



فصلنامه مدیریت عملیات

سال دوم، شماره ۷، پاییز ۱۴۰۱

مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی و اعتماد سازمانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۶

جعفر بیگزاد*



[10.30495/JOM.2023.1974858.1071](https://doi.org/10.30495/JOM.2023.1974858.1071)

چکیده:

هدف این پژوهش مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی و اعتماد سازمانی در ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی - همبستگی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی می‌باشد که تعداد آنها ۲۴۰ نفر است و حجم نمونه آماری با استفاده از رابطه کوکران ۱۴۰ نفر برآورد و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد می‌باشد. فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای SMART PLS₃ و SPSS و با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی و اعتماد سازمانی و هوش سیاسی تأثیر مثبت دارد. همچنین تأثیر مثبت اعتماد سازمانی و هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی تأیید شد و نتیجه گرفته شد در سطح اطمینان ۹۵ درصد، هوش سیاسی و اعتماد سازمانی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی را میانجی می‌کنند.

واژگان کلیدی: جو اخلاقی، بهروزی سازمانی، هوش سیاسی، اعتماد سازمانی.

* نویسنده مسئول، گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران beikzad_jafar@yahoo.com

۱- مقدمه

شواهد غیر قابل انکاری وجود دارد که علاوه بر شخصیت کارکنان، وجود نشانه‌هایی در محیط کار به رفتار مخرب و غیراخلاقی کارکنان شکل می‌دهند. این نشانه‌ها در زمینه اخلاقی سازمان^۱ تجلی می‌یابند (شیرازی و محمدی، ۱۳۹۹). فضای اخلاقی، ادراکات رسمی و غیر رسمی کارکنان از فرایندها، فعالیت‌ها و سیاست‌های سازمانی را در بر می‌گیرد و نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رمضانی‌راد و همکاران، ۱۳۹۹). کارکنانی که احساس می‌کنند جو اخلاقی بر سازمان حاکم است روابط و تعاملات سازمان خویش را عادلانه می‌دانند و این باور باعث افزایش رضایت و بهره‌وری آنان می‌شود (ملکیان و همکاران، ۱۴۰۱). در واقع، جو اخلاقی به عنوان بخشی از شخصیت سازمان موید الگوهایی است که رفتار کارکنان را هدایت و خصوصیات اخلاقی هر سازمان را نشان می‌دهد (گلچی و گلچی، ۱۴۰۰).

پژوهشگران معتقدند در کنار عناصری نظیر جو اخلاقی، جو اجتماعی، بهره‌وری و عملکرد کارکنان و حتی کاهش ترک خدمت و کاهش غیبت از کار مفهومی به نام بهره‌وری سازمانی قرار دارد که نشان دهنده سلامت عمومی سازمان می‌باشد (ساجدی و اسماعیلی شاد، ۱۳۹۸). که امروزه دیدگاهی جدید در حوزه سلامت، به ویژه روانشناسی سلامت محسوب می‌شود (امینی و همکاران، ۱۳۹۹) و بر مبنای تز معروف «کارکنان شاد-کارکنان بارآور^۲»، کارکنانی که سطوح بالایی از بهره‌وری را تجربه می‌کنند، در کار خود به خوبی عمل می‌کنند (سپهوند، ۱۳۹۸). به طور کلی، بهره‌وری سازمانی به دنبال ایجاد محیطی است که کارکنان اجازه دارند سطح خردمندی و رضایت‌مندی در کارکنان را ارتقاء دهد تا کارکنان بتوانند در جهت رسیدن به قابلیت‌های بالقوه به نفع خود و سازمان تلاش کنند (مصطفوی، ۱۴۰۰).

¹ Organization's ethical context

² Happy worker-productive worker thesis

از سوی دیگر، یکی از شایستگی‌های محوری که موجب موفقیت سازمان می‌گردد، هوش سیاسی مدیران است. مدیران نیازمند پرورش هوش سیاسی خود در تمام سطوح هستند تا بتوانند وظیفه خود را به طور متوازن و همه جانبه به انجام برسانند (هاشمی‌ماد و همکاران، ۱۴۰۰). از نظر بلانتون هوش سیاسی عبارت است از توانایی درک نهادهای سیاسی و هنجارهای یک زمینه، استراتژی با چندین ذینفع و دستیابی به سیاست واقعی یا تغییر قانون در سطح سیستم (بلانتون، ۲۰۱۸). بکار گرفتن هوشمندانه مهارت هوش سیاسی در سازمان‌ها بسیار ضروری است و از طریق آن می‌توان اعمال نفوذ را برای تغییرات مناسب ایجاد کرد (بریمانی و رشید رستمی، ۱۴۰۱). در مجموع می‌توان چنین اظهار داشت که هوش سیاسی توانایی مدیریت مؤثر اهرم‌های قدرت و نفوذ و واکنش نسبت به تغییرات است (گلشاهی و همکاران، ۱۳۹۹).

