



Urmia University

Online ISSN: 3060-6810

<https://ntea.urmia.ac.ir/>



New Approaches in
Educational Management

The role of moral climate as a mediator in the relationships of spirituality in the workplace with accountability and social responsibility

Mahdi Najjari Ghepjug¹, Hassan Roshani Ali Bena See²

1- Ph.D. in Educational Management, Faculty of Literature and Human Sciences, Urmia University, Urmia, Iran

2- Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohagheg Ardabili University, Ardabil, Iran

Article info	Abstract
Article type: Research Article	Objective: The aim of the current research is to model the relationships of spirituality in the work environment with accountability and responsibility with an emphasis on moral atmosphere. In this research, in addition to examining the general model of variables' relationships, the variables' relationships with each other have been investigated.
Received: 2024/06/09	Methodology: The present research was conducted by descriptive-correlation method on 217 students of Urmia University. Sampling was done by simple random method. The data collection tool was standard questionnaires whose content validity was confirmed by experts' opinion and its construct validity was confirmed by factor analysis. The reliability scores for the scales were statistically appropriate: the reliability of spirituality at work questionnaire (0.68), moral atmosphere (0.90), individual accountability (0.91) and social responsibility (0.96) were calculated. SPSS 21 and LISREAL statistical analysis software were used to analyze the research data and information. Descriptive statistics and inferential statistics methods have been used in this research.
Accepted: 2024/07/30	Results: Data analysis showed that spirituality in the work environment has a direct, positive and significant effect with a coefficient of 0.24 on social responsibility. Also, spirituality in the work environment has a direct, positive and significant effect with a coefficient of 0.19 on individual responsiveness. In addition, spirituality in the work environment has a direct, positive and significant effect with a coefficient of 0.47 on moral atmosphere. And finally, spirituality in the work environment has an indirect, positive and significant effect on individual accountability and social responsibility with a coefficient of 0.15 and 0.17, respectively.
pp: 17- 28	Conclusion: In general, it can be concluded that moral atmosphere plays a significant role in improving the effect of spirituality at work on responsibility and accountability.
Keywords: Spirituality in the Work Environment, Moral Atmosphere, Responsibility, Accountability.	



Citation: Najjari Ghepjug, M., & Roshani Ali Bena See, H. (2025). The role of moral climate as a mediator in the relationships of spirituality in the workplace with accountability and social responsibility. *Journal of New Approaches in Educational Management*, 1(2), 17-28.



© The Author(s).

Publisher: Urmia University.

DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.121719>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.2.2.8>



سهم جو اخلاقی بعنوان میانجی در روابط معنویت در محیط کار با پاسخگویی و مسئولیت پذیری اجتماعی

مهدی نجاری قیچاق^۱، حسن روشنی علی بنه سی^۲

۱- دانش آموخته دکترای مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

۲- گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف پژوهش حاضر مدل یابی روابط معنویت در محیط کار با پاسخگویی و مسئولیت پذیری با تاکید بر جو اخلاقی است.
دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰	روش تحقیق: پژوهش حاضر به روش توصیفی- همبستگی، روی ۲۱۷ نفر کارکنان ستادی دانشگاه ارومیه انجام گرفت. نمونه گیری به روش تصادفی ساده انجام شد. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه های استاندارد بود که روایی محتوای آن با نظر متخصصان و روایی سازه آن بوسیله تحلیل عاملی تأیید شد. نمرات پایایی برای مقیاس ها به لحاظ آماری مناسب بودند: پایایی پرسشنامه معنویت در کار (۰/۶۸)، جو اخلاقی (۰/۹۰)، پاسخگویی فردی (۰/۹۱) و مسئولیت پذیری اجتماعی (۰/۹۶) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات پژوهش از نرم افزار تحلیل آماری SPSS ۲۱ و LISREAL استفاده شد. در پژوهش حاضر از روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره گرفته شده است.
پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۸	یافته ها: تحلیل داده ها نشان داد که معنویت در محیط کار اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۳۴ بر مسئولیت- پذیری اجتماعی دارد. همچنین معنویت در محیط کار اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۲۹ بر پاسخگویی فردی دارد. علاوه بر این معنویت در محیط کار اثر مستقیم، مثبت و معنی داری با ضریب ۰/۲۷ بر جو اخلاقی دارد. و در نهایت معنویت در محیط کار اثر غیر مستقیم، مثبت و معنی دار به ترتیب با ضریب ۰/۱۳ و ۰/۱۶ بر پاسخگویی فردی و مسئولیت پذیری اجتماعی دارد.
صص: ۱۷-۲۸	نتیجه گیری: بطور کلی می توان نتیجه گرفت که جو اخلاقی نقش بسزایی جهت ارتقاء تاثیر معنویت در کار بر مسئولیت پذیری و پاسخگویی دارد.
واژگان کلیدی: معنویت در محیط کار، جو اخلاقی، مسئولیت پذیری، پاسخگویی.	

استناد: نجاری قیچاق، مهدی؛ و روشنی علی بنه سی، حسن. (۱۴۰۴). سهم جو اخلاقی بعنوان میانجی در روابط معنویت در محیط کار با پاسخگویی و مسئولیت پذیری اجتماعی. *نشریه رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی*، ۱(۲)، ۱۷-۲۸.

ناشر: دانشگاه ارومیه.

© نویسندگان



DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.121719>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.2.2.8>



