

# **The Effect of Individual Ethics on Organizational Ethics Through Mediation Family Ethics**

## **(Case Study: Staff of a Military University)**

**Hassan Jabbari<sup>1</sup>**

**Hassan Goli<sup>2</sup>**

### **Abstract**

This study was conducted with the aim of "examining the effect of individual ethics on organizational ethics by considering the mediating role of family ethics" The main question is: can individual ethics have an impact on organizational ethics and how the individual interacts with his colleagues? Does the intensity of the relationship between individual ethics and organizational ethics change with the introduction of family ethics as a mediating variable? The research method, according to the purpose, is applied and correlational. The statistical population of the staff research is one of the military universities of Tehran and the statistical sample is 70 employees who were selected by simple random sampling. The research tool was a researcher-made questionnaire whose content validity was confirmed by 20 experts and its reliability was 0.91 using Cronbach's alpha. The results showed that individual ethics has a positive and significant effect on organizational ethics. Individual morality also has a positive and significant effect on family morality; However, no evidence was found to mediate the role of family ethics in the relationship between individual ethics and family ethics.

**Keywords:** *Ethics, Individual Ethics, Family Ethics, Organizational Ethics, Mediating Role.*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

---

1. Correspondent Author: PhD Student of Allameh Tabatabaei University, [hjagir@gmail.com](mailto:hjacir@gmail.com)  
2. Lecturer and researcher at Imam Hossein Officer University



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## تأثیر اخلاق فردی بر اخلاق سازمانی با میانجی‌گری اخلاق خانوادگی در کارکنان یک دانشگاه نظامی

حسن جباری\*

حسن گلی\*\*

تاریخ دریافت: 1400/02/28

تاریخ پذیرش: 1400/06/16

### چکیده

این تحقیق، با هدف «بررسی تأثیر اخلاق فردی بر اخلاق سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی اخلاق خانوادگی» انجام شده است. سؤال اصلی این است: آیا اخلاق فردی می‌تواند تأثیری در اخلاق سازمانی و چگونگی تعامل فرد با همکاران خود داشته باشد؟ آیا با ورود متغیر اخلاق خانوادگی به عنوان متغیر میانجی، شدت رابطه بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی دچار تغییر می‌شود؟ روش تحقیق، با توجه به هدف، کاربردی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق کارکنان یکی از دانشگاه‌های نظامی تهران و نمونه آماری تعداد 70 نفر از کارکنان است که با نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته است که روایی محتوایی آن توسط 20 نفر از خبرگان مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن هم با استفاده از آلفای کرونباخ، 0/91 به دست آمد. نتایج نشان داد که اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت و معنادار در اخلاق سازمانی است. همچنین اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت و معنادار در اخلاق خانوادگی است؛ هرچند شواهدی دال بر نقش میانجی اخلاق خانوادگی در رابطه بین اخلاق فردی و اخلاق خانوادگی مشاهده نشد.

کلیدواژه‌ها: اخلاق، اخلاق فردی، اخلاق خانوادگی، اخلاق سازمانی، نقش میانجی.

## مقدمه

نفس گرامی ترین گوهری است که در وجود هر کسی به ودیعه نهاده شده است. به نص صریح قرآن کریم، رستگاری از آن کسی است که نفس خود را تزکیه کرده، از رذایل پاک و پیراسته و به فضایل اخلاقی آراسته اش کند. اگر خلق و خوی انسان بر اثر سهل انگاری و بی مبالاتی تباه شود، ارزش های انسانی اش کاهش می یابد. هر قدر عمل خلاف اخلاق تکرار شود، بر میزان پستی و سقوط انسان افزوده می شود تا جایی که از حیوانات هم پست تر می شود و این تعبیری است که از وحی منزل به دست می آید. از طرف دیگر، کمتر فضیلتی را می توان با «حسن خلق» قیاس کرد. خداوند متعال در قرآن کریم، عامل جذب و گرایش اطرافیان پیامبر اسلام (ص) به ایشان را نرم خوئی و تخلق پیامبر (ص) به خلق عظیم می داند. خوش رویی و خوش خلقی در روایات اسلامی عامل جذب روزی های مادی و معنوی و عامل دفع خصومت ها و کینه ها شمرده شده است.

مسئله اخلاق امری آموزشی است و بیش از کرسی های تدریس اخلاق نظری و عملی، در قالب رفتارهای عملی افراد، انتقال و گسترش می یابد. حدیث شریف «**كُونُوا خُصَاءَ النَّاسِ بِسَبْرِ السِّكْرِ**» ناظر بر همین معنا است. پس اخلاق را باید به گونه عملی و با اعمال و رفتار خود آموزش دهیم. داشتن اخلاق نیکو برای انسجام خانواده ها، ایجاد رابطه ثمربخش میان مدیران و کارمندان، رابطه بین معلم و متعلم و ... در هر مکانی که دو یا چند انسان با هم در ارتباط هستند، لازم و ضروری است. به همین دلیل، آموزه های اخلاق اسلامی که از بنیان های اساسی یک حکومت دینی است، باید جزو اولویت های اساسی هر نهاد یا سازمان قرار گیرد. با این اوصاف، سؤال اصلی تحقیق این است: آیا اخلاق خانوادگی در رابطه علی میان اخلاق فردی و اخلاق سازمانی دارای نقشی میانجی است و می تواند رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار دهد؟

سازمان های مختلف به میزان تلاشی که در راستای ترویج و تحکیم مبانی و ارزش های ساختاری خویش انجام می دهند، می توانند به پویایی و بالنده بودن برسند و از مرگ تدریجی رهایی یابند. در نظام جمهوری اسلامی، آموزه های اسلامی و دینی جزو مبانی و ارزش های ساختاری سازمان ها به شمار می رود و عدم توجه و غفلت از این ارزش ها می تواند بستر هویت زدایی و سست شدن بنیان های اصولی سازمان ها را به تدریج فراهم آورد. هر چند سازمان به شکلی خدشه ناپذیر بر اصول خویش پافشاری می کند و حاضر نیست لحظه ای از آن کوتاه بیاید،

ولی پیچیدگی انسان‌ها از یک طرف، و پیچیدگی روابط و تعاملات انسانی در دنیای هزار رنگ امروز از طرف دیگر، ایجاب می‌کند که هر روز طرحی نو در انداخته شود. بی‌شک، سرمایه‌گذاری مادی و معنوی در این راه، در قالب اجرای طرحی با عنوان فوق و عناوین مشابه لازم و ضروری می‌نماید.

نکته هشداردهنده و بسیار قابل توجه اینکه خداوند متعال در قرآن کریم به صراحت به پیامبر گرامی اسلام (ص) چنین گوشزد می‌کند: «**لَوْ كُنْتُمْ فَطَّاخِلِيْطَ الْقَلْبِ لَا تَقُوْا مِنْ حَوْلِكَ**»: ای پیامبر، اگر فردی تندخو و خشن بودی، هر آینه مردم از دور و بر تو پراکنده می‌شدند. صراحت این آیه به تنهایی کافی است تا به ضرورت و اهمیت اخلاق نیکو پی ببریم و تا حد امکان در راه آراسته کردن محیط دانشگاه به فضایل و پیراستن آن از رذایل اخلاقی بکوشیم.

## اهداف پژوهش

### هدف اصلی

شناخت نوع و میزان تأثیر اخلاق فردی در اخلاق سازمانی با میانجی‌گری اخلاق خانوادگی در کارکنان یک دانشگاه نظامی.

