متغیر رهبری اخلاقی هستند.

رهبری اخلاقی در نظریه‌های رهبری اسلامی براساس تعریف صحیح از اخلاق، فرایندی است که براساس آن مدیر با نگاهی خیراندیشانه، خوش بینانه و مثبت به تمامی ذی حقان به شناسایی و رتبه‌بندی حقوق تمامی آنان می‌پردازد و با استفاده از رویکرد ارتباطی قاطعانه، تمامی وظایف رایج مدیریت را با رعایت اصل حق تقدم تزکیه، تعلیم و تربیت و براساس سند جامع اخلاقی به اجرا در می‌آورد. برخی گفتمان اسلامی را برپایه چندین ارزش متعالی معرفی کرده‌اند که بر روش زندگی، اندیشه و عمل افراد حاکمیت دارد. این ارزش‌های متعالی عبارت است از: برابری و عدالت اجتماعی؛ عدالت؛ رأفت و شفقت؛ درستکاری و اعتقاد صحیح؛ خودکنترلی؛ احترام به مالکیت شخصی؛ رشد شخصی از طریق آموختن مداوم (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲). در فرهنگ مدیریت اسلامی توجه به نیازهای اولیه مردم (و در اینجا کارکنان) به‌عنوان یک ارزش مطرح بوده و هست. مدیر در کنار تحقق معیارهای ارزشی سنتی نظیر کارایی، اثربخشی، صرفه‌جویی و بهره‌وری، باید ارزش‌های متعالی نظیر حق‌گرایی، عدالت‌جویی، پرهیز از اعمال تبعیض، پاسخگویی، امانتداری، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی و... را نیز مدنظر قرار دهد (فروتسی و بحرانی، ۱۳۸۷، ص ۶۷). محققان به این نتیجه رسیده‌اند که رهبری اخلاقی بر نگرش‌های مثبت کارکنان همچون تعهد سازمانی و خشنودی شغلی اثر می‌گذارد و باعث افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان می‌شود (بهارلو و همکاران، ۱۳۹۴). نتایج دیگر تحقیقات انجام شده رابطه مثبت و معنادار بین رهبری اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی (حسینی، ۱۳۹۶)؛ رهبری اخلاقی مدیران با عملکرد کارکنان (میرکمالی، ۱۳۹۵)؛ رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ رهبری اخلاقی با آوای کارکنان (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۴) و رهبری اخلاقی با خلاقیت (ایلماز، ۲۰۱۰) را تأیید کرد.

هوش معنوی

یکی از جنبه‌های مهم هوش، هوش معنوی است. هوش معنوی تصور کامل هوش انسانی است که ظرفیت‌های سازگاری روانی فرد را افزایش می‌دهد و قادر است هوشیاری یا احساس پیوند با یک قدرت برتر یا یک وجود مقدس را تسهیل کند (دهقانی و فضل الهی قمشی، ۱۳۹۴، ص ۱۰۶). از دیدگاه ایمونز^۱ هوش معنوی، کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی در جهت حل مسئله در زندگی روزانه و فرایند دستیابی به هدف است. هوش معنوی عبارت است از خودآگاهی عمیقی که در آن فرد هر چه بیشتر از جنبه‌های درونی خود آگاه می‌شود. همچنین توانایی به‌کارگیری و بروز ارزش‌های معنوی است؛ به گونه‌ای که موجب ارتقای کارکرد روزانه و سلامت جسمی و روحی فرد می‌شود (موسوی و همکاران، ۱۳۹۰). سیسک^۲ استفاده از شناخت درونی، جستجو در جهت فهم خویش، استفاده از شهود، حساسیت به مسائل اجتماعی و اهداف زندگی، دغدغه نسبت به بی‌عدالتی، لذت بردن از پرسش‌های بزرگ، کنجکاوی بودن در رابطه با اینکه جهان چگونه کار می‌کند، استفاده از تجسم و تصور فکری، مصلح بودن و تلاش برای فهم خویش را جزو ویژگی‌های هوش معنوی می‌شمارد (سیسک، ۲۰۰۸، ص ۲۷). به نظر می‌رسد هوش معنوی از روابط فیزیکی و شناختی فرد با محیط پیرامون خود فراتر رفته و وارد حیطه شهودی و متعالی دیدگاه فرد به زندگی خود می‌گردد. این دیدگاه شامل همه رویدادها و تجارب فرد می‌شود که تحت تأثیر یک نگاه کلی قرار گرفته‌اند. فرد می‌تواند از این هوش برای چارچوب‌دهی و تفسیر مجدد تجارب خود بهره‌گیرد. این فرایند قادر است از لحاظ پدیدارشناختی به رویدادها و تجارب فرد معنا و ارزش شخصی بیشتری بدهد (نازل، ۲۰۰۴، ص ۵۷). هوش معنوی جنبه‌های بیرونی هوش را با جنبه‌های درونی معنویت تلفیق می‌کند و ظرفیت خارق‌العاده‌ای در فرد ایجاد می‌کند؛ به گونه‌ای که می‌تواند از معنویت به شکلی کاربردی استفاده کند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۵۴۲). همچنین هوش معنوی می‌تواند رابطه یک فرد با خودش و با دیگران یا جهان بزرگتر، در فعالیت‌های روزمره را عمیق‌تر تر و به شکلی مستقیم، هوشیارانه و ارادی به رشد روانشناختی فرد کمک کند. این موضوع، مستلزم پذیرش مسئولیت خویش، درس گرفتن از اشتباه‌های فردی، توانایی بخشیدن و بخشیده شدن و تعهد به تصمیم‌های دخیل در بهزیستی افراد است (پاک‌نیت و جاویدی، ۱۳۹۵، ص ۲۲). هوش معنوی با زندگی درونی ذهن و نفس و ارتباط آن با جهان رابطه دارد و ظرفیت فهم عمیق سؤالات وجودی و بینش نسبت به سطوح چندگانه هوشیاری را شامل می‌شود... بنابراین هوش معنوی چیزی بیش از توانایی ذهنی فردی است و فرد را به ماوراء فرد و به روح،

1. Emmons

2. Sisk

مرتبط می‌کند. افزون بر این، هوش معنوی فراتر از رشد روانشناختی متعارف است. بدین جهت خودآگاهی شامل آگاهی از رابطه با موجود متعالی، افراد دیگر، زمین و همه موجودات دیگر می‌شود (وگان، ۲۰۰۳، ص ۴۵). یونگ^۱ معتقد است که در بسیاری از افراد پس از ۳۵ سالگی تغییرات عمده‌ای در ناخودآگاه صورت می‌گیرد که ممکن است در روند معنویت و هوش معنوی تأثیرگذار باشند. همچنین بعضی از محققان، از جمله یونگ، معتقدند که در زنان این تحول متفاوت از مردان صورت می‌گیرد (آمرام، ۲۰۰۵، ص ۶۳).