از طرفی دیگر، یکی از شاخص‌های مهم و اثرگذاری که ارتباط نزدیکی با هوش سیاسی، بهروزی سازمانی و جو اخلاقی دارد، اعتماد سازمانی می‌باشد. اعتماد را به عنوان انتظار یا چشمداشت یک فرد از رفتار فرد دیگر یا گروه دیگری که به مزایای فردی و نوع‌دوستانه منجر می‌شود، تعریف می‌کنند (شهنیایی و همکاران، ۱۴۰۰). اما در مباحث اخیر بر اعتماد به عنوان یکی از جنبه‌های روابط سازمانی تمرکز شده است (دهقانی سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰). اعتماد به عنوان فرایندی تدریجی شکل می‌گیرد که خود تقویت‌کننده است و گفته می‌شود اصل رابطه رهبر و پیرو است (ایلیاس^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). اعتماد سازمانی، در واقع یک اطمینانی میان مدیریت و کارکنان است که هر دو باید در آن سهیم شوند (زمانیان و باقری، ۱۴۰۰).

بنابراین با توجه به توضیحات ارائه شده، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تنها نهاد رسمی موردنظر شورای عالی انقلاب فرهنگی اسلامی و یکی از سازمان‌های تأثیرگذار در حوزه فرهنگ کشور است و بافت و نوع مأموریت این سازمان، بر فرهنگ و ارزش‌های اسلامی منطبق است وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و زیر مجموعه‌های آن که همواره در

^۱ Ilyas

جهت پای‌بندی به اخلاق حرفه‌ای و ارج نهادن به شأن و منزلت ارباب رجوع و هنرمندان و پاسخگویی شایسته به شهروندان تلاش نموده و عمل به موارد مذکور را به عنوان وظیفه اخلاقی و قانونی در سرلوحه برنامه‌های خود قرار داده‌اند. با توجه به مطالب مطروحه تحقیق حاضر در پی پاسخگویی به این سؤال است که آیا هوش سیاسی و اعتماد سازمانی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی در ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی نقش میانجی ایفا می‌کند؟

۲- پیشینه پژوهش

جو اخلاقی: جو، ویژگی‌های درونی یک سازمان که آن را از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند و روی رفتار کارکنان آن اثر می‌گذارد (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۹). جو اخلاقی انعکاسی از رویه‌ها و سیاست‌های سازمانی در رابطه با مباحث اخلاقی است که بر رفتارهای اخلاقی کارکنان اثر می‌گذارد (نصیریانی و همکاران، ۱۴۰۰). جو اخلاقی شامل الگوهایی است که رفتار کارکنان را هدایت می‌کند و خصوصیات اخلاقی هر سازمان را نشان می‌دهد (طیبی و همکاران، ۱۴۰۰). جو اخلاقی خصوصیت یک سازمان را ارائه می‌دهد و در واقع متغیری سازمانی است که می‌تواند اوضاع کاری را تغییر دهد یا بهبود بخشد (ملکیان و همکاران، ۱۴۰۱). جو اخلاقی، تصمیم‌گیری‌های سازمان را در تمام سطوح و شرایط تعیین می‌کند (صفائی و شنوایی اصل، ۱۴۰۱). دو محقق گونه‌شناسی انواع جو را بر مبنای دو بُعد (۱) معیارهای اخلاقی که در تصمیم‌گیری‌های سازمانی بکار گرفته شده (خودپرستی، نیک‌خواهی، اصول اخلاقی)، (۲) کانون تحلیل (سطح فردی، سازمانی و اجتماعی) ارائه می‌کنند (حاجی محمدلو و حاجیها، ۱۳۹۹). جو اخلاقی به ادراکات مشترک از رفتار صحیح اخلاقی و اینکه موضوع اخلاقی چگونه باید اداره شود، مربوط است (مهدوی و صالحی، ۱۴۰۱: ۷۶). زمانی که افراد دچار عدم پایبندی به اخلاق می‌شوند استانداردهای اخلاقی آنها تنزل می‌یابد و در یک حالت روانی غیراخلاقی، افراد طیف وسیعی از رفتارها را برای خود مجاز می‌دانند (بیک‌زاد و همکاران، ۱۴۰۰). به عبارت دیگر جو اخلاقی،

مشخص می‌کند که در سازمان‌ها تا چه حد بر اساس معیارهای اخلاقی تصمیم‌گیری می‌شود، چگونه کارکنان پرسش‌های اخلاقی را تعبیر می‌کنند و در نهایت مسائل درون سازمان چگونه حل می‌گردد (حنانی و همکاران، ۱۳۹۹).