### اهداف فرعی

- شناخت نوع و میزان تأثیر اخلاق فردی در اخلاق سازمانی؛

- شناخت نوع و میزان تأثیر اخلاق فردی در اخلاق خانوادگی؛

- شناخت نوع و میزان تأثیر اخلاق خانوادگی در اخلاق سازمانی.

## ادبیات تحقیق

### تعریف مفاهیم

در همه ادوار تاریخ، انسان‌ها برای رسیدن به تعادل فردی و اجتماعی کوشیده‌اند و همه جوامع، اعم از جوامع دینی و غیردینی روابط خود را در چارچوب قواعد و ضوابط تنظیم کرده‌اند. بخش عمده‌ای از این ضوابط، «اخلاقی» بوده‌اند. ضوابط اخلاقی هرگاه از طریق وحی دریافت

شده، مؤثرتر و صحیح‌تر بوده‌اند؛ ولی این بدان معنی نیست که اخلاق فقط ویژه انسان‌های دیندار است. عقل انسان نیز نیاز به اخلاق را درک می‌کند و درستی و نیکی برخی از اعمال و خطا بودن و زشتی برخی دیگر را می‌فهمد. خداوند در وجدان اخلاقی انسان، آگاهی و تمایل به خیر را قرار داده است؛ هر چند این آگاهی اجمالی و مختصر باشد.

عقل انسان نیاز به اخلاق را دست‌کم، در قلمرو روابط و مناسبات اجتماعی درک می‌کند. انسان‌ها همان‌طور که ضرورت قانون را برای برقراری نظم درمی‌یابند، ضرورت قوانین اخلاقی را نیز برای برقراری نظم عادلانه و آرام‌بخش می‌فهمند. انسان، جامعه‌ای را که با ضوابط اخلاقی حفاظت و هدایت می‌شود، دلپذیرتر می‌یابد و می‌فهمد که راه رسیدن به تعادل، آرامش و موفقیت، التزام به اخلاق است. امیرمؤمنان علی (ع) در روایتی فرموده‌اند: «لو کنا لا نرجوا جنه و لا نخشی ناراً و لا ثواباً و لا عقاباً لکان ینغی لنا ان نطالب بمکارم الاخلاق فانها مما تدل علی سبیل النجاح: اگر به بهشت و پاداش امید نداشتیم و از آتش جهنم و عقاب نمی‌هراسیدیم، شایسته بود که مکارم اخلاق را بخواهیم، زیرا آنها راهنمای نجات و پیروزی‌اند.»

این روایت بسیار پرمعناست. یکی از معانی احتمالی این روایت این است که اگر آخرتی در کار نبود و حیات انسان در دنیا خلاصه می‌شد، باز هم مکارم اخلاق مطلوب بودند؛ زیرا زندگی دنیا را دلپذیر و انسان را در دنیا متعادل و آرام می‌سازند. احتمالاً یکی دیگر از درس‌های این روایت، این است که خوبی و مطلوبیت مکارم اخلاق، چنان است که حتی اگر در برابر کارهای نیک پاداشی در کار نبود و بر اثر اعمال بد عقابی صورت نمی‌گرفت، باز هم درک خوبی و مطلوبیت مکارم اخلاقی، ما را وامی‌داشت که آنها را بخواهیم. در این معنا، حتی آثار مکارم اخلاق در بهبود حیات دنیایی انسان‌ها هم سبب مطلوبیت آنها نیست، بلکه خوبی ذاتی مکارم اخلاق مورد نظر است.

## اخلاق

عبارت است از: یک سلسله خصلت‌ها، سجایا و ملکات اکتسابی که بشر آنها را به عنوان اصول اخلاقی می‌پذیرد. به عبارت دیگر، اخلاق، قالبی روحی برای انسان است که روح انسان در آن قالب و در آن کادر و طبق آن طرح و نقشه ساخته می‌شود؛ [اینکه] روح انسان چگونه باید باشد، یک امر ثابت، مطلق، همگانی و همیشگی است (مطهری، 1398).

اخلاق همواره در وجود بشر بوده است و از آغاز تمدن‌های رسمی وجود داشته و تاکنون نیز به حیات خود ادامه داده است. این امر بدان دلیل اهمیت دارد که اخلاق نه تنها با ملکه‌های نفسانی، تزکیه و تهذیب اعمال و رفتار خود فرد، بلکه با تمام روابط اجتماعی انسان ارتباط عمیقی داشته، در زندگی و سرنوشت فردی و اجتماعی او نقش بسزایی دارد.

اخلاق در لغت به معنای «سجیه» (سرشت) و طبیعت آمده است. ابن اثیر درباره خُلق آورده است: خُلق عبارت از طبع و سرشت است و حقیقت آن، صورت باطنی یعنی نفس و اوصاف و معانی مختص آن است؛ همچنان که خُلق برای صورت ظاهری انسان و صفات و معنای آن به کار می‌رود. راغب نیز در این باره می‌گوید: خُلق و خُلق در اصل، یکی هستند؛ اما خُلق به هیئات، اشکال و صورت‌هایی که با چشم درک می‌شوند، اختصاص یافته و خُلق به قوا و سجایای اطلاق شده است که با بصیرت درک می‌شوند. چنان که ملاحظه می‌شود و در بیشتر منابع ذکر شده است، بر صفات درونی تأکید بیشتری می‌شود. اما آنچه از مجموع دیدگاه‌های لغویون به دست می‌آید و دهخدا نیز بدان اشاره دارد، خُلق معنای عام دارد و به خوی، طبع، نهاد، سرشت، خصلت، مزاج، طبیعت و مشرب و سیرت اطلاق می‌شود. کامل‌ترین مرتبه خُلق آن است که به صفات پایدار درونی تبدیل شود. علامه جعفری مفهوم اخلاق را دارای گستره وسیعی می‌داند؛ به گونه‌ای که شامل اموری چون رفتار (فعل ظاهری)، تفکرات، اراده‌ها، نیت‌ها و گفتار نیز می‌شود. برخی نیز به این نکته تصریح دارند که حد اکمل اخلاق، ملکات نفسانی است. اما منحصر در این معنا نبوده، با توسعه در معنای آن، اخلاق شامل رفتارها، آداب، هیئات (شکل‌ها)، تفکرات، اراده‌ها، نیت‌ها و گفتار نیز می‌شود. همچنین اخلاق، اعم از اخلاق فردی و اجتماعی است (امامی‌راد، 1395). اخلاق و اخلاقیات از جمله مباحثی است که به کارگیری آن در جامعه مورد تأکید فراوان اسلام بوده است؛ به طوری که پیامبر اکرم (ص) هدف از رسالت خویش را به کمال رساندن مکارم اخلاقی معرفی کردند.

**اخلاق فردی:** منظور، ارزش‌های اخلاقی مربوط به حیات فردی انسان‌هاست و انسان را فارغ از رابطه با غیر در نظر می‌گیرد، مانند: فضیلت‌های صبر، حکمت و حزم و رذیلت‌های پرخوری، شتاب‌زدگی و سفاهت.

