

## بررسی رابطه بین جو اخلاقی و اعتماد دانش آموزان دختر متوسطه دوم ناحیه سه اهواز

رویا جهانگیری راد<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد، روانشناسی تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد اهواز

اداره آموزش و پرورش شهرستان اهواز، ناحیه سه

آدرس پست الکترونیک: [r.jahangiri.rad@gmail.com](mailto:r.jahangiri.rad@gmail.com)

شماره تماس: ۰۹۱۶۶۱۹۲۶۳۹

### چکیده :

هدف از پژوهش حاضر، بررسی میزان رابطه جو اخلاقی با اعتماد در بین دانش آموزان دختر متوسطه دوم ناحیه دو اهواز بود. از بین دانش آموزان دختر متوسطه دوم ناحیه دو اهواز تعداد ۲۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. طرح پژوهش، همبستگی و از نوع مدل یابی معادلات ساختاری بود. ابزارهای استفاده شده در این پژوهش پرسشنامه جو اخلاقی ویکتور و کولن (۱۹۸۸) و اعتماد سازمانی پابن (۲۰۰۳) بودند، که پایایی برای پرسشنامه ها به ترتیب جو اخلاقی (۰/۸۳) و اعتماد سازمانی (۰/۷۷) به دست آمد. ارزیابی الگوی پیشنهادی با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری انجام گردید. نتایج حاکی از این بود، که بین جو اخلاقی و اعتماد رابطه‌ی مستقیم معنی دار وجود دارد.

واژگان کلیدی: جو اخلاقی، اعتماد سازمانی.

### ۱- مقدمه

نظام آموزش و پرورش بنا به ضرورت تغییرات اجتماعی یکی از سازمان های پیچیده و بزرگ اجتماعی در هر کشوری محسوب می شود و با رشد و توسعه اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی پیوندی ناگسستنی دارد و به تدریج از یک حالت ساده ابتدایی به یک حالت پیچیده در آمده است. ثمر بخشی این نظام از یک سو، تبدیل انسان های مستعد سالم، بالنده، متعادل و رشد یافته است و از سوی دیگر تامین کننده نیازهای نیروی انسانی جامعه در بخش های متفاوت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است. به دلیل چنین اهمیتی است که در عصر حاضر همه دولت های جهانی از کوچک و بزرگ، قدرتمند و ناتوان و صنعتی تا در حال توسعه، پرداختن به آموزش و پرورش مردم خود را در شمار وظایف اساسی می دانند و برای همگان، سراسری و حتی اجباری کردن آن، تعهدات سنگینی در قانون های اساسی و بنیاد خود می گنجانند و درصد زیادی از تولید ناخالص ملی و بودجه جاری کشور را به این امر اختصاص می دهند. امروز به دلیل گسترش علوم و تجارب بشری و توسعه فن آوری و پیشرفت های صنعتی، گرایش به سازمان های آموزش و پرورش امری فراگیر و جهانی شده است. به حدی که یکی از شاخص های مهم رشد هر جامعه را وسعت دامنه وظایفی می دانند که نظام آموزش و پرورش آن به عهده گرفته است.

بدون شک دستیابی نظام آموزش و پرورش به اهداف از پیش تعیین شده مستلزم دستیابی به بستری است که در این بستر امکان تربیت مناسب دانش آموزان توسط معلمان فراهم شود و سایر نیروهای ستادی نیز باید به این فرایند کمک کنند. یکی از شرایط بستر مناسب آموزش دانش آموزان، ایجاد فضای مناسب آموزشی است که در آن بین خود دانش آموزان و بین دانش آموزان با معلمان، جو اخلاقی و اعتماد وجود داشته باشد. مفهوم اعتماد<sup>۱</sup> و مسائل مربوط به آن در چند سال گذشته، به طور فزاینده محور مطالعه‌ی پژوهشگران شده است. امروزه اهمیت اعتماد به خوبی آشکار شده است، زیرا برقراری ارتباط و تحقق همکاری میان افراد نیازمند وجود اعتماد است. در عصری که روابط بین افراد و گروه ها سست تر شده و به سرعت در حال تغییر است، اعتماد که عمدتاً مبتنی بر استنتاجها و تفسیرها درباره‌ی انگیزه‌ها، شخصیت و باطن دیگران است، موضوع محوری سازمان ها است که رشد

<sup>۱</sup> - Trust

و حیات آن‌ها را تضمین می‌کند. اهمیت اعتماد به این دلیل است که مسئولان به دنبال درک و شناخت چگونگی ایجاد همکاری مؤثر در سازمان هستند. اعتماد عامل اصلی است، زیرا همکاری را به وجود می‌آورد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۸). اعتماد ذاتاً در یک جامعه به وسیله‌ی فرهنگ سازمانی در آن جامعه شکل می‌گیرد. بنابراین، تمایل افراد به اعتماد می‌تواند یکی از کارکردهای مهم باشد. اعتماد شرط اصلی و کلیدی برای موجودیت هر جامعه است. به نظر می‌رسد در زمانی زندگی می‌کنیم که در آن وابستگی آتی جامعه بر روی تصمیم‌گیری‌ها افزایش یافته است. اعتماد موضوعی بین رشته‌ای است که از رشته‌هایی مانند روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نشأت می‌گیرد. به عقیده‌ی تایلر<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) اعتماد زمینه‌ساز مشارکت مؤثر درون سازمان‌هاست، یعنی اعتماد عنصری کلیدی است زیرا مشارکت را می‌آفریند (پناهی، ۱۳۸۹). یکی دیگر از عواملی که می‌تواند در ایجاد اعتماد در کارهای تیمی کارکنان مؤثر باشد، وجود جو اخلاقی<sup>۳</sup> در سازمان است (دی کانینگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). جو اخلاقی یک سازمان اشاره‌ای است به ادراکات مشترک افراد یک سازمان از آنچه از نظر اخلاقی صحیح است و اینکه چگونه باید نسبت به مسائل اخلاقی و ارزشی در درون سازمان واکنش نشان داد. جو اخلاقی یکی از عوامل بسیار اساسی در گرایش یا عدم گرایش کارکنان یک سازمان به رفتارهای مختلف است. جو اخلاقی سازمان، مشخص می‌کند که تا چه حد براساس معیارهای اخلاقی تصمیم‌گیری می‌شود و چگونه کارکنان، پرسش‌های اخلاقی را تعبیر می‌کنند (ونگ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲).

