

## ارتباط ابعاد سیرت نیکوی مدیران و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوّ اخلاقی سازمانی در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام

فائزه آقائی میبدی

کارشناس ارشد مدیریت راهبردی در سازمان های ورزشی

نام نویسنده مسئول:

فائزه آقائی میبدی

### چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین ابعاد سیرت نیکوی مدیران و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوّ اخلاقی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام می باشد. پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری، کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام به تعداد ۱۴۶ نفر بودند که نمونه به صورت کل شمار برابر جامعه آماری یعنی ۱۴۶ نفر در نظر گرفته شد و در مجموع ۱۰۱ پرسشنامه به محقق برگشت داده شد. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه های استاندارد، پرسشنامه سیرت نیکوی نصرافهانی، رفتار شهروندی سازمانی پودساکوف و همکاران و جوّ اخلاقی سازمانی ویکتور و کولن بودند. داده ها با استفاده از نرم افزار PLS-SMATER و Spss16 پردازش شدند. یافته های پژوهش نشان داد که بین سیرت نیکوی مدیران و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوّ اخلاقی و همچنین بین ابعاد سیرت نیکوی مدیر و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوّ اخلاقی رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود که مسئولان ادارات ورزش و جوانان به ابعاد سیرت نیکوی مدیران و جوّ اخلاقی مناسب در سازمان های ورزشی، توجه بیشتری کنند زیرا با توجه به این دو عامل سیاست ها و راهبردهای تشویقی مناسبی در جهت شکوفاتر شدن رفتارهای شهروندی سازمانی در کارکنان ایجاد می شود.

**واژگان کلیدی:** سیرت نیکو، رفتار شهروندی سازمانی، جوّ اخلاقی سازمانی.

## مقدمه

در دوره های مختلف تاریخ بشر، رعایت اخلاق در جامعه از مهمترین ابعاد زندگی اجتماعی انسان به شمار آمده است. امروزه جامعه نسبت به اقدام های سازمان ها و به خصوص سازمان های ورزشی حساس تر از قبل شده است، به ویژه در مقابل رفتارهای غیراخلاقی سازمان ها به سرعت و به طریق مختلف واکنش نشان می دهد. رهبران با سطح رشد اخلاقی خود، چارچوبی را به منظور مواجهه با مسائل اخلاقی در سازمان ایجاد می نمایند، که این چارچوب بر جواخلاق سازمان تاثیرگذار می باشد (اشمینکه<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۵). جواخلاق برای سازمان ها مهم بوده و بر رفتار اخلاقی کارکنان موثر است. جواخلاق سازمان در برگیرنده ادراک درست و اشتباه در محیط کاری سازمان بوده و هنجارهایی را برای پذیرش و عدم پذیرش رفتارهای سازمانی ارائه می نماید (بابین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۰). بنابراین با رشد زندگی اجتماعی، مسئله اخلاق هم شکل گسترده تر و پیچیده تر به خود گرفته است. همچنین، تعریف اخلاقی روابط انسان ها در جامعه و تشخیص مصادیق اخلاقی از غیراخلاقی دشوارتر گردیده است (فاضلی، ۱۳۹۱). رفتار شهروندی سازمانی بر پایه اخلاق است و دستیابی به درجات بالاتر اخلاق، موجب بهبودی رفتار شهروندی سازمانی می شود (اسکندری و ایراندوست، ۱۳۹۴). لذا در محیط کاری پویای امروز که کارها بیش از پیش گروهی انجام می شود و انعطاف پذیری محیط اهمیت زیادی دارد، سازمان ها به کارمندی نیاز دارند که خود را ملزم به رفتارهای خوب شهروندی کنند. از این رو، تقویت رفتار شهروندی سازمانی و توجه به عوامل موثر بر تقویت این گونه رفتارها در سازمان ها از اهمیت ویژه ای برخوردار است (کوشکی و همکاران، ۱۳۹۶). امروزه پژوهشگران، رفتار افراد در محیط کار و سازمان با هدف دستیابی به نوعی رفتار فردی که به کارایی و اثر بخشی سازمانی کمک کنند، می سنجند؛ زیرا اگر کارکنان به همکاری تمایل نداشته باشند، سازمان ها قادر به توسعه اثربخش خود نیستند (محمودی، ۱۳۹۲). بنابراین، وجود کارکنانی که بتوانند عقاید خود را بدون هیچ گونه محدودیتی به سازمان ارائه دهند، ضرورت دارد، چراکه از عوامل موفقیت سازمان های بزرگ وجود کارکنانی است که فراتر از وظایف رسمی خود در سازمان به فعالیت می پردازند (سلاخی اقدام ساوجبلاغی، ۱۳۹۴). رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزو وظایف رسمی آنها نیست و سامانه رسمی پاداش رسمی سازمان ها مستقیماً آنها را در نظر نمی گیرد؛ اما میزان اثربخشی کلی سازمان را افزایش می دهند. بالابودن سطح رفتار شهروندی سازمانی در یک سازمان موجب می شود آن سازمان به محیطی جذاب برای کار و فعالیت تبدیل شود. سازمان هایی که سطح رفتار شهروندی سازمانی در آنها بالاست با جذب نیروهای کارآمدتر و کاهش میزان ترک خدمت کارکنان، عملکرد بهتری خواهند داشت (رستگاری، ۱۳۹۲). از سوی دیگر، با گذشت زمان سازمان ها به رهبران و کارکنانی که سیرت نیکو در آنها پرورش یافته باشد، بیشتر نیاز پیدا می کنند. همچنین به تازگی موضوعات مربوط به فضایل و سیرت نیکو در میان دانشمندان اجتماعی و روانشناسان طرفداران زیادی پیدا کرده است (تی جلت ویت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳). سیرت نیز با اخلاق در تعامل است و اخلاق و سیرت در تفکر ما با یکدیگر رابطه تنگاتنگی دارند (کوان و مائو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). گرچه سیرت نیکو مهم شمرده می شود اما افراد درباره چیستی آن به ندرت توافق دارند. سیرت به آن فضایل یا فضیلت اخلاقی اشاره دارد که بطور خاص شامل اجزای اخلاقی مهم است (هارتمن<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). برخی سیرت را جمع ویژگی اخلاقی فرد دانسته اند (برودی و سیگل<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱). ساختن سیرت شکلی از بهبود اخلاقی است که با مسن تر شدن فرد ارتقا می یابد. مطالعات اخیر بر اهمیت سیرت در تعاملات و فعالیت های انسانی تاکید دارند (پترسون و سیلگمن<sup>۷</sup>، ۲۰۰۴). سیرت نیکو از رفتارهای نامطلوب در سازمان جلوگیری می کند و محیط مناسب یادگیری را گسترش می دهد. رفتارهای نامطلوب مثل خشونت، نیرنگ، ترور شخصیت، مشکلات انضباطی، قلدری کردن و.... با بهبود سیرت افراد کم می شود، محیط های یادگیری گسترش می یابند و سازمان به سوی اهداف آموزشی تغییر جهت می دهد (نصر اصفهانی، ۱۳۸۹). بنابراین و با توجه به مقدمه ذکر شده تحولات جزو لاینفک زندگی انسانها شده است و سازمان ها عامل اصلی توسعه جوامع بشری به شمار می روند. در این راستا سازمان های ورزشی نیز مانند سازمان های غیرورزشی در معرض تغییر و تحولات محیطی و جهانی قرار دارند و با مسائل ویژه خود دست به گریبانند (فراهانی، ۱۳۹۵) و سازمان های ورزشی بر حسب شرایط محیط درونی و بیرونی خود با استفاده از فرآیند برنامه ریزی راهبردی به میزان مختلف از راهبردهای نوآورانه، توسعه ای، اکتشافی و تقویتی مطابق با جذابیت برنامه ها و وضعیت رقابتی برای رویارویی با تحولات و دستیابی اهداف خود استفاده می کنند. همچنین بررسی عملکرد برخی از سازمان های ورزشی نشان می دهد سازمان هایی که برای انجام ماموریت و دستیابی به اهداف خود از مدیریتی قوی و مبتنی بر رفتار شهروندی سازمانی و سیرت سازمانی استفاده کرده اند، توانسته اند در فعالیت های مختلف ورزشی و تامین منابع مورد نیاز به موفقیت های چشم گیری

<sup>1</sup> . eshminke<sup>2</sup> . babin<sup>3</sup> . Tjeltveit<sup>4</sup> . Kwan & Mao<sup>5</sup> . Hartman<sup>6</sup> . Brody & Siegel<sup>7</sup> . Peterson & Seligman

دست یابند. بنابراین، آنچه می تواند سازمان را به سوی کمال و توسعه پیش ببرد، نیروی انسانی آن سازمان است که می توان آنرا مهمترین سرمایه در عصر کنونی دانست. از مهمترین عوامل موثر این نیروها می توان رفتار شهروندی سازمانی و سیرت نیکو را نام برد که از واجبات نظام آموزشی در تمام کشورهاست. اینگونه رفتارها در اثربخشی سازمان ها بسیار اهمیت دارند. لذا شناخت رفتارهای شهروندی سازمانی و شناخت کافی از ابعاد سیرت نیکو و تقویت این نوع رفتارها اهمیت زیادی دارد. توسعه رفتارهای شهروندی و سیرت نیکو در نهادهای آموزشی و به خصوص ادارات ورزش و جوانان امری مهم و مزیتی رقابتی محسوب می گردد که کارکنان این ادارات می توانند نقش مهمی در ارتقای کیفیت ادارات ورزش و جوانان خود ایفا نمایند. بنابراین، محقق در پی یافتن نتایج مفید و ارزشمند در زمینه سیرت نیکو و یافتن عوامل اثر بخش در این زمینه بوده تا از آن طریق رفتار شهروندی سازمانی ارتقا یابد و سبب شود تا کارکنان و مدیران با یکدیگر مشارکت بیشتری در انجام امور سازمانی داشته باشند و در نهایت منجر به پیشرفت فردی و سازمانی گردند. لذا محقق با توجه به خلا علمی مشاهده شده در این تحقیق به تبیین و بررسی رابطه بین ابعاد سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی جواخلاقی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام پرداخته است.