مقدمه

در سازمان، دگرگونی‌ها، ادغام‌ها، هزینه‌ها و کاهش کارایی نشأت گرفته از فشارهای اقتصادی، دلواپسی و اضطراب فزاینده‌ای را میان کارکنان و رهبران ایجاد نموده‌است. بسیاری از افراد در حال اجتناب و دوری کردن از محیط‌های کاری پر اضطراب مدرن هستند. بنابراین، یکی از چالش‌های واقعی محیط کار رونق و رواج مجدد تعهد سازمانی کارکنان، رضایتمندی و نهایتاً احساس ارزش در مقابل اهداف سازمانی در میان آشوب‌هاست. که احتمالاً معنویت در کار سازه مناسبی برای پاسخ به این چالش‌ها باشد (کریمی زارچی، ۱۳۹۴). معنویت در کار نیرویی الهام بخش و برانگیزاننده جهت جستجوی مداوم برای یافتن هدف و معنا در زندگی کاری، درک عمیق و ژرف از ارزش کار، پهنای عالم هستی، موجودات عالم هستی و نظام باورهای شخصی می‌باشد (Myers, 1990). اصطلاح معنویت در کار و محیط کار، توصیف کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پرحرارت و با انرژی هستند، کارشان آنها را ارضاء می کند، معنا و هدف را در کارشان درک می کنند و احساس می کنند با همکارانشان ارتباط اثربخشی دارند. کارکنانی که احساس معنا و مفهوم عمیق کار خویش را به روشنی درک می کنند، احساس همبستگی بیشتری با کار و سازمان خویش خواهد داشت و ارزش‌ها و اهداف خویش را هم راستا با ارزش‌های سازمانی می بینند، کار معنادار، بعنوان یکی از مؤلفه‌های معنویت، شامل حسی عمیق از معنا و مفهوم در کار است (بهمنی و موسوی، ۱۳۹۸). همچنین معنویت در محیط کار شامل تلاش برای پیدا کردن هدف نهایی فرد در زندگی، به منظور برقراری یک ارتباط قوی با همکاران و همسو ساختن باورهای فرد و ارزش‌های اصلی سازمان است (Pandey, 2014). از آنجایی که دغدغه امروز بشر همواره پرداختن به معنیت است؛ بنابراین از نظر ساختارگرایی و پدیدارشناسی، معنویت برای وارد شدن در مدل‌ها و ادبیات رفتار انسانی و سازمانی دارای ارزش بسیاری است (Karakas, 2010). از این رو محققان بیان می کنند که تشویق معنویت در محیط کار می تواند منجر به مزایا و منفای شود که به صورت مستقیم و غیر مستقیم سبب عملکرد بهتر سازمان و اثربخشی آن گردد (Mirkazemi, 2010). از جمله این پیامد مثبت و منافع معنویت در کار مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پاسخگویی فردی است. در تأیید نظر محققان در بحث مزایا و منافع معنویت در کار، می توان به نتایج پژوهشگرانی همچون عبدالهی (۱۳۹۳)، ابراهیم پور (۱۳۹۶)، مقیمی (۱۳۸۶)، مهاجران (۱۳۹۳) اشاره کرد که بر تاثیرات معنویت در کار بر پیامدهای شغلی همچون مسئولیت‌پذیری اجتماعی، پاسخگویی فردی تاکید می کنند. آلن مسئولیت‌پذیری را به تنهایی، اشاره به حسن وظیفه شناسی و پاسخگو بودن می داند (Allen, 2010). در بحث مسئولیت‌پذیری دو نکته را باید مورد توجه قرار داد: اول، توجه به انگیزه فرد برای مسئولانه عمل کردن و دوم، فرصت‌ها یا شرایط محیطی که زمینه رشد این انگیزه را در افراد تسهیل می نماید (Wigfield, 2002). در یک تقسیم بندی کلی میتوان مسئولیت‌پذیری را به انواع مختلف تقسیم کرد: مسئولیت‌پذیری در قبال خود، مسئولیت‌پذیری در قبال دیگران، مسئولیت‌پذیری در برابر محیط زیست، مسئولیت‌پذیری در برابر خداوند (طالبی، ۱۳۹۲). در مورد پاسخگویی می توان گفت که نوعی ارتباط پیرامون قدرت و مسئولیت وجود دارد. نظام‌های ارزیابی و ترتیبات سازمانی عموماً چنانکه به گونه ای باشد که مسئولیت برای پیامدهای معین شده برعهده افراد خاص باشد، دارای مشخصه پاسخگویی هستند (ابوالحسنی، ۱۳۹۱). یکی دیگر از مفاهیم مورد نظر در پژوهش حاضر جو اخلاقی است. اخلاق در سازمان، سیستمی از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود؛ که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود (حسینی، ۱۳۹۴). مایر و همکاران (۲۰۱۰) بیان می‌کنند جو اخلاقی در سازمان‌ها منبع اطلاعاتی مهمی برای کارکنان خواهد بود که مشخص می‌کند چه اعمالی در یک زمینه کاری درست یا اخلاقی است. جو اخلاقی سازه‌ای تک بعدی برای سنجش ارزیابی‌های کارمند از اجرای کدهای اخلاقی، ارتباطات اخلاقی، سیاست‌های اخلاقی شرکت و اعمال اخلاقی مدیریت ارشد است (Jaramillo, 2006). بنابراین بایدها و نبایدهای اخلاقی مرتبط با محیط کار که چگونگی رفتار فرد را با دیگران، سازمان و دیگر سازمان‌ها تنظیم می‌کند و منجر به مطلوبیت در اموراتی مرتبط با فرد و سازمان می‌شود. چنانکه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که جو اخلاقی موجبات ایجاد مطلوبیت در وضعیت متغیرهای مرتبط با پیامدهای شغلی از قبیل مسئولیت‌پذیری اجتماعی (Augustus, 2008)، پاسخگویی (Laratta, 2011) می‌گردد. با توجه به ادبیات نظری می‌توان گفت که ارتقای اثربخشی سازمان‌ها وابسته به مقوله‌ها و متغیرهایی است که با رفتار افراد سازمان مرتبط است. فراتر از آن به نظر می‌رسد آنها در ارتباط با یکدیگر رفتار افراد سازمان را به صورت مطلوبتری شکل می‌دهد که در نهایت منجر به اثربخشی سازمان می‌گردد. همچنین پیشینه تحقیق حاضر از وجود ارتباط تنگاتنگ بین معنویت در کار با پیامدهای شغلی از قبیل مسئولیت‌پذیری اجتماعی،

پاسخگویی حکایت دارد. بنابراین هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه متغیرهای مذکور و فراتر از آن تعیین تأثیر متغیر میانجی از قبیل جو اخلاقی است. از این رو مسأله اصلی پژوهش را چنین می‌توان مطرح کرد که: آیا ارتباطی بین معنویت در کار با پیامدهای شغلی با نقش واسطه‌ای جو اخلاقی و عدالت سازمانی وجود دارد؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

از لحاظ تاریخی معنویت ریشه در مذهب دارد، اما معنویت همان مذهب نیست. ریشه این تمایز به اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باز می‌گردد (خنifer و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۰). مذهب موجب پرورش و بارور نمودن معنویت می‌شود، اما معنویت تنها به یک مذهب خاص وابسته نیست. تا کنون بیش از هفتاد تعریف مختلف درباره معنویت محیط کار ارائه شده است با وجود این، هیچ گونه اجماع جهانی درباره تعریف معنویت در محیط کار وجود ندارد و تعاریف موجود نیز محدود، مبهم و گاهی متناقض هستند (2000، Sass). با مروری بر تعاریف ارائه شده برای معنویت در کار متوجه می‌شویم که در تمام این تعاریف دو عامل مشترک هستند: اولاً معنویت یک مفهوم پیچیده و چند بعدی است و ثانیاً این مفهوم بسیار ذهنی و شخصی است. برخی از این تعاریف در ادامه آمده است. معنویت در محیط کار تلاش برای جستجو و پیدا کردن هدف نهایی در یک فرد برای زندگی کاری است. همچنین معنویت به منظور ایجاد ارتباط قوی میان فرد با همکاران، که به طور معمول در یک کسب و کار می‌باشند و سازگاری یا وحدت در میان باورهای اساسی یک فرد با ارزش موجود در سازمان خود نقش ایفا می‌کند (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). معنویت در محیط کار شامل تلاش برای پیدا کردن هدف نهایی فرد در زندگی، به منظور برقراری یک ارتباط قوی با همکاران و همسو ساختن باورهای فرد و ارزش‌های اصلی سازمان است (Pandey, 2014). معنویت در کار دربرگیرنده مفهومی از احساس تمامیت، پیوستگی در کار و درک ارزش‌های عمیق در کار است. معنویت در کار درک و شناسایی بعدی از زندگی کاری یک فرد است که به واسطه انجام کارهای با معنا در زندگی اجتماعی ایجاد می‌شود (Ashmoos & Duchon, 2000). معنویت در کار، توصیف کننده تجربه کارکنانی است که کارشان ارضاء کننده، با معنا و هدف دار است. همچنین تجربه معنویت در کار، با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در کار همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی کارکنان پیوند می‌خورد (کریمی زارچی، ۱۳۹۴).

مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی، که از اواسط دهه ۱۹۵۰ میلادی و در پی توسعه‌ی کسب و کارها و ایجاد نیاز در جوامع مطرح گردید، مسائل خارج از شرکت را کانون توجه خود قرار داده و در جستجوی یافتن مسیرهای ناب جهت فعالیت سازمان بود. به گفته اکموویچ و اسپوزیتو^۱ (۲۰۰۸) اگر ما مسئولیت در قبال مسایل اجتماعی را تعهد در خصوص پیامدهای فعالیت‌های اقتصادی تعریف کنیم، این موضوع از تاریخ باستان تا این دوره مدرن وجود داشته و قابل استناد است. فعالیت‌های اقتصادی و تصدیگری همواره تمایل به بهره‌گیری بیشتر از منابع طبیعی دارند و در پیوستاری قرار می‌گیرند که یک سر طیف بهره‌گیری بیشتر از منابع طبیعی و سر دیگر آن، کسب رضایت جامعه است (الوانی، ۱۳۸۸). بر اساس مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از آن جایی که سازمان‌ها نیز مانند اشخاص حقیقی عضوی از اجتماع به شمار می‌روند و مانند سایر اعضای جامعه نسبت به محیط پیرامون خود مسئولیت دارند، ضروری است که علاوه بر بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی خود، ارتقای استانداردهای زندگی اجتماعی افراد جامعه را در دستورکار خود قرار دهند. همچنین، سازمان‌ها می‌بایست به منظور نیل به پاسخگویی اجتماعی در مقابل ذینفعان و سایر افراد جامعه، به دغدغه‌های جامعه در خصوص محیط زیست، امور اجتماعی و بشردوستی اهمیت داده و بسته به فرهنگ سازمانی خاص خود، به تدوین سیاست‌های سازمانی مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبادرت می‌نمایند (Aluchna, 2010).

ارج نهادن به منافع عامه و توجه به خواسته‌ای اجتماعی از زمره مسائلی است که مدیران در کنار اهداف سازمان باید به آن بهای فراوان دهند. در عصر ما مدیر موفق کسی نیست که صرفاً اهداف اقتصادی و فنی را فرا روی خود قرار دهد بلکه کسی است که اهداف سازمان را در کنار منافع عامه و سیاست‌های کلی جامعه ارزیابی و ارزشگذاری کند. می‌توان مسأله عمومی را تنش و نیازی دانست که جنبه عمومی دارد و بر اثر خدشه دارشدن مصالح عموم بوجود آمده است. پس مشکل عمومی با توجه به برداشتها و تلقین‌های ما از مصلحت عمومی شکل می‌گیرد (الوانی، ۱۳۸۸). مسئولیت‌پذیری در بین مدیران و

معلمان همانند دیگر کارکنان، به عنوان رابطه‌ی بین فرد با دیگران و با سازمان و محیط اجتماعی بزرگتر، به عنوان یکی از مفاهیمی مطرح می‌باشد که امروزه در سطح ملی و بین‌المللی اهمیت فزاینده‌ای را کسب کرده است (موسوی، ۱۳۹۰).

مفهوم پاسخگویی فارغ از خاستگاه رشته‌ای آن، دیرینه‌ای به قدمت تاریخ داشته و طرح نخستین آنرا به نوشته‌های ارسطو نسبت می‌دهند (Pashing, 2003). پاسخگویی از دیدگاه نظریه پردازان و صاحب‌نظران علم، به گونه‌های مختلفی تفسیر شده است. تاریخ دانان، روانشناسان و... هر کدام به صورت‌های مختلفی آن را تفسیر کرده‌اند. تاریخ دانان معتقدند که پاسخگویی نه تنها به وسیله‌ی دولت شهرهای یونان بلکه به وسیله‌ی دولت‌های نواحی نیل و دولت‌های روم و اروپایی قرون وسطی نیز به کار برده شده است. حضرت علی (ع) برای اطمینان از پاسخگویی اداری، اداره‌ای را به نام دارالقصاص ایجاد کرد. این اداره شبیه به اداره استیناف امروزی است که برای شنیدن شکایات شهروندان در باب سوء استفاده یا سوء عملکرد کارکنان اداره تشکیل شده است (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰). پاسخگویی عبارت از شکل عمومی مسئولیت اجتماعی در زمینه‌های متفاوت می‌باشد. پاسخگویی نیاز به واگذاری روشن مسئولیت برای اقدام دارد. گروه دیگری از پژوهشگران، پاسخگویی را در ارتباط با ابعاد ارزشی، فرهنگی و اخلاقیات بیان می‌کنند قوانین و انواع پاسخگویی و کاربرد آنها، به طور آشکار از یک زمان و فرهنگ به زمان و فرهنگ دیگر متفاوت است، چرا که پاسخگویی عبارت از یک ویژگی عمومی زندگی اجتماعی می‌باشد که از نیازها، ارزشها و هنجارهای فوری و ضروری گروهها و سازمانها برخاسته است. با توجه به این بعد، وظایف محوری و مشترک پاسخگویی در هر فرهنگ و زمانی، عبارت از «گزارش دهی» و «تعهد» در قبال برآورده کردن تقاضاهای مردم می‌باشد (Lerner, Philip, 1994). عناصر اصلی پاسخگویی در تعریف پاسخگویی گنجانده شده است، همان تعریفی که پیشتر نیز فرینک و کلیموسکی (Frink, Klimoski, 2004) ارائه داده‌اند. یعنی: «نیازی شناخته شده برای ارزیابی یا دفاع از نظریه رفتاری در قابل مخاطباتی که قدرت پاداش دادن یا مجازات کردن ندارند، این پاداشها و مجازاتها در مقابل عامل مشروط بر شرایط پاسخگویی شناخته می‌شود. لذا پاسخگویی، احساسی است بر مبنای انتظارات مشترک نسبت به نیازی بالقوه برای تبیین اعمال یا باورهای هر شخص در مورد یک موضوع سازمانی، بنا به دلایلی همچون ملاحظات مطلوبیت اجتماعی. محور پاسخگویی، مطالعه‌ی شرایطی است که تحت آن شرایط سازوکارهای رسمی یا غیر رسمی کم و بیش در نظارت این اعمال یا باورها، تا حدی که متغیرهای دیگر سازمانی (مثل رضایت فردی، عملکرد فردی یا گروهی، میل ذاتی به درگیر شدن در نقش بیشتر یا رفتارهای سازمانی شهروندی و غیره) تاثیر می‌پذیرند موفق عمل کرده‌اند.