**اخلاق اجتماعی:** مراد، ارزش‌های حاکم بر رابطه فرد با سایر انسان‌هاست؛ مانند عدل و

احسان یا حسد و تکبر. واژه اخلاق اجتماعی در اطلاق عرفی خود به ارتباط فرد با فرد دیگر اشاره دارد و علی القاعده روابط انسان با اعضای خانواده را نیز دربر می گیرد. اما از آنجا که خانواده محل تلاقی فرد و اجتماع و مهم ترین کانون رشد اخلاقی انسان است و نیز بستر پیدایش روابط منحصر به فرد همسری، فرزندی، پدری و مادری به شمار می رود که هر یک، اخلاقیات ویژه خود را تولید و مطالبه می کند و در واقع، خانواده کارکرد منحصر به فردی در شکل گیری شاکله اخلاقی فرد دارد که جدا از شئون فرد و روابط وی با سایر عناصر اجتماعی است، لذا از اخلاق اجتماعی جدا شده است.

**اخلاق خانوادگی:** مراد از اخلاق خانوادگی، ارزش ها و احکام اخلاقی مربوط به حوزه روابط خانوادگی است. خانواده از ابتدای تاریخ تاکنون، در بین تمام جوامع بشری به عنوان اصلی ترین نهاد اجتماعی، زیربنای جوامع و منشأ فرهنگ ها، تمدن ها و تاریخ بشر بوده است. پرداختن به این بنای مقدس و بنیادین و نیز حمایت و هدایت آن به جایگاه واقعی و متعالی اش همواره سبب اصلاح خانواده بزرگ انسانی، و غفلت از آن موجب دور شدن بشر از حیات حقیقی و سقوط به ورطه هلاکت و ضلالت شده است.

اسلام به عنوان مکتبی انسان ساز، بیشترین توجه را به تکریم، تنزیه و تعالی خانواده دارد و این نهاد مقدس را کانون تربیت و مهد مودت و رحمت می شمارد و سعادت و شقاوت جامعه انسانی را منوط به صلاح و فساد این بنا می داند. همچنین هدف از تشکیل خانواده را تأمین نیازهای مالی، عاطفی و معنوی انسان، از جمله دستیابی به سکون و آرامش برمی شمارد. دستیابی به این اهداف والای مکتب اسلام و حفظ و حراست دقیق و مستمر از آن، نیازمند توجه جدی به خانواده و پیاده کردن قوانین مربوط به آن در اسلام است. لذا ضروری است که تمام برنامه ریزی ها و سیاست گذاری ها در همه سطوح، حق مدارانه و نیز ملهم از نگرش توحیدی و در راستای تعالی و مصالح خانواده باشد (کی منش، 1388).

**اخلاق سازمانی:** امروزه، سازمان ها به صورت فزاینده ای خود را درگیر مسئله ای می بینند که آن را معمای اخلاقی می نامند، یعنی اوضاع و شرایطی که باید یک بار دیگر کارهای خلاف و اعمال درست را تعریف کرد؛ زیرا مرز بین کارهای درست و خلاف بیش از پیش، از بین رفته است. شاید پیچیدگی این امر مربوط به مطلق بودن اخلاق و در عین حال، نسبی بودن رفتارهای



اخلاقی باشد. به طور کلی، انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می‌دهد. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند، عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی نشان دهند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثربخشی سازمان تأثیر بگذارد. از طرفی، اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان شود. مدیر باید از نظر اخلاقی جوّی سالم برای کارکنان در سازمان به وجود آورد، تا آنان بتوانند با تمام توان و بهره‌وری کار کنند. این امر، نیازمند وجود رهبری با هوش اخلاقی بالاست. هوش اخلاقی شامل توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنهاست. رهبران با هوش اخلاقی بالا، کار درست را «درست» انجام می‌دهند، اعمال آنها پیوسته با ارزش‌ها و عقایدشان هماهنگ است، عملکرد بالایی دارند و همواره کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند.

با ایجاد چنین تمهیداتی، سازمان از قید اخلاق نمایشی (ریاکاری، چاپلوسی و...) رها شده، با محوریت شخصیت سالم و رفتارهای سالم سازمانی و نیز با تقویت بنیان‌های اخلاقی، زمینه را برای پویایی سازمان و کارکنان آن فراهم خواهد کرد. با اتکا بر اصول اخلاقی، مدیران می‌توانند تصمیم بگیرند که چه چیزی خوب و چه چیزی بد است؛ چه کسی در سازمان به راه درست می‌رود، یا راه نادرست را می‌پیماید. بنابراین، مدیران در انجام وظایف خود نظیر تصمیم‌گیری، ارزشیابی و نظارت، تشویق و تنبیه بدون وجود یک نظام اخلاقی در سازمان، نمی‌توانند با قاطعیت عمل کنند. اگر اخلاق در زندگی کاری انسان وجود و حضور داشته باشد، کار کردن شیرین و توأم با رضایت شغلی، احساس رضایت‌مندی و خودشکوفایی می‌شود و در ضمن، رضایت مردم و نیز پیشرفت امور و شکوفایی کار را نیز در پی خواهد داشت. خطرناک‌ترین رویداد انسانی، انحطاط اخلاقی و شکسته شدن مرزهای اخلاقی است که در این صورت، هیچ چیز در امان نخواهد ماند و انسانیت انسان فرومی‌ریزد. این مسئله در امور اداری جایگاه خطیر و ویژه‌ای دارد؛ زیرا وقتی انسان از محدوده فردی خارج می‌شود و در پیوند با سایر انسان‌ها قرار می‌گیرد و این پیوند صورتی سازمانی می‌یابد، اگر اخلاق نیک حاکم بر روابط انسانی نباشد، فاجعه چندین برابر می‌شود. به همین دلیل، والاترین ملاک در هر سازمان، متخلق بودن افراد به اخلاق انسانی است (غلامی،

(1388).

یکی از ویژگی‌های نظام اخلاق اسلامی، قابلیت تطبیق آن با شرایط زمانی و مکانی مختلف است. این ویژگی از برجسته‌ترین جنبه‌های اخلاق اسلامی است، زیرا هر نظام اخلاقی در صورتی پاینده و برقرار می‌ماند که به نیازهای اخلاقی انسان بهتر پاسخ دهد. این نیازها در عین ثباتی که در همه زمان‌ها و مکان‌ها دارند، همراه با شرایط و ویژگی‌های هر عصر و مکان، مصادیق و مظاهر گوناگونی می‌یابند. اخلاق اسلامی به دلیل آنکه معطوف به نیازهای اخلاقی انسانی است، جنبه ثابت و پاینده‌ای را در خود دارد و چون طی زمانی طولانی توسط معصومین با شرایط متفاوت اجتماعی و تاریخی تطبیق شده است، وجه انعطاف‌پذیر ظواهر و مظاهر آن نیز شناسایی شده است. بنابراین، بی‌آنکه به ورطه نسبیّت مبتلا شود، می‌تواند پاسخگوی انسان در همه زمان‌ها و جوامع باشد.