مصادیق هوش معنوی در آموزه‌های اسلام نیز بیشتر با مفاهیم و مصادیقی همخوانی دارد که بیانگر عنصر "توانایی" و در عین حال، عنصر "ارزشی و معنوی" است که "عقل" و "معنویت" را توحید بخشیده، در قالب هوش معنوی تجلی یافته است (سهرابی، ۱۳۹۶، ص ۵۰) می‌توان گفت هوش معنوی که در قرآن در مورد صاحبان آن صفت اولوالالباب به کار رفته، فهم مسائل دینی و استنباط‌های درست فقهاتی را تسهیل می‌کند. مضاف بر اینکه می‌تواند در فهم مسائل اخلاقی و ارزش آنها به افراد یاری نماید؛ موجب می‌شود افراد به جوهره حقیقت پی ببرند و از پرده‌های اوهم عبور کنند (غباری بناب و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۱۳۷). نوبل و وگان مؤلفه‌های هشت‌گانه درستی و صراحت، تمامیت، تواضع، مهربانی، سخاوت، تحمل، مقاومت و پایداری و تمایل به برطرف کردن نیازهای دیگران را نشان دهنده هوش معنوی رشدیافته می‌دانند (نازل، ۲۰۰۴، ص ۸۴). می‌توان گفت فردی با هوش معنوی بالا، نگاهش به مردم به‌عنوان بندگان خدا، نگاهی سرشار از احترام است و ملاکش در برتری افراد، جایگاه اجتماعی افراد نیست، بلکه تقوا را ملاک انتخاب انسان‌ها در پیشگاه خدای متعال می‌داند (خلیلی حسین آبادی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۶۲). کینگ (۲۰۰۸) هوش معنوی را مجموعه‌ای از ظرفیت‌های ذهنی تعریف کرده که به هوشیاری، یکپارچگی و کاربرد انطباقی جنبه‌های معنوی و جهان مافوق وجودی شخص، کمک کرده و منجر به خروجی‌هایی مثل تفکر وجودی عمیق، افزایش معنا، شناسایی عالم مافوق و سلطه حالت‌های معنوی می‌شود. مدل هوش معنوی کینگ (۲۰۰۸) دارای چهار مؤلفه است که در تحقیق حاضر برای سنجش هوش معنوی از این مدل و ابعاد آن استفاده شده است:

- تفکر وجودی انتقادی:^۲ ظرفیت فکر کردن به صورت انتقادی در مورد ماهیت هستی،

واقعیت، جهان، فضا، زمان، مرگ و دیگر موضوعات وجودی یا متافیزیکی.

- ایجاد معنای شخصی:^۳ مفهوم شخصی به صورت، توانایی ایجاد مفهوم و هدف شخصی در

تمامی تجارب فیزیکی و ذهنی، شامل ظرفیت خلق و تسلط بر یک هدف زندگی تعریف شده

1. Young

2. Critical Existential Thinking

3. Personal Meaning Production

است. «داشتن یک هدف در زندگی، داشتن درک درستی از مسیر، درک نظم و ترتیب و دلیلی برای موجودیت».

- آگاهی متعالی: ^۱ یعنی ظرفیت شناخت و درک ابعاد برتر خود، دیگران و جهان مادی. تعالی نیز به «فراتر رفتن از تجارب معمولی و مادی انسان» یا «وجودی که جدا از دنیای مادی است و در معرض محدودیت دنیای مادی قرار نمی‌گیرد» اشاره دارد.

- گسترش خودآگاهی: ^۲ توانایی ورود به مراحل بالاتر هوشیاری از جمله هوشیاری خالص، کیهانی، وحدت و یگانگی. بین آگاهی و هوشیاری تفاوت هست. هوشیاری حالت پیچیده‌تری دارد و آگاهی الگو یافته در ساختار مغز می‌باشد.

به نظر کینگ هوش معنوی به دلیل پیوندش با معنا، ارزش و پرورش تخیل می‌تواند به انسان توان تغییر و تحول بدهد. فردی با هوش معنوی بالا دارای انعطاف و ظرفیت بالایی برای روبه‌رو شدن با دشواری‌ها و سختی‌ها و حتی فراتر از آن، ظرفیتی برای الهام و شهود، نگرش کلی‌نگر به جهان هستی و جستجوی پاسخ برای پرسش‌های بنیادی زندگی و نقد سنت‌ها و آداب و رسوم است (کینگ، ۲۰۰۸، ص ۵۷-۷۳). نتایج تحقیقات نشان می‌دهند که بین هوش معنوی با رفتار شهروندی سازمانی و سلامت سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (پاک‌نیت و جاویدی، ۱۳۹۵). نتایج پژوهش گارسیا-زامور ^۳ (۲۰۰۳) نشان داد که هوش معنوی و تجربه معنوی عمیق کارکنان سازمان، شغل و کار آنان را معنادار می‌کند و مسئولیت شخصی آنان را نسبت به حرفه خود بالا می‌برد. ابوالانین ^۴ (۲۰۰۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که دیانت و پایداری روانی دو متغیر بسیار تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی هستند. نتایج دیگر پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهند بین هوش معنوی با رفتار شهروندی سازمانی همبستگی مثبت و معنا داری وجود دارد و مؤلفه‌های هوش معنوی (تفکر انتقادی وجودی، آگاهی متعالی، معنا سازی شخصی و گسترش خودآگاهی) می‌توانند مؤلفه نوع دوستی و وظیفه‌شناسی را تبیین و مؤلفه‌های تفکر انتقادی وجودی، آگاهی متعالی و معنا سازی شخصی می‌توانند مؤلفه احترام و رفتار شهروندی سازمانی را پیش‌بینی کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۰). کردنائیج، و همکاران (۱۳۹۱) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین هوش معنوی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج

1. Transcendental Awareness

2. Conscious State Expansion

3. Garcia - Zamor

4. AbuElanain

پژوهش موحدی و همکاران (۱۳۹۲) نیز رابطه معنا دار و مثبت هوش معنوی با رفتار شهروندی و سلامت عمومی را تأیید کرد (به نقل از پاک نیت و جاویدی، ۱۳۹۵، ص ۲۱-۲۲).