## مبانی نظری و ادبیات پژوهش

### رفتار شهروندی سازمانی

مطالعه رفتار افراد در محیط های کاری از دیرباز مورد توجه اندیشمندان علوم مدیریت بوده است و با ظهور رشته رفتار سازمانی در سال های نخست دهه ۱۹۶۰ این امر جدیت بیشتری یافت. بسیاری از مطالعات صورت گرفته سعی در تقسیم بندی رفتارها و علل بروز آن ها داشته اند. مباحثی نظیر؛ ادراک، انگیزش، نگرش های شغلی و غیره از جمله مواردی هستند که به بررسی ریشه بسیاری از رفتارهای آدمی در محیط کار می پردازند. اما بحثی که در دو دهه اخیر مطرح شده است و علاوه بر رفتارشناسان، توجه روانشناسان و جامعه شناسان را نیز به خود جلب کرده است، رفتار شهروندی سازمانی نام دارد. رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری اختیاری و فراوظیفه ای است که در افزایش عملکرد اثربخش سازمان مؤثر است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم به وسیله سیستم پاداش رسمی سازمان سازمان دهی نمی شود. با توجه به اینکه افزایش اثربخشی همواره یکی از مسائل و دغدغه های مدیران است، شناخت رفتار شهروندی سازمانی و زمینه های استقرار آن می تواند گام مؤثر و مفیدی در این مسیر به شمار آید (طبرسا و هادی زاده، ۱۳۸۹). در سال های اخیر بیشتر سازمان ها در پی یافتن راه هایی برای جذب مشارکت کارکنان در پیشبرد اهداف خود بوده اند. در این میان می توان به رفتارهای داوطلبانه و خودجوش اشاره کرد که افراد در ازای انجام آن پاداشی دریافت نمی کنند. محققین به مطالعه هر چه بیشتر این رفتارها پرداخته اند که آن را رفتار شهروندی سازمانی نامیده اند. مفهوم رفتار شهروندی سازمانی نخستین بار توسط باتمان و ارگان اوائل دهه ۱۹۸۰ میلادی به دنیای علم ارائه شد. اگرچه پیش از آن ها افرادی چون کتر و کاهن با تمایز بین عملکرد نقش و رفتارهای نوآورانه و خودجوش در دهه هفتاد و هشتاد میلادی و نیز پیش از آنها بارنارد<sup>۱</sup> با بیان مفهوم تمایل به همکاری در سال ۱۹۳۸ میلادی به این موضوع توجه کردند (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۶). باتمان<sup>۲</sup> و ارگان (۱۹۸۳) برای اولین بار اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی (OCB<sup>۳</sup>) را وضع کردند و آن را این گونه تعریف نمودند: رفتاری فردی که داوطلبانه است، به طور صریح یا ضمنی توسط سیستم رسمی پاداش برانگیخته نشده است، و کارایی سازمان را افزایش خواهد داد. همچنین تمایل کارکنان به انجام رفتارهایی که فراتر از الزامات رسم نقش و جایگاهشان می باشد نیز به عنوان یکی از عناصر اصلی تشکیل دهنده رفتار شهروندی سازمانی شناخته شده است. بنابراین می توان (OCB) را «روغن کاری حرکت ماشین اجتماعی سازمان» نامید (فدائی و همکاران، ۱۳۹۶). اصطلاح OCB ابتدا توسط دنیس ارگان و همکارانش در اوایل دهه ۱۹۸۰ معرفی شد و این گونه توصیف شد "رفتار است هم فردی و هم اختیاری، نه به طور مستقیم و نه با صراحت پاداشی به آن تعلق نمی گیرد، و در مجموع باعث ترویج عملکرد موثر سازمان می شود با این حال، با توجه به ماهیت آن در زندگی کاری و شرایط کسب و کار که در حال رشدند، تعریف OCB این گونه مطرح شد: "کمک به حفظ و ارتقاء زمینه اجتماعی و روحی که عملکرد کار را پشتیبانی می کند" بدین ترتیب، OCB ها به رسمیت شناخته شده و مورد توجه قرار گرفته اند، نه تنها به عنوان رفتارهای اختیاری، بلکه همچنین به عنوان بخشی از کار، و اغلب توسط سیستم پاداش شرکت ها نیز به رسمیت شناخته شده اند (آرادا آلریم و همکاران، ۲۰۱۷). به هرگونه فعالیتی که کارکنان با موافقت خود تصمیم می گیرند انجام دهند رفتار شهروندی سازمانی (OCB) می گویند و اغلب این گونه فعالیت ها خارج از تعهدات قراردادی کاریشان است. به عبارت دیگر OCB اختیاری است و ممکن است همیشه به طور مستقیم و رسمی از سوی شرکت به رسمیت شناخته نشود و یا مورد

<sup>1</sup>. Barnard

<sup>2</sup>. Bateman

<sup>3</sup>. Organizational Citizenship Behavior

<sup>4</sup>. Arada, A.A., Dursun, D., Ekrem, T. & Selim, Z.

پاداش قرار نگیرد، برای مثال از طریق افزایش حقوق و یا تبلیغات، البته OCB ممکن است در رتبه بندی سرپرست مطلوب و همکاران، و یا ارزیابی عملکرد بهتر منعکس شود. به این ترتیب می تواند به طور غیر مستقیم باعث افزایش پاداش در آینده شود (محمدعبدالله و همکاران، ۲۰۱۳).

### جو اخلاقی سازمانی

جو اخلاقی یک سازمان، مجموعه ای مشترک از ادراکات درباره رفتارهای صحیح و نحوه پردازش موضوعات اخلاقی است و فرآیندها، سیاست ها و فعالیت های سازمانی که پیامد اخلاقی دارند را منعکس می سازد (خانینفار<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). در تعریفی دیگر جو اخلاقی سازمان نشان دهنده ارزش های اخلاقی و انتظارات رفتاری و نشانگر تأثیر اخلاقیات بر تصمیمات اعضای سازمان بوده و به معنی وجود گزینه های اخلاقی جهت انتخاب و عمل کارکنان می باشد (رحیمی نیا و نیک خواه<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). جو اخلاقی ادراک شده، به ادراکات مشترک افراد یک سازمان از آنچه از نظر اخلاقی صحیح است، اشاره کرده و نشان می دهد که چگونه باید نسبت به مسائل اخلاقی و ارزشی در درون سازمان واکنش نشان داد. جو اخلاقی یکی از عوامل اساسی در گرایش یا عدم گرایش کارکنان یک سازمان به رفتارهای مختلف است. جو اخلاقی ادراک شده، مشخص می کند که تا چه حد بر اساس معیارهای اخلاقی تصمیم گیری می شود و چگونه کارکنان پرسش های اخلاقی را تعبیر می کنند (وانگ و هسی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). جو اخلاقی نوعی جو کاری است که منعکس کننده خط مشی ها، روش ها و سیاست های سازمانی و دارای نتایج اخلاقی می باشد. در همین راستا سازمان ها بیشتر توجه خود را به موضوعات اخلاقی معطوف می کنند، چون مردم از آن ها انتظار دارند تا سطوح بالای استانداردهای اخلاقی را نشان دهند. فیلیپو<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) جو اخلاقی را ساختاری روانی می داند که از مجموع ادراکات افراد حاصل می شود. به عبارت دیگر ادراکات مشترک، ثابت و معنی داری که کارکنان درباره رویه های اخلاقی و سیاست های موجود در سازمان شان دارند. بنابراین جو اخلاقی یکی از انواع جو های کاری است که رویه ها، سیاست ها و عملکرد سازمان را با یک نتیجه اخلاقی بازتاب می دهد. مارتین و کولن<sup>۶</sup> (۲۰۰۶) نیز جو اخلاقی را نوعی جو کاری می دانند که منعکس کننده خط مشی ها، روش ها و سیاست های سازمانی و دارای نتایج اخلاقی می باشد. همچنین از دیدگاه ویمباش و همکاران<sup>۷</sup> (۱۹۹۷)، جو اخلاقی در سازمانی، اشاره ای است به ادراکات معنادار، روانشناختی و باثباتی که اعضای یک سازمان در مورد رویه ها و سیاست های اخلاقی موجود در سازمان خودشان و بخش های آن دارند (حسین بر و جان احمدی گل، ۱۳۹۶). جو اخلاقی در یک سازمان شامل برداشت روانی کارکنان درباره سیاست های اخلاقی و روش های حاکم بر سازمان و بخش های آن است (دکونینک<sup>۸</sup>، ۲۰۱۳). نقطه مشترک در همه تعریف ها در مورد جو اخلاقی عبارت است از برداشت اینکه چه رفتاری اخلاقی بوده و چرا آن رفتار درست است (آنسر و یلدیز<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲). جو اخلاقی نشانگر درک افراد از سازمان شان است و بر نگرش و رفتار آن ها تأثیر می گذارد و به عنوان چارچوبی برای مراجعه ی کارکنان سازمان به کار می رود. این نوع جو زمینه ای برای بروز رفتارها و تصمیم گیری ها فراهم می کند. به عبارت دیگر جو اخلاقی خصوصیت یک سازمان را ارائه می دهد و در واقع متغیری سازمانی است که می تواند اوضاع کاری را تغییر دهد یا بهبود بخشد (طاهری گودرزی و همکاران، ۱۳۹۵). جو اخلاقی، بخشی از فرهنگ سازمان است. ارزش های سازمانی به مسایل اخلاقی سازمان می پردازد، و آنچه در جو اخلاقی سازمان، اخلاقی محسوب می شود، تعیین می کنند. جو اخلاقی پیش بینی کننده رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی کارکنان می باشد (نادی و حاذقی، ۲۰۱۱).