### پیشینه تحقیق

محققان در بررسی پیشینه تحقیق، به تحقیقی که به طور مستقیم به بررسی تأثیر اخلاق فردی یا خانوادگی بر اخلاق سازمانی پرداخته باشد، دست نیافتند. تحقیقاتی که تا حدی، با متغیرهای اصلی پژوهش حاضر مرتبط بودند، عبارت‌اند از:

- متقی‌زاده اشکذری (1385) در پژوهشی با عنوان «نقش اخلاق در موفقیت سازمان‌ها، با رویکرد استراتژیک» می‌گوید: تدوین راهبرد برای سازمان در گرو شناخت فرصت‌های بالقوه راهبردی و به فعلیت رساندن آنهاست. روابط سازمان و محیط فرصت‌هایی بالقوه و حتمی برای سازمان هستند که براساس اصول فراگیر اخلاقی، مزیت رقابتی برای سازمان می‌شوند. وی که در پژوهش خود، اثربخشی روابط اخلاقی سازمان با محیط را با تأکید بر چهار شرکت در صنعت و معدن بررسی کرده است، این‌گونه ادامه می‌دهد: همه شرکت‌ها معضل‌های اخلاقی متعددی پیش رو دارند. شرکت‌های معدنی هم جدا از این مقوله نیستند. با توجه به شاخص‌های صنعت، بعضی از معضل‌های اخلاقی برای شرکت‌های معدنی مهم‌تر است. به خطر افتادن امنیت جانی کارکنان و سلامت محیط زیست مهم‌ترین معضل‌های اخلاقی این شرکت‌هاست. شرکت‌های آلکوا و نیومونت با فهم این مشکل، با

استفاده از ابزارها و رویکردهایی سعی می‌کنند معضل‌های اخلاقی شرکت را به حداقل برسانند. تدوین آرمان و ارزش‌های اخلاقی، تدوین منشور اخلاقی، برنامه‌های انطباق با سیاست‌های اخلاقی، ارزیابی عملکرد اخلاقی، برنامه آموزش اخلاق، خط تلفن گزارش تخطی‌های اخلاقی و امور دیگر، تلاش شرکت آکوآ و نیومونت برای حل معضل‌های اخلاقی است.

- قراملکی و سیاری (1387) در پژوهشی با عنوان «تحویلی‌نگری مانع ترویج اخلاق، به ابعاد و آثار تحویلی‌نگری در اخلاق پرداخته و پس از بیان علل و عوامل آن، در حوزه اخلاق کوشیده‌اند تا زوایای این رویکرد را در مسائل اخلاقی آشکار کنند. آنها معتقدند که تحویلی‌نگری آفت شناختی است. محققان نتیجه می‌گیرند که در درمان هر معضل، ابتدا باید وجود معضل اثبات شود؛ آن‌گاه به درستی شناخته شود تا بتوان راه‌حل مناسبی برای آن یافت.

- انصاری، قربانی، شه‌پرست و رحمانی یوشانلوئی (1392) در پژوهشی با نام تأثیر عوامل فردی و سازمانی در اخلاق کاری مدیران بازاریابی، با وجود متغیر تعدیل‌گر عدالت سازمانی در قالب پژوهشی کاربردی از نوع توصیفی - همبستگی، با استفاده از داده‌های 217 نفر از مدیران و سرپرستان بازاریابی در شهر تهران، که از طریق معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفته‌اند، به این یافته رسیدند که عوامل سازمانی در اخلاق کاری مدیران بازاریابی تأثیر مثبت دارد. گفتنی است عوامل فردی نیز بر اخلاق کاری مؤثر بوده است. در این پژوهش، تأثیر عوامل سازمانی در اخلاق کاری مدیران بازاریابی بیشتر از تأثیر عوامل فردی برآورد شده است. همچنین عدالت سازمانی نقش تعدیل‌گر، یعنی تعدیل اثر میان عوامل را در این رابطه بازی کرده است. به این نحو که عدالت سازمانی رابطه بین عوامل سازمانی و اخلاق کاری را تعدیل کرده، ولی شواهدی دال بر نقش تعدیل‌کنندگی عدالت سازمانی در رابطه بین عوامل فردی و اخلاق کاری در این پژوهش مشاهده نشده است.

- آذر، فانی و داج خوش (1392) در پژوهشی با عنوان «سنجش اخلاق براساس مدل شبکه‌ای فازی از اخلاق کسب و کار»، با انجام مصاحبه با خبرگان، 24 مؤلفه اصلی اخلاق

کسب و کار را شناسایی کرده‌اند. سپس این عوامل را در قالب 5 شاخص اصلی دسته‌بندی کرده و مدل سلسله‌مراتبی پژوهش را ایجاد کرده‌اند. در این پژوهش، با توجه به تعداد مؤلفه‌ها و همچنین وجود همبستگی بین آنها، از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای فازی، به منظور تحلیل داده‌ها و تعیین اهمیت نسبی عوامل مؤثر در اخلاق کسب و کار استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در رتبه‌بندی شاخص‌ها و عوامل اخلاق کسب و کار، عامل رهبری اخلاق‌مدار از بهترین وضعیت برخوردار بوده و تصمیم‌سازی اخلاقی، ضعیف‌ترین عامل به شمار رفته است. در نهایت، محققان، روش‌شناسی به کاررفته در پژوهش خود را که به زعم آنها، از مفهوم و ریاضیاتی ساده و قابل فهم برخوردار است، واجد استخراج جزئیات مناسبی برای برنامه‌ریزی راهبردی اخلاق در سازمان و کمک به تصمیم‌گیران در راستای تدوین دکترین اخلاقی سازمان دانسته‌اند.

قدیری، بشلیده، هاشمی شیخ شبانی و مشکاتی (1392) در پژوهشی به نام «رابطه جو اخلاقی با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل»، با ذکر این مطلب که جو اخلاقی یکی از عوامل شکل‌دهنده به نگرش‌های کارکنان است و تأثیر قابل توجهی در پیامدهای سازمانی دارد، به بررسی رابطه بین انواع جو اخلاقی (نوع دوستی، حقوقی و اصولی، قانونی، ابزاری و مستقل) با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل پرداختند. روش پژوهش آنها از نوع توصیفی همبستگی بود. افراد شرکت‌کننده در پژوهش، شامل 250 نفر از کارکنان رسمی شرکت گاز استان اصفهان بودند که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که هر یک از پنج نوع جو اخلاقی مورد بررسی، با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل رابطه معنادار دارند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل همبستگی بنیادی نشان داد که ترکیب خطی انواع جو اخلاقی با ترکیب خطی تعهد سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل رابطه معناداری دارند. سایر نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نیز حاکی از آن بود که ترکیب خطی انواع جو اخلاقی 45/8 درصد تعهد سازمانی، 30/6 درصد خشنودی شغلی و 28/2 درصد واریانس قصد ترک شغل را تبیین می‌کنند. در نهایت، نتیجه‌گیری محقق این است که با توجه به یافته‌ها، انواع جوهای اخلاقی با پیامدهای مهم سازمانی، شامل خشنودی

شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل مرتبط می‌شوند که این امر اهمیت توجه به مفهوم اخلاق در سازمان‌ها و محیط‌های کاری را مشخص می‌سازد.

- صالح‌نیا و توکلی (1388) در پژوهشی با عنوان «اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی» با هدف بررسی وضعیت سازمان‌ها در ارتباط با تدوین و اجرای منشور اخلاقی، در 42 نمونه از شرکت‌های زیر نظر وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات به این یافته رسیدند که در بین نمونه شرکت‌های مورد ارزیابی، تنها 47 درصد شرکت‌ها دارای منشور اخلاقی بوده‌اند که از این میان نیز 85 درصد آنها در زمینه تدوین منشور موفق بوده‌اند. در زمینه اجرای منشور نیز 80 درصد از شرکت‌های موفق در تدوین، تمام امتیاز مربوط به آموزش و عملیاتی کردن منشور اخلاقی را کسب کرده‌اند. نتیجه‌گیری محققان این است که با وجود تأکید بر اخلاق، هنوز سازمان‌ها در این عرصه سرمایه‌گذاری چندانی نکرده‌اند. از طرفی، تدوین منشور اخلاقی از سوی سازمان‌ها نیز الزاماً تضمین‌کننده استقرار اخلاقیات در سازمان و اجرای منشور نیست.