## ۲- بیان موضوع و ضرورت آن

محققین همواره بر اعتماد به عنوان پیش نیاز حفظ ساختار سازمانی تأکید دارند. اعتماد به مثابه «هوا» تلقی می‌شود و فقط زمانی مورد توجه قرار می‌گیرد که نباشد. بدون وجود جوی حاکی از اعتماد در درون سازمان، سازمان به سمت نیستی خواهد رفت. بنابراین اهمیت توجه به اعتماد مورد توجه بسیاری از سازمان‌ها و برنامه‌ریزان کشورهای مختلف قرار گرفته است (مونجی و اورتلپ<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲). یکی از عوامل افزایش دهنده اعتماد در سازمان جو اخلاقی در سازمان می‌باشد. رفتارهای اخلاقی در یک سازمان به عنوان مسأله‌ای مهم برای مدیریت مطرح هستند و مدیریت باید نقشی اساسی در بالا بردن رفتارهای اخلاقی داشته باشد (نادی و حادقی، ۱۳۹۰). افزایش رفتارهای اخلاقی در یک سازمان در قدم اول به میزان ارج‌گذاری به ارزش‌های اخلاقی توسط سیاست‌های کلی و اقدامات مدیریت در آن سازمان بستگی دارد. حساسیت اخلاقی مدیریت به ارتقای سازگاری کارکنان با استانداردهای اخلاقی کمک می‌کند. یکی از عوامل اصلی شکل‌دهی به روابط درون سازمانی و نظرات کارکنان، جو اخلاقی است. جو اخلاقی ویژگی نسبتاً بادوامی از سازمان است که موجب تمایز آن سازمان از سایر سازمان‌ها می‌شود و متضمن ادراکات جمعی متجلی شده در عواملی چون استقلال، اعتماد و پیوستگی، حمایت، هویت، شناسایی، ابداع و بی‌طرفی است و از طریق تعامل‌های بین اعضا ایجاد می‌شود، به عنوان مبنایی جهت تفسیر موقعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد و منعکس‌کننده هنجارها، ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و نگرش‌ها از فرهنگ سازمانی است و باعث افزایش فرهنگ در سازمان می‌شود، و همچنین به عنوان منبعی مؤثر و بانفوذ جهت شکل‌دهی رفتار عمل می‌کند. جو اخلاقی نوعی جو کاری است که منعکس‌کننده خط‌مشی‌ها، روش‌ها و سیاست‌های سازمانی و دارای نتایج اخلاقی می‌باشد (کرامتی، ۱۳۹۱). پرداختن به اخلاق و وجود اعتماد یکی از ابتدایی‌ترین اقدامات در تربیت نیروی انسانی می‌باشد. توسعه انسانی رکن اصلی توسعه پایدار است و باید برای ارتقای کیفیت آموزش در کشور تلاش شود. وظیفه آموزش و پرورش در جامعه شناخت و حل نیازهای فکری دانش‌آموزان است. تعلیم و تزکیه نفس و آموزش فلسفه معانی زندگی به نسل‌های آینده از مهمترین وظایف فرایند آموزش است. در جامعه‌ای که علم و دانایی، محور توانمندی و توسعه جوامع بشری باشد ارتقای کیفی آموزش و تربیت نسلی پرستگر و خلاق امری ضروری است. توسعه کمی و کیفی آموزش، توسعه مشارکت عمومی، ارتقای سلامت و بهسازی منابع انسانی از مهمترین اولویت‌های کاری آموزش و پرورش می‌باشد. آموزش زمینه‌ساز رشد فکری و اخلاقی انسان‌های یک جامعه پویا است. آموزش و پرورش، تنها راه کمال انسان به سوی سعادت و خوشبختی است. اهمیت نقش آموزش و پرورش در تربیت نیروهای متخصص، دانشمند و آشنا به علوم جدید بسیار حائز اهمیت است اگر ما بخواهیم بمانیم و کرامت داشته باشیم و آلت دست دیگران نشویم، هیچ راهی نداریم جز اینکه از علوم تجربی، تکنولوژی و دستاوردهای مثبت تمدن بشری استفاده کنیم یکی

۲- Tyler  
 ۳ - Ethical Climate  
 ۴ - Deconinck  
 ۵ - Cultural organization  
 ۶- Monji& Ortlepp

از وظایف مهم نظام آموزش و پرورش کشور تربیت انسان های «خودباور» و نه «دارای غرور کاذب» است. باید تربیت کننده انسان هایی باشیم که بدانند ریشه در گذشته دارند، اما در دنیای امروز زندگی می کنند و باید به آینده بیندیشند.

برای رسیدن به جامعه ای ایده آل، پیشرفته و پویا که در آن انسان ها صاحب حق و حرمت باشند، نیازمند تشکیلات نو، معلمان نواندیش و دانش آموزان نوپرداز هستیم. آموزش و پرورش را می توان مهم ترین اندام و به منزله قلب پیکره جامعه دانست که هرگونه آسیبی به آن، موجب زیان سایر بخش ها می شود. وظیفه آموزش و پرورش تربیت نیروی آگاه، کارآمد و متعهد برای کشور است. آموزش و پرورش می تواند موجب شکوفایی سایر بخش های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شود و این استعداد و توانایی تنها با تقویت آموزش و پرورش ایجاد می شود. با مطالعه در سرنوشت و سیر صعودی کشورهای پیشرفته متوجه نقش مهم آموزش و پرورش در ارتقا و به فعلیت رسیدن استعداد سایر بخش های این کشورها می شویم. براساس مطالعات کارشناسان اقتصادی، شکوفایی اقتصاد و صنعت ژاپن مرهون آموزش و پرورش این کشور بوده و خود آنها هم به این مساله اذعان دارند. آموزش و پرورش باید روحیه تولید علم و اختراع و پیشرفت و کسب آگاهی را گسترش دهد.

در پایان می توان گفت که امروزه کارآیی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به نحوه کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. مدارس به عنوان مهم ترین رکن آموزش و پرورش، باید به حفظ سرمایه های انسانی خود بیندیشند. یکی از این راه ها وجود جو اخلاقی در مدارس است. جو اخلاقی در مدارس در جلوگیری از رفتارهای غیر اخلاقی موثر می باشد و به عنوان یک عنصر مهم جو کاری روانشناختی نیز معرفی شده است. با تقویت جو اخلاقی در مدارس اعتماد سازمانی نیز افزایش می یابد. لذا با توجه به مطالب فوق و وجود منطق نظری برای وجود ارتباط بین متغیرهای پژوهش، هدف از پژوهش حاضر تعیین میزان رابطه جو اخلاقی با اعتماد در بین دانش آموزان دختر متوسطه دوم است.

### ۳- فرضیه پژوهش

بین جو اخلاقی و اعتماد سازمانی دانش آموزان رابطه مستقیم وجود دارد.