### سیرت نیکوی

در زمان گذشته مطالعه سیرت که به آن فضیلت یا فضایل اخلاقی نیز گفته می شد، با کم توجهی مواجه بوده است. فضیلت و سیرت دو بخش جدایی ناپذیرند و سیرت، قلب اخلاقیات در سازمان است، به گونه ای که فلاسفه یونان (مثل ارسطو)، سیرت را مرکز اصلی رفتارهای اخلاقی قلمداد می کردند و معتقد بودند افرادی که سیرت نیکو دارند تقریباً همیشه مطابق با سیرت خود عمل می کنند، از این رو افرادی که سیرت نیکو ندارند، در شرایطی که تحت نظارت و کنترل باشند، صداقت بیشتری داشته و زمانی که کنترلی بر اعمال آنها نباشد، رفتاری نادرست و به دور از صداقت دارند، به این ترتیب زمانی که موقعیت اجتماعی مبهم باشد، افراد به قضاوت های خود تکیه می کنند در حالی

<sup>1</sup>. Samah, M.A., Fatma, R.M., & Sanaa, M.A.

<sup>2</sup>. Khanifar & et al

<sup>3</sup>. Rahimnia F, Nikkhah Z

<sup>4</sup>. Wang & Hsieh

<sup>5</sup>. Filipova

<sup>6</sup>. Martin K.D., Cullen J.B

<sup>7</sup>. Deconinck

<sup>8</sup>. Oncer & Yeldiz

که در موقعیت اجتماعی قوی، قضاوت افراد به حداقل می‌رسد (فاین و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). تعاریف مختلفی از سیرت ارائه شده است. سیرت، «خود درونی فرد» در عمل است. سیرت نشان می‌دهد که فرد واقعاً چه کسی است. به اعتقاد مودی سیرت آن چیزی است که شما در خلوت هستید. سیرت دیرک اصلی خیمه رهبری است. سیرت انجام کار درست علیرغم فشار بیرونی مخالف برای انجام نشدن آن است. سیرت غالباً در راستای ارزش‌های مذهبی است. سیرت به عنوان یک ویژگی حیاتی رهبر محسوب می‌شود. در بحث رهبری سیرت، «کمال اخلاقی» رهبر است. فلاسفه یونان مثل ارسطو سیرت را مرکز اصلی رفتارهای اخلاقی قلمداد می‌کردند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند، فردی که انگ بد سیرت می‌خورد، شانس یک رهبر بزرگ بودن را از دست می‌دهد. مدیران فاقد سیرت نیکو همواره باید مراقب باشند که دیگران به این حقیقت در مورد آنان واقف نشوند. سیرت فرد در انتخاب‌های اخلاقی او، مشخص می‌شود. سیرت و فضیلت، ویژگی‌های اخلاقی فرد هستند. اصطلاح فضیلت از کلمه لاتین ورچوس و مفهوم یونانی آرته به دست آمده است که هر دو به معنای قدرت و قوت یا کمال هستند. به کمک فضایل، افراد به‌تره‌دایت می‌شوند و شاید، بهره‌وری و هماهنگی فرد و جامعه بیشتر می‌شود (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۱). افراد دارای سیرت نیکو، دامنه وسیعی از فضیلت‌ها را پذیرفته‌اند و بر اساس آن‌ها عمل می‌کنند. آنان علاقه بلندمدت به خود و دیگران دارند. هر انسانی تمایل دارد که ظاهر آراسته‌ای از خود نمایش دهد؛ اما ظاهر و صورت، بدون پشتوانه سیرت زیبا نمی‌تواند در بلندمدت چندان زیبا جلوه کند. بنابراین لازم است افراد بکوشند به باطن سیرت خود توجه کنند. این مهم برای مدیران اهمیت بیشتری دارد که اداره امور دیگران را در اختیار دارند (بالیئت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). بسیاری از محققان بر این باورند که سیرت بهتر است به عنوان یک ساختار چند بعدی در نظر گرفته شود. سیرت دارای ساختاری سه بعدی شامل انضباط اخلاقی، دلبستگی اخلاقی و استقلال اخلاقی است. فردی که از نظر اخلاقی سیرت نیکو دارد و مطابق با قوانین و مقررات عمل می‌کند، نسبت به فردی با سابقه اعمال بد و غیر اخلاقی، به احتمال زیاد بسیار کمتر مرتکب جرم می‌شود (نصراصفهانی و شکرچی‌زاده اصفهانی، ۱۳۹۵). در ادبیات فارسی، مقوله سیرت نیکو جایگاه ویژه‌ای دارد و دانشمندان و شاعران ایرانی به این موضوع توجه خاصی داشته‌اند. از جمله مسائلی که مورد توجه مولانا شاعر عرفانی ایران بوده است، خوب رویی و تهذیب نفس و اخلاق نیکوست. سعدی شیرازی نیز از دیگر شاعرانی است که به موضوع سیرت نیکو در اشعار خود توجه ویژه‌ای داشته است. براین اساس، زیبایی واقعی، ارتباطی با زیبایی صورت و تناسب اندام ندارد؛ بلکه به داشتن صفات و اخلاق نیک بستگی دارد و هراندازه این زیبایی در افراد برجسته‌تر باشد، جذابتر و پرمعنا تر است (اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۴). منظور از سیرت خلق و خوی است. از نظر روان‌شناسی جنبه خلق و خوی جنبه‌ای از شخصیت نسبتاً پایدار انسان از لحاظ اخلاق و اجتماعی است. ذاتی سیرت را به عنوان این‌که یک فرد چگونه در تنهایی و بدون حضور دیگران عمل یا رفتار می‌کند تعریف کرده است. همه افراد هنگامی که دیگران تماشاگر آنان هستند، بهتر کار می‌کنند (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۴). بر اساس یک تعریف، سیرت عبارت است از این‌که چگونه یک فرد در تنهایی و بدون حضور دیگران عمل می‌کند. همه افراد هنگامی که دیگران تماشاگر آن‌ها هستند، بهتر کار می‌کنند. شجاعت، نظم، آینده بینی، تحمل، غمخواری، فداکاری، از جمله بنیادهای سیرت فرد محسوب می‌شوند. هنگامی فرد با مشکلات و وسوسه‌ها مواجه می‌شود، به کمک این ویژگی‌ها می‌تواند بر آن‌ها غلبه کند. در مطالعه دیگری، هفت ویژگی به عنوان استانداردهای رفتاری حداقل قابل قبول که سیرت فرد را معرفی می‌کند، در نظر گرفته شد. این هفت ویژگی عبارت بودند از: وفاداری، وظیفه شناسایی، احترام، خدمت بدون احساس غرور، درستکاری، صداقت و شجاعت فردی. در همین مطالعه، احترام و صداقت، بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است. به نحوی که اگر رفتار فرد همراه با احترام و صداقت نباشد، او فاقد سیرت نیکو تلقی می‌شود. منظور از احترام آن است که فرد چگونه با دیگران رفتار می‌کند و چه طور به آن‌ها توجه دارد. احترام نشان دادن توجه محترمانه به دیگران است. این توجه در واقع توجه به ارزش اساسی و شان و مقام هر انسانی است. اکثر صاحب نظران از احترام به عنوان "یک قانون طلایی" یاد می‌کنند. صداقت به معنی گفتار و کردار صحیح است. فرد ممکن است چیزی بگوید و به گونه دیگری عمل کند (باربائو و همکاران، ۲۰۱۴). ابعاد سیرت نیکوی بر اساس آموزه‌های اسلامی شامل حسن خلق، شرح صدر، پایبندی به عهد و پیمان، عدم احتجاب، بر پاداشتن حق و عدل و دلسوزی می‌باشد (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۱) که در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بعدهای عدم احتجاب، حسن خلق و شرح صدر با رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جو اخلاقی سازمانی پرداخته شده است.

۱- عدم احتجاب: احتجاب به معنای حایل و مانع است و رسول خدا(ص) پرهیز داشت که میان وی و مردم مانع و حایلی باشد و چیزی مانع ارتباط مستقیم آن حضرت و مردم باشد به طوری که سخن ایشان را نشنود و دردشان را نکشد و مشکلاتشان را برای وی مطرح نکنند. پیامبر(ص) از سیره ملوک و پادشاهان و نوع نشست و برخاست و تشریفات آن‌ها بشدت بیزار بود و هیچ خوش نداشت به پادشاهان شبیه شود (مجلسی، ۱۴۰۳ق).

<sup>1</sup>. Fine S., Horowitz I., Weigler H., Basis L

<sup>2</sup>. Balliett

۲- حسن خلق: این است که فرد به اخلاق و صفات پسندیده انسانی و اسلامی مزین شده باشد و با خوی خوش، اخلاق نیکو، رفتار و کردار خود را تطبیق دهد و چگونگی برخورد و روابط خود را با دیگران تنظیم کند. اهمیت این ویژگی به قدری است که خداوند تبارک و تعالی پیامبرش را چنین توصیف می کند: "وَ اِنَّكَ لَعَلٰی خُلُقٍ عَظِيْمٌ" ای پیامبر در حقیقت تو به خُلُقِ نیکو و عظیم آراسته ای (قلم/۴). از سوی دیگر آن حضرت نیز هدف از بعثت خود را کامل کردن مکارم اخلاقی معرفی کرده است.

۳- شرح صدر: شرح صدر در اصطلاح یعنی برخورداری از قوت وجودی و تحمل ناملایمات و غلبه بر مشکلات و کسی که دارای این صفت است، بردبار، مقاوم و توانا می شود و این یکی از الطاف الهی است. وجود شرح صدر برای مدیریت و هدایت چنان اهمیت دارد که خدای رحمان این را منتی برای پیامبر (ص) بیان می کند و می فرماید: آیا سینه ات را برای تو نگشودیم و بار گرانت را از پشتت بر نداشتیم؟ باری که بر پشت تو سنگینی می کرد (انشراح/۱). نمونه هایی از شرح صدر در مدیریت عبارت است از:

- ✓ مدیر در رویارویی با قدرت و مقام خود را نیازد.
- ✓ مدیر هنگام هجوم مصائب و مشکلات در عرصه مدیریت، توان و گنجایش پذیرش سختی ها، ناملایمات و رنج ها را داشته باشد.
- ✓ مدیر قدرت عصیان علیه باطل و توان تسلیم در برابر حق را دارا باشد.