فضیلت سازمانی

با آغاز قرن بیست و یکم، سازمان‌ها گرایش بیشتری به سمت فضائل اخلاقی و انسانی پیدا کرده‌اند و از طریق تأکید بر این فضائل می‌کوشند تا خلأهای معنوی، اخلاقی و عاطفی کارکنان خود را برطرف سازند. این تأکید در مطالعات جدید سازمانی موجب ایجاد مفهوم جدیدی به نام سازمان‌های فضیلت‌گرا شده است (کمرون، ۲۰۱۰). فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم و جدید سازمانی است که از روانشناسی مثبت‌گرا گرفته شده و به تازگی به دلیل نقش مؤثر آن در سازمان‌ها و به خصوص تأثیر آن بر روی عملکرد کارکنان، مورد توجه واقع شده است (کمرون و همکاران، ۲۰۰۴). فضیلت سازمانی به معنی ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها و تمایلات متعالی از قبیل خوش‌بینی، اعتماد، همدردی و انسجام در سطح فردی و جمعی در سازمان است (ریگو و همکاران، ۲۰۱۱). هیسل^۱ فضیلت سازمانی را در نظر گرفتن اخلاقیات به‌عنوان اصلی اساسی در روابط با نهادهای دیگر، مقدم شمردن اهداف جامعه بر اهداف سازمانی و اهمیت دادن به پیامدهای اجتماعی کارها تعریف کرده است (هیسل، ۲۰۱۳). از نظر کمرون، فضیلت سازمانی به‌کارگیری، حمایت، رشد، توسعه و تداوم عادت‌ها، تمایلات و فعالیت‌هایی نظیر نوع‌دوستی، امانت و درستی، گذشت و اعتماد، هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی اشاره دارد (کمرون، ۲۰۱۰، ص ۴۷). بر این اساس، سازمان‌های فضیلت‌محور به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که براساس فضیلت‌ها و شایستگی‌های اخلاقی شکل می‌گیرند و مدیران و کارکنان آن، انسان‌های فضیلت‌مدار هستند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴). رگو و همکاران معتقدند، فضیلت با شکوفایی فردی، شخصیت اخلاقی، قدرت خودکنترلی، انعطاف‌پذیری، اهداف معنا دار و اصول متعالی ارتباط دارد (رگو و همکاران، ۲۰۱۱) و دنهارت (۱۹۹۱) معتقد است فضیلت باید به‌عنوان مبنای اخلاقیات در خدمات دولتی باشد. فضائل، بیانگر ویژگی‌هایی اخلاقی هستند که به‌عنوان عامل انگیزاننده، راهنما و تصحیح‌کننده رفتارهای اخلاقی در مسیر دستیابی به هدف در نظر گرفته می‌شوند (سادلر-اسمیت، ۲۰۱۳)^۲. فضیلت سازمانی، نقش بسزایی در ایجاد عشق، همدلی، توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها، سلامت، شادمانی

1. Hessel

2. Sadler-Smith

و انعطاف‌پذیری در برابر سختی‌ها دارد. برخی از این موارد مانند توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها و انعطاف‌پذیری در برابر سختی‌ها از جمله مؤلفه‌های شجاعت اخلاقی حرفه‌ای هستند (خشوعی، ۱۳۹۳). بر این اساس سازمان فضیلت‌محور سازمانی است که به فضایل توجه دارد و آنها را در خود نهادینه می‌کند. سازمان فضیلت‌محور روی فعالیت‌های شرافتمندانه و وارسته تمرکز دارد. ایجاد یک سازمان فضیلت‌محور مستلزم این است که مدیران و کارکنان به یکدیگر احترام بگذارند، با کارکنان به خوبی رفتار شود و عدالت رعایت شود. این امور همه موجب تعهد و مسئولیت‌پذیری و انعطاف‌پذیری بیشتر کارکنان می‌شود (لاولر، ۲۰۰۴). سازمان فضیلت‌محور از منابعی که از محیط می‌گیرد، به صورت بهینه استفاده می‌کند (شکاری و جلالیان، ۱۳۹۴). در مطالعات متعددی، رابطه معنادار فضیلت سازمانی با عملکرد شغلی (کامرون و دیگران، ۲۰۰۴)، ویژگی‌های اخلاقی (چوان، ۲۰۰۵) و رفتار مدنی سازمانی (ریگو^۱ و همکاران، ۲۰۱۱) گزارش شده است (به نقل از نیک پی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۳۷). همچنین نتایج ضریب همبستگی نشان داد بین ابعاد فضیلت سازمانی (خوشبینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش) و سلامت سازمانی رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. نتایج پژوهش فرناندو و ال مدیا (۲۰۱۲) نشان داد، بین فضیلت سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و متغیر فضیلت سازمانی بیش از متوسط می‌تواند متغیر مسئولیت اجتماعی سازمان را تبیین کند. نتایج تحقیقات ریگو و همکارانش (۲۰۱۱) رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی و نیز رابطه بین فضیلت سازمانی و تعهد سازمانی را با میانجیگری متغیر شادکامی تأیید کرد. همچنین در تحقیقات حسن زاده و همکاران (۱۳۹۳) رابطه مثبت و معنادار بین فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی کارکنان تأیید شد. ریگو و ریبرو (۲۰۰۹)، در تحقیق خود با عنوان «رابطه فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی» دریافتند که بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد به طوری که پرورش فضیلت سازمانی (از طریق صداقت، احترام بین فردی، شفقت، ترکیب استانداردهای بالای عملکرد با توجه به فرهنگ بخشش و یادگیری از اشتباهات) موجب بروز رفتار شهروندی و در نتیجه بهبود و ارتقای سلامت عاطفی کارکنان و ترویج تعهد در نیروی کار و آمادگی برای تغییر و سازگاری و انعطاف‌پذیری می‌شود.

ریگو و همکاران (۲۰۱۱) یک مدل پنج‌عاملی از فضیلت سازمانی، شامل خوش‌بینی، بخشش، اعتماد، شفقت و صداقت را ارائه کرده‌اند. خوش‌بینی سازمانی به این معنی است که اعضای سازمان معتقدند که در انجام دادن مطلوب کارها موفق خواهند شد، حتی زمانی که با

چالش‌های عمده رو به رو شوند. بخشش سازمانی به این معنی است که اشتباهات خیلی سریع بخشیده می‌شوند و به‌عنوان فرصتی برای یادگیری در زمینه‌ای با استانداردهای بالای عملکرد مورد استفاده قرار می‌گیرند. اعتماد سازمانی نشانگر این است که تواضع، توجه و احترام بر سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبرانشان اعتماد دارند. شفقت سازمانی به این معنی است که افراد در زمینه مراقبت از همدیگر و فعالیت‌های دلسوزانه و دلواپسانه مشترک هستند. صداقت سازمانی بیانگر این است که صداقت، امانت و احترام در سازمان فراوان و رایج است (نیک پی و ملکیان مفرد، ۱۳۹۵، ص ۱۱۱). سایر محققان نیز جنبه‌های مختلفی برای فضیلت سازمانی مطرح کرده‌اند؛ اما شناخته شده‌ترین مدل در این خصوص، نظریه کمرون و همکاران (۲۰۰۴) است که شباهت زیادی به مدل یادشده دارد. از نظر آنها، فضیلت سازمانی دارای ابعاد زیر است:

۱. خوش‌بینی سازمانی: به معنی حس کردن هدف ژرف و عمیقی است که رفتار و واکنش‌ها را هدایت می‌کند و کارکنان براساس این احساس مثبت، انتظار موفقیت و عملکرد خوب سازمان در مواجهه با چالش‌ها را دارند؛
 ۲. اعتماد سازمانی: به معنای حاکم بودن احترام و توجه مدیران به کارکنان در سازمان است؛
 ۳. همدردی سازمانی: به این معناست که کارکنان به یکدیگر توجه دارند و ابراز همدردی در بین آنها وجود دارد؛
 ۴. انسجام سازمانی: انسجام یک فرایند پویاست که منعکس‌کننده گرایش یک گروه در یکپارچگی و کنار هم ماندن برای دستیابی به اهداف و مقاصد مشترک است؛
 ۵. بخشش سازمانی: به این معناست که اشتباهات، صادقانه با عذرخواهی پذیرفته می‌شود و به‌عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری در زمینه استانداردهای بالای عملکرد به آن نگریسته می‌شود (کمرون و همکاران، ۲۰۰۴).
- در تحقیق حاضر از مؤلفه‌های این مدل برای سنجش متغیر فضیلت سازمانی استفاده شده است.