### ۴- مبانی نظری

#### ۴-۱- مبانی نظری اعتماد سازمانی

##### ۴-۱-۱- تعریف اعتماد

علی رغم نوشته های فراوان در مورد اعتماد و مفاهیم مرتبط با آن، یک تعریف رسمی در این زمینه وجود ندارد. برای مثال رامو<sup>۷</sup> (۲۰۱۰) عنوان می کند که مفهوم اعتماد شبیه یک مرداب مفهومی<sup>۸</sup> است. همچنین لویز و ویگرت یک سردرگمی مفهومی را در ادبیات اعتماد مطرح می کنند. کانل معتقد است که اگر چه واژه اعتماد به صورت روزمره در ادبیات محاوره ای استفاده می شود، اما ثابت شده است که تعریف آن در ادبیات سازمانی بسیار مشکل است. در واقع اعتماد یک مفهوم پیچیده با ابعاد مختلف است (اسمیت و برنی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۰). با وجود این وضعیت آشفته و مشکل ساز، برخی معتقدند که هنوز مباحث مربوط به اعتماد قابل فهم هستند. تعاریف متعددی از اعتماد مطرح شده است. فرهنگ آکسفورد، اعتماد را به عنوان یک باور که یک فرد ممکن است به آن تکیه کند، تعریف می نماید. به طور خلاصه، اعتماد به معنی اعتقاداتی است که افراد در مورد رفتار آینده گروه مقابل دارند. هرچه گروه الف، اعتقاد بیشتری داشته باشد که گروه ب در روابط به تعهداتش عمل می کند (که این امر منجر به بروز نیت خوب و صلاحیت گروه ب می شود)، گروه الف به گروه ب اعتماد بیشتری خواهد کرد (لی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۲). هم چنین در ادبیات روانشناسی اجتماعی، واژه اعتماد از دو زیرسازه مفهوم سازی شده است؛ اعتماد به عنوان یک حالت ذهنی<sup>۱۱</sup> در برابر اعتماد به عنوان یک رفتار. با این همه، علی رغم این مفهوم سازی، اکثر محققین روابط بازاریابی، اعتماد را به عنوان یک حالت ذهنی در نظر می گیرند تا یک رفتار (سان و جاندا<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۲).

<sup>۷</sup> - Ramo

<sup>۸</sup> - conccotual morass

<sup>۹</sup> - Smith & Binmcy

<sup>۱۰</sup> - Lee

<sup>۱۱</sup> - subjective

<sup>۱۲</sup> - Sun & Janda

#### ۴-۱-۲- مفهوم اعتماد در ادبیات سازمانی

مفهوم اعتماد سازمانی در ادبیات اقتصادی، جامعه شناسی و روانشناسی بحث شده است. اعتماد می‌تواند با استفاده از چارچوب‌های تئوریک زیادی بررسی شود مثل؛ تئوری انتقال هزینه<sup>۱۳</sup>، تئوری مبادله اجتماعی<sup>۱۴</sup>، تئوری نمایندگی<sup>۱۵</sup> و تئوری اسناد<sup>۱۶</sup> (الون و همکاران<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۸). با این همه، اعتماد بیشتر به عنوان یک پدیده اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. اعتماد همیشه شامل عناصری از قضاوت و آزادی عمل است که فراتر از جزئیات ابزاری قرار می‌گیرد. (رامو، ۲۰۱۰).

تمام بخش‌های یک رابطه اعتماد محور دارای سطوحی از ریسک است. اگرچه ممکن است توزیع ریسک بین بخش‌ها نامتناسب باشد. این ریسک مستقیماً از قبول نتایج منفی برآمده از فعالیت بخش‌های دیگر ناشی می‌شود که شامل عدم پیروی یا کناره‌گیری از توافقات مبتنی بر روابط می‌باشد. در واقع اعتماد نوعی تمایل به پذیرش ریسک است و سطح اعتماد نشانگر میزان ریسکی است که یک فرد تمایل به پذیرش آن را دارد (اسکورمن و همکاران<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۷). مایر، داویز و اسکورمن (۱۹۹۵) معتقد بودند که سطح ریسک پذیرفته شده به عنوان یک مانع ورودی<sup>۱۹</sup> در روابط اعتماد عمل می‌کند؛ اگر سطح اعتماد از آستانه ریسک پذیرفته شده بیشتر شود، اعتماد کننده می‌تواند ریسک موجود در روابط را بپذیرد (کانل و مانیون، ۲۰۱۰).

#### ۴-۱-۳- ابعاد اعتماد

اعتماد به عنوان مجموعه‌ای پیچیده از قضاوت‌هایی است که اعتمادکننده نسبت به ویژگی‌های مختلف اعتماد شونده اظهار می‌دارد. دایتز و هارتوگ<sup>۲۰</sup>، (۲۰۰۶) صداقت<sup>۲۱</sup>، صلاحیت<sup>۲۲</sup>، ثبات<sup>۲۳</sup>، وفاداری<sup>۲۴</sup> و صراحت<sup>۲۵</sup> را به عنوان عناصر کلیدی اعتماد می‌شناسند. رابینز<sup>۲۶</sup> (۲۰۰۳) نیز همین عناصر را برای اعتماد معرفی می‌کند. عوامل مؤثر بر میزان اعتمادی که اعتماد کننده به اعتماد شونده دارد شامل: توانایی<sup>۲۷</sup>، خیراندیشی<sup>۲۸</sup> و صداقت اعتماد شونده می‌باشد.

به طور کلی به نظر می‌رسد که چهار شاخص خیراندیشی، صلاحیت، صداقت و قابلیت پیش‌بینی مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده اعتماد باشند.

۱. **خیراندیشی:** خیراندیشی به معنی انگیزه‌های مهربانانه و میزان محبت یک شخص نسبت به گروه مقابل و توجه صادقانه به رفاه دیگران است.  
 ۲. **صلاحیت:** صلاحیت به قابلیت‌های دیگران بر می‌گردد که براساس آن می‌توانند وظایف خود را انجام دهند (براساس مهارت‌ها و دانش).  
 ۳. **صداقت:** صداقت شامل تبعیت از کسری اصول است که مورد قبول گروه مقابل است و شامل امانتداری و رفتار منصفانه و اجتناب از ریاکاری می‌شود.

۴. **قابلیت پیش‌بینی:** قابلیت پیش‌بینی هم به طور خاص مربوط به ثبات و نظم در رفتار می‌شود. بر این اساس اعتماد یک مفهوم چندبعدی است. پس اعتماد وقتی ایجاد می‌شود که محتوای مؤلفه‌های آن به عنوان زیرحوزه‌های<sup>۲۹</sup> مجزای اعتماد ظاهر شوند (دایتز و هارتوگ، ۲۰۰۶).

- <sup>۱۳</sup> - Transaction Cost Theory
- <sup>۱۴</sup> - Social Exchange Theory
- <sup>۱۵</sup> - Agency Theory
- <sup>۱۶</sup> - Attribution Theory
- <sup>۱۷</sup> - Ellonen, et al.
- <sup>۱۸</sup> - Schoorman , David, Mayer, Roger, Davis & James
- <sup>۱۹</sup> - Thrshod Barric
- <sup>۲۰</sup> - Dictz & Hartog
- <sup>۲۱</sup> - Integrity
- <sup>۲۲</sup> - Competence
- <sup>۲۳</sup> - Consisten
- <sup>۲۴</sup> - Loyalty
- <sup>۲۵</sup> - Openness
- <sup>۲۶</sup> - Robbins
- <sup>۲۷</sup> - Ability
- <sup>۲۸</sup> - Bencvolece
- <sup>۲۹</sup> - sub-domains

#### ۴-۱-۴- اعتماد و عملکرد

اگر افراد معتقد باشند که می‌توانند به همکاران خود اعتماد کنند، آن‌ها وقت و کوشش خود را برای حفاظت از خود هدر نخواهند داد و می‌توانند انرژی خود را بر بهبود عملکرد متمرکز کنند. اعتماد به همکاران هم چنین گشودگی<sup>۳۰</sup> در روابط را تسهیل می‌کند و موجب درک صحت اطلاعات می‌شود. این اعتماد به فرآیند کار کمک می‌کند و در نتیجه موجب عملکرد بهتر می‌شود.