### پیشینه تحقیق

احمدی نیک (۱۳۹۶) تحقیقی تحت عنوان بررسی رابطه بین رهبری حمایتی و جو اخلاقی در مراکز درمانی تامین اجتماعی استان لرستان انجام داد، که این تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی است در جامعه آماری ۴۳۶ نفری با استفاده از جدول مورگان تعداد ۲۰۴ به روش نمونه گیری سیستماتیک انتخاب شدند براساس یافته های تحقیق می توان نتیجه گیری کرد که بین ابعاد فرهنگ سازمانی و ابعاد جو اخلاقی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

ماهرخ مختاران طی تحقیقی که در سال (۱۳۹۵) با عنوان تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر تعهد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران) انجام داد به این نتیجه رسید که ابعاد سیرت مدیران (صداقت، شور و اشتیاق، شجاعت، غمخواری، شوخ طبعی، تواضع و حکمت) تأثیر مثبت و معنی داری بر تعهد سازمانی کارکنان دارد همچنین، مشخص شد که ابعاد صداقت، حکمت، شوخ طبعی، تواضع، شور و اشتیاق، غمخواری، و شجاعت به ترتیب بیشترین تأثیر را بر تعهد سازمانی کارکنان داشته اند.

شیخ الاسلامی کندلوسی و جعفرزاده (۱۳۹۴) طی تحقیقی تحت عنوان تأثیر جو اخلاقی و جو سازمانی منفی بر رفتار شهروندی سازمانی و رفتار ضد تولید به این نتیجه رسیدند که جو اخلاقی و رفتار شهروندی بر یکدیگر تأثیر مثبت دارند. در پژوهش آن ها رفتار شهروندی سازمانی رفتاری اخلاقی است، با این تفاوت که در تعریف اولیه رفتار شهروندی سازمانی به آن دسته از رفتارهایی می گویند که علیرغم اینکه اجباری از سوی سازمان برای انجام آنها ندارند بلکه در قبال انجام آنها از جانب کارکنان سازمان منتفع می شوند. جو اخلاقی زمانی در سازمان ایجاد می شود که اعضا باور دارند که نوع خاصی از رفتار اخلاقی هنجار مورد انتظار برای تصمیم گیری درون سازمان است.

حسن خان و همکاران (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان (ارتباط بین رهبری اخلاقی و رفتار شهروندی سازمان: اثبات از پاکستان) انجام دادند که در این پژوهش رابطه رهبری اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان دانشگاهی یک دانشگاه دولتی در پاکستان مورد بررسی قرار گرفت و به این نتیجه رسیدند که رهبری اخلاقی رابطه مثبتی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دارد بدین معنی که: وقتی رهبر یک دانشگاه دولتی، اخلاقی و منصفانه عمل کند می تواند نقش و مسئولیت های کارکنان را روشن کند در نتیجه کارکنان دانشگاهی براساس احترام متقابل با رهبر (مدیر) طبق رفتارهای بیرونی مثل OCB عمل می کنند.

ماهانتری و راس (۲۰۱۵) تحقیقی تحت عنوان تأثیر فرهنگ سازمانی بر روی رفتار شهروندی سازمانی: انجام دادند. در این پژوهش فاکتورهای OCB طبق مدل ارگان وجدان کاری، نزاکت، ادب اجتماعی، جوانمردی و نوع دوستی و فاکتورهای فرهنگ سازمانی عقاید و هنجارها، مسئولیت پذیری فردی، استقلال فردی، تحمل تعارض، تحمل خطر، حمایت و ساختار در نظر گرفته شدند. در این مطالعه پرسشنامه ویژه ای با در نظر گرفتن نظریه های مختلف و مدل های فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی طراحی شد، این پرسشنامه بین ۵۵۰ نفر از کارکنان سه سازمان مختلف یعنی بانکداری خصوصی مدرن، فناوری اطلاعات مدرن و یک سازمان با ساختار سنتی توزیع شد که با نرخ بازگشت ۶۹ درصد ۳۸۰ پرسشنامه جمع آوری گردید. نتایج حاصل از آنالیز داده ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در همه سازمان ها (بانکداری، فناوری اطلاعات و سنتی) همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین با وجود تفاوت در فرهنگ و شیوه های معمول در سازمان ها، بین تمامی متغیرهای فرهنگ سازمانی و متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنادار وجود دارد.

مطالعه فرهنگ در سه سازمان مختلف نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی در بسیاری از موارد می‌تواند رفتار شهروندی کارکنان سازمان را تحت تأثیر قرار دهد و تقویت ریشه‌های فرهنگی یک سازمان می‌تواند منجر به بروز رفتار شهروندی در تمامی بخش‌ها در سازمان گردد. زینگر و فولکمن (۲۰۱۳) طی پژوهشی در مورد سیرت نیکوی رهبران و تأثیر آن بر رفتارهای اخلاقی و انحرافی کارکنان نشان دادند که سیرت اخلاقی کارکنان در انتخاب های اخلاقی او، مشخص می‌شود سیرت و فضیلت، ویژگی‌های اخلاقی فرد هستند و فضایل اساس سیرت می‌باشد و می‌تواند بر رفتارهای اخلاقی و یا رفتارهای انحرافی کارکنان در سازمان تأثیر داشته باشد. یافته‌های پژوهش شین (۲۰۱۲) تحت عنوان " رهبری اخلاقی متصدیان اجرایی ارشد، جوّ اخلاقی، قدرت جو، رفتار شهروندی سازمانی جمعی" تمامی فرضیات تحقیق را تایید کرد. همانطور که پیش بینی شده بود رهبری اخلاقی خود ارزیابی شده متصدیان اجرایی ارشد به طور مثبتی، به برداشت مشترک کارکنان از جوّ اخلاقی شرکت وابسته بود. ارتباط بین جوّ اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی جمعی در سطح شرکت، به وسیله شدت جو تعدیل می‌شد. و به طور خاص‌تر، ارتباطات بین جوّ اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی جمعی هدایت شده میان فردی، و بین جوّ اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی هدایت شده سازمانی، زمانی که شدت جو بیشتر باشد نسبت به هنگامی که شدت جو کم تر هست نمایان ترمی‌شود.

### روش شناسی پژوهش

جامعه موردنظر پژوهش حاضر، تمامی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام می‌باشند که در سال ۱۳۹۷ در این ادارات مشغول به کار می‌باشند. تعداد کارکنان این ادارات ۱۴۶ نفر است. به دلیل محدودیت جامعه، نمونه به صورت کل شمار برابر جامعه آماری یعنی ۱۴۶ نفر در نظر گرفته شد. پس از توزیع پرسشنامه‌ها، ۱۰۱ پرسشنامه عودت داده شد. با توجه به اهداف پژوهش، برای تعیین رابطه بین ابعاد سیرت نیکوی مدیر و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوّ اخلاقی سازمانی از سه پرسشنامه مجزا استفاده شد. پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) که این پرسشنامه دارای ۲۰ سوال ۴ گزینه‌ای است که آلفای کرونباخ آن را ۰/۸۵ برآورد کردند و نحوه امتیازدهی این گزینه‌ها براساس مقیاس لیکرت می‌باشد. پرسشنامه سیرت نیکو نصرافهانی (۱۳۹۱) که این پرسشنامه دارای ۲۲ سوال ۴ گزینه‌ای است که آلفای کرونباخ آن را ۰/۹۰ اعلام کرد و نحوه امتیازدهی آن بر اساس مقیاس لیکرت می‌باشد همچنین از پرسشنامه ویکتور و کولن<sup>۲</sup> (۱۹۸۷-۱۹۸۸) برای سنجیدن جوّ اخلاقی سازمانی استفاده گردید. ویکتور و کولن آلفای کرونباخ این پرسشنامه را ۰/۷۹ اعلام کردند. در جدول ۱ روایی همگرا و پایایی ترکیبی آمده است.

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی در دو بخش مجزا استفاده شد. در بخش نخست تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها به صورت جداول فراوانی‌ها، میانگی‌ها و انحراف میانگین انجام گرفت. در بخش دوم، از روش‌های آماری استنباطی کلموگروف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد. کلیه فعالیت‌های آماری فوق به کمک نرم‌افزارهای spss16 و smart-pls انجام گرفته است.