ویکتور و کولن در برداشتی سه‌جو اصلی اخلاقی که راهنمای رفتارهای اخلاقی کارکنان می‌باشند را به شرح زیر معلوم کرده است: خیرخواهانه: مبنای این جو را در نگرانی خود برای دیگران و تلاش برای به حداکثر رساندن منافع همه کارکنان و نه فقط چند نفر می‌داند. خودخواهانه: کارمندان به دنبال به حداکثر رساندن منافع شخصی خود و به‌طور کلی تشویق هنجارهای منافع شخصی هستند. اصولی: این جو هنجارهای سازمانی را به عنوان استفاده و پیوستن به کد و دستورالعمل جهت اتخاذ تصمیم‌هایی به تصویر می‌کشد (Davies, 2015). پژوهشگران در یک نوع شناسی نظری، جو اخلاقی را با نه نوع جو اخلاقی بر اساس دو بعد متقاطع، هر کدام را با سه سطح، پیشنهاد دادند: بعد اول مربوط به معیارهای اخلاقی برای تصمیم‌گیری بر اساس نظریه اخلاقی شامل سه طبقه عمده: خودبینی، خیرخواهانه و اصولی است. این سه طبقه شامل سه موقعیت مشترک است که امکان دارد به هنگام تصمیم‌گیری اخلاقی جهت به حداکثر رساندن منافع شخصی (خودخواهانه)، به حداکثر رساندن منافع طرف مقابل (خیرخواهانه) و یا مطابق با استانداردهای منطقی (اصولی) باشد. بعد دوم مؤید قانون تجزیه و تحلیل مورد استفاده برای تعمیم معیارهای اخلاقی به طیف‌های فردی، بومی (سازمان، بخش و کارگروه) و جهان‌شمولی است» (Ismail, 2015).

نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «تاثیر معنویت در محیط کار بر سایش اجتماعی با نقش میانجی: جو اخلاقی سازمانی دریافته‌اند که معنویت در سازمان تاثیر مستقیمی بر جو اخلاقی در سازمان می‌گذارد. درویش (۱۳۹۴) در پژوهش با عنوان "واکاوری پیش‌ایندهای مرتبط با جو کاری اخلاقی رویکرد تکلیف‌مداری" نشان می‌دهد که معنویت سازمانی و رهبری اخلاق مدار ۸۳ درصد واریانس جو کاری اخلاقی تکلیف مدار را تبیین می‌کند (درویش، ۱۳۹۴).

پاداش و گل پرور (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین رهبری اخلاق مدار با انگیزش درونی برای نوآوری به این نتیجه دست یافتند که رهبری اخلاق مدار با انگیزش درونی برای نوآوری و خلاقیت در محیط کار دارای رابطه مثبت است. نتایج حاصل از معادله ساختاری و تحلیل رگرسیون نشان داد که انگیزش درونی برای نوآوری با رهبری اخلاق مدار میانجی کامل است. زندگی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود پی بردند که رهبری اخلاقی با مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت دارد. همچنین نتایج نشان داد که مولفه های الگو بودن و عملگرایی رهبر نقش معنی داری در پیش بینی مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان دارند.

ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان "تحلیل نقش معنویت در محیط کار در رشد رفتار اخلاقی کارکنان دانشگاه" به این نتیجه دست یافتند که معنویت در محیط کار و ابعاد آن بر رفتار اخلاقی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارند و کار با معنا ۰/۲۷، احساس همبستگی ۰/۴۳، همسویی ارزشها ۰/۶۳ و معنویت در محیط کار ۰/۳۷ از تغییرات مربوط به رفتار اخلاقی کارکنان را پیشبینی می کنند.

فاطمی و اصفهانی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان بررسی نقش واسطه عدالت سازمانی در رابطه بین معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی دریافتند که معنویت در محیط کار و عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی تأثیر می گذارد. همچنین، عدالت سازمانی به عنوان متغیر واسطه، مورد تایید قرار گرفت که نشان دهنده اثر تقویت کنندگی رابطه مثبت بین معنویت و تعهد سازمانی است. عبدالمی و همکاران (۱۳۹۳) طی تحقیقی دریافتند که تعهد سازمانی و معنویت در محیط کار ارتباط مثبت و معنی داری با رفتار اخلاقی کارکنان دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد از بین ابعاد تعهد سازمانی دو بعد تعهد عاطفی و تعهد مستمر توانستند سهم معناداری از واریانس رفتار اخلاقی را تبیین کنند و همچنین از بین ابعاد معنویت در محیط کار دو بعد همسویی با ارزشهای سازمان و کار معنادار توانستند سهم معناداری از واریانس رفتار اخلاقی کارکنان را تبیین کنند.

مهاجران و شهودی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان مدلیابی ارتباط بین اخلاق حرفه ای و معنویت در کار با مسئولیت اجتماعی نشان دادند که یکی از متغیرهای تأثیر گذار در مسوولیت پذیری اجتماعی، معنویت در محیط کار می باشد.

جلالیان (۱۳۹۴) با عنوان "بررسی رابطه بین معنویت در کار و خلاقیت کارکنان مورد مطالعه: کارکنان ادارات شهرستان یزد" مشخص گردید که رابطه بین معنویت در کار و مولفه های آن با خلاقیت کارکنان با ۵۹ درصد اطمینان می باشد.

رحیمی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "رابطه بین هوش معنوی با خلاقیت دانشجویان علوم پزشکی کاشان" نشان داد که بین هوش معنوی و خلاقیت رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. جدول رگرسیون نشان داد از بین مولفه های هوش معنوی فقط مولفه های ظرفیت تعالی و حل مسأله قابلیت پیش بینی خلاقیت دانشجویان را دارد.

ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان رابطه معنویت در سازمان با پاسخگویی سازمان نشان دادند که بین معنویت در سازمان و پاسخگویی سازمانی یک رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

شین^۱ (۲۰۱۴) به بررسی رابطه میان رهبری اخلاقی و عملکرد سازمان با نقش واسطه عدالت رویه ای و جو اخلاقی پرداخت. نتایج حاکی از آن است که رهبری اخلاقی مدیران ارشد بطور قابل توجهی پیش بینی کننده جو اخلاقی است که این امر منجر به عدالت رویه ای در سازمان می شود. همچنین عدالت رویه ای و جو اخلاقی رابطه میان رهبری اخلاقی مدیران ارشد سازمان و عملکرد سازمان را به طور کامل میانجی گری می کنند.

استنبور و همکاران^۲ (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان رهبری اخلاقی و پاسخگویی ادراک شده و خود رهبری به این نتیجه دست یافتند که رهبری اخلاقی از عوامل مهم تأثیر گذار در پاسخگویی کارکنان می باشد.

دا و همکاران^۳ (۲۰۱۳) طی پژوهشی با عنوان سبک های رهبری در مسوولیت پذیری اجتماعی شرکت نشان دادند سازمان هایی که در آن ها سبک های رهبری تحول آفرین بیشتر به چشم می خورد با احتمال بیشتری در فعالیات های مسوولیت پذیری اجتماعی درگیر می شوند اما در سازمان هایی که در آن ها سبک رهبری تبدیلی بیشتر به چشم می خورد، چنین رابطه ای وجود ندارد.

1. Shin

2. Estenbor and et al

3. Du and et al

لاراتا^۱ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان جو اخلاقی و پاسخگویی دریافتند که جو اخلاقی با پاسخگویی رابطه مثبت و معنی داری دارد. آگاستاس^۲ (۲۰۰۸) در پژوهش خود با عنوان تاثیر حرفه، موقعیت و جو سازمانی با اوضاع اخلاقی در بین ۲۶۷ نفر از کارکنان بخش خصوصی در مسکو بیان می کند که بین ابعاد صداقت، تضاد، مسئولیت پذیری، پاداش و استاندارد جوسازمانی با ابعاد قوانین و رویه ها، دلسوز، ابزارگرایی جواخلاقی رابطه معنادار وجود دارد.