به طور مشابه هنگامی که کارکنان به سازمان اعتماد می‌کنند، آن‌ها نگران نیستند که سازمان با آن‌ها غیرمنصفانه رفتار کند یا آن‌ها را از حمایت‌های لازم محروم سازد. این شرایط مشکلات سازمانی را کاهش می‌دهد و کارکنان را برای تمرکز بر عملکرد کاری تشویق می‌کند (تن و لیم، ۲۰۰۹).

#### ۴-۲- مبانی نظری جو اخلاقی

سازمان‌ها از جو یکسانی برخوردار نیستند. همانگونه که اعضا متفاوتند، جو نیز از سازمان به سازمان دیگر متفاوت است. جو موجب تمایز سازمان‌ها از یکدیگر می‌گردد و در نتیجه نتایج کارها و فعالیت‌های سازمان را تحت تاثیر قرار داده و می‌تواند موجب افزایش روحیه و انگیزش کارکنان گردد و در رفتار و اعمال اعضا تاثیرگذار باشد. جو سازمانی به منزله یک پل عمل می‌کند. در یک طرف پل جنبه‌های عینی و محسوس سازمان از قبیل ساختار، مقررات و شیوه‌های رهبری قرار دارند و در طرف دیگر روحیه و رفتار کارکنان واقع شده است. بدین ترتیب رفتار تابعی از شیوه‌های رهبری یا ساختار سازمانی نیست، بلکه هرکس از دریچه‌ای که به رنگ ارزش‌ها، نیازها و شخصیت خودش است به سازمان می‌نگرد و این همان اداراکاتی است که در طرز تفکر و رفتارشان تاثیر می‌گذارد (کریمی و همکاران، ۱۳۸۹). از سوی دیگر اخلاق موضوعی است که در قاموس زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها فراموش نشده و نخواهد شد. در همین راستا بکارگیری اصول اخلاقی در زندگی کاری، یکی از مهم‌ترین پارامترها در موفقیت سازمان نیز به شمار می‌رود. سازمان‌ها برای انجام دادن امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای فنی و تخصصی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارند که هدایت‌گر آنان را در رفتارهای سازمانی بوده و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی میسر سازد. در دیدگاه طبیعت‌گرایانه انسان جزئی از سازمان بوده و کنش وی با مولفه‌های سازمانی با هدف بقا و زندگی صورت می‌پذیرد. در مقابل، دیدگاه ارزش‌گرایانه بر این باور است که برای انسان در محیط کاری، تحلیل و مقایسه مستمر محیط با ارزش‌ها و اصول پذیرفته شده فردی و سازمانی و نیز مبنای اخلاقی تصمیم‌گیری‌های سازمانی مهم و ضروری است. از این رو امروزه یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری ارتباطات مطلوب سازمانی، نیل به بهره‌وری، و رفتارهای یادگیری، جو اخلاقی است که خود زیر سیستمی از سیستم جامع تر جو سازمانی است (نجفی و همکاران، ۱۳۸۹).

#### ۵- پیشینه پژوهش

##### ۵-۱- پژوهش‌های داخلی

رحیمی و بهارلویی (۱۳۹۷) در تحقیقی که بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی - واحد نجف آباد انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که جو اخلاقی و رفتار اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی، تأثیر مثبت و معنادار دارند. همچنین آنها نشان دادند که جو اخلاقی از طریق رفتار اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی، تأثیر مثبت و معنادار دارد.

رجایی، صابر ماهانی و پوریوسف (۱۳۹۳) در پژوهشی در زمینه رابطه فرهنگ سازمانی با جو اخلاقی که انجام دادند نتایج پژوهش حاکی از این بود که فرهنگ سازمانی بر روابط اخلاقی در سازمان تاثیر گذار می‌باشد. نتایج همچنین نشان داد وقتی در سازمان جو اخلاقی بالا باشد فرهنگ سازمانی به رشد بالایی می‌رسد.

در پژوهشی که شیرازی و احمدی زهرانی (۱۳۹۳) در زمینه رابطه جو اخلاقی با اعتماد سازمانی انجام دادند نتایج پژوهش حاکی از این بود که بین جو اخلاقی با اعتماد سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد. نتایج پژوهش نشان داد هر چه جو اخلاقی در سازمان حکمفرما باشد اعتماد در بین کارکنان و مدیر بالاتر خواهد بود.

## ۵-۲- پژوهش های خارجی

یون<sup>۳۱</sup> (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل جو اخلاقی در شرکت های هتلداری با توجه به اهمیت فزاینده اخلاق در مدیریت شرکت پرداخت. مطالعه او به تأثیرات آن عوامل بر اعتماد سازمانی و به نوبه خود تأثیر اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی را بررسی کرد. وی یک نظرسنجی بر روی کارمندانی که در هتل های پنج ستاره سؤال کره کار می کردند، انجام داد. جو اخلاقی در شرکت های هتلداری شامل هفت عامل نفع شخصی، کارایی، دوستی و علاقه تیمی، مسئولیت اجتماعی، اخلاق شخصی، قوانین و رویه های عملیاتی استاندارد، و قوانین و کدهای حرفه ای تعیین شد و نتایج زیر بدست آمد؛ اول، در میان این عوامل جو اخلاقی، مسئولیت اجتماعی، اخلاق شخصی، قوانین و رویه های عملیاتی استاندارد، و قوانین و کدهای حرفه ای بر اعتماد به سرپرستان تأثیر گذاشت. دوم، مسئولیت اجتماعی و قوانین و کدهای حرفه ای بر اعتماد به سازمان تأثیر می گذارد. بر اساس این نتایج، این مطالعه راه هایی را برای افزایش اعتماد سازمانی با ایجاد جو اخلاقی در شرکت های هتلداری ارائه کرد.

در تحقیقی که لی و بروک شایر<sup>۳۲</sup> (۲۰۱۸) در امریکا بر روی رفتار دانش آموزان انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که جو اخلاقی مناسب دارای تأثیر مثبت معناداری با پیشرفت تحصیلی دارد.

القمدی<sup>۳۳</sup> (۲۰۱۸) در تحقیق خود در استان آلباها واقع در عربستان سعودی از طریق تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه‌ی سلسله مراتبی نشان داد که شرایط جو اخلاقی و قانونی با اعتماد به سازمان و نیز با اعتماد به سرپرست سازمان، رابطه مثبت و معنی دار دارد.

میتونگا مونگا<sup>۳۴</sup> (۲۰۱۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که جو اخلاقی بر تعهد کارکنان از طریق رضایت شغلی در صنعت بخش حمل و نقل تأثیر می گذارد. یافته های او نشان داد که ابعاد جو اخلاقی ۷۲٪ واریانس در رضایت شغلی و ۷۳٪ واریانس در تعهد کارکنان را پیش بینی می کند.