جدول ۱. روایی همگرایی و پایایی ترکیبی مدل

| متغیر                 | پایایی ترکیبی | روایی همگرا |
|-----------------------|---------------|-------------|
| سیرت نیکو             | ۰/۹۶          | ۰/۵۳        |
| جوّ اخلاقی سازمان     | ۰/۹۴          | ۰/۶۱        |
| رفتار شهروندی سازمانی | ۰/۹۵          | ۰/۵۲        |

### یافته‌های پژوهش

توزیع فراوانی مربوط به ویژگی‌های فردی نمونه‌های تحقیق نشان داد که از ۱۰۱ نفر، تعداد ۸۲ نفر (۸۱/۲ درصد) را مردان و ۱۹ نفر (۱۸/۸ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند که در مجموع بیش از ۵۰ درصد از آنها مردان بودند. از نظر مدرک تحصیلی، ۰/۳ درصد دارای مدرک دیپلم، ۲۳/۸ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۳۵/۶ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۳۰/۷ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۶/۹ درصد دارای مدرک دکترا بودند. وضعیت سن نمونه‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۲۴/۸ درصد بین ۲۰ الی ۳۰ سال، ۵۰/۵ درصد بین

<sup>1</sup>. Podsakoff & et al

<sup>2</sup>. Victor & Cullen

۳۱ الی ۴۰ سال، ۱۷/۸ درصد ۴۱ الی ۵۰ سال، و ۶/۹ درصد نیز بالاتر از ۵۰ سال سن داشته اند. با توجه به جدول ۳، سطح معناداری متغیر سیرت نیکو کمتر از ۰/۰۵ (غیر نرمال) و متغیرهای جواخلاقی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بیشتر از ۰/۰۵ (نرمال) است، بنابراین برای تحلیل پژوهش از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده می شود، چرا که حساسیتی به وضعیت نرمال یا غیر نرمال بودن متغیرها ندارد.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرها و وضعیت نرمال متغیرها

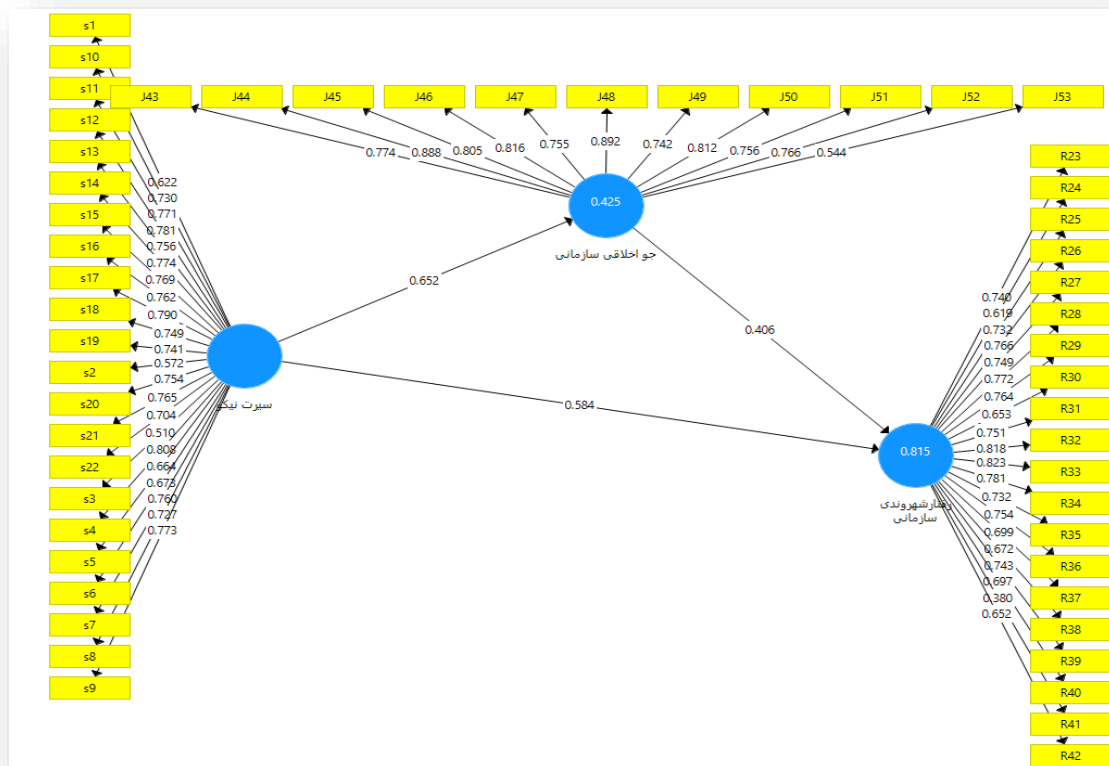
| شاخص ها<br>متغیرها    | آمار توصیفی متغیرها |         | وضعیت نرمال متغیرها |           |
|-----------------------|---------------------|---------|---------------------|-----------|
|                       | انحراف معیار        | میانگین | سطح معناداری K-S    | مقدار K-S |
| سیرت نیکو             | ۰/۵۵۸               | ۳/۷۰    | ۰/۴۸۱               | ۰/۸۴۰     |
| جواخلاقی سازمانی      | ۰/۷۴۶               | ۳/۷۳    | ۰/۵۷۳               | ۰/۷۸۲     |
| رفتار شهروندی سازمانی | ۰/۷۷۵               | ۳/۷۳    | ۰/۸۱۶               | ۰/۶۳۴     |

### آزمون الگوی مفروض پژوهش

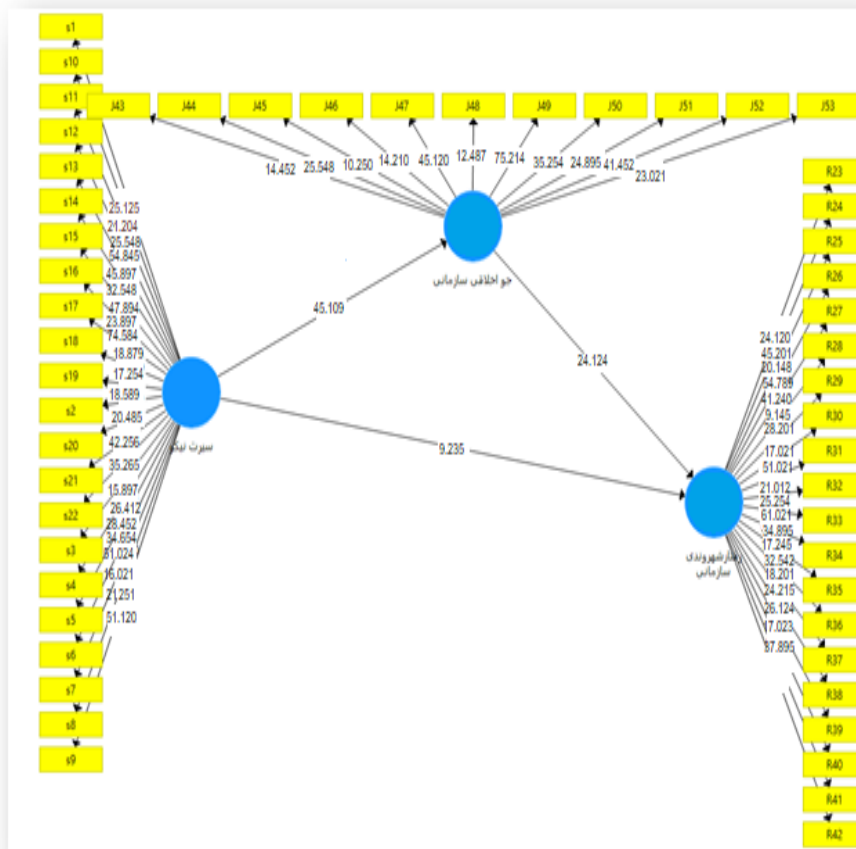
بین سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی از طریق متغیر میانجی جواخلاقی ارتباط وجود دارد. فرضیه اصلی وجود رابطه معنادار بین سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی را تایید می کند. دو شکل زیر نتایج بررسی فرضیه اصلی را نشان می دهند. شکل ۱ ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق و شکل ۲ آماره t بین متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. مقادیر درون دایره ها نیز ضریب تعیین را نشان می دهد.

جدول ۳. ارتباط سیرت نیکو بر رفتار شهروندی بانقش میانجی جواخلاقی

| شاخص ها<br>متغیرها        | آمار توصیفی متغیرها |               |
|---------------------------|---------------------|---------------|
|                           | آماره t             | مقدار $\beta$ |
| سیرت نیکو و جواخلاقی      | ۴۵/۱۰۹              | ۰/۶۵۲         |
| جواخلاقی و رفتار شهروندی  | ۲۴/۱۲۴              | ۰/۴۰۶         |
| سیرت نیکو و رفتار شهروندی | ۹/۲۳۵               | ۰/۵۸۴         |



شکل ۱. ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق



شکل ۲. آماره متغیرهای تحقیق

فرضیه اصلی مرتبط با نقش میانجی گری جو اخلاقی در رابطه بین سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی می باشد. نکته مهم در ارتباط با اثر غیر مستقیم (میانجی) این است که باید هر دو ارتباط (جو اخلاقی با سیرت نیکو) و (جو اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی) معنادار باشد تا بتوان مقدار اثر غیر مستقیم یا همان میانجی را محاسبه نمود. لازم به ذکر است که برای بررسی نقش میانجی گری یک متغیر از شمول واریانس (VAF) استفاده می کنیم. اگر مقدار شمول واریانس کمتر از ۲۰ درصد باشد نقش میانجی گری رد و اگر بالاتر از ۸۰ درصد باشد ادعای میانجی گری پذیرفته می شود. در وضعیتی که شمول واریانس بیشتر از ۲۰ درصد باشد نقش میانجی گری جزئی می باشد. فرمول شمول واریانس به شرح زیر می باشد: (جوزف و همکاران، ۱۳۹۴).