پیشینه تجربی پژوهش

بررسی پیشینه تحقیقات در مورد دو متغیر رفتار اخلاقی و فضیلت سازمانی نشان می‌دهد که نتایج تحقیق نیک پی و ملکیان مفرد (۱۳۹۵) با عنوان "تأثیر رهبری اخلاقی مدیران مدارس بر فضیلت سازمانی معلمان با میانجی‌گری اعتماد و تعهد سازمانی" نشان می‌دهد که بین رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی رابطه معنادار وجود دارد و این رابطه با میانجی‌گری اعتماد و تعهد سازمانی شدت می‌یابد. نتایج تحقیق بهزادی و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان "رابطه بین وجدانی بودن، جو

اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی " نشان داد که رهبری اخلاقی، جو اخلاقی، ویژگی شخصیتی و وجدانی بودن به ترتیب در تبیین واریانس فضیلت سازمانی بیشترین نقش را ایفا می‌کنند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که؛ هم ویژگی‌های شخصیتی و هم عوامل محیطی پیش‌بینی کننده خوبی برای شکل‌گیری فضیلت سازمانی هستند. همچنین بررسی تحقیقات در مورد رابطه هوش معنوی با فضیلت سازمانی نشان می‌دهد که نتایج تحقیق تابلوی و همکاران (۱۳۹۶) حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین این دو متغیر است. نتایج دیگر تحقیقات حاکی است که هوش معنوی رابطه بین فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی را تعدیل می‌کند. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد دو بعد هوش معنوی (تفکر وجودی عمیق و افزایش معنی) رابطه بین فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی را تعدیل نمی‌کند و معنادار نیست و دو بعد دیگر هوش معنوی (شناسایی عالم مافوق و توسعه حالت آگاهی) رابطه بین فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی را تعدیل می‌کند و رابطه معناداری دارد (مرادی و ذبیحی، ۱۳۹۷).

مشاهده می‌شود که در خصوص تأثیر متغیرهای رفتار اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آن‌ها بر فضیلت سازمانی تحقیقات چندانی صورت نگرفته است و اندک تحقیقات انجام شده نیز هیچکدام در قلمرو مکانی تحقیق یعنی سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی که متولی فرهنگی کشور می‌باشد، انجام نشده و نیز هر سه متغیر تحقیق به طور همزمان مورد مطالعه قرار نگرفته است و بر این اساس این تحقیق از تازگی و نوآوری برخوردار است.

روش‌شناسی پژوهش

هدف پژوهش حاضر سنجش نقش رهبری اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آنها در ارتقای فضیلت سازمانی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است؛ چون از نتایج آن می‌توان به منظور اعتلای مؤلفه‌های هوش معنوی، فضیلت سازمانی و رفتار اخلاقی در سازمان بهره‌برد و از لحاظ ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی-تحلیلی و از لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها، تحقیقی پیمایشی از نوع مقطعی است. در فرآیند تحقیق از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل همه کارکنان با تحصیلات کارشناسی به بالا در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان غربی به تعداد ۷۰ نفر و تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان ۶۰ نفر است که با توجه به احتمال ریزش پاسخگویان تعداد ۶۵ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند؛ ولی تعداد ۵۰ پرسشنامه عودت داده شد. جهت سنجش متغیرها از سه پرسشنامه استاندارد استفاده شد. برای سنجش متغیر رهبری اخلاقی مدیران از پرسشنامه براون و همکاران (۲۰۰۵)

استفاده شد. این پرسشنامه پیش‌تر توسط اسماعیلی راد (۱۳۹۲) بومی‌سازی شده و روایی و پایایی آن تأیید شده است. این پرسشنامه دو بعد مدیر اخلاقی و فرد اخلاقی را می‌سنجد. برای سنجش فضیلت سازمانی از پرسشنامه استاندارد فضیلت سازمانی کمرون و همکاران (۲۰۰۴) استفاده شد که دارای ۱۵ گویه است. مدل فضیلت سازمانی آنها با پنج مؤلفه (خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش) به دلیل اعتبار و شناخته شده بودن، در بیشتر تحقیقات معتبر داخلی و خارجی مورد استفاده قرار گرفته و روایی و پایایی آنها تأیید شده است. برای سنجش هوش معنوی نیز از پرسشنامه استاندارد هوش معنوی کینگ (۲۰۰۸) استفاده شد که روایی و پایایی این پرسشنامه نیز بارها در تحقیقات مختلف مورد تأیید قرار گرفته است. این پرسشنامه دارای ۲۴ گویه است و چهار زیر مقیاس دارد: تفکر وجودی انتقادی، تولید معنای شخصی، آگاهی متعالی و گسترش خودآگاهی. هر چه فرد نمره بالاتری در این پرسشنامه بگیرد، دارای هوش معنوی بیشتری است. برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و با توجه به نرمال بودن داده‌ها برای آزمون فرضیه‌ها و سنجش میزان تأثیر متغیرهای پیش‌بین (رهبری اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آنها) بر متغیر ملاک (فضیلت سازمانی) از رگرسیون چندگانه به صورت همزمان استفاده شد. براساس اهداف تحقیق، فرضیه‌های زیر تدوین و سپس مدل مفهومی تحقیق (شکل ۱) طراحی شد.

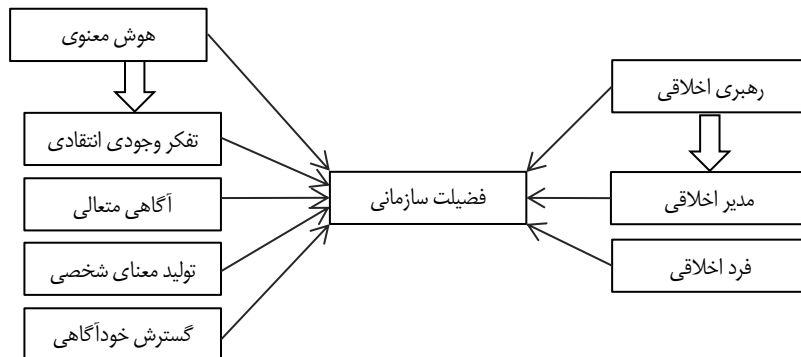
فرضیه اصلی

هوش معنوی و رهبری اخلاقی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند.

فرضیه‌های فرعی

۱. ابعاد هوش معنوی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند.

۲. ابعاد رهبری اخلاقی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

بررسی نرمال بودن داده‌ها

برای اجرای روش‌های آماری مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش؛ مهم‌ترین عمل پیش از هر اقدامی انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است. برای نیل به این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. برای همین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شد. نحوه داوری با توجه به جدول ۱ بدین صورت است که اگر سطح معناداری (sig) برای همه متغیرها بزرگ‌تر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد، توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود.