پژوهش (انصاری و کارابای<sup>۳۵</sup>، ۲۰۱۶) در زمینه رابطه جو اخلاقی و اعتماد سازمانی حاکی از این بود که کارکنانی که به رهبر خود اعتماد دارند کمتر شغل خود را ترک می کنند و از جو اخلاقی خوبی در سازمان برخوردار هستند و عملکرد آنها باعث بهره‌وری بیشتر در سازمان می شود.

پژوهش لیلی، دافی و واپیناکول<sup>۳۶</sup> (۲۰۱۵) در زمینه رابطه جو اخلاقی با اعتماد سازمانی و عملکرد کارکنان حاکی از این بود که رابطه مثبت بین جو اخلاقی و اعتماد سازمانی بود و رابطه منفی بین جو اخلاقی ابزاری با اعتماد سازمانی بود. نتایج همچنین حاکی از این بود بین جو اخلاقی و عملکرد کارکنان نسبت به سازمان رابطه معنی دار وجود دارد.

در پژوهش که چینگ و آنا<sup>۳۷</sup> (۲۰۱۵) در زمینه‌ی اعتماد روی جو اخلاقی انجام دادند نتایج پژوهش نشان داد که هر چه در سازمان اخلاقیات بیشتری باشد کارمندان با تعهد بیشتری در سازمان مشغول به کار می شوند.

## ۶- طرح پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی - همبستگی و از نوع تحلیل مسیر است. تحلیل مسیر روشی برای مطالعه تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیر های مستقل و متغیرهای وابسته است باید در نظر داشت که از تحلیل مسیر برای کشف علت ها استفاده نمی شود بلکه این روش در مورد مدل هایی به کار می رود که بر مبنای دانش و ملاحظات نظری تدوین شده باشد به عبارت دیگر روش تحلیل مسیر برای آزمون نظریه سودمند است ایجاد آن این روش به ویژه نسبت به تدوین مدل حساس است. در این تحقیق، جو اخلاقی متغیر مستقل و اعتماد سازمانی متغیر وابسته می باشد.

## ۷- جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه دانش آموزان متوسطه دوم در ناحیه سه شهر اهواز می باشند که تعداد آنها ۱۱۴۸ نفر بر اساس اطلاعات دریافتی از معاونت متوسطه دوم است.

۳۱ - Youn

۳۲ - Lee & Brookshire

۳۳ - Alghamdi

۳۴ - Mitonga-Monga

۳۵ - Ensari & Karabay

۳۶ - Lilly Duffy & Wipawayangkool

۳۷ - Ching & Ann

## ۸- نمونه آماری و روش نمونه گیری

نمونه این پژوهش مشتمل بر ۲۸۰ دانش آموز می باشد. این دانش آموزان با روش نمونه گیری نسبتی طبقه ای از بین دانش آموزان متوسطه دوم ناحیه دو اهواز انتخاب شدند.

جهت رعایت ملاحظات اخلاقی، اعضای نمونه با اطلاع از اینکه این پژوهش برای چیست و باید به چه چیزهایی پاسخ بدهند، با رضایت کامل و شفاهی انتخاب شدند. پیش از دادن پرسشنامه ها به شرکت کنندگان درباره ی هدف پژوهش و کاربرد آن در این گروه خاص، اطلاعات لازم به صورت فردی ارائه داده شد. همچنین به آنها گوشزد شد که آزادانه و با اختیار و رضایت کامل می توانند در این پژوهش شرکت کنند. درباره ی شیوه ی پاسخ دهی به هریک از ابزارها نیز اطلاعاتی به آنها ارائه و به آنها اطلاع داده شد که اطلاعات شخصی و پرسش نامه ای آنها محرمانه بوده و داده ها به صورت جمعی تحلیل خواهد شد. برای رعایت موازین اخلاقی، پس از اخذ رضایت آگاهانه از مشارکت کنندگان، پرسش نامه ها بدون نام و نام خانوادگی تکمیل شدند تا محرمانه بودن اطلاعات تأمین شود.

## ۹- ابزار اندازه گیری

در این پژوهش به منظور اندازه گیری متغیرهای مورد نظر از ابزارهای زیر استفاده شده است:  
**پرسشنامه ی جو اخلاقی:** توسط ویکتور و کولن (۱۹۸۸) ساخته شد و شامل ۲۶ سؤال می باشد و پنج بعد جو اخلاقی (نوع دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، ابزاری و مستقل) را می سنجد. قدیری (۱۳۹۰) روایی این پرسشنامه را با استفاده از تحلیل عامل تأییدی مورد سنجش قرار داد که تعداد ماده های آن از ۲۶ ماده به ۱۸ ماده تقلیل یافت. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه به صورت طیف لیکرت با ۵ درجه (۱ = کاملاً مخالفم تا ۵ = کاملاً موافقم) می باشد. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۸۳ به دست آمد.

**پرسشنامه ی اعتماد سازمانی:** توسط پابین (۲۰۰۳) ساخته شده است و متشکل از ۱۶ سؤال است. برای سنجش نظر پاسخ دهندگان، طیف پنج درجه ای لیکرت مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش روایی پرسشنامه ها از نظرات اساتید خبره بهره گرفته شد. همچنین پایایی پرسشنامه در پژوهش شمس و اسفندیاری مقدم (۱۳۹۴) با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۱۲ به دست آمد. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۷۷ به دست آمد.

## ۱۰- روش اجرا

پس از کسب مجوزهای لازم و مشخص شدن اعضای نمونه و هماهنگی با مسئولین ذیربط طبق برنامه ریزی قبلی، توضیحات لازم از سوی محقق راجع به نحوه تکمیل پرسشنامه ارائه گردیده و اقدام به تکمیل پرسشنامه ها نمودند. از آزمودنی ها خواسته شد اگر در تکمیل پرسشنامه ها با ابهامی مواجه شده از پژوهشگر بخواهند توضیح بیشتری بدهد در خاتمه از همکاری آزمودنی ها تقدیر و تشکر به عمل آمد.

## ۱۱- روش تجزیه و تحلیل داده ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از روش های آماری زیر استفاده شده است:

- ۱- روش آمار توصیفی مانند محاسبه فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار
- ۲- آلفای کرونباخ جهت محاسبه ضرایب پایایی پرسشنامه ها
- ۳- تحلیل کوریانس
- ۴- نیکوی برازش یا معادلات ساختاری

تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش و آزمون فرضیه های آن توسط نرم افزارهای SPSS و AMOS نسخه هجده انجام شد. به این ترتیب که اطلاعات فراهم شده توسط پرسشنامه به این نرم افزارها منتقل گردیده تا آزمون های آماری مورد نظر بر روی آن ها انجام شود. در این تحقیق ابتدا با استفاده از روش های کمی شامل ابزارهای موجود در آمار توصیفی، نظیر میانگین، انحراف معیار و میانه داده های مورد استفاده تجزیه و تحلیل می شود. سپس با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری روایی عاملی پرسشنامه (بارهای عاملی) را بررسی می کنیم و با به کارگیری مدل سازی معادلات ساختاری، فرضیه تحقیق را آزمون می کنیم. با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری می توان ضرایب رگرسیون متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را محاسبه کرد و برازش مدل نظری تحقیق را بررسی نمود.