- احمدی (1392) در تحقیقی با عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر در اخلاق حرفه‌ای سازمان‌های خدماتی» به این یافته رسیده است که اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های مورد مطالعه وی (سازمان‌های امور اقتصادی و دارایی، شهرداری‌ها و بیمارستان‌های استان کردستان) وضعیت مناسبی ندارد و عواملی در سه سطح فراسازمانی (بیرونی)، سازمانی (درونی) و فردی در پایین بودن سطح اخلاق حرفه‌ای کارکنان در سازمان‌های مورد بررسی مؤثر بوده‌اند. وی با طرح این مبحث که اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان شود، بی‌توجهی سازمان‌ها به این نوع رفتارها و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ذی‌نفعان داخلی را موجب ایجاد مشکلاتی برای سازمان می‌داند که می‌تواند اعتبار سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. لذا آگاهی از وضع موجود رفتار اخلاقی کارکنان و شناسایی عوامل مؤثر در آنها برای ارتقای رفتار اخلاقی، از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. در نهایت، محقق نتیجه می‌گیرد که برای ارتقای اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های حرفه‌مدار، «توجه به وضعیت اقتصادی کارکنان، عادلانه کردن توزیع پاداش‌ها و بهبود انگیزش کارکنان» اهمیت فراوانی دارد.

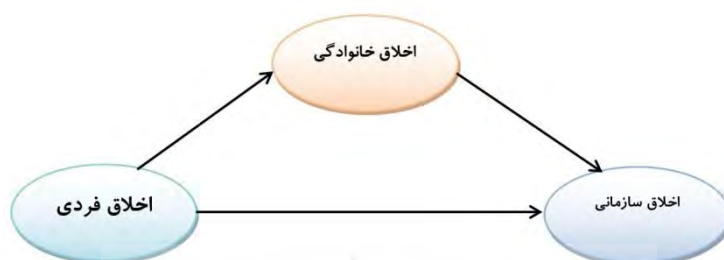
- جوادیان، گل پرور و بلالی دهکردی (1392) در تحقیقی با نام «مدل‌های پیشگیری از رفتارهای غیراخلاقی و تقویت رفتارهای مدنی سازمانی در محیط‌های کار» با هدف بررسی دو مدل: یکی، برای پیشگیری از رفتارهای غیراخلاقی و دیگری، برای تقویت رفتارهای مدنی که به زعم محققان، دو دسته از رفتارهای منفی و مثبت بسیار مهم برای محیط‌های کاری هستند، و نیز با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان دادند که طی یک مجموعه روابط چند سطحی، ابتدا قرارداد روانی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارد، سپس رضایت شغلی و تعهد سازمانی زمینه کاهش رفتارهای غیراخلاقی و افزایش رفتارهای مدنی - سازمانی را فراهم می‌سازند. برپایه یافته‌های این پژوهش، آنها بر این باورند که پابندی به اصول قرارداد روانی، کارکنان را راضی‌تر و متعهدتر می‌سازد. پیامد این رضایت و تعهد بیشتر چیزی جز افزایش رفتارهای مدنی - سازمانی و کاهش رفتارهای غیراخلاقی نخواهد بود.

- الانگو<sup>1</sup>، پاول، کاندو و پادل (2010) در تحقیقی با نام «اخلاق سازمانی، اخلاق فردی و قصد اخلاقی در تصمیم‌سازی‌های ملی» به مطالعه تأثیر اخلاق فردی و اخلاق سازمانی در قصد اخلاقی پرداخته‌اند. به زعم مؤلفان، قصد اخلاقی یا قصد فرد برای انجام رفتارهای اخلاقی، به عنوان یک متغیر وابسته مفید است؛ زیرا به رفتاری مربوط می‌شود که می‌تواند بیانگر ارزش‌ها باشد، اما متغیرهای سازمانی و اجتماعی نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرند. نتایج نشان داد که هر دو متغیر مستقل اخلاق فردی و اخلاق سازمانی بر متغیر وابسته قصد اخلاقی تأثیر می‌گذارند. همخوانی اخلاقی نیز به عنوان یک تأثیر مثبت مورد بحث قرار گرفته است. آنها به این نتیجه نیز رسیده‌اند که مدیران جوان‌تر بیشتر از مدیران قدیمی تحت تأثیر اخلاق سازمانی قرار دارند. در نهایت، آنها اذعان می‌دارند که این یافته‌ها خواستار ایجاد سازوکارهای حاکمیتی برای افزایش همخوانی اخلاقی و در نتیجه، افزایش احتمال تصمیم‌گیری مدیران در تصمیم‌گیری سازمانی است.

## مدل مفهومی

1. Elango

با توجه به آنچه که گفته شد، به نظر می‌رسد اخلاق سازمانی متأثر از اخلاق فردی و محیط خانوادگی کارکنان باشد و به نوبه خود بر آنها تأثیر بگذارد. لذا می‌توان مدل مفهومی زیر را در مورد نوع ارتباط بین اخلاق فردی، خانوادگی، اجتماعی و سازمانی مد نظر قرار داد.



شکل 1. مدل مفهومی تحقیق

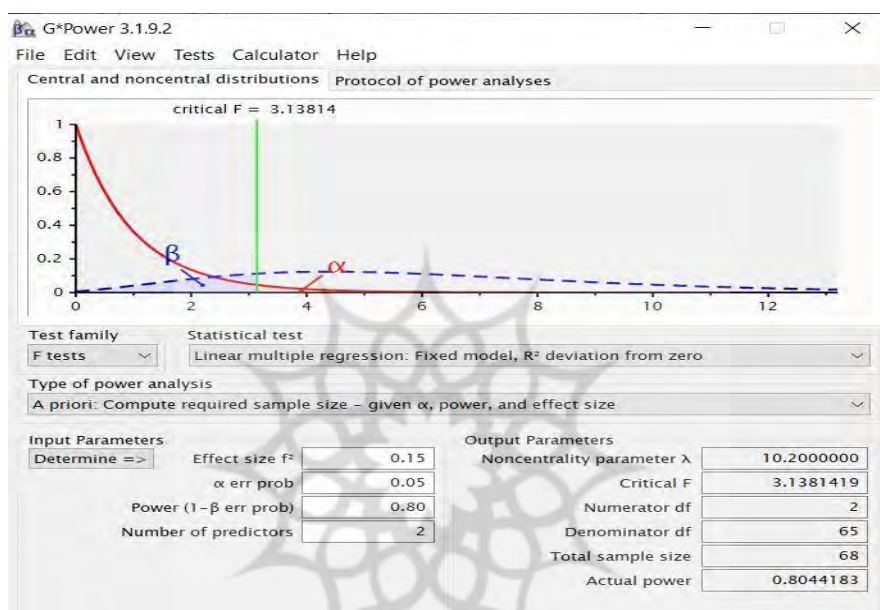
با توجه به مدل مفهومی، فرضیه‌های این تحقیق به شکل زیر تدوین شده است:

1. اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق سازمانی است؛
2. اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق خانوادگی است؛
3. اخلاق خانوادگی در رابطه علی بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی دارای نقش میانجی است.