$$VAF = (p_{12} * p_{23}) / (p_{12} * p_{23} + p_{13})$$

$P_{12}$ : ضریب مسیر بین متغیر مستقل و متغیر میانجی

$P_{23}$ : ضریب مسیر بین متغیر میانجی و متغیر وابسته

$P_{13}$ : ضریب مسیر بین متغیر مستقل و متغیر وابسته

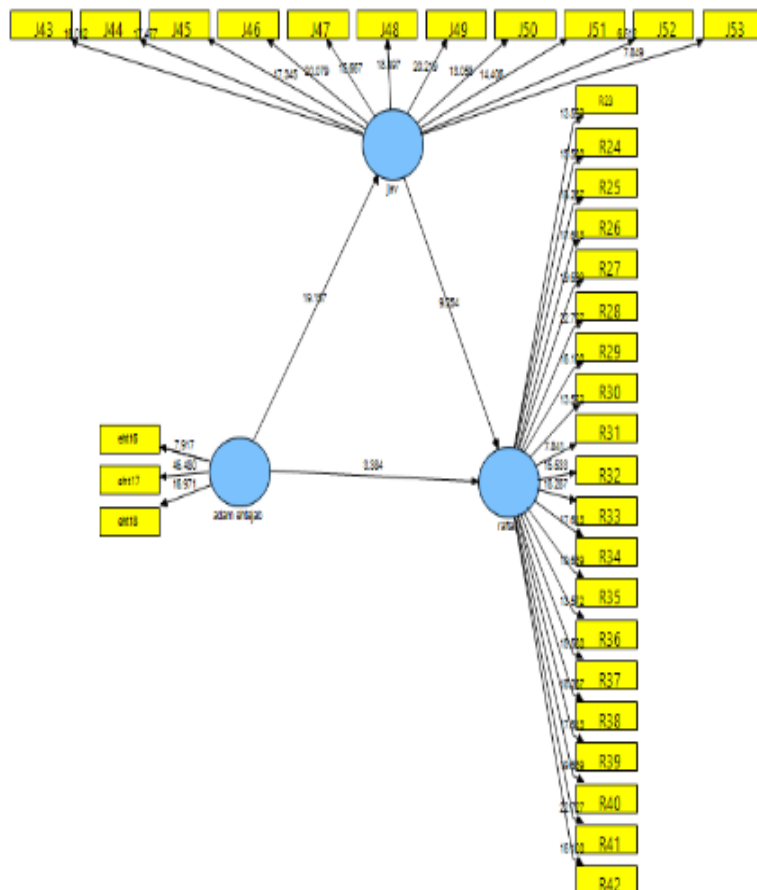
جدول ۴. پارامترهای لازم برای بررسی نقش میانجی

| آمار توصیفی متغیرها |           | شاخص ها                                      |
|---------------------|-----------|----------------------------------------------|
| نتیجه               | آماره VAF | نقش میانجی گری                               |
| تایید               | ۰/۳۱۱     | جو اخلاقی، سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی |

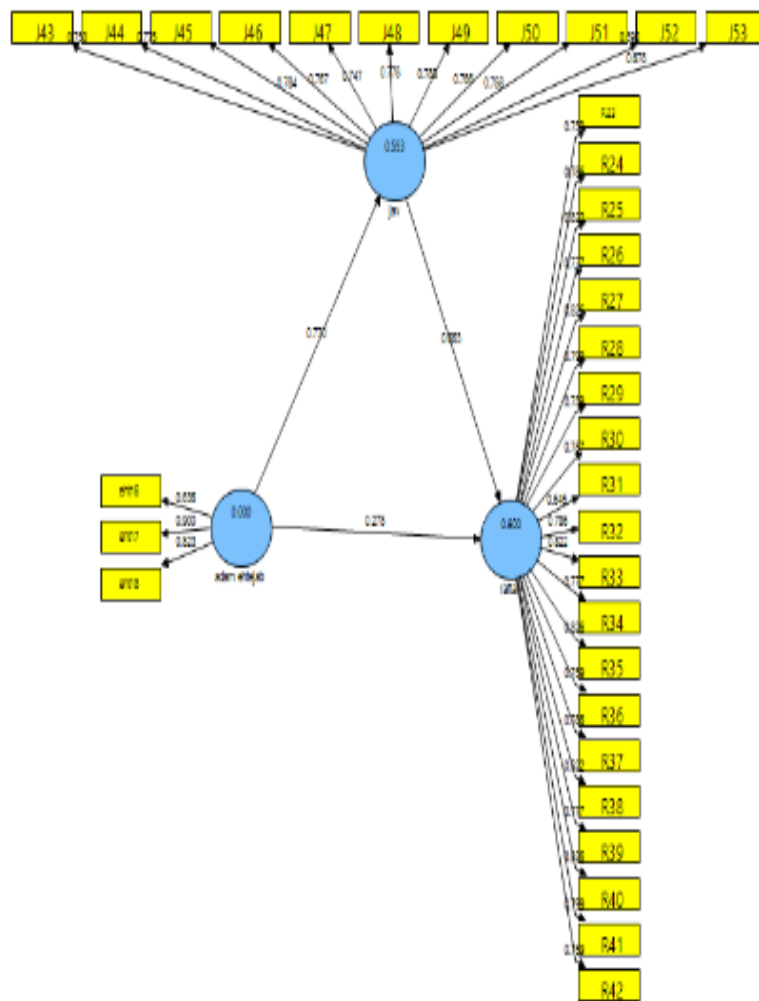
باتوجه به استنادات ذکر شده در بالا و مقادیر به دست آمده از شمول واریانس در جدول ۵ چون مقدار VAF بدست آمده مقداری بین ۰/۲۰ تا ۰/۸۰ می باشد نقش میانجی گری متغیر جو اخلاقی سازمانی جزئی می باشد پس نقش میانجی گری جو اخلاقی تایید می شود. ۱- بین عدم احتجاب و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جو اخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد. فرضیه فرعی اول وجود رابطه معنادار بین عدم احتجاب و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جو اخلاقی سازمانی را تایید می کند. دو شکل زیر نتایج بررسی فرضیه فرعی اول را نشان می دهند. شکل ۳ آماره t بین متغیرهای تحقیق و شکل ۴ ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. مقادیر درون دایره ها نیز ضریب تعیین را نشان می دهد.

جدول ۵. ارتباط عدم احتجاب و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جو

| متغیرها                    | شاخص ها |               |
|----------------------------|---------|---------------|
|                            | آماره t | مقدار $\beta$ |
| عدم احتجاب و جو اخلاقی     | ۱۹/۱۵۷  | ۰/۷۷۰         |
| جو اخلاقی و رفتار شهروندی  | ۹/۲۵۴   | ۰/۵۶۳         |
| عدم احتجاب و رفتار شهروندی | ۳/۳۵۴   | ۰/۲۷۸         |



شکل ۳. آماره t متغیرهای تحقیق



شکل ۴. ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق

فرضیه فرعی اول این پژوهش تاثیر عدم احتجاب بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی را آزمون می کند. طبق آماره t که در بازه ۱/۹۶- و ۱/۹۶ می باشد، عدم احتجاب در سطح ۰/۹۵ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر معناداری دارد. در نتیجه فرضیه فرعی اول تحقیق تایید می شود.

فرضیه فرعی اول مرتبط با نقش میانجی گری جواخلاقی در رابطه بین عدم احتجاب و رفتار شهروندی سازمانی می باشد. نکته مهم در ارتباط با اثر غیر مستقیم (میانجی) این است که باید هر دو ارتباط (جواخلاقی با عدم احتجاب) و (جواخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی) معنادار باشد تا بتوان مقدار اثر غیر مستقیم یا همان میانجی را محاسبه نمود. لازم به ذکر است که برای بررسی نقش میانجی گری یک متغیر از شمول واریانس VAF استفاده می کنیم.

جدول ۶. پارامترهای لازم برای بررسی نقش میانجی

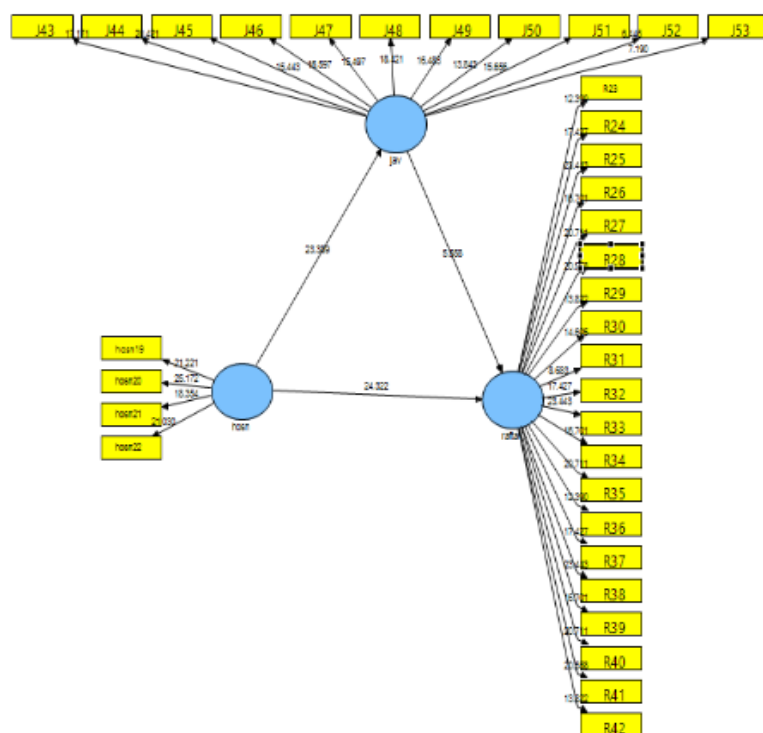
| شاخص ها        |           | آمار توصیفی متغیرها |
|----------------|-----------|---------------------|
| نقش میانجی گری | آماره VAF | نتیجه               |
|                | ۰/۸۵۴     | تایید               |

باتوجه به استنادات ذکر شده در بالا و مقادیر به دست آمده از شمول واریانس در جدول ۶ نقش میانجی گری متغیر جواخلاقی تایید می شود.

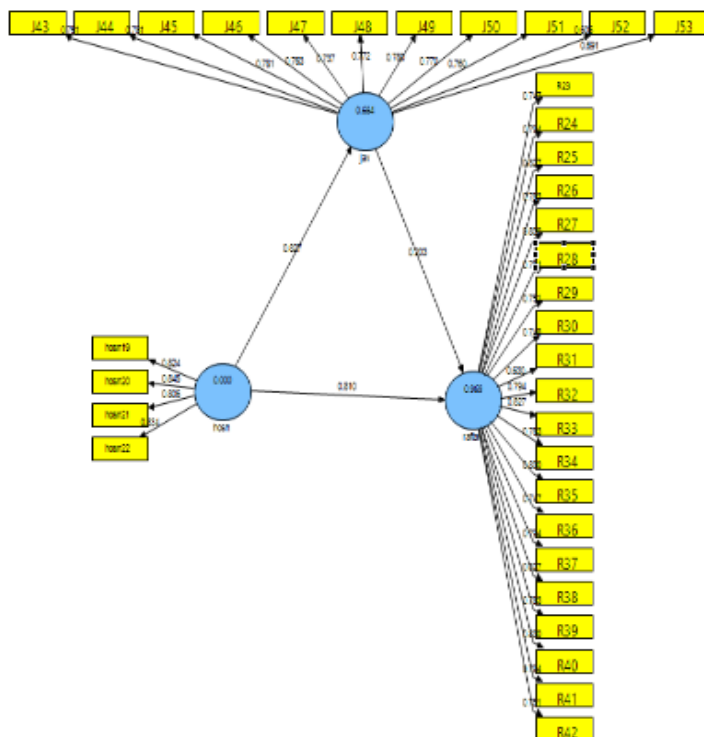
۲- بین حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد. فرضیه فرعی دوم وجود رابطه معنادار بین حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی را تایید می کند. دو شکل زیر نتایج بررسی فرضیه فرعی دوم را نشان می دهند. شکل ۵ آماره  $t$  بین متغیرهای تحقیق و شکل ۶ ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. مقادیر درون دایره ها نیز ضریب تعیین را نشان می دهد.