## ۱۲- یافته‌های پژوهش

جدول (۱) یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش حاضر برای نمونه‌ی دانش‌آموزان را نشان می‌دهد.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش حاضر

متغیرها	شاخص‌های توصیفی	میانگین	انحراف استاندارد	کمترین	بیشترین
جو اخلاقی سازمان	۹۱/۵۳	۱۴/۵۱	۶۳	۱۱۷	
اعتماد سازمانی	۵۳/۴۳	۱۰/۴۶	۲۸	۶۹	

همان‌گونه که در جدول ۴-۱، مشاهده می‌گردد میانگین و انحراف استاندارد در جو اخلاقی سازمان برابر ۹۱/۵۳ و ۱۴/۵۱ به دست آمده است. همچنین، میانگین و انحراف استاندارد اعتماد سازمانی برابر ۵۳/۴۳ و ۱۰/۴۶ به دست آمده است. جدول (۲) ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش در نمونه‌ی دانش‌آموزان را نشان می‌دهد.

جدول ۲: ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرهای پژوهش	۱	۲
۱	جو اخلاقی سازمان	۱	۰/۵۸۹*
۲	اعتماد سازمانی	-	۱

$$P < 0.05^*$$

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود ضریب همبستگی به دست آمده بین متغیرهای پژوهش، در سطوح  $P < 0.05$  معنی‌دار هستند. برای آزمون الگوی پیشنهادی از الگویابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار AMOS/۱۸ استفاده شد. روابط واسطه‌ای الگوی نهایی نیز با استفاده از بوت استرپ<sup>۳۸</sup> (آزمون خود راه انداز) نرم‌افزار AMOS/۱۸ آزموده شدند. تحلیل ساختاری هر دو مدل در چهار مرحله بر اساس دیدگاه نسی<sup>۳۹</sup> (۲۰۰۴) انجام گردید که معتقد است تحلیل ساختاری شامل چهار گام می‌باشد: شناسایی مدل<sup>۴۰</sup>، برآورد مدل<sup>۴۱</sup>، اصلاح مدل<sup>۴۲</sup>، آزمون و تعیین دوباره مدل<sup>۴۳</sup>. در اولین گام، متغیرهای مستقل و وابسته و متغیرهای آشکار و مکنون مشخص می‌شوند. در تخمین مدل یا اندازه‌گیری مدل، روابط بین متغیرها مورد آزمون قرار می‌گیرد. در گام تعدیل مدل، تعدیل‌هایی در مدل صورت می‌پذیرد. در آزمون و تعیین دوباره مدل، مدل تعدیل یافته به عنوان مدل نهایی مورد آزمون قرار گرفته و با مدل پیشنهادی مورد مقایسه قرار می‌گیرد. در گام شناسایی مدل، مدل پیشنهادی برطبق فرضیه‌های پژوهش سازمان‌دهی می‌شود. در این گام، متغیرها و عامل‌هایی که سازه‌های مکنون را تعیین می‌نماید، شناسایی می‌شوند. متغیرهای مشاهده شده یا شاخص، نیز متغیرهایی هستند که به طور مستقیم اندازه‌گیری می‌شوند. متغیرهایی هستند که به طور مستقیم قابل اندازه‌گیری نیستند، اما متغیرهای قابل اندازه‌گیری را مشخص می‌کنند (نسی، ۲۰۰۴). در مدل پیشنهادی پژوهش، در الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر متغیر مکنون وجود نداشت.

<sup>۳۸</sup>. bootstrap

<sup>۳۹</sup>. Nese

<sup>۴۰</sup>. model identification

<sup>۴۱</sup>. model estimate

<sup>۴۲</sup>. model modification

<sup>۴۳</sup>. model testing and respecification



از آن جایی که در گام برآورد مدل، مشاهده پیشنهادی از برازندگی خوبی برخوردار بود و همه مسیرها معنادار است. جدول (۳) شاخص های برازش مدل اولیه ی پیشنهادی و نیز شاخص های برازش مدل اصلاح شده ی نهایی را نشان می دهد.

جدول ۳: مقایسه شاخص های برازندگی مدل پیشنهادی و مدل اصلاح شده

شاخص های برازندگی	$\chi^2$	Df	$\chi^2/df$	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	NFI	RMSEA
مدل پیشنهادی و نهایی	۱/۱۴	۱	۱/۱۴	۰/۹۶۱	۰/۹۳۸	۰/۹۷۱	۰/۹۷۳	۰/۹۷۹	۰/۹۶۳	۰/۰۳۴

نتایج مندرج در جدول (۳) نشان می دهند که شاخص های برازندگی مدل شامل شاخص مجذور خی  $(\chi^2=1/14)$ ، مجذور خی نسبی  $(\chi^2/df=1/14)$ ، شاخص نیکویی برازش  $(GFI=0/961)$ ، شاخص نیکویی برازش انطباقی  $(AGFI=0/938)$ ، شاخص برازش مقایسه ای  $(CFI=0/979)$ ، شاخص برازندگی افزایش  $(IFI=0/971)$ ، شاخص برازندگی توکر- لویس  $(TLI=0/973)$  و جذر میانگین مجذورات خطای تقریب  $(RMSEA=0/034)$  حاکی از برازش عالی مدل است. بنابراین مدل نهایی از برازندگی مطلوبی برخوردار است.

### ۱۳- نتایج آزمون فرضیه ها

در این پژوهش رابطه جو اخلاقی با اعتمادسازی برای دانش آموزان در فضای مدرسه مورد بررسی قرار گرفت. تأکید بر رعایت موازین اخلاقی در فضای مدرسه یکی از عواملی است که به عقیده بسیاری از پژوهشگران بر شکل گیری فضای اعتماد تأثیر بسزایی داشته و عملکرد مدرسه در تحقق اهداف آموزشی و پژوهشی را بهبود می بخشد. بدین منظور پرسشنامه ای استاندارد در اختیار دانش آموزان متوسطه دوم ناحیه سه اهواز برای آزمون فرضیه زیر قرار گرفت:

فرضیه: بین جو اخلاقی و اعتماد دانش آموزان رابطه مستقیم وجود دارد.

$$\text{جو اخلاقی} \longrightarrow \text{اعتماد}$$

$\beta=0/525$

با استناد به ضرایب استاندارد، ضریب مسیر اثر مستقیم جو اخلاقی سازمان بر اعتماد سازمانی معنی دار است  $(\beta=0/525, P<0/05)$ . این یافته فرضیه الگوی ساختاری پیشنهادی را تأیید می کند. نتایج این یافته از پژوهش با نتایج رحیمی و بهارلویی  $(1397)$ ، شارعی نیا و همکاران  $(1397)$ ، شیرازی و احمدی زهرانی  $(1393)$ ، لی و بروک شایر  $(2018)$ ، القمدی  $(2018)$ ، میتونگا مونگا  $(2018)$ ، انصاری و کارابای  $(2016)$  و لیلی و همکاران  $(2015)$  همسو می باشد.