تزینر و همکاران^۳ (۲۰۱۱) در مطالعه خود با عنوان مسولیت پذیری اجتماعی، عدالت سازمانی و رضایت شغلی دریافتند که بین عدالت سازمانی و مسولیت پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

مواد و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان ستادی دانشگاه ارومیه که تعداد آنها ۵۰۰ نفر می باشد. حجم نمونه انتخاب شده با در نظر گرفتن معیارهای جدول نمونه گیری ۲۱۷ نفر می باشد که بین آنها پرسشنامه پخش گردید و از این تعداد ۲۰۵ پرسشنامه عودت داده شد. روش نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش از پرسش نامه های استاندارد معنویت در محیط کار، با استفاده از مقیاس (Milmine and et al. 2003)، جو اخلاقی (Kime.2015)، پاسخگویی فردی (Hochorater and et al,2005) و مقیاس مسئولیت پذیری اجتماعی (Carwel,1991) استفاده شد. نمرات پایایی برای مقیاس ها به لحاظ آماری مناسب بودند: پایایی پرسشنامه معنویت در کار (۰/۶۸)، جو اخلاقی (۰/۹۰)، پاسخگویی فردی (۰/۹۱) و مسئولیت پذیری اجتماعی (۰/۹۶) محاسبه شد. همچنین به منظور بررسی روایی پرسشنامه های حاضر، با وجود استاندارد بودن ابزارها در پژوهش های داخلی و خارج کشور، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. بالا بودن مقادیر بار شده بر عامل ها یا متغیرهای ممکن از طریق متغیر های آشکار حاکی از مطلوبیت اعتبار سازه ای سنجش متغیرهای اصلی تحقیق بوده است. از طرف دیگر ارزش های T در مورد تمام ضرایب لامدای متغیرهای آشکار در سطح ۰/۹۵ بیشتر از ۱/۹۶ بوده است که این خود شاهی بر روایی متغیرهای آشکار محسوب می شود به این معنی که تایید می کند که متغیرهای آشکار مورد استفاده، بصورت واقعی (غیر تصادفی) سازه های مورد نظر را منعکس ساختند همچنین مقدار ضریب KMO برابر با ۰/۷۸ و مقدار خی آزمون کرویوت بارتلت ۲۵۹/۸۰ بدست آمد که در سطح ۰/۰۱ معنی دار می باشد و نشانه کفایت نمونه و متغیرهای نمونه برای انجام تحلیل عاملی تاییدی است. در پژوهش حاضر از روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره گرفته شده است. در بخش آمار استنباطی این مطالعه، روش تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری به روش تحلیل مسیر استفاده شده است.

بحث و ارائه یافته ها

در این بخش یافته های پژوهش مطرح می شود و مورد بحث قرار می گیرد. ابتدا شاخص های توصیفی متغیرها جهت بررسی پراکندگی و نرمال بودن توزیع داده ها ارائه شده است.

جدول ۱- شاخص های توصیفی میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

شاخص ها	معنویت	جو اخلاقی	پاسخگویی فردی	مسئولیت پذیری اجتماعی
میانگین	۳/۴۶	۳/۷۱	۳/۷۰	۳/۵۶
انحراف استاندارد	۰/۶۱	۰/۶۳	۰/۶۰	۰/۴۵
چولگی	۰/۱۸	۰/۳۱	۰/۱۲	۰/۲۱
کشدگی	-۰/۴۳	-۰/۲۹	-۰/۱۳	-۰/۱۵

1. Larata
2. Augustus
3. Tziner

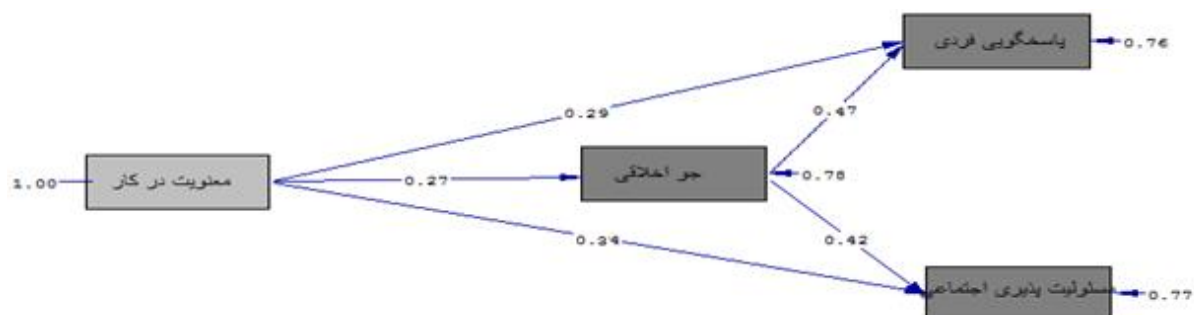
طبق جدول ۱ مقادیر آماره‌های میانگین و انحراف استاندارد نشانگر پراکندگی مناسب داده‌ها و مقدار چولگی و کشیدگی نشانگر نرمال بودن داده‌ها می‌باشند.

جدول ۲- ضرایب همبستگی متغیرهای تحقیق

متغیرها	۱	۲	۳	۴
۱. معنویت	۱			
۲. مسئولیت پذیری	۰/۳۶**	۱		
۳. پاسخگویی فردی	۰/۳۹**	۰/۳۰**	۱	
۴. جو اخلاقی	۰/۴۶**	۰/۴۵**	۰/۴۳**	۱

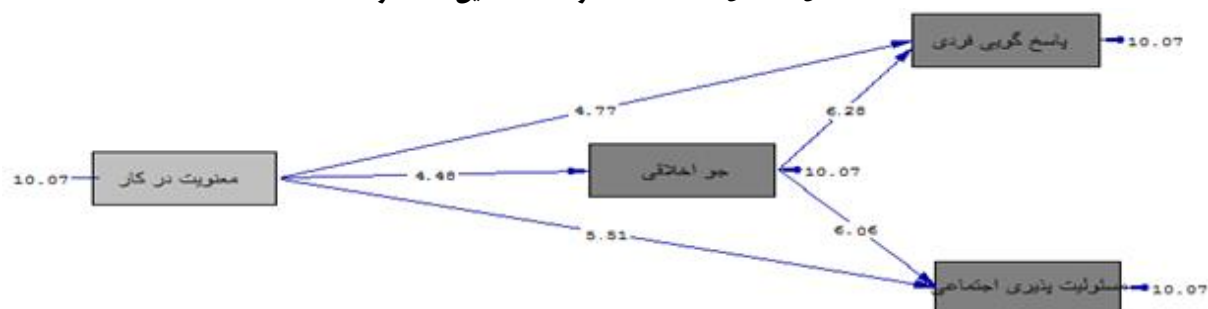
** همبستگی معنی دار در سطح (۰/۰۱)

همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است. چنانکه در جدول ۲ مشاهده می‌شود همبستگی معناداری بین متغیرهای پژوهش در سطح (۰/۰۱) وجود دارد.