جدول ۷. ارتباط حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی

| شاخصها                                                                       | آمار توصیفی متغیرها |               |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
|                                                                              | آماره $t$           | مقدار $\beta$ |
| حسن خلق و جواخلاقی<br>جواخلاقی و رفتار شهروندی<br>عدم احتجاب و رفتار شهروندی | ۲۳/۳۸۹              | ۰/۸۲۷         |
|                                                                              | ۵/۵۵۸               | ۰/۲۰۳         |
|                                                                              | ۲۴/۳۲۲              | ۰/۸۱۰         |



شکل ۵. آماره  $t$  متغیرهای تحقیق



شکل ۶. ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق

فرضیه فرعی دوم این پژوهش تاثیر حسن خلق بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوآخلاقی را آزمون می کند. طبق آماره که در بازه ۱/۹۶- و ۱/۹۶ می باشد، حسن خلق در سطح ۰/۹۵ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر معناداری دارد. در نتیجه فرضیه فرعی دوم تحقیق تایید می شود.

فرضیه فرعی دوم مرتبط با نقش میانجی گری جوآخلاقی در رابطه بین حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی می باشد. نکته مهم در ارتباط با اثر غیر مستقیم (میانجی) این است که باید هر دو ارتباط (جوآخلاقی با حسن خلق) و (جوآخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی) معنادار باشد تا بتوان مقدار اثر غیر مستقیم یا همان میانجی را محاسبه نمود. لازم به ذکر است که برای بررسی نقش میانجی گری یک متغیر از شمول واریانس VAF استفاده می کنیم.

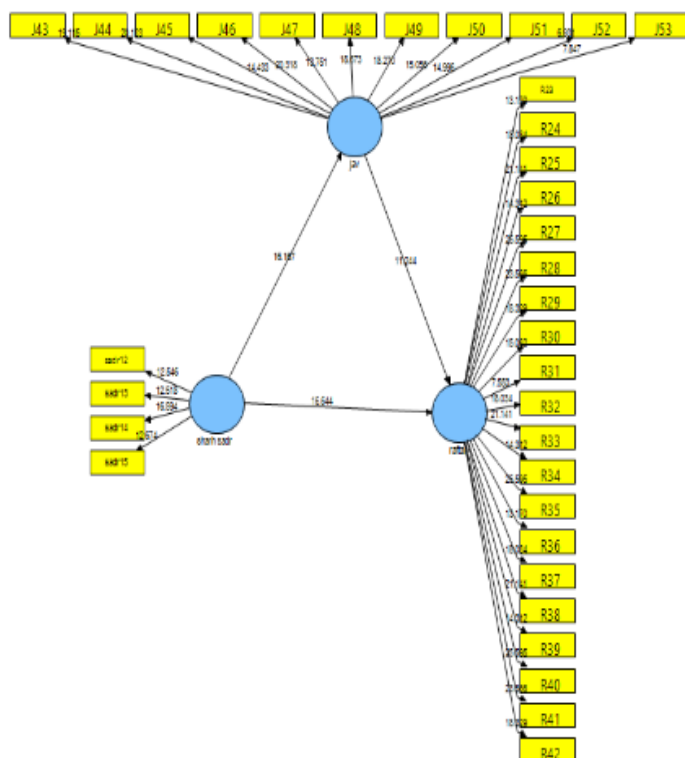
جدول ۸. پارامترهای لازم برای بررسی نقش میانجی

| شاخص ها                                                     |           | آمار توصیفی متغیرها |
|-------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|
| نقش میانجی گری<br>جوآخلاقی، حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی | آماره VAF | نتیجه               |
|                                                             | ۰/۸۵۱     | تایید               |

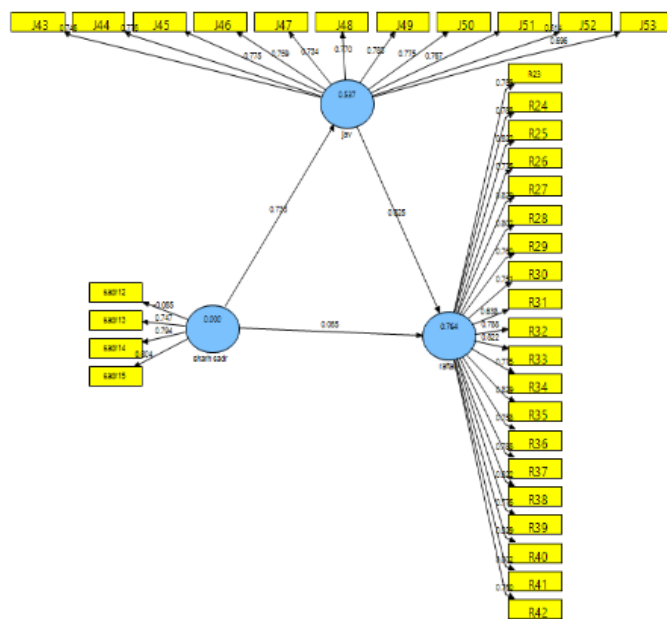
باتوجه به استنادات ذکر شده در بالا و مقادیر به دست آمده از شمول واریانس در جدول ۸ نقش میانجی گری متغیر جوآخلاقی تایید می شود.

۳- بین شرح صدر و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوآخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد. فرضیه فرعی سوم وجود رابطه معنادار بین شرح صدر و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جوآخلاقی سازمانی را تایید می کند. دو شکل زیر نتایج بررسی فرضیه فرعی سوم را نشان می دهند. شکل ۷ آماره آیین متغیرهای تحقیق و شکل ۸ ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. مقادیر درون دایره ها نیز ضریب تعیین را نشان می دهد.

| آمار توصیفی متغیرها |         | شاخص ها<br>متغیرها       |
|---------------------|---------|--------------------------|
| مقدار $\beta$       | آماره t |                          |
| ۰/۷۳۳               | ۱۶/۱۸۷  | شرح صدر و جواخلاقی       |
| ۰/۸۲۵               | ۱۱/۲۴۴  | جواخلاقی و رفتار شهروندی |
| ۰/۰۶۵               | ۱۶/۶۴۴  | شرح صدر و رفتار شهروندی  |



شکل ۷. آماره متغیرهای تحقیق



شکل ۸. ضریب مسیر بین متغیرهای تحقیق

فرضیه فرعی سوم این پژوهش تاثیر شرح صدر بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی را آزمون می کند. طبق آماره ۴ که در بازه ۱/۹۶- و ۱/۹۶ می باشد، شرح صدر در سطح ۰/۹۵ بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر معناداری دارد. در نتیجه فرضیه فرعی سوم تحقیق تایید می شود.

فرضیه فرعی سوم مرتبط با نقش میانجی گری جواخلاقی در رابطه بین شرح صدر و رفتار شهروندی سازمانی می باشد. نکته مهم در ارتباط با اثر غیر مستقیم (میانجی) این است که باید هر دو ارتباط (جواخلاقی با شرح صدر) و (جواخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی) معنادار باشد تا بتوان مقدار اثر غیر مستقیم یا همان میانجی را محاسبه نمود. لازم به ذکر است که برای بررسی نقش میانجی گری یک متغیر از شمول واریانس VAF استفاده می کنیم.

جدول ۱۰. پارامترهای لازم برای بررسی نقش میانجی

| شاخص ها        |                                           | آمار توصیفی متغیرها |       |
|----------------|-------------------------------------------|---------------------|-------|
| نقش میانجی گری | جواخلاقی، شرح صدر و رفتار شهروندی سازمانی | آماره VAF           | نتیجه |
|                |                                           | ۰/۷۴۵               | تایید |

باتوجه به استنادات ذکر شده در بالا و مقادیر به دست آمده از شمول واریانس در جدول ۱۰ نقش میانجی گری متغیر جواخلاقی تایید می شود.

## بحث و نتیجه گیری

براساس یافته های حاصل، و پس از بررسی فرضیه ها معلوم گردید که تاثیر متغیرهای سیرت نیکو بر رفتار شهروندی سازمانی بطور مستقیم در حد قابل قبول می باشد و به واسطه متغیر میانجی جواخلاقی تاثیر مطلوبی وجود داشته است. با توجه به اطلاعات این پژوهش در ادارات ورزش و جوانان استان ایلام نتیجه گیری می شود که مدیران سازمانهای ورزشی می توانند در برخورد با کارکنان خود، خوشرو باشند، خلیات و روحیات کارکنان خود را شناسایی کرده و با ترویج صداقت و جواخلاقی مناسب افراد را به روابط احترام آمیز با دیگر همکارانشان و تعاملات بیشتر ترغیب نمایند، مدیران در برخورد با مسائل خود را نبازند و تا جایی که ممکن است عذر کارکنان را قبول نمایند و با ایجاد گردهمایی های دوستانه در خارج از ساعات کاری، تعامل زیادی را بین اعضا ایجاد کنند و مهارت های همکاری چون حس مسئولیت و نوع دوستی که مستعد رفتار شهروندی سازمانی هستند را تشویق نمایند تا پیشرفت و بهبود عملکرد ادارات ورزش و جوانان استان ایلام را فراهم کنند.