جدول ۱: خروجی آزمون کلموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

متغیر	هوش معنوی	رفتار اخلاقی	فضیلت سازمانی
حجم نمونه	۵۰	۵۰	۵۰
پارامترهای توزیع نرمال	میانگین	۳/۴۷	۳/۴۱
	انحراف معیار	۰/۸۸	۰/۹۲
آماره آزمون اسمیرنوف-کلموگروف	۰/۲۴	۰/۳۵	۰/۳۲
سطح معنی‌داری آزمون	۰/۲۳	۰/۱۲	۰/۱۴
نتیجه آزمون	نرمال است	نرمال است	نرمال است

با توجه به اطلاعات جدول ۱ هر سه متغیر تحقیق با توجه به نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنوف دارای توزیع نرمال می‌باشند؛ چون سطح معناداری به دست آمده از این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اصلی: هوش معنوی و رهبری اخلاقی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند.
برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از رگرسیون چندگانه استفاده شد.

جدول ۲: خروجی آزمون فرضیه اصلی

sig	T	ضرایب غیر استاندارد		متغیرها	
		Beta	Std.error		
۰/۰۰۰	۸/۷۸۴		۵/۲۰۹	۴۵/۷۵۴	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۹/۰۹	۰/۶۸۱	۰/۰۱۱	۰/۱۰۹	هوش معنوی
۰/۰۰۳	۲/۰۳۹	۰/۷۳۲	۰/۰۸۵	۰/۱۷۴	رهبری اخلاقی

با توجه به اینکه در این آزمون سطح معنی داری (sig کمتر از ۰/۰۱) درصد است و مقدار آماره T برای متغیر هوش معنوی (۹/۰۹) و رهبری اخلاقی (۲/۰۳۹) بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. یعنی متغیرهای مستقل هوش معنوی و رهبری اخلاقی بر متغیر وابسته فضیلت سازمانی مؤثرند. با توجه به مقادیر sig (کمتر از ۰/۰۱) و مثبت بودن ضرایب T، می‌توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد، تأثیر هوش معنوی و رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی مثبت و معنادار است. به عبارت دیگر هر دو متغیر مستقل تحقیق بر ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند. با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه، هوش معنوی و رهبری اخلاقی به ترتیب حدود ۱۱ و ۱۷ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را تبیین می‌کنند. مدل رگرسیون برآورد شده عبارتند از:

$$y = 45.75 + 0.109x_1 + 0.174x_2$$

آزمون فرضیه‌های فرعی

۱) ابعاد هوش معنوی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثر است.
با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه و وارد کردن همزمان ابعاد هوش معنوی در مدل پیش‌بینی نتایج فضیلت سازمانی، تأثیر همزمان ابعاد فوق برآورد می‌شود.

جدول ۳: خروجی آزمون فرضیه فرعی اول

sig	T	ضرایب غیر استاندارد		ابعاد هوش معنوی	
		Beta	Std.error		
۰/۰۰۰	۱۵/۰۵۳	-	۳/۶۶۶	۵۵/۱۸۷	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۶/۷۲۸	۰/۳۶۴	۱/۲۵۶	۸/۴۵۱	تفکر انتقادی وجودی
۰/۰۰۰	۵/۹۸۵	۰/۵۴۸	۱/۱۵۵	۶/۹۱۱	تولید معنای شخصی
۰/۰۰۲	۲/۲۰۵	۰/۲۸۳	۱/۶۰۳	۳/۵۳۴	آگاهی متعالی
۰/۰۰۱	۳/۶۱۷	۰/۴۱۲	۱/۲۵۴	۴/۵۳۶	گسترش خودآگاهی

با توجه به اطلاعات جدول ۳، مقدار آماره T برای ابعاد متغیر هوش معنوی بیشتر از $1/96$ و مثبت است، بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. با توجه به مقدار sig (کمتر از $0/01$) و اندازه آماره آزمون می‌توان نتیجه گرفت با اطمینان ۹۹ درصد، مدل رگرسیونی معنی‌دار است و همه ابعاد هوش معنوی بر ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند. براساس نتایج به‌دست آمده، تفکر انتقادی وجودی ($B=8/451$) و تولید معنای شخصی ($B=6/911$) به ترتیب بیشترین تأثیر را بر فضیلت سازمانی دارند.

(۲) ابعاد رهبری اخلاقی در ارتقای فضیلت سازمانی مؤثر است.

جدول ۴: خروجی آزمون فرضیه فرعی دوم

sig	T	ضرایب غیر استاندارد			متغیر
		ضرایب استاندارد Beta	Std.error	B	
۰/۰۰۰	۱۶/۶۵۳		۳/۴۱۷	۵۶/۹۲۴	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۰/۹۳۲	۰/۰۷۵	۰/۷۴۰	۰/۷۰۸	فرد اخلاقی
۰/۰۰۰	۴/۲۹۴	۰/۳۴۴	۰/۹۷۳	۴/۱۷۸	مدیر اخلاقی

با توجه به اینکه در این آزمون سطح معناداری sig کمتر از $0/01$ درصد و مقدار آماره T متغیرها بیشتر از $1/96$ و مثبت است، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که ابعاد رهبری اخلاقی بر ارتقای فضیلت سازمانی مؤثرند. براساس نتایج به‌دست آمده، مدیر اخلاقی ($B=4/178$) بیشترین تأثیر را بر فضیلت سازمانی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر سنجش نقش رهبری اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آن‌ها بر ارتقای فضیلت سازمانی بود.

طبق یافته‌های جمعیت‌شناختی تحقیق، اکثر افراد مورد مطالعه مرد، متأهل، دارای مدرک لیسانس، دارای سن ۳۰-۴۰ سال و دارای سنوات خدمت بین ۱۰ تا ۲۰ سال بودند.

بر اساس نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق، تأثیر متغیر پیش‌بین رهبری اخلاقی بر متغیر ملاک فضیلت سازمانی مثبت و معنادار است. مقدار این تأثیر برابر با ($B=0/174$)؛ یعنی رهبری اخلاقی حدود ۱۷ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را تبیین می‌کند. این نتایج با نتایج تحقیقات نیک پی و ملکیان مفرد (۱۳۹۵)؛ بهزادی و همکاران (۱۳۹۴)؛ همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نیز حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی است.

همچنین نتایج تحقیقات شین (۲۰۱۴) نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی مدیران ارشد به طور قابل توجهی پیش‌بینی‌کننده جو اخلاقی است.

همچنین براساس نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق، تأثیر متغیر پیش‌بین هوش معنوی بر متغیر ملاک فضیلت سازمانی مثبت و معنادار است. مقدار این تأثیر برابر با $(B = 0/109)$ ؛ یعنی هوش معنوی حدود ۱۱ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را تبیین می‌کند. این نتایج با نتایج تحقیقات تابلی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد و یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کند. نتایج تحقیق آنها نیز حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر هوش معنوی و فضیلت سازمانی است. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق را نیز تأیید کرد.