## روش تحقیق

این تحقیق از حیث هدف، در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد؛ زیرا از نتایج آن، به مدد برنامه‌ریزی‌های متولیان امر، می‌توان در راستای تقویت ارزش‌های اخلاقی در ابعاد فردی، خانوادگی و سازمانی استفاده کرد. همچنین از حیث نوع گردآوری داده‌ها در زمره تحقیقات کمی و از نظر نوع تحقیق، با توجه به استفاده از روش معادلات ساختاری نسل دوم (واریانس‌محور) در زمره تحقیقات همبستگی قرار دارد. **جامعه آماری** تحقیق عبارت از کارکنان یک دانشگاه نظامی در تهران است. برای به دست آوردن حجم نمونه آماری، از نرم‌افزار تعیین

حجم نمونه GPower نسخه 3.1.9.2 استفاده شد. با توجه به اینکه روش آماری مورد استفاده در این تحقیق، معادلات ساختاری واریانس محور است و بر محوریت همبستگی و رگرسیون بنا نهاده شده است، گزینه رگرسیون چندگانه باید برای تعیین حجم نمونه مورد استفاده قرار گیرد. جزئیات تعیین حجم نمونه در شکل 2 مشخص شده است.



شکل 2. جزئیات تعیین حجم نمونه

همان گونه که در شکل 2 مشخص است، تعداد نمونه 68 نفر به دست آمده است. روش نمونه گیری در این تحقیق، تصادفی ساده بوده است که برای اطمینان از برگشت حداقل 68 پرسشنامه سالم، تعداد 85 پرسشنامه توزیع شد که تعداد 70 مورد که قابل استفاده بود، به عنوان نمونه نهایی برای تحلیل آماری در نظر گرفته شد. ابزار تحقیق که پرسشنامه محقق ساخته است، از سه زیرمقیاس تشکیل شده است: اخلاق سازمانی، اخلاق فردی و اخلاق خانوادگی. این پرسشنامه پس از تدوین نهایی و برطرف کردن اشکالات ظاهری، در اختیار 20 نفر از متخصصان حوزه



اخلاق قرار گرفت و روایی محتوایی<sup>۱</sup> پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. اعتبار پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ، در زیرمقیاس‌های اخلاق سازمانی، اخلاق خانوادگی و اخلاق فردی به ترتیب 0.91، 0.85 و 0.71 و در کل پرسشنامه، 0.91 به دست آمد که نشان‌دهنده اعتبار بالای پرسشنامه برای سنجش متغیرهای تحقیق است.

## یافته‌های تحقیق

### الف) نتایج توصیفی

جدول 1 میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان را نشان می‌دهد.

جدول 1. نتایج حاصل از تحصیلات پاسخ‌دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد واقعی	درصد تجمعی
دیپلم	1	1/4	1/4	1/4
فوق دیپلم	3	4/3	4/3	5/8
لیسانس	22	31/4	31/9	37/7
فوق لیسانس	36	51/4	52/2	89/9
دکتری	7	10/0	10/1	100/0
بدون جواب	1	1/4		
کل	70	100		

نتایج جدول 1 نشان می‌دهد که در متغیر زمینه‌ای تحصیلات، بیشترین فراوانی (36 نفر، 52.02 درصد) مربوط به تحصیلات فوق لیسانس و کمترین فراوانی (1 نفر، 1.4 درصد) مربوط به تحصیلات دیپلم است.

ارزیابی میزان آموزش‌های اخلاقی در دانشگاه

1. Content Validity

2. Reliability

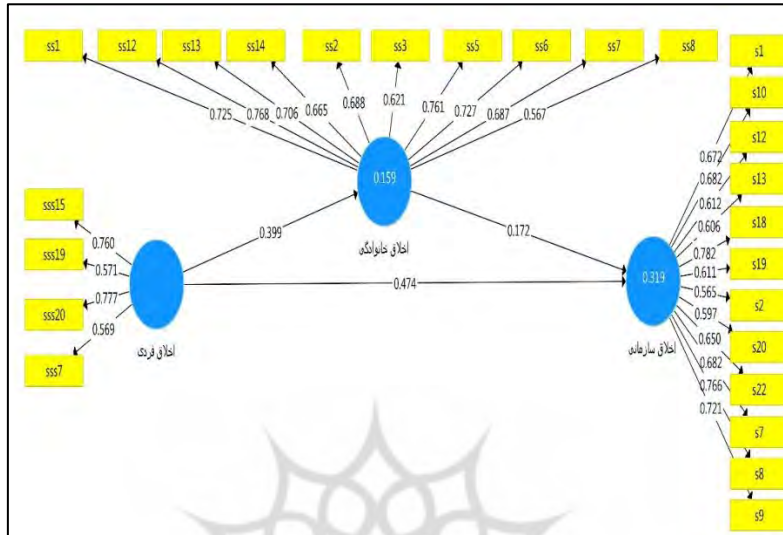
جدول 2 ارزیابی میزان آموزش‌های اخلاقی در دانشگاه توسط پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد.

جدول 2. نتایج حاصل از ارزیابی میزان آموزش‌های اخلاقی در دانشگاه توسط پاسخ‌دهندگان

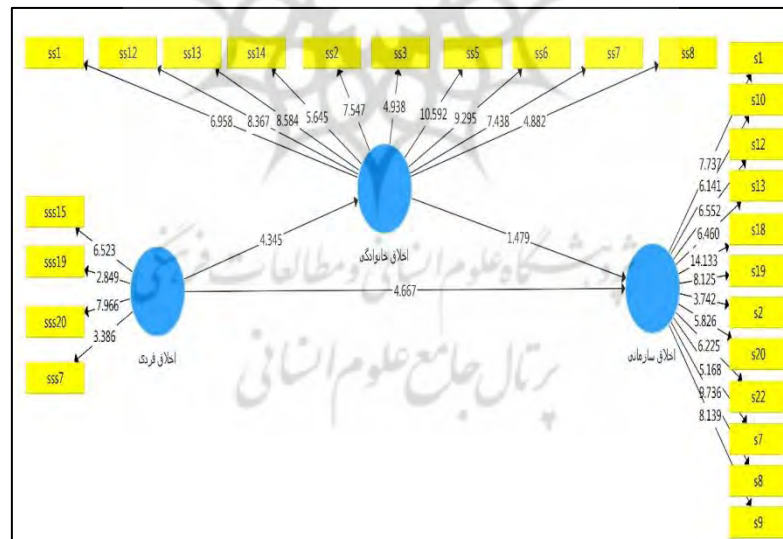
میزان آموزش‌های اخلاقی	فراوانی	درصد	درصد واقعی	درصد تجمعی
اصلاً	1	1/4	1/5	1/5
خیلی کم	17	24/3	26/2	27/7
کم	14	20/0	21/5	49/2
متوسط	19	27/1	29/2	28/5
زیاد	12	17/1	18/1	96/9
خیلی زیاد	2	2/9	3/1	100/0
بدون جواب	5	7/1		
کل	70	100		

نتایج جدول 2 نشان می‌دهد که 1 نفر (1/4 درصد) از پاسخ‌گویان معتقد است که هیچ نوع آموزش اخلاقی در دانشگاه وجود ندارد. 17 نفر (24/3 درصد) از پاسخ‌گویان میزان این آموزش‌ها را خیلی کم، 14 نفر (20 درصد) کم، 19 نفر (27/1 درصد) متوسط، 12 نفر (17/1 درصد) زیاد و 2 نفر (2/9 درصد) میزان آموزش‌ها را خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. در کل، 32 نفر (45/7 درصد) میزان آموزش‌ها را کمتر از متوسط، 19 نفر (27/1 درصد) متوسط و 14 نفر (20 درصد) نیز بیشتر از متوسط ارزیابی کرده‌اند.