Chi-Square=1.04, df=1, P-value=0.20000, RMSEA=0.046

شکل ۱- مدل مشاهده شده در حالت تخمین استاندارد



Chi-Square=1.04, df=1, P-value=0.20000, RMSEA=0.046

شکل ۲- مدل مشاهده شده در حالت معنی داری

به منظور شناخت هر چه بهتر روابط علی و نحوه تاثیرگذاری رهبری اخلاقی بر پاسخگویی فردی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نقش میانجی جو اخلاقی تحلیل مسیر با استفاده از مدل معادلات ساختاری صورت گرفت. با توجه به عدم اجماع پژوهشگران در انتخاب مناسبترین معیار نیکویی برازش مدل ساختاری، به طور معمول مجموعه‌ای از شاخص‌های نیکویی برازش مدل پیشنهاد می‌شود که در این پژوهش نیز برای ارزیابی برازش مدل مورد نظر از آنها استفاده شده است. این شاخص‌ها عبارتند از: $X^2/d.f$ که مقادیر کمتر از ۳ قابل پذیرش هستند، شاخص نیکویی برازش (GFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹۰ نشانگر برازش مناسب مدل هستند. شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹۰ قابل قبول هستند، مجذور میانگین مربعات خطای تقریب

(RMSEA) که مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشانگر برازش مناسب مدل هستند و شاخص برازش تطبیقی (CFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹۰ نشانگر برازش مناسب مدل هستند. نتایج برآورد این شاخص ها (بر اساس نتایج نرم افزار لیزرل ۸/۵) در جدول شماره ۳ گزارش شده است.

جدول ۳- شاخص های نیکویی برازش پیرامون آزمون برازندگی مدل پژوهش

CFI	AGFI	GFI	RMSEA	X2/df	Df	X2
۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۴	۰/۰۴۶	۱/۰۴	۱	۱/۰۴

جدول شماره ۳ نشانگر مقادیر شاخص های نیکویی برازش پیرامون آزمون برازندگی مدل پژوهش می باشد که نشان می دهد مدل پژوهش از برازش مناسب برخوردار است. در مجموع می توان گفت که مدل نهایی پژوهش، مدل مناسبی بوده است. پس از اطمینان از درستی مدل، در ادامه فرضیه های پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. در جدول ۴، نتایج بررسی فرضیه های جزئی ارائه شده است.

جدول ۴- ضرایب تاثیر مستقیم و غیر مستقیم و مقادیر t متناظر با آن

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	T	نتیجه
۱	معنویت ← مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۳۴	۵/۵۱	اثر مستقیم دارد
۲	معنویت ← پاسخگویی	۰/۲۹	۴/۷۷	اثر مستقیم دارد
۳	معنویت ← جو اخلاقی	۰/۲۷	۴/۴۶	اثر مستقیم دارد
۴	جو اخلاقی ← پاسخگویی	۰/۴۷	۶/۲۶	اثر مستقیم دارد
۵	جو اخلاقی ← مسئولیت پذیری	۰/۴۲	۶/۰۶	اثر مستقیم دارد
۶	معنویت ← پاسخگویی (از جو اخلاقی)	۰/۱۳	۳/۰۶	اثر غیر مستقیم دارد
۷	معنویت ← مسئولیت پذیری (از جو اخلاقی)	۰/۱۶	۴/۲۱	اثر غیر مستقیم دارد

طبق جدول ۴ معنویت اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۳۴ بر مسئولیت پذیری اجتماعی دارد. همچنین معنویت اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۲۹ بر پاسخگویی فردی دارد. علاوه بر این معنویت اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۲۷ بر جو اخلاقی دارد. همچنین جو اخلاقی اثر مستقیم، مثبت و معنی دار با ضریب ۰/۴۷ بر پاسخگویی فردی و با ضریب ۰/۴۲ بر مسئولیت پذیری اجتماعی دارد. علاوه بر این معنویت اثر غیر مستقیم، مثبت و معنی دار به ترتیب با ضریب ۰/۱۳ و ۰/۱۶ بر پاسخگویی فردی و مسئولیت پذیری اجتماعی دارد.

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر مدلیابی روابط معنویت در محیط کار با پاسخگویی و مسئولیت پذیری اجتماعی با تاکید بر جو اخلاقی است. نتایج نشان می دهد که معنویت بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر دارد. یافته های این بخش از پژوهش با نتایج پژوهشگرانی همچون بارون^۱ (۲۰۱۷)، شاهسواری (۱۳۹۵)، مهاجران و شهودی (۱۳۹۳) و رسولی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد. معنویت در کار منبعی سرشار از اطلاعاتی است و می توان از طریق آن جو و فرهنگ سازمانی که معنایی جز ارزش ها و باورهای جمعی و مشترک ندارد، تشخیص داد به عبارتی دیگر معنویت در محیط کار ارزش ها و باورهای مشترکی را بیان می کند که افراد سازمان در مورد سازمان و آینده سازمان دارند. از آنجا که سازمان و افراد سازمان مسئولیت هایی در قبال محیط خویش و اجتماع اطراف خویش دارند بنابراین با وجود معنویت در محیط کار می توان مسئولیت پذیری اجتماعی را پیش بینی کرد. چنانکه (۲۰۱۲، Smite) معتقد است که سازمان های مسئول اجتماعی نمی توانند بدون ایجاد فرهنگ سازمانی دلسوزانه بر اساس ارزشهای معنوی مانند دلسوزی، فعالیتهای خود را با انتظارات اجتماعی همسو کنند. که این امر از طریق توسعه مفروضات ناگفته ضمنی نهفته در فرهنگ

سازمان محقق می‌شود که تشخیص می‌دهد با تلاش در جهت منافع بزرگتر اجتماعی، تحقق آنچه برای پایداری و موفقیت طولانی مدت سازمان خوب است، حاصل می‌شود.

همچنین نتایج تحقیق حاکی از تاثیر معنویت بر جو اخلاقی است. براین اساس نتیجه گیری می‌شود که در قلمرو پژوهش حاضر یعنی دانشگاه، وجود معنویت در کار باعث افزایش جو اخلاقی در سازمان می‌گردد که زمینه های عملکرد سازمانی موثر را فراهم می‌کند. چنانکه نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۶)، جوز^۱ (۲۰۱۰) و ادوینا^۲ (۲۰۱۰) در تحقیقی دریافته اند که معنویت در سازمان تاثیر مستقیمی بر جو اخلاقی در سازمان می‌گذارد. به گفته جوز (۲۰۱۰) به نظر می‌رسد درخواست معنویت به یک علاقه در زندگی تبدیل شده است و ریشه‌ای مستقیم در اخلاق دارد. معنویت، زیر بنایی برای ارزش ها و هنجارها اخلاقی در سازمان فراهم می‌کند. صاحب نظران بیان کرده اند که افراد معنوی در سازمان، ارزش های اخلاقی را بیشتر رعایت می‌کند و در پی ایجاد منافع بیشتر برای سازمان هستند. زیرا وجود معنویت موجب گسترش صداقت و اعتماد خواهد شد که دو عنصر اساسی اخلاقی در محیط سازمان هستند. زمانی که صداقت در بین کارکنان افزایش یابد رابطه آنها مبتنی بر اعتماد خواهد و در چنین فضایی می‌توان انتظار داشت که فضایل اخلاقی رشد کنند و جو اخلاقی مناسبی در سازمان حاکم شود (نصر اصفهانی، ۱۳۹۶). با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که مبانی نظری و تجربی تحقیق، یافته این بخش از پژوهش را مورد تأیید قرار می‌دهد.