براساس این یافته‌ها، همه ابعاد هوش معنوی بر فضیلت سازمانی تأثیر دارند و میزان این تأثیر برابر است با:

تفکر وجودی انتقادی $(B = 8/451)$ ، تولید معنای شخصی $(B = 6/911)$ ، آگاهی متعالی $(B = 3/534)$ و گسترش خودآگاهی $(B = 4/536)$ واحد. در این میان میزان تأثیر متغیر تفکر وجودی انتقادی با $8/451$ واحد، بیش از سایر ابعاد هوش معنوی است.

نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم تحقیق را نیز تأیید کرد.

براساس این یافته‌ها، هر دو بعد رهبری اخلاقی، یعنی مدیر اخلاقی و فرد اخلاقی بر فضیلت سازمانی تأثیر دارند و میزان این تأثیر برابر است با: مدیر اخلاقی $(B = 4/178)$ و فرد اخلاقی $(B = 0/708)$. در این میان میزان تأثیر متغیر مدیر اخلاقی بیش از فرد اخلاقی است. علت این امر می‌تواند ناشی از این باشد که طبق تعریف، رهبری اخلاقی در جنبه مدیریتی (مدیر اخلاقی)، افزون بر رفتار اخلاقی خود، تمایل دارد کارکنان را نیز به سوی رعایت اصول اخلاقی هدایت کند و پاسخگویی را در سازمان اجرا می‌کند.

بدین ترتیب براساس یافته‌های تحقیق، تأثیر مثبت، مستقیم و معنادار رهبری اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آنها بر فضیلت سازمانی تأیید شد. این بدان مفهوم است که با افزایش دو متغیر پیش‌بین رهبری اخلاقی و هوش معنوی و ابعاد آنها؛ متغیر ملاک فضیلت سازمانی ارتقاء می‌یابد. در راستای تحلیل این نتایج می‌توان گفت، رهبران اخلاق‌مدار به‌عنوان افرادی صادق، قابل اعتماد، نوع‌دوست و ضابطه‌مند، تصمیماتی عادلانه و هماهنگ اتخاذ می‌کنند، آنها اصول و معیارهای اخلاقی را رعایت و به کارکنان ابلاغ و رهنمود می‌دهند، معیارهای اخلاقی روشن را تعیین و برای رعایت این معیارها از پاداش و تنبیه استفاده می‌کنند؛ رهبری اخلاقی مبتنی بر عدالت و انصاف و تبادل ارتباطی مبتنی بر توجه، مراقبت و احترام به شأن انسانی کارکنان، باعث تأثیر بر ادراکات آنان می‌شود و مدیران با این رفتار خود، جوی حاکم از آرامش و امنیت خاطر را برای

کارکنان خویش فراهم کرده و بدین طریق بر هویت اخلاقی کارکنان تأثیر مثبت می‌گذارند. رهبران اخلاق‌مدار به کارکنان خود اجازه می‌دهند تا عقایدشان را بیان و در تصمیم‌گیری شرکت کنند، به افکار و عقاید آنان گوش می‌دهند، حس اعتماد را در آنها به وجود می‌آورند و علاقه واقعی به رفاه، آسایش و توسعه کارکنان را به آنها نشان می‌دهند. فراتر از اینها رهبران اخلاق‌مدار می‌توانند به‌عنوان الگو و عامل ترویج فضائل انسانی، از طریق شایستگی‌های رفتاری خود، به‌طور مستقیم رفتار کارکنان خود را تحت تأثیر قرار دهند و به ارتقای فضائل سازمانی از این طریق کمک کنند.

همان‌گونه که در مبانی نظری گفته شد، نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، تصمیم‌گیری اخلاقی، رفتار اجتماعی، کاهش رفتار غیرمولد، نگرش‌های مثبت، رضایت شغلی، انگیزه و تعهد سازمانی پیروان از پیامدهای رهبری اخلاقی است. رهبران اخلاقی معیارهایی را درباره کدهای اخلاقی ایجاد می‌کنند که راهنمایی برای رفتار اخلاقی کارکنان می‌شود. همچنین رهبران اخلاقی با رفتار اخلاقی خود، الگوسازی می‌کنند و رفتار درست و فضائل اخلاقی را در میان اعضای سازمان رواج می‌دهند و این عوامل موجبات ارتقای فضیلت سازمانی را فراهم می‌سازد.

در رابطه با تحلیل تأثیر هوش معنوی و ابعاد آن بر ارتقای فضیلت سازمانی نیز می‌توان گفت، افراد با هوش معنوی بالا تفکر و نگرشی فراتر از جهان مادیات دارند و لذا ظرفیت تعالی داشته و فضائل اخلاقی را در خود پرورش می‌دهند که این امر در رفتار سازمانی آنها تأثیرگذار و موجد فضیلت سازمانی است. کارکنان با این ویژگی به دیگران کمک می‌کنند و خیرخواهانه با آنان برخورد می‌کنند. مبانی نظری و نتایج حاصل از تحقیقات انجام شده نیز نشان می‌دهد کارکنان با هوش معنوی بالا از نظر رفتار شهروندی سازمانی سطح خوبی را دارا هستند. هوش معنوی حس مسئولیت پذیری کارکنان را افزایش می‌دهد و آنان را نسبت به مسئولیت خویش متعهد می‌کند. آنها محیط کار و انجام وظایف را فرصتی برای رشد و بروز توانایی‌ها و ارزش‌های شخصی خود تلقی می‌کنند. همچنین هوش معنوی بالا منجر به علاقه به زندگی، عشق به کار، خلاقیت و نوآوری در کار، خدمت به هممنوع، عدم وابستگی به سایر افراد، تحول آفرینی، ایجاد آرامش خاطر، کاهش بی‌ثباتی، مدیریت کردن تغییرات و از میان برداشتن موانع بر سر راه می‌شود. بی‌تردید همه این ویژگی‌ها از فضائل اخلاقی است و بروز و ظهور این رفتارها در سازمان، موجب ارتقای فضیلت سازمانی خواهد شد.

براساس نتایج تحقیق حاضر و تأیید نقش مؤثر هوش معنوی و رهبری اخلاقی در افزایش فضیلت سازمانی جامعه هدف و لزوم تقویت آنها برای ارتقای فضیلت سازمانی و از آنجا که نقش سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان یک نهاد فرهنگی در انتقال ارزش‌ها و فرهنگ‌سازی تعیین کننده است، به‌عنوان پیشنهادهای کاربردی توصیه می‌شود، جهت آشنایی بیشتر مدیران و کارکنان با آموزه‌های دینی و رفتارهای اخلاقی، با حضور صاحب‌نظران، برنامه‌ها و کارگاه‌های