ب) بررسی فرضیه‌های تحقیق



شکل 3. مدل تحقیق به همراه بارهای عاملی



شکل 4. مدل تحقیق به همراه مقادیر t

- فرضیه اول: اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق سازمانی است.

جدول 3. نتایج حاصل از یافته‌های مدل رابطه‌های علی جهت بررسی فرضیه اول تحقیق

روابط	شاخص‌ها	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معناداری	نتیجه

نتایج جدول نشان می‌دهد که با توجه به ضریب مسیر 0.474 و سطح معناداری کمتر از 0.001، اخلاق فردی بر اخلاق سازمانی دارای تأثیر مثبت و معنادار است. لذا فرضیه اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، ضریب مسیر بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی 0.474 به دست آمده که یک ضریب قابل توجه است. این یافته نیز نشان می‌دهد که تغییری به اندازه یک انحراف معیار در اخلاق فردی موجب ایجاد تغییری به اندازه 0.474 انحراف معیار در اخلاق سازمانی خواهد شد.

- فرضیه دوم: اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق خانوادگی است.

جدول 4. نتایج حاصل از یافته‌های مدل رابطه‌های جهت بررسی فرضیه دوم تحقیق

روابط	شاخص‌ها	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معناداری	نتیجه

نتایج جدول 4 نشان می‌دهد که با توجه به ضریب مسیر 0.399 و سطح معناداری کمتر از 0.001، اخلاق فردی بر اخلاق خانوادگی دارای تأثیر مثبت و معنادار است. لذا فرضیه دوم هم مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب مسیر بین اخلاق فردی و اخلاق خانوادگی 0.399 است که در سطح کمتر از 0.001 معنادار است. این یافته نیز نشان می‌دهد که تغییری به اندازه یک انحراف معیار در اخلاق فردی موجب ایجاد تغییری به اندازه 0.399 انحراف معیار در اخلاق خانوادگی خواهد شد.

**- فرضیه سوم:** اخلاق خانوادگی در رابطه علی بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی دارای نقش میانجی است.

جدول 5. نتایج حاصل از یافته‌های مدل رابطه برای بررسی فرضیه سوم تحقیق

روابط	شاخص‌ها	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معناداری	نتیجه

نتایج جدول 5 نشان می‌دهد که اخلاق خانوادگی به طور مستقیم بر اخلاق سازمانی تأثیری نگذاشته است. لذا یکی از شروط میانجی‌گری برقرار نیست و اخلاق خانوادگی قادر به ایفای نقش میانجی‌گری بین متغیرهای اخلاق فردی و اخلاق سازمانی نبوده است. لذا شواهدی دال بر تأیید فرضیه سوم تحقیق وجود ندارد.

## بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل ساختاری

جدول 6. نتایج حاصل از آثار مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای تحقیق

اخلاق سازمانی			اخلاق خانوادگی			متغیر اثرپذیر متغیر اثرگذار
کل	غیرمستقیم	مستقیم	کل	غیرمستقیم	مستقیم	
0/542	0/068 (غیرمعنادار)	0/474 (معنادار)	0/399	-	0/399 (معنادار)	اخلاق فردی
0/172	-	0/172 (غیرمعنادار)	-	-	-	اخلاق خانوادگی

نتایج جدول 6 نشان می‌دهد که اخلاق فردی دارای اثری مستقیم به اندازه 0.474 و اثر غیرمستقیم به اندازه 0.068 بر اخلاق سازمانی است که موجب ایجاد اثر کلی به اندازه 0.542 شده است. با توجه به اینکه ضریب مسیر علی اخلاق خانوادگی بر اخلاق سازمانی (0.172) معنادار نیست، همان گونه که قبلاً نیز اشاره شد، به رغم معنادار بودن ضریب مسیر اخلاق فردی به اخلاق خانوادگی (0.399)، نمی‌توان برای اخلاق خانوادگی در رابطه علی بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی نقش میانجی قائل شد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که در این تحقیق، اخلاق خانوادگی افراد نتوانسته است جهت و مسیر رابطه بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی آنها را به طور معنادار تحت تأثیر قرار دهد.

### نتیجه گیری

اخلاق انسانی و اسلامی میوه و ثمره بعثت رسول مکرم اسلام (ص) شمرده شده و سلسله نظاماتی است که در قالب بایدها و نبایدها، سعی در حفظ کرامت انسانی و آلوده نشدن آن با رذایل - که سدکننده کمال انسان است - دارد. از طرفی، سه حوزه مهم اخلاق براساس مبانی نظری و مطالعات پیشین، به نظر می‌رسد می‌توانند در یک تعامل درهم تنیده، موجب نشاط معنوی و هم‌افزایی سه رکن اصلی جامعه یعنی فرد، خانواده و گروه‌های محدود و متشکلی مثل سازمان‌ها

شوند. لذا با توجه به اهمیت فوق‌العاده اخلاق در سازمان‌ها و نهادها، این تحقیق با هدف «بررسی تأثیر اخلاق فردی در اخلاق سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی اخلاق خانوادگی» انجام شده است. حال سؤال این است: رعایت موازین اخلاقی در فرد، خانواده و سازمان، چه تأثیر و تأثیری می‌تواند داشته باشد؟ از طرف دیگر، آیا وضعیت موازین و قوانین اخلاقی حاکم بر جو خانواده کارکنان، می‌تواند به عنوان یک متغیر میانجی عمل کند و نوع و جهت رابطه بین اخلاق فردی و سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد؟ اما براساس نتایج و یافته‌هایی که از این تحقیق به دست آمده است، می‌توان گفت از آنجا که فرضیه اول با این عنوان که اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق سازمانی است، تأیید شده است، می‌توان نتیجه گرفت که اخلاق فردی یک ویژگی منفک و مجزا از اخلاق سازمانی نیست و می‌تواند آن را تحت تأثیر قرار دهد؛ به ویژه اینکه ضریب مسیر بین این دو متغیر (حدود 0.5) مقدار قابل توجهی است و به نوعی نشان می‌دهد که حدود 50 درصد از تغییرات اخلاقی در یک سازمان، وابسته به تغییرات اخلاقی در فرد است که هم در جهت مثبت و هم در جهت منفی، می‌تواند وضعیت اخلاق در سازمان را مورد تأثیر قرار دهد. این یافته با نتایج تحقیق الانگو و همکاران (2414) همخوان است. به نظر می‌رسد دلیل تأیید این فرضیه در داده‌های حاصل از نظرات نمونه مورد بررسی، این است که اخلاق در سازمان‌ها و نهادها متأثر از اخلاق فردی است. یک فرد اخلاق‌مدار که دارای چارچوب اخلاقی در حوزه فردی است، دایره این اخلاقیات را به محیطی که در آن مشغول خدمت است نیز گسترش می‌دهد؛ زیرا اخلاق را یک چارچوب جهان‌شمول می‌داند که پیشرفت مادی و معنوی سازمان در گرو تخلق شاغلان آن سازمان به سجایای اخلاقی است. از طرفی، اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان شود.