بنابراین در تبیین این یافته از پژوهش می توان گفت جو اخلاقی مدرسه به طور مستقیم و معنی داری بر اعتماد دانش آموزان اثر گذار می باشد. فضای اخلاقی یکی از عوامل اصلی شکل دهنده روابط درون سازمانی و نگرش های دانش آموزان می باشد که دارای تاثیر قابل ملاحظه ای بر روی نتایج آموزشی می باشد. از طریق بهبود اعتماد بین دانش آموزان و مدیران و افزایش تعهد آنها و در نتیجه پیروی و تبعیت شدید از اصول اخلاقی، عملکرد افزایش می یابد.

بنابراین می توان گفت دانش آموزان می توانند یک فضای اخلاقی مثبت از طریق بیانیه های ماموریت، قوانین اخلاقی، کاتولوگ ها و راهنماهای اطاعت و پیروی، مدل سازی نقش مدیریت مدرسه، تدوین و توسعه برنامه ها، پرورش و توسعه رفتارهای فرانش مرتبط به مدرسه بهبود بخشند، و بدین ترتیب از فضای اخلاقی منفی ابزاری پیش گیری کنند. دانش آموز مورد اعتماد باید توانایی و شایستگی های اخلاقی لازم را داشته باشد تا بتواند دیگران را تحت تأثیر قرار دهد، باید فردی نوع دوست باشد تا بتواند به فرد اعتمادکننده کمک کند و جو اخلاقی را برای او ایجاد کند.

### ۱۴- محدودیت های پژوهش

در واقع هر پژوهشی با محدودیت ها و چالش هایی روبرو می شود که بر فرآیند پژوهش اثر می گذارد. این پژوهش نیز با محدودیت هایی متعددی مواجه بود، برخی از مهم ترین محدودیت های آن را می توان به شرح ذیل ذکر نمود:

- ۱- از آنجایی که جامعه‌ی آماری این پژوهش دانش‌آموزان دختر ناحیه دو شهر اهواز می‌باشد، تعمیم نتایج به سایر دانش‌آموزان باید با احتیاط صورت گیرد.
- ۲- تنها منبع جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بود که جنبه‌ی خودگزارشی دارد. به همین دلیل ممکن است در اطلاعات به دست آمده سوگیری ایجاد شده باشد.
- ۳- پژوهش حاضر یک پژوهش مقطعی می‌باشد که در یک دوره خاص شرکت‌کنندگان را مورد بررسی قرار داده است، لذا این امر تعمیم‌پذیری کلی را دشوار می‌کند.

### پیشنهادات

- در این پژوهش از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز استفاده شد. پیشنهاد می‌شود در کنار استفاده از ابزار پرسشنامه از ابزارهای سنجش دیگر مثل مصاحبه استفاده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود، جهت افزایش و گسترش تعمیم‌پذیری یافته‌های پژوهش در بین جوامع و نمونه‌های دیگر نیز مورد آزمون قرار گیرد. پیشنهادات کاربردی پژوهش به شرح زیر است:
- ۱- با توجه به تاثیر جو اخلاقی محیط مدرسه، به مدیران پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش اعتماد سازمانی، شرایطی فراهم آورند تا یک جو مبتنی بر اخلاق بر مدرسه حاکم باشد.
  - ۲- دانش‌آموزان نقش به‌سزایی در پیشبرد اهداف آموزشی دارند، لذا تنظیم برنامه‌های آموزشی و تحقیقی مؤثر جهت افزایش اعتماد سازمانی آنان باید مورد توجه قرار گیرد.

### منابع و مراجع

#### منابع فارسی

- احمدی، علی اکبر و پناهی، بلال (۱۳۸۸). " بررسی تأثیر جو اخلاقی بر نگرش ها و رفتارهای شغلی کارکنان دانشگاه پیام نور آذربایجان شرقی "، پژوهشهای مدیریت، سال دوم، شماره ۵، صص ۳۳-۵۵.
- الوانی، سید مهدی، حسن پور، اکبر و داوری، علی (۱۳۸۹). تحلیل اخلاق سازمانی کارکنان با استفاده از الگوی دایره اخلاق. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره های ۳ و ۴، صص ۲۵-۳۴.
- بهاری فر، علی و جواهر کامل، مهدی. (۱۳۹۰). " بررسی پیامد های ارزش های اخلاقی سازمان "، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۹۵-۱۱۸.
- بهرام زاده، محمد مهدی، باورصاد، بلقیس و جعفرپور، محمود. (۱۳۸۹). " ارزیابی نقش جو سازمانی در روحیه کارآفرینی دانش آموزان متوسطه شهر اهواز "، نشریه علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز، شماره ۸۹، صص ۱۵۱-۱۶۲.
- پناهی، بلال (۱۳۸۹). اعتماد و اعتمادسازی در سازمان. بیک نور، سال ۷، شماره ۴، صفحات ۱۰۳-۸۸.
- رجائی، زهرا؛ صابراهانی، فردوس و پوریوسف، اعظم (۱۳۹۳). بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر رابطه تعهد و جو اخلاقی، اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی/اسلامی، اردبیل، موسسه پیشگامان فرهیختگان فرهنگ و اندیشه ولیعصر، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل.
- رحیمی، حمید، بهارلویی، فرشاد (۱۳۹۷). تاثیر جو اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی با نقش میانجی رفتار اخلاقی، مطالعات رفتار سازمانی، دوره هفتم، شماره دوم، صص ۱۵۸-۱۲۹.
- شارعی‌نیا، حبیب، خدادادی، الهه، ندایی، هنگامه، حسینی، مهدی (۱۳۹۷). ارزش های حرفه ای و اخلاقی ارایه مراقبت های پرستاری از دیدگاه پرستاران. نشریه پرستاری ایران. دوره ۳۱، شماره ۱۱۲، صص ۴۴-۵۵.
- شمس، شهاب‌الدین و اسفندیاری مقدم، امیر تیمور (۱۳۹۴). ارتباط ابعاد مختلف اعتماد سازمانی با رضایت شغلی کارکنان. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۸، شماره ۷۷، صص ۱۵-۱.

شیرازی، علی و احمدی زهرانی (۱۳۹۳). رابطه جو اخلاقی سازمان با اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی دبیران دوره متوسطه. *فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*. سال پنجم، شماره ۴، صص ۴۱-۴۶.

غلامی، علیرضا (۱۳۸۸)، "اخلاق سازمانی: مشکلات، موانع و راه کارها" *فصلنامه توسعه انسانی پلیس*، شماره ۶، صص ۶۳-۸۳.

فقهیمی فرهنگند، ناصر (۱۳۹۲). اولویت بندی فرهنگ سازمانی برای ارتقاء عملکرد کارکنان به تفکیک زن و مرد در سازمان های خدماتی. *مطالعه موردی. زن و مطالعات خانواده*، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۶۹-۹۲.