با توجه به نتایج تحلیل داده های بدست آمده جو اخلاقی اثر مستقیم، مثبت و معنی داری بر پاسخگویی فردی دارد. بر اساس این یافته می‌توان چنین گفت که وجود جو اخلاقی در بخش ها و سطوح مختلف سازمان موجبات افزایش ویژگی پاسخگویی فردی را فراهم می‌کند. به عبارتی دیگر هر اندازه سازمان از جو اخلاقی بالایی برخوردار باشد به همان اندازه پاسخگویی کارکنان قابل پیش بینی است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیق لاراتا همسو می‌باشد. لاراتا (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان جو اخلاقی و پاسخگویی دریافته اند که جو اخلاقی با پاسخگویی رابطه مثبت و معنی داری دارد. در تبیین این نتایج می‌توان گفت که فصل مشترک جو اخلاقی و پاسخگویی فردی باید ها و نبایدهای است؛ باید ها و نبایدها در بعد جو اخلاقی رفتار کارکنان را هدایت می‌کند در مقابل در حوزه پاسخگویی به عنوان استاندارد است که در وظایف بیان شده و رفتار زیبردستان را به سمت پاسخ دهی در قبال وظایف محوله سوق می‌دهد. بنابراین وجود چنین منبع فصل مشترک منجر به ارتباط تنگاتنگ آنها در عرصه عمل و فعالیت می‌گردد که امکان تاثیر گذاری و اثرپذیری بر یکدیگر را مهیا می‌سازد.

در خصوص فرضیه مرتبط با جو اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی، می‌توان گفت که جو اخلاقی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر دارد. یعنی زمانی که جو اخلاقی در سازمان وجود داشته باشد می‌توان وجود مسئولیت پذیری اجتماعی در افراد سازمانی را متصور بود. بنابراین وجود زمینه مثبت اخلاقی و جو اخلاقی در سازمان، وجود مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان مبرهن و آشکار می‌شود. نتایج پژوهش مرتبط با این بخش از پژوهش با یافته های آگاستاس (۲۰۰۸) و جوان (۱۳۹۳) همسو است. زیرا آگاستاس (۲۰۰۸) طی پژوهشی دریافت که بین مسئولیت پذیری و ابزارگرایی جو اخلاقی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین جوان (۱۳۹۳) در مطالعه ای تطبیقی نتیجه گیری میکند که جو اخلاقی نقش بارزی در مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان ایفا می‌کند.

نتایج تحلیل مرتبط با مدل کلی پژوهش نشان داد که جو اخلاقی تاثیر غیر مستقیم بر رابطه بین معنویت در کار با مسئولیت پذیری اجتماعی و پاسخگویی فردی دارد. به عبارتی دیگر جو اخلاقی بعنوان یک متغیر فرآیندی اثر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته را افزایش می‌دهد. وجود جو اخلاقی در کنار معنویت در محیط کار میزان مسئولیت پذیری و پاسخگویی کارکنان را پیش بینی می‌کند. یعنی زمانی معنویت در کار بر مسئولیت پذیری اجتماعی و پاسخگویی تاثیر دارد که جو اخلاقی در سازمان وجود داشته باشد. بررسی مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که جو اخلاقی بعنوان میانجی نقش مثبتی را ایفا می‌کند و وضعیت متغیرها و رابطه آنها را به سمت مطلوب سوق می‌دهد در این راستا می‌توان به نتایج پژوهش رحیمی (۱۳۹۷)، حسینی یان (۱۳۹۷) و نصر اصفهانی (۱۳۹۶) اشاره کرد. بطور کلی نتایج پژوهش حاکی از آن است که جو اخلاقی بعنوان میانجی در رابطه بین معنویت در محیط کار با مسئولیت پذیری اجتماعی و پاسخگویی فردی ایفای نقش می‌کند.

^۱. Jose

^۲. Edwina

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به محدودیت در جامعه مورد مطالعه و عدم همکاری برخی کارکنان دانشگاه در مرحله جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

صاحب‌نظران سازمان و مدیریت اثربخشی سازمان را به درجه و میزان حصول به اهداف سازمان تعریف می‌کنند که عملکرد سازمان بر اساس آن نشان داده می‌شود. اثربخشی سازمان وابسته به عواملی است که در ارتباط با زمینه‌ها و ساختارها می‌تواند در باره آنها سخن گفت. از جمله عوامل که در محیط سازمانی و ساختار مدیریتی یافت می‌شود عبارتند از معنویت در محیط کار و جو اخلاقی. این عوامل به عنوان عوامل تعیین‌کننده به مزایایی منجر می‌شود که عملکرد سازمان و اثربخشی آن را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به نتایج پژوهش که جو اخلاقی موجب افزایش میزان تاثیر معنویت در کار بر مسئولیت پذیری و پاسخگویی، لازم است مسئولین و مدیران دانشگاه اقدامات لازم جهت ایجاد شرایط محیطی و ساختاری مناسب برای ارتقاء جو اخلاقی و معنویت در بین کارکنان دانشگاه انجام دهند.