کاربردی، پرمحتوا و جذاب اجرا شود. در کنار این برنامه‌ها می‌توان از جلسات هم‌اندیشی، برنامه‌های پرسش و پاسخ برای رفع شبهات جهت تقویت باورها، طراحی و توزیع نشریات با محتواهای مفید و کاربردی، ایجاد کارگروه‌های تخصصی و نمایش فیلم‌های ارزشی و جذاب با محتوای پیام‌های معنوی و رفتارهای اخلاقی، استفاده کرد. بدیهی است رفتار اخلاقی خود مدیران به‌عنوان الگو، در این زمینه بیشتر کارساز خواهد بود. از آنجا که هوش معنوی و نیز رفتار اخلاقی هر دو جنبه‌هایی از معنویت هستند، برای تقویت و حفظ و تعمیق ارزش‌های معنوی در مدیران و کارکنان توصیه می‌شود، از طرق مختلف نظیر الگوسازی، فرهنگ‌سازی از طریق تولید محتواهای مفید و عمل به آن، آموزش‌های برنامه ریزی شده کوتاه مدت و میان مدت، تدارک کنفرانس‌های علمی و پژوهش‌های هدفمند با محوریت هوش معنوی و رفتار اخلاقی، این دو مؤلفه در سازمان‌ها تقویت و نهادینه شود. همچنین برای ارتقای فضیلت سازمانی آموزش‌های لازم برای درونی‌سازی و نهادینه کردن اخلاق فضیلت‌محور و ایجاد روحیه‌ای مثبت‌گرا بر محوریت نوع دوستی و خدمت به خلق، طراحی و اجرا شود. در این راستا تعمیق باورهای دینی و معرفی الگوهای عملی و نیز تشویق و تقدیر از الگوهای برتر و نیز استفاده از سیاست‌های انگیزشی و مشوق‌های مفید و به موقع، برای تقویت و نهادینه سازی رفتارهای فضیلت‌محور می‌تواند مؤثر واقع شود.

با توجه به تجربیات کسب شده در طی انجام این تحقیق به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود، تأثیر متغیرهای دیگری همچون معنویت در کار، وجدان کاری و تعهد سازمانی بر فضیلت سازمانی را مورد پژوهش قرار دهند. همچنین لازم است علاقه‌مندان برای شناسایی و استخراج مؤلفه‌های هوش معنوی و رهبری اخلاقی و نیز فضیلت سازمانی، با محوریت مبانی و فرهنگ ایرانی-اسلامی، نسبت به مطالعه عمیق و دقیق در منابع دینی، به خصوص قرآن و نهج‌البلاغه اقدام کنند و الگویی جامع از رهبری اخلاقی با بهره‌گیری از آموزه‌ها و منابع اسلامی ارائه دهند. با توجه به محدودیت‌های پژوهش حاضر، توصیه می‌شود در تحقیقات بعدی، میزان تأثیر هوش معنوی و رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی براساس تفاوت‌های جمعیت شناختی مثل جنسیت، تأهل، سن و مقطع تحصیلی نیز مورد مطالعه قرار بگیرد. از آنجا که این تحقیق در سطح استان آذربایجان غربی انجام شده، توصیه می‌شود، پژوهش‌های مشابهی در سازمان‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی دیگر استان‌ها انجام و نتایج آن با نتایج این تحقیق مقایسه شود. از آنجا که در تحقیق حاضر برای سنجش متغیرهای پژوهش، از ابعاد و مؤلفه‌های مدل‌های خاص استفاده شده، این امر به‌عنوان محدودیت این تحقیق ارزیابی می‌شود. همچنین محدود بودن قلمرو مکانی تحقیق که موجب می‌شود، تعمیم نتایج به سایر سازمان‌ها با احتیاط انجام شود.

منابع

۱. بهارلو، مصطفی و همکاران (۱۳۹۴)، "تحلیل رابطه رهبری اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی"، اخلاق در علوم و فناوری، سال دهم، شماره ۱، ص ۱۸-۲۶.
۲. بهزادی، الهام و همکاران (۱۳۹۴)، "رابطه بین وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی"، اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۰، شماره ۱، ص ۶۱-۷۱.
۳. پاک نیت، میترا و جاویدی، حجت اله (۱۳۹۵)، "رابطه بین ابعاد هوش معنوی و سلامت سازمانی با نقش واسطه‌ای رفتار شهروندی سازمانی"، روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، دوره ۷، شماره ۳۷، ص ۱۹-۲۳.
۴. تابلی، حمید؛ مرادی شهربابک، محمدرضا و ایران نژاد پاریزی، سیدجواد (۱۳۹۶)، "تحلیل رابطه فضیلت سازمانی به عنوان یک مؤلفه اخلاقی با هوش معنوی، هوش هیجانی و تعهد سازمانی"، اخلاق در علوم و فناوری، سال دوازدهم، شماره ۱، ص ۱-۶.
۵. حسن زاده ثمرین، تورج؛ همتی نوع دوست، مهناز و نیکرواحمد گورابی، حسن (۱۳۹۳)، "بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی"، مدیریت دولتی، دوره ۶، شماره ۱، ص ۶۷-۸۴.
۶. حسینی، محمد؛ ارس زاده، سهیلا و کاظم زاده بیطالی، مهدی (۱۳۹۶)، "رابطه رهبری اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی، درک سیاست‌های سازمانی و جنسیت"، اخلاق در علوم و فناوری، سال دوازدهم، شماره ۳، ص ۱۴۲-۱۵۱.
۷. حضرتی، مرتضی و معمارزاده تهران، غلامرضا (۱۳۹۳)، "ارائه مدلی از رهبری اخلاقی سازگار با سازمان‌های دولتی ایران"، مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۳۹۳، شماره ۱۸، ص ۶۳-۷۰.
۸. خشوعی، مهدیه سادات (۱۳۹۳)، "نقش فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در شجاعت اخلاقی حرفه‌ای"، فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۲۷، شماره ۲، ص ۸۱-۹۸.
۹. خلیلی حسین آبادی، سید حسن و همکاران (۱۳۹۴)، "تأثیر هوش معنوی در ارتقای عملکردشغلی کارکنان پلیس، بصیرت و تربیت اسلامی"، سال ۱۲، شماره ۳۳، ص ۱۶۱-۱۸۳.
۱۰. دانایی فرد، حسن؛ امرالهی بیوکی، ناهید و فانی، علی اصغر (۱۳۹۴)، "ادراک از فضیلت سازمانی، حلقه مفقوده پارادیم مثبت‌گرایی در عرصه مطالعات سازمانی"، چشم انداز مدیریت دولتی، سال ششم، شماره ۲، ص ۱۵-۳۴.
۱۱. دنهارت، ر.ب. (۱۹۹۱)، تئوری سازمان دولتی. ترجمه الوانی، سید مهدی و دانایی فرد، حسن، تهران: صفار.