بهروزی سازمانی: در ادبیات علوم انسانی، بهروزی به معانی مختلفی از جمله تأثیر مثبت، تأثیر منفی، سلامت روانی، فرسودگی عاطفی، رضایت از زندگی، رضایت از محیط و بهروزی ذهنی، روانشناختی، اجتماعی و عاطفی در نظر گرفته شده است. این معانی باعث شد که محققان بهروزی سازمانی را به عنوان همه چیزهایی که در مورد چگونگی فکر کردن و تجربه زندگی ما مهم است تعریف کنند (کاظمی و همکاران، ۱۴۰۱). روشی که سازمان‌ها می‌توانند بهزیستی کارمندان را بهبود بخشند تأمین استقلال برای آنها است، بنابراین آنها می‌توانند تصمیماتی بگیرند و اقداماتی را آغاز کنند که به کارکنان امکان سازگاری یا حل تهدیدات (و فرصت‌های) پیش روی را بدهد (گاردنر^۱، ۲۰۲۰). سازمان‌ها نیاز به بررسی سیستم‌ها و ساختارهایی دارند که موجبات رفاه، زندگی سازمانی وابسته به حضور کارمندان با در اختیار داشتن منابع عاطفی و بین فردی برای کمک به یک اقلیم سالم یا اقتصادی می‌باشد که به بهزیستی شخصی و سازمانی کمک می‌کنند (فابیو و کنی^۲، ۲۰۱۹). خودمختاری، رشد شخصی، تسلط بر محیط^۳، هدف در زندگی^۴، داشتن ارتباط مثبت با دیگران^۵ و پذیرش خود^۶ مؤلفه‌های تشکیل دهنده بهروزی روانشناختی هستند (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۹). بهروزی فردی در سازمان مقدمه بهروزی گروهی است که این خود زمینه‌ساز بهروزی سازمانی است که از مسیر فرد و سازمان در اجتماع چرخه‌ای سرنوشت‌ساز، به بهروزی می‌رسند و توازن بین زندگی کاری و شخصی در همین

¹ Gardner

² Fabio & Kenny

³ Environmental mastery

⁴ Purpose in life

⁵ Positive relation with others

⁶ Self- acceptance

رابطه شکل می‌گیرد (عابدینی، ۱۴۰۰). به طور کلی، بهروزی سازمانی به مطالعه آنچه مردم آن را شادمانی و رضایت می‌نامند، می‌پردازد (فرهادیان و مرادی، ۱۳۹۹).

هوش سیاسی: هوش سیاسی به جمع‌آوری اطلاعات در مورد افرادی که به وسیله آنها عملیات سازمانی انجام می‌پذیرد و استفاده از همان اطلاعات برای ایجاد ارتباط مؤثر با رؤسا، هم‌ردیفان، زیردستان و ذینفعان سازمانی برای رسیدن به اهداف سازمانی تعریف شده است (تقوی، ۱۳۹۹). هوش سیاسی یکی از روش‌های مهم اثرگذاری بر روی کارکنان می‌باشد که توسط آن مدیران می‌توانند رفتارهای سیاسی را برای تغییرات مناسب در سازمان و رشد و پیشرفت سازمان ایجاد کنند (صارمی، ۱۳۹۹). هوش سیاسی عبارت است از هنر مدیریت سیاست‌ها و درک و فهم عمیق این که چه سیاست‌ها و کدام نوع احساسات سیاسی به وجود آمده در سازمان با راهبردهای موجود برای مدیریت کردن بهینه آمیخته شود (حاجی قاسمی، ۱۳۹۹). افراد با هوش سیاسی بالا همیشه به نفع اهداف سازمانی کار می‌کنند و منافع کارکنان را در نظر دارند تا بتوانند در فرصت‌های مناسب از این امتیاز خود استفاده کنند و در بحران‌های به وجود آمده موفق شوند (عمرزهی چاه کمالی، ۱۳۹۹). استفاده از هوش سیاسی باعث ایجاد پایگاه قدرت، یارگیری و کنترل در سازمان می‌شود (بریمانی و رشید رستمی، ۱۴۰۱). در واقع می‌توان گفت رهبران و مدیران امروزی سازمان‌ها، آشکارا با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و فعالانه به دنبال تغییر و بهبود امور هستند؛ چنین رهبرانی تعاملات بین شخصی را به مثابه اجرای چشم‌انداز مشاهده می‌کنند و خود می‌توانند صداقت و اعتماد به نفس را در افراد سازمان القاء کنند (یزدان‌پناه و همکاران، ۱۳۹۷).