منابع

- ابراهیم پور، حبیب؛ حسن زاده، محمدی؛ نعمتی، ولی؛ باهنر، فاطمه. (۱۳۹۶). بررسی رابطه معنویت سازمانی و مسئولیت پذیری سازمانی، دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد انسجام مدیریت و توسعه، تهران، ایران. <https://civilica.com/doc/715442>
- بهمنی چوب با سستی، اکبر؛ موسوی داوودی، سید مهدی. (۱۳۹۸). رابطه معنویت در محیط کار و تعلق سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های دولتی، مجله اخلاق زیستی، ۹(۳۴)، ۵۹-۶۶. <https://doi.org/10.22037/bioeth.v9i34.26680>
- جوان، حسین؛ و بیگلر، رضا. (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی نقش جو اخلاقی بر مسئولیت‌های اجتماعی کارکنان، کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن بیست و یکم، تهران. <https://civilica.com/doc/311587>
- حسینی اکبرپور، علی؛ رضازاده، میرکازم. (۱۳۹۴). اخلاق سازمانی در پرتو اخلاق اسلامی. تهران: فرانما.
- حسینی یان، ناهید؛ بهبود، یاری قلی؛ و پیمان، یارمحمدزاده. (۱۳۹۷). نقش واسطه‌ای اخلاق سازمانی در رابطه بین عدالت سازمانی و سکوت و بی تفاوتی سازمانی معلمان. مجله آموزش مدیریت سازمان‌ها، ۷(۱)، ۱۰۳-۱۳۳. <https://journalieaa.ir/article-1-104-fa.html>
- رحیمی، حمید و بهارلویی، فرشاد. (۱۳۹۷). تأثیر جو اخلاقی بر اعتماد به کار گروهی با نقش میانجی رفتار اخلاقی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۷(۲)، ۱۵۸-۱۲۹. https://obs.sinaweb.net/article_32518.html
- رسولی نژاد، مرتضی؛ شیبانی، حسین؛ و محرمی، جعفر. (۱۳۹۳). رابطه معنویت با تعهد و احساس مسئولیت در دانش آموزان. فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۳۳-۱۳۵، (۱)، ۴.
- طالبی، ابوتراب؛ و خوشبین، یوسف. (۱۳۹۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۹(۵۹)، ۲۴۹-۲۱۶. <https://doi.org/10.22054/qjss.2013.6886>
- عبداللهی، بیژن؛ کریمیان، حمید؛ نامداری پژمان، مهدی. (۱۳۹۳). رابطه تهدید سازمانی و معنویت در محیط کار با رفتار اخلاقی، اخلاق در علم و فناوری، ۴(۱)، ۱۰-۱. <http://ethicsjournal.ir/article-1-72-fa.html>
- فقه، ابوالحسن. (۱۳۸۵). بررسی تطبیقی پاسخگویی، مطالعات مدیریت، انتشارات علامه طباطبائی، شماره ۲۹، ۱۳-۲۳.
- کریمی زرچی، محسن. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر معنویت محیط کار بر اهمال کاری سازمانی کارکنان. پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان یزد، گروه مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی.
- مهاجران، بهناز؛ شهودی، مریم. (۱۳۹۳). یافتن رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و معنویت در کار با مسئولیت اجتماعی. مدیریت پرستاری، ۳(۲)، ۲۰-۲۹. <http://ijnv.ir/article-1-220-fa.html>
- نصرا صفهانی، علی؛ امیری، زینب؛ فرخی، مجتبی؛ و سیفی، محسن. (۱۳۹۶). تأثیر معنویت در محیط کار بر پوشش اجتماعی با نقش میانجی اخلاق سازمانی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی استان اصفهان). مجله جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۸(۲)، ۱۷-۳۴. <https://doi.org/10.22108/jas.2017.21430>

References:

- Allen, A., & Mintrom, M. (2010). Responsibility and School Governance, Educational Policy originally published online. <http://dx.doi.org/10.1177/0895904808330172>
- Aluchna, M. (2010). Corporate social responsibility of the top ten: examples taken from the Warsaw Stock Exchange. Social responsibility journal, 6(4), 611-626. DOI: 10.1108/17471111011083473
- Ashmos, P., & Duchon, D. (2000). Spirituality at work: a conceptualization and measure. Journal of Management Inquiry, 9(2), 134-145. doi: 10.1177/105649260092008

- Augustus, T. (2008). Investigating the influence of profession, position and organizational climate on ethical attitudes in private sector. University of Idaho.
- Barron, K., & Chou, S. Y. (2017). Spirituality and social responsibility performance: The perspectives of religiously and non-religiously affiliated individuals. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 63–82. doi: 10.1108/JGR-07-2016-0020
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Bus. Horiz.*, 34(4), 39–48. [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Daniel, J. L. (2015). Workplace spirituality and stress: evidence from Mexico and US. *Management Research Review*, 38(1), 29–43. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/283986518_Workplace_spirituality_and_stress_evidence_from_Mexico_and_US
- Davies, J. O. (2015). The relationship between perceived organisational ethical climate and employee commitment in the Australian hospitality industry. <http://hdl.handle.net/10500/19164>
- Du, S., Swaen, V., Lindgreen, A., & Sen, S. (2013). The Roles of Leadership Styles in Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 114(1), 155–169. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1333-3>
- Edwina, P. (2010). Spirituality and Ethnic Entrepreneurship in Sweden, aut University, Auck Land, New Zealand, 29(1):114–116. Available online at www.Emeraldinsight.com
- Frink, D. D., & Klimoski, R. J. (2004). Advancing accountability theory and practice: Introduction to the human resource management review special edition. *Human Resource Management Review*, 14(1), 1–17. <http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2004.02.001>
- Hochwarter, W. A., Perrewé, P. L., Hall, A. T., & Ferris, G. R. (2005). Negative affectivity as a moderator of the form and magnitude of the relationship between felt accountability and job tension. *Journal of Organizational Behavior*, 26(5), 517–534. <http://dx.doi.org/10.1002/job.324>
- Ismail, S. (2015). Effects of Ethical Climate on Organizational Commitment, Professional Commitment, and Job Satisfaction of Auditor in Malaysia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 17(2), 139–155. <http://dx.doi.org/10.22146/gamaijb.6907>
- Jaramillo, F., Mulki, J. P., & Solomon, P. (2006). The Role of Ethical Climate on Salesperson's Role Stress, Job Attitudes, Turnover Intention, and Job Performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 26(3), 271–282. <http://dx.doi.org/10.2753/PSS0885-3134260302>
- Karakas, F. (2010). Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review. *J. Bus. Ethics*, 94(1), 89–106. doi: 10.1007/s10551-009-0251-5
- Laratta, R. (2011). Ethical Climate and Accountability in Nonprofit Organizations. *Public Management Review*, 13(1). <http://dx.doi.org/10.1080/14719037.2010.501620>
- Lerner, J., & Philip, E. T. (1994). Accountability and social cognition in encyclopedia of human behavior. https://projects.iq.harvard.edu/files/lernerlab/files/lerner_tetlock_1994.pdf
- Mayer, D. M., Kuenzi, M., & Greenbaum, R. L. (2010). Examining the Link Between Ethical Leadership and Employee Misconduct. *Journal of Business Ethics*, 95, 7–16. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-0794-0>
- Miller, G., & Kim, N. Y. (2008). Perceptions of the Ethical Climate in the Korean Tourism Industry. *Tourism Research*, 82(4). <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9604-0>
- Milliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of Organizational Change Management*, 16(4), 426–447. <http://dx.doi.org/10.1108/09534810310484172>
- Myers, J. E. (1990). Wellness throughout the Lifespan. Guide Post, May.
- Pandey, A. (2014). Spirituality in the workplace and spirituality intelligence- A new paradigm for a more effective workforce in a Organizational. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(10), 45–50. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol16-issue10/Version-3/F0161034550.pdf>
- Pashang, H. (2003). Processes of accountability. Experience from the operative level in Swedish local government (Dissertation). Retrieved from <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/2513?show=full>
- Shin, Y., Sung, S. Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2015). Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate. *Journal of Business Ethics*, 129(1), 43–57. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2144-5>
- Smith, R. D., & Singer Daniel, P. (2012). Spirituality in Corporate Social Responsibility: A Proposed Solution To the “Failed System” Problem. *Interdisciplinary. Journal of Contemporary Research in Business*, 4 (6), 58–67.
- Tziner, A., Oren, L., Bar, Y., & Kadosh, G. (2011). Corporate Social Responsibility, Organizational Justice and Job Satisfaction: How do They Interrelate, If at All?, *Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid*. ISSN: 1576-5962 - DOI: 10.5093/tr2011v27n1a7.
- Wigfield, A., & Eccles, J. S. (1992). The development of achievement task values: A theoretical analysis. *Dev. Rev.*, 12(3), 265–310. [https://doi.org/10.1016/0273-2297\(92\)90011-P](https://doi.org/10.1016/0273-2297(92)90011-P)