قدیری، محبوبه، بشلیده، کیومرث، هاشمی شیخ شبانی، اسماعیل و مشکلانی، فرشید (۱۳۹۲). رابطه جو اخلاقی با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل در کارکنان یک شرکت دولتی، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، سال هشتم، شماره ۲، صص ۱-۱۵.

کرامتی، محمدرضا (۱۳۹۱). رابطه جو اخلاقی مدارس با استرس شغلی معلمان. *مجله اندیشه نوین تربیتی*، دوره هشتم، شماره ۴، ص ۱-۱۶.

کریتنژ، روبرت و کینیکی، آنجلو (۲۰۰۸). *مدیریت رفتار سازمانی*، ترجمه علی اکبر فرهنگگی (۱۳۹۳)، تهران: نشر پیام بویا.

کریمی، مهدی، رجایی پور، سعید و هویدا، رضا (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین ابعاد جو سازمانی و رفتار اخلاقی در بین کارکنان دانشگاه های اصفهان و علوم پزشکی اصفهان"، *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۰۲-۸۳.

محبت خواه، حسین (۱۳۸۹). "بررسی مفهوم جو سازمانی" *پایگاه مقالات علمی مدیریت*، صص ۱-۱۳.

نادی، محمدعلی و حادقی، فاطمه (۱۳۹۰). الگویابی معادله‌ی ساختاری روابط بین جو اخلاقی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان های خصوصی شهر شیراز، *مدیریت اطلاعات سلامت*، دوره‌ی هشتم، شماره پنجم، آذر و دی ۹۰.

نجفی، محمد، کریمی، مهدی، قهرمانی فر، علی و رضوانی، سید مرتضی. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین ابعاد جو اخلاقی و رضایت شغلی در میان کارکنان اداره های آموزش و پرورش شهر اصفهان"، *رویکردهای نوین آموزشی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان*، سال پنجم، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، صص ۲۲-۱.

### منابع غیر فارسی

Alghamdi, Faris. (۲۰۱۸). Investigating the Influence of Ethical Climate on Trust in Organization and Trust in Supervisor in Albaha Province, Saudi Arabia, Using Victor and Cullen's Framework. *Journal of Service Science and Management*. Vol ۱۱, No ۴. P, ۳۸۳-۳۹۸.

Ching, T. H. & Ann, H J. (۲۰۱۵). The Influence of Communication, Empowerment and Trust on Organizational Ethical Climates. *Int. Journal of Economics and Management* ۹ (S): ۲۳ - ۴۴ (۲۰۱۵).

DeConinck, B.(۲۰۱۰). "The influence of ethical climate on marketing employees' job attitudes and behaviors", *Journal of Business Research*, Volume ۶۳, Issue ۴, pp ۳۸۴-۳۹۱.

Dietz G, & Hartog D N. (۲۰۰۶), "Measuring trust inside organizations", *Personnel Review*, Vol. ۳۵, No. ۵, PP. ۵۵۷-۵۸۸.

Ellonen, R., Blomqvist, K. & Puumalainen, K.(۲۰۰۸), "The role of Trust in organizational innovativeness", *European Journal of Innovation Management*, ۲, ۱۶۰-۱۸۱.

Ensari, M . S. & Karabay, M. E. (۲۰۱۶). The mediaating effect of pepceived ethical climate on organizational commitment, trust and turnover intention interactions: a research on insurance sector. *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. ۵, No. ۰۱, ۲۲۳۵-۲۲۴۲.

Lee Hyun-Jung (۲۰۱۲), "The role of competence-based trust and organizational identification in continuous improvement", *Journal of Management Psychology*, ۱۹, No. ۶, PP. ۶۲۳-۶۲۹.

Lee, S.H., & Brookshire, J.H. (۲۰۱۸). The effect of ethical climate and employees' organizational citizenship behavior on U.S. fashion retail organizations' sustainability performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Volume ۲۵, Issue ۵. P, ۹۳۹-۹۴۷.

- Lilly, J. Duffy, J. A. & Wipawayangkool, K. (۲۰۱۵). The Impact of Ethical Climate on Organizational Trust and the Role of Business Performance: If Business Performance Increases, Does Ethical Climate Still Matter?. *Institute of Behavioral and Applied Management*, ۲, ۱-۱۷.
- Mitonga-Monga, Jeremy. (۲۰۱۸). Ethical climate influences on employee commitment through job satisfaction in a transport sector industry. *Journal of Psychology in Africa*. Vol ۲۸, Iss ۱. P, ۱۵-۲۰.
- Ramo H. (۲۰۱۰), "Moments of Trust: temporal and spatial factors of trust in organizations", *Journal of Management Psychology*, ۱۹, (۸), ۷۶۰-۷۷۵.
- Robbins, S. P., (۲۰۰۳), "organizational Behavior», New Dehli: practice, Hall of India.
- Schoorman F. David, N., Mayer C. Roger, Davis H. & James A. (۲۰۰۷), "An integrative model of organizational trust : past, present, and future", *Academy of Management Review*, Vol. ۳۲, No. ۲, ۳۴۴-۳۵۴.
- Suh J. & Janda S. (۲۰۱۲), "Exploring the role of cultural in trust development with service providers", *Journal of Service Marketing*, Vol. ۲۰, No. ۴, PP. ۲۶۵-۲۷۳.
- Tan, H. H., & Lim, A. K. H. (۲۰۰۹). Trust in coworkers and trust in organizations. *Journal of Psychology*, ۱۴۳, ۴۵-۶۶.
- Tyler, T.R. (۱۹۹۸). Trust within organization. *Personal Review*, ۳۲(۵), ۵۵۶-۵۶۸.
- Victor B, Cullen JB (۱۹۸۸). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, ۳۳, ۱۰۱- ۱۲۵.
- Wang, YD. (۲۰۱۲). Organizational ethical climate, perceived organizational support, and employee silence: A cross-level investigation. *Human Relations*, ۱-۲۰.
- Webber, S, (۲۰۰۷). "Ethical climate typology and questionnaire: A discussion of instrument modifications" , *Journal of Academic Librarianship*, No. ۳۳, PP ۵۶۷-۵۸۰.
- Youn, Seok. (۲۰۲۲). Effect of Ethical Climate in Hotel Companies on Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior. *Sustainability*, ۱۴(۱۳), ۷۸۸۶; <https://doi.org/10.3390/su14137886>.

## Effect of Ethical Climate in Secondary school girls of Ahvaz on Organizational Trust

Roya Jahangiri Rad  
*r.jahangiri.rad@gmail.com*

The aim of the present study was to investigate the relationship between moral climate and trust among secondary school girls in Ahvaz district. ۲۸۰ female students of the second secondary school of Ahvaz district were selected as a sample. The research design was correlation and structural equation modeling. The tools used in this research were Victor and Cullen's moral climate questionnaire (۱۹۸۸) and Payne's organizational trust (۲۰۰۳), and the reliability of the questionnaires was obtained as moral climate (۰,۸۳) and organizational trust (۰,۷۷). . The evaluation of the proposed model was done using the structural equation model method. The results indicated that there is a significant direct relationship between moral climate and trust.

Keywords: Ethical Climate, Organizational Trust.