## پیشنهادهای کاربردی

با توجه به اینکه بین سیرت نیکو و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی ارتباط وجود دارد، به مدیران پیشنهاد می شود که:

۱. در برخورد با کارکنان خود، خوشرو باشند، خلیات و روحیات کارکنان خود را شناسایی کرده و با ترویج صداقت و جواخلاقی مناسب افراد را به روابط احترام آمیز با دیگر همکارانشان و تعاملات بیشتر ترغیب نمایند. همچنین در برخورد با مسائل خود را نبازند و تا جایی که ممکن است عذر کارکنان را قبول نمایند و با گردهمایی های دوستانه که در خارج از ساعات کاری، به جهت تعامل اعضا باهم برپا می شود، مهارت های همکاری چون حس مسئولیت و نوع دوستی که مستعد رفتار شهروندی سازمانی هستند را تشویق نمایند. با توجه به اینکه بین عدم احتجاب و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد، به مدیران پیشنهاد می شود که:

۲. با بهبود عدم احتجاب به تقویت رفتار شهروندی کمک کنند چون هر چقدر احتجاب مدیر بالا باشد باعث می شود یک حایل بین مدیر و کارکنانش ایجاد شود و افراد نتوانند به راحتی با مدیر خود ارتباط برقرار کنند و حرف ها، شکایات و گلایه های خود را به راحتی مطرح کنند بنابراین مدیر با داشتن ویژگی عدم احتجاب می تواند شاهد بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در میان کارکنان خود باشد. چرا که به نظر می رسد مدیر با داشتن این ویژگی می تواند محیطی را فراهم کند تا افراد علاقه مند شوند در مورد مسائل پیچیده و دشوار صحبت کنند، که این موجب افزایش اعتماد متقابل بین مدیران و کارکنان می شود. یک مدیر می تواند برای عالی بودن از همکارانش تعهد بگیرد و همچنین به مسئولیت پذیری پاداش دهد که این موجب ایجاد حس تعهد و مسئولیت پذیری در کارکنان می شود تمام این موارد باعث می شود تا رغبت و انگیزه کارکنانشان را به کار افزایش دهند و در نتیجه زمینه بروز رفتارهای شهروندی سازمانی را فراهم آورند. با توجه به اینکه بین حسن خلق و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد، به مدیران پیشنهاد می شود که:

۳. به منافع زیردستان توجه کنند و به درد و دل هایشان با حسن خلق که ابعاد سیرت نیکو هستند گوش سپارند تا باعث ایجاد جوی سالم و دوستانه در محیط کار شوند و کارکنان با حس مسئولیت پذیری بیشتری و همچنین در شرایطی با وجود جواخلاقی مناسب به انجام کارهای روزمره بپردازند پس مدیران ادارات ورزش و جوانان می توانند با تدوین و تقویت کدهای اخلاقی در سازمان های ورزشی، و رعایت موازین آن در تمام سطوح سازمانی، جو اخلاقی حاکم بر سازمان را تقویت نموده، و کارکنان را هنگام مواجهه با دو راهی های اخلاقی در تصمیم گیری ها یاری نمایند.

با توجه به اینکه بین شرح صدر و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی جواخلاقی سازمانی ارتباط وجود دارد، به مدیران و کارکنان پیشنهاد می شود که:

تلاش کنند تا در محیط های کاری شرح صدر مناسبی به وجود آورند زیرا در مواقع بروز ناملایمات کارکنان سازمان بتوانند به تحمل ناملایمات و غلبه بر مشکلات بپردازند که این امر منجر به بهبود و توسعه رفتار شهروندی سازمانی، و در نهایت به ارتقای عملکرد و بهره وری سازمانی منجر می شود. در سازمان های ورزشی فضایی ایجاد شود که افراد بتوانند مشارکت بیشتری در انجام فعالیت های سازمانی داشته باشند و ارتباطات بر مبنای اخلاق دو جانبه شکل بگیرد.

## منابع و مراجع

- [۱] احمدی نیک، حمید؛ جابرانصاری، محمدرضا و طاهری گودرزی، حجت (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و جو اخلاقی در مراکز درمانی تامین اجتماعی استان لرستان. کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری، تهران، تهران.
- [۲] اسکندری، استیره و ایراندوست، منصور (۱۳۹۴). رابطه اخلاق کاری و رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمانی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری.
- [۳] جان احمدی گل، مهدی و حسین بر، محمدعثمان. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین جو اخلاقی سازمانی و خلق دانش در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. پژوهش های مدیریت عمومی، شماره ۳۵ (علمی - پژوهشی/ ISC).
- [۴] رستگاری، الهام (۱۳۹۲). بررسی رابطه عدالت سازمانی ادراک شده سلامت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی.
- [۵] سپهوند، رضا؛ امیری، زینب؛ امیری، یداله؛ و فرخی، مجتبی (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه مذهبی بر رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان تامین اجتماعی شهر اصفهان). پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۱، شماره ۲ (علمی - پژوهشی/ ISC)، ۴۷ تا ۶۸.
- [۶] سلاخی اقدام ساوجبلاقی، اوین (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده با رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی معلمان ابتدایی شهرستان مهاباد.
- [۷] فاضلی، زینب (۱۳۹۱). اخلاق حرفه ای و نقش آن در حرفه پزشکی. مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی ایلام.
- [۸] کوشکی، منیژه، قلاوندی، حسن، قلعه ای، علیرضا (۱۳۹۶). رابطه سیرت نیکو به منزله یک اصل اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی.
- [۹] محمودی، سمیه (۱۳۹۲). بررسی اثرات تبعیض ادراک شده بر رضایت شغلی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در سازمانهای ایران.
- [۱۰] مختاران، ماهرخ (۱۳۹۵). تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر تعهد سازمانی کارکنان مورد مطالعه: سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران. مدیریت، مدیریت فردا، شماره ۴۷ (علمی-پژوهشی/ ISC)، صص ۴۷-۵۸.
- [۱۱] نصر اصفهانی، علی. (۱۳۸۹). سنجش سیرت نیکوی مدیران، چشم انداز مدیریت دولتی
- [۱۲] نصر اصفهانی، علی؛ عباس پور، عباس؛ فرهنگی، علی اکبر و عباجیان قاسمی، رضا (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ادراک از سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد سازمانی. فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۶۷۴-۶۵۷.
- [۱۳] نصر اصفهانی، علی؛ شول، سجاد و عارف نژاد، محسن (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان). پژوهش های مدیریت عمومی، سال پنجم، شماره پانزدهم، صص ۴۵-۶۲.
- [۱۴] نصر اصفهانی، علی و شکرچی زاده اصفهانی، زهرا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سیرت نیکو بر اثربخشی کار گروهی (مورد مطالعه: گروه های هنری شهر اصفهان)، دوره ۲۰، شماره ۱، صفحه ۱۷۴-۱۵۵.
- [15] Abdalla, S. M., Mohamed, F. R., & Araf, S. M (2013). Organizational Citizenship Behaviors among Teaching Staff at Nursing Faculties in Upper
- [16] Arda, O. A., Delen, D., Tatoglu, E., & Zaim, S (2017). An analytic approach to assessing organizational citizenship behavior. Decision Support Systems, 103, 9-23.
- [17] babin B, Boles, JS, Robin D (2000). Representing the perceived ethical work climate among marketing employees. J Acad Mark Sci; 28:345-58
- [18] Balliett, T., Kelloway, E. K (2011). Virtuous leaders: assessing character strengths in the workplace. Canadian Journal of Administrative Sciences. 28, 270-283.
- [19] Brody, Steven, and Siegel, Martin (2001); the Evolution of Character; First Edition, Madison, CT: International Universities .
- [20] Burbaugh, B., J. Kaufman, E., K. & Cletzer, D. A. (2014). When is Courageous Leadership Invisible? Virginia tech, 2: 1-25.
- [21] Deconinck, J. (2013) "The Influence of Ethical Climate and Managerial Successi China", Journal of Business Ethics, 99:527-534.
- [22] Egypt. Journal of American Science.
- [23] Fine S., Horowitz I., Weigler H., Basis L (2010) "Is good character good enough? The effects of situational variables on the relationship between integrity and

- counterproductive work behaviors". Human Resource Management Review, 20 (1), pp. 73-84.
- [24] Khan, H., Yasir, M., Yusof, H. M., Bhatti, M. N., & Umar, A (2017). The Relationship Between Ethical Leadership And Organizational CitizenShip Behavior: Evidence From Pakistan.
- [25] Khanifar H, Jandaghi G, Bordbar H (2012). The role of the ethical climate in the use of information technology. Ethics in Science & Technology; 7 (4): 10-18. (In Persian).
- [26] Kwan. H.K, Mao, y (2011); "The Role of citizenship behavior in personal learning and work-family Enrichment"; front. Bus. Res .Press, inc.
- [27] Nadi MA, Hazeghi F. (2011). Modeling structural equation of relationship between ethical climate, job satisfaction and organizational commitment with turnover among private hospitals of Shiraz. Journal Health Information Management; 5: 699- 708.(In Persian).
- [28] Peterson C, Seligman M (2004). Character strengths and virtues: A handbook and classification; New York :Oxford Universit Press/Washington ,DC : American Psychological Association.
- [29] Rahimnia F, Nikkhah Z (2012). The effects of ethical climate on organizational identity and turnover Intentions among salespeople. Iranian Journal of Management Sciences; 6 (4): 1-11. (In Persian).
- [30] Tjeltveit, A.C (2003); " implicit virtues, divergent goods, multiple communities", American behavioral scientist, 47, 4, PP.395-414
- [31] Wang, Y., & Hsieh, H (2012). Organizational ethical climate, perceived organizational support, and employee silence: a cross-level investigation. Human relations, 66(6), 783-802