۱۲. دهقانی، مه‌ری و فضل الهی قمشی، سیف الله (۱۳۹۴)، "بررسی رابطه بین هوش معنوی و تعهد سازمانی دبیران"، مطالعات اسلام و روانشناسی، دوره ۹، شماره ۱۷، ص ۱۰۵-۱۳۲.
۱۳. رفیعی، مجتبی؛ علی احمدی، علی رضا؛ موسوی، محمد و کرمانی، محمد (۱۳۹۲)، "رهبری اخلاق مدار، ثمره پارادایم مدیریت اسلامی"، پژوهش نامه اخلاق، سال ششم، شماره ۲۰، ص ۴۹-۷۶.
۱۴. زارعی متین، حسن و همکاران (۱۳۹۴)، "بررسی تأثیر رفتار رهبری اخلاقی بر آوای کارکنان"، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، سال هفتم، شماره ۴، ص ۱۶۷-۱۹۰.
۱۵. سلیمانی، اسماعیل و همکاران (۱۳۹۴)، "اثربخشی هوش معنوی بر کیفیت زندگی و شادکامی دانشجویان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره)"، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال پنجم، شماره ۴، ص ۵۳۸-۵۵۸.
۱۶. سهرابی، فرامرز (۱۳۹۶)، "هوش معنوی از منظر قرآن و روایات"، پژوهشنامه معارف قرآنی، سال ۸، شماره ۳۰، ص ۲۹-۵۵.
۱۷. شکاری، حمیده و جلالیان، نجمه (۱۳۹۴)، "شناسایی عوامل مؤثر بر فضیلت‌گرایی و رتبه‌بندی آن عوامل در بیمارستان‌های آموزشی شهر یزد"، طلوع بهداشت یزد، دوره ۱۴، شماره ۲، ص ۱۲۵-۱۳۷.
۱۸. ضمیری نژاد، سمیه و همکاران (۱۳۹۲)، "پیش‌بینی شادکامی دانشجویان براساس هوش معنوی"، دانشگاه علوم پزشکی سبزوار (اسرار)، دوره ۲۰، ش ۵، ص ۷۷۳-۸۸۱.
۱۹. غباری بناب، باقر و همکاران (۱۳۸۶)، "هوش معنوی"، اندیشه نوین دینی، سال ۳، شماره ۱۰، ص ۱۴۷-۱۲۵.
۲۰. فروتنی، زهرا و بحرانی، عطیه (۱۳۸۷)، "مدخلی بر تئوری هنجاری در مدیریت"، پیک نور، سال ششم، شماره ۱، ص ۵۲-۶۸.
۲۱. کردنائیج، اسدالله و همکاران (۱۳۹۱)، "هوش معنوی و رابطه آن با رفتار شهروندی سازمانی": سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۲، شماره ۲، ص ۱۲۷-۱۴۷.
۲۲. مرادی، احمد و ذبیحی، محمدرضا (۱۳۹۷)، "بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی با در نظر گرفتن متغییر تعدیل‌گر هوش معنوی در بین کارمندان اداره مهندسی و نظارت شهرداری مشهد"، اولین همایش ملی مدیریت و اقتصاد با رویکرد اقتصاد مقاومتی، دانشگاه پیام نور خراسان رضوی.

۲۳. میرکمالی، سیدمحمد و کرمی، محمدرضا (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه بین ادراک سبک رهبری اخلاقی مدیران و عملکرد کارکنان"، مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۳۹۵، شماره ۲۴، ص ۱۱-۲۲.

24. Abuelanain, H. (2007), "Relationship between Personality and Organizational Citizenship Behavior: Does Personality Influence Employee Citizenship?", *International Review of Business Research*, 3(4), 31-43.
25. Amram, J (Yosi). (2005), "Intelligence Beyond IQ: The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership", *Institute of Transpersonal Psychology*.
26. Avatefi Monfared, E. Mahdad, A. Mirjafari ,SA. (2012), "The Relationship Between Ethical Leadership and Workplace Psychological Health, and Organizational Trust". *Ethics in Science and Technology*, 7(3). (In Persian).
27. Barclay , L . A . Markel , K. S. J . E. (2012), "Virtue theory and Organizations: Considering Persons with disabilities ", *Journal of Managerial Psychology* , 27(4):330-346.
28. Brown ,ME. Trevino, LK. Harrison, DA. (2005), "Ethical leadership: A social learning perspective of construct development and testing". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97 (2): 117-134.
29. Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004), "Exploring the relationships between Organizational Virtuousness and Performance". *American Behavior Scientist*, 47(6), 766-790.
30. Cameron, K. (2010), "Five Keys to Flourishing in Trying Times", *Leader to Leader*, 2010(55), 45-51.
31. Fernando, M., & Almeida, S. (2012), " The organizational virtuousness of strategic corporate social responsibility: A case study of the Sri Lankan family-owned enterprise MAS Holdings " , *European Management journal*, 30(6): 564-576.
32. Garcia-Zamor, J.-C. (2003), "Workplace spirituality and organizational performance", *public administration review*, 63, 355-363.
33. Golparvar H, Padash F, Atashpoor M. (2006), "Model for reinforcing energetic senses empowerment, creativity through ethical leadership". *Iranian Journal of Work Health* (3). (In Persian).

34. Hessel, I. (2013), *Developing A Virtuous Aspect of Leadership: A case study of the Virtuous Projects Approach to Leadership Development*", Master Thesis in Education, Department of Educational Research, University of Oslo.
35. Kalshoven, K., Den Hartog, D. N. & De Hoogh, A.H.B. (2011), " Ethical Leadership at Work Questionnaire (ELW): Development and Validation of a Multidimensional Measure". *The Leadership Quarterly*. 22, 51–69.
36. King, D.B, (2008), " Rethinking claims of spiritual intelligence: A definition, model, and measure. Unpublished Master's Thesis, Trent University, Peterborough, Ontario, Canada.
37. Lawler ,E E.(2004), Leading a virtuous–spiral organization". *Journal of Leader to leader* 2004;32: 36-40.
38. Nasel, D. D. (2004), Spiritual Orientation in Relation to Spiritual Intelligence: A consideration of traditional Christianity and New Age/individualistic spirituality; Unpublished thesis. Australia: The university of south Australia.
39. Padash ,F., Gholparvar, M. (2010), "The relationship between ethical leadership with intrinsic motivation for innovation and creativity of staff". *Ethics in Science and Technology*; 5 (1,2): 103-110. (In Persian).
40. Rego, A., Ribeiro, N. (2009), *.Does Perceived Organizational Virtuousness Explain Organizational Citizenship Behaviors?*", International Conference on Business, Economics, Management and Marketing on Jun 26, 2009, Paris, France.
41. Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M. P., Jesuino J. C. (2011), "How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship". *Journal of Business Research*, 64 (5), 524-532.
42. Sadler-Smith, E. (2013), "Toward organizational environmental virtuousness". *Journal of Applied Behavioral Science*, 49(1):123-148.
43. Sisk, D. (2008), *Engaging the Intelligence of Gifted Students to Build Global Awareness in the Classroom*. Academic Research Library.
44. Vaughan, F. (2003), "What is spiritual intelligence?", *Journal of humanistic psychology*. 42, (2).16-33.
45. Walumbwa, F.O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., "Workman, K. & Christensen, A. L.(2011), Linking Ethical Leadership to Employee Performance: The Roles of Leader–Memberexchange, Self-Efficacy, and Organizational Identification". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 115, 204–213.

46. Yılmaz, E. (2010), "The analysis of organizational creativity in schools regarding principals' ethical leadership characteristics". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2 (2), 39-49.
47. Yılmaz ,K. Bokeoglu ,O. C. (2008), "Organizational citizenship behaviors and organizational commitment in Turkish primaryschools". *World Applied Sciences Journal*, 3(5):775–780.