آزمون فرضیه دوم با این عنوان که اخلاق فردی دارای تأثیر مثبت در اخلاق خانوادگی است، نیز مورد تأیید قرار گرفت. هرچند اصولاً اخلاق خانوادگی متأثر از اخلاق تک‌تک افراد خانواده است، اما به‌طور عمده از اخلاق والدین و به خصوص سرپرست خانواده تأثیر می‌پذیرد. وضع موازین اخلاقی صریح و روشن و البته در قالب رفتار نرم و معتدل از سوی سرپرست خانواده، می‌تواند موجب اخلاقی بار آمدن کودکان و تسهیل رشد اخلاقی آنها شود. هرچند در مسیر بررسی این سؤال، به پیشینه‌ای برخورد نشد؛ اما به هر حال، خانواده کوچک‌ترین گروه و تشکل

اجتماعی است که به طور عمده از پدر، مادر و فرزندان تشکیل شده است و اخلاق فردی پدر یا سرپرست، عامل بسیار مهمی در حفظ، تداوم و نشاط خانواده است. اگر پدر یا سرپرست از لحاظ ویژگی‌های اخلاقی از قوام و بنیه‌ای قوی برخوردار باشد، این اخلاق نهادینه می‌شود، در محیط خانواده نیز جاری شده، موجب شکل‌دهی به رفتار و گفتار فرزندان نیز خواهد شد؛ زیرا خانواده اولین محیط رسمی آموزش است و پدر و مادر به عنوان یک الگوی قدرتمند و قابل احترام، همواره در معرض همانندسازی کودکان و اعضای خانواده هستند. متأسفانه این گونه امور، به ویژه در فرهنگ بومی کشور ما از مسائل بدیهی شمرده شده، تحقیقات نظام‌داری درباره آنها انجام نمی‌شود.

اما در بررسی فرضیه سوم، نتایج نشان داد که شواهدی دال بر اینکه اخلاق خانوادگی در رابطه علی میان اخلاق فردی و اخلاق سازمانی دارای نقش میانجی باشد، وجود ندارد. آنچه انتظار می‌رفت این بود که وضعیت اخلاقی فرد شاغل در محیط خانواده از کانال وضعیت اخلاق فردی آنها بر وضعیت اخلاق سازمانی شان تأثیرگذار باشد. اما به هر حال، شواهدی از این تأثیر و تأثر در فضای زمانی و مکانی تحقیق حاضر ملاحظه نشد و نظرات نمونه مورد بررسی، چنین مطلبی را نشان نداد. با توجه به فقدان پیشینه مناسب در این حوزه، بیش از این نمی‌توان در مورد درستی یا نادرستی انتظار محققان در حوزه نقش میانجی اخلاق خانوادگی در رابطه علی بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی سخن راند. لذا نتیجه نهایی این است که در تحقیق حاضر، اخلاق خانوادگی افراد نتوانسته است جهت و مسیر رابطه بین اخلاق فردی و اخلاق سازمانی آنها را به طور معناداری تحت تأثیر قرار دهد. لذا در وضعیت فعلی، این یافته می‌تواند به عنوان مبنایی برای سایر پژوهش‌ها در نظر گرفته شود.

### پیشنهادات

نتایج نشان داد که اخلاق فردی بر اخلاق سازمانی تأثیر دارد. لذا پیشنهاد می‌شود که دوره‌های آموزشی اخلاق به طور نظام‌مند و با استفاده از استادان نام‌آشنای اخلاق در سطح مرکز برگزار شود. اهمیت برگزاری این دوره‌ها آن وقت مضاعف می‌شود که دریابیم یافته دیگر تحقیق حاضر مبنی بر تأثیرگذاری اخلاق فردی بر اخلاق خانوادگی نیز شایان توجه و دقت است.



همچنین پیشنهاد می‌شود با اتخاذ سیاست‌های تشویقی مناسب، به برگزاری دوره‌های کتابخوانی در حوزه اخلاق و برگزاری مسابقه از متن این کتاب‌ها اقدام شود تا علاوه بر آشنایی و انس بیشتر کارکنان با مفاهیم اخلاقی، سرانه مطالعه آنها نیز افزایش پیدا کند. همچنین پیشنهاد می‌شود که دوره‌های آموزشی - تفریحی خانوادگی درون و برون‌استانی برگزار شود و در آن، خانواده‌ها ساعات بیشتری را در کنار هم گذرانده، بنیان‌های اخلاقی در این تعاملات تقویت شود و در محیط خانواده نیز تسری و تداوم پیدا کند. همچنین به محققانی که علاقه‌مند به تحقیق در حوزه مسائل اخلاقی هستند، پیشنهاد می‌شود تا با طراحی طرح مناسب تحقیق، به بررسی تأثیر اخلاق در حوزه‌های مختلف بر تعهد سازمانی، وجدان کاری و سایر متغیرهای مرتبط پردازند تا به غنی شدن ادبیات و پیشینه تحقیق در حوزه‌های اخلاق فردی و سازمانی کمک شود.



## فهرست منابع

1. احدی قراملکی، فرامرز و سعیده سیاری (1387)، «تحویلی‌نگری مانع ترویج اخلاق»، نشریه تدبیر، 184 (6).
2. احمدی، فریدون (1392)، «ارزیابی عوامل مؤثر در اخلاق حرفه‌ای سازمان‌های خدماتی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 8 (2): [www.ethicsjournal.ir](http://www.ethicsjournal.ir).
3. آذر، عادل؛ علی‌اصغر فانی و سیدصادق داج خوش (1392)، «سنجش اخلاق براساس مدل شبکه‌ای فازی از اخلاق کسب و کار»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 8 (3): [www.ethicsjournal.ir](http://www.ethicsjournal.ir).
4. امامی‌راد، احمد (1395)، اخلاق در مشاوره و روان‌شناسی، قم: المصطفی.
5. انصاری، منوچهر؛ جواد قربانی؛ مسعود شه‌پرست و حسین رحمانی یوشانلوئی (1392)، «تأثیر عوامل فردی و سازمانی در اخلاق کاری مدیران بازاریابی با وجود متغیر تعدیل‌گر عدالت سازمانی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، س 8 (3): [www.ethicsjournal.ir](http://www.ethicsjournal.ir).
6. جوادیان، زهرا؛ محسن گل‌پرور و سمیه بلالی دهکردی (1392)، «مدل‌های پیشگیری از رفتارهای غیراخلاقی و تقویت رفتارهای مدنی سازمانی در محیط‌های کار»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 8 (3): [www.ethicsjournal.ir](http://www.ethicsjournal.ir).
7. صالح‌نیا، منیره و زینب اله‌توکل (1388)، «اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 4 (3): [www.sid.ir](http://www.sid.ir).
8. غلامی، علیرضا (1388)، «اخلاق سازمانی: مشکلات، موانع و راهکارها»، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، س 6، ش 25.
9. کی‌منش (1388)، اخلاق خانوادگی، تهران: معاونت پژوهشی و آموزشی دفتر برنامه‌ریزی و توسعه آموزش عالی.
10. متقی‌زاده اشکذری، محسن (1385)، نقش اخلاق در موفقیت سازمان‌ها، با رویکرد استراتژیک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه امام صادق (ع) تهران، ایران.
11. مطهری، مرتضی (1398)، تعلیم و تربیت در اسلام، تهران: انتشارات صدرا.
12. Elango, B; Paul, K; Kundu, S.K. & Paudel, S.K. (2010), Organizational Ethics, Individual Ethics, and Ethical Intentions in International Decision-Making. *Journal of Business Ethics*. DOI 10.1007/s10551-010-0524-z