اعتماد سازمانی: به اعتقاد رابرت بهن^۱ (۱۹۹۵) اعتماد سازمانی، انتظارات مثبتی است که افراد نسبت به صلاحیت، خیرخواهی و اعتبار اعضاء سازمان دارند و به سه شکل تقسیم می‌شود: اعتماد جانبی، اعتماد عمودی و اعتماد نهادی (خاکساری، ۱۴۰۰). اعتماد در

^۱ Robert Behn

سازمان‌ها تبادل اجتماعی، همکاری و سازماندهی مؤثر را تسهیل می‌کند (گوستافسون^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). اعتماد سازمانی به اعتماد بین کارکنان در حال کار با یکدیگر یا وابسته به یکدیگر، اعتماد بین سرپرستان و زیردستان آنها، و اعتماد به سازمان به عنوان یک کل اشاره دارد (زهی مرادی، ۱۴۰۰). اعتماد سازمانی میزان آمادگی کارکنان در برابر تأثیر رفتارهای سازمانی است (لیو^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). از جنبه مثبت، اعتماد یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی است که همکاری را در هر رابطه دوگانه‌ای پیش می‌برد (چاوالا^۳، ۲۰۲۰). به طور کلی، اعتماد سازمانی به عنوان پیش‌بینی‌کننده نگرش‌های سازمانی، مانند قصد ترک شغل، تعهد سازمانی، درگیری کارمندان، رفتارهای شهروندی سازمانی، بدبینی کارمندان و رضایت شغلی، نقش حیاتی دارد (وانگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۱). کاظمی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «تحلیل نقش پیش‌بینی رهنبری اخلاقی و پس‌ایندهای خود‌انگیختگی و بهروزی به عنوان مولفه‌های فضیلت سازمانی در بین معلمان» به این نتیجه رسیدند که بین متغیرهای رهنبری اخلاقی، فضیلت سازمانی، خودانگیختگی سازمانی و بهروزی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. اسدپور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «نقش واسطه‌ای اعتماد سازمانی در رابطه با اشتیاق شغلی و هویت سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرمروودشت» به این نتیجه رسیدند که بین اعتماد سازمانی کارکنان با اشتیاق شغلی و هویت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. شهنیایی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر اعتماد به سازمانی بر بهروزی سازمانی و وفاداری سازمانی معلمان مدارس ابتدایی شهرستان دیر» این نتیجه دست یافتند که اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی و وفاداری سازمانی معلمان مدارس ابتدایی شهرستان دیر مؤثر است. طیبی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «الگوی ساختاری جو اخلاقی مبتنی بر رهنبری پدرسالارانه در ادارات کل آموزش و پرورش

¹ Gustafsson

² Liu

³ Chawla

⁴ Wang

استان‌های شمالی کشور» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که رهبری پدرسالارانه با اعتماد به رهبر، رضایت شغلی، تعهد عاطفی، جو اخلاقی رابطه مستقیم و معنی‌داری دارد. تقی‌زاده و سلطانی فسقندیس (۲۰۱۱) تاثیر اخلاق کسب و کار بر مسوولیت اجتماعی بنگاه را مورد مطالعه قرار دادند و نشان دادند که جهت ارتقای مسوولیت اجتماعی بنگاهها، لازم است که اخلاق کسب و کار در سازمانها تقویت گردد. دهقانی سلطانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «تأثیر رهبری تحول‌گرا و اطلاع‌رسانی شفاف بر استقبال کارکنان از تغییر با تبیین نقش میانجی اعتماد سازمانی» به این نتیجه دست یافتند که اعتماد سازمانی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر استقبال کارکنان از تغییر دارد. رحیمی کلور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر جو اخلاقی نیروی فروش بر هویت سازمانی: نقش میانجی شادکامی سازمانی و همدلی» نشان دادند که جو اخلاقی نیروی فروش بر شادکامی سازمانی، همدلی و هویت سازمانی تأثیر معنادار و مثبتی دارند. شادکامی سازمانی و همدلی در رابطه بین جو اخلاقی نیروی فروش و هویت سازمانی نقش میانجی دارند. شریفی‌فرد (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر جهیزیه سیاسی مدیران بر نگرش شغلی با نقش میانجی اعتماد سازمانی در بین کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان کازرون» انجام داد. نتایج پژوهش نشان داد اعتماد سازمانی نقش واسطه‌گری خوبی در رابطه بین تأثیر جهیزیه سیاسی مدیران بر نگرش شغلی دارد. نظری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه هوش سیاسی و خودکارآمدی اجتماعی با نقش میانجی هوش فرهنگی در بین معلمان دوره دوم متوسطه شهرستان استهبان» به این نتیجه دست یافتند هوش سیاسی بر رشد خود کارآمدی اجتماعی تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این هوش فرهنگی نقش میانجی بین استفاده از هوش سیاسی و خودکارآمدی اجتماعی بوده است. طاهری عطار و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «تحلیل اثر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد شغلی و اعتماد سازمانی با میانجی‌گری جو اخلاقی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد بین متغیرهای اخلاق حرفه‌ای با عملکرد شغلی و اعتماد سازمانی و بین اخلاق حرفه‌ای با جو اخلاقی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود

دارد. تقی زاده و شکری (۲۰۱۴) در تحقیق خود نشان دادند که رهبری معنوی بر عدالت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز استان اردبیل تأثیر مثبت دارد. مرجانی و تاجیک (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «بررسی نقش میانجی بهزیستی روانشناختی بین اشتیاق کارکنان و اعتماد سازمانی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که اشتیاق کارکنان از طریق بهزیستی روانشناختی بر اعتماد سازمانی در بانک ملی اثرگذار است. یزدان‌شناس و آقایی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر‌گذاری جو کاری اخلاقی ادراک شده بر اعتماد سازمانی و عملکرد پیشگامانه خدمت به مشتری با نقش واسطه‌ای ادراک از سیاسی کاری در نظام پاداش سازمان» به این نتیجه رسیدند که جو کاری اخلاقی ادراک شده بر اعتماد سازمانی و عملکرد پیشگامانه خدمت به مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. رحیمی و بهارلویی (۱۳۹۷) در پژوهشی «تأثیر جو اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی با نقش میانجی رفتار اخلاقی» را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد جو اخلاقی و رفتار اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی، تأثیر مثبت و معنادار دارند. غریب‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی «تأثیر اخلاق حرفه‌ای مدیران و جو سازمانی بر بهزیستی روانشناختی پرستاران» را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، برتری جویی و رقابت طلبی، رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، جو نوآورانه و جو همکارانه با بهزیستی روانشناختی پرستاران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

آکارسو و تورهان^۱ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «رابطه جو اخلاقی مدرسه با مشارکت دانش‌آموزان در مدارس متوسطه» انجام دادند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که جو اخلاقی مدرسه یکی از عوامل کلیدی در تعامل دانش‌آموزان با مدرسه است و از این رو می‌تواند برای بهبود جو اخلاقی مدرسه برای افزایش درگیری عاطفی، شناختی و رفتاری دانش‌آموزان مفید باشد. شین و مین^۲ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر

^۱ Akarsu & Turhan

^۲ Qin & Men

ارتباطات داخلی بر بهزیستی روانشناختی کارکنان در طول همه‌گیری کووید-۱۹: نقش واسطه‌ای اعتماد سازمانی کارکنان» انجام دادند. نتایج نشان داد که افزایش اعتماد سازمانی به طور مثبت در تأثیر ارتباطات متقارن شرکتی و ارتباطات حمایتی هم‌تایان بر بهزیستی روانشناختی کارکنان نقش میانجی ایفا می‌کند. کو^۱ (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی سازمانی و بهروزی سازمانی: تمرکز بر نقش میانجی کیفیت زندگی کاری» انجام داد. نتایج نشان داد که منابع سازمانی و محیط‌های کاری باید به طور مطلوب به نیازهای انسانی کارکنان پاسخ دهند تا از رفاه کارکنان اطمینان حاصل شود. مارتینز^۲ و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «مدیریت جو اخلاقی در سازمان‌ها: چگونه اخلاق در سازمان‌ها فراگیر می‌شود» انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد شرایط سازمانی، عناصر فرهنگی و فرصت‌هایی را نشان می‌دهد که بر مدیریت فرهنگ سازمانی متمرکز بر ارزش‌های اخلاقی تأثیر می‌گذارد. گاردنر^۳ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «اهمیت مقاوم بودن: بهروزی روانشناختی، خودمختاری شغلی و عزت نفس مدیر سازمان» به این نتیجه دست یافت که تهدیدهای بزرگی برای بهروزی روانشناختی کارکنان وجود دارد. از آنجا که افراد با بهروزی روانشناختی بالاتر از افرادی که از نظر بهروزی روانشناختی در سطح پایین تر قرار دارند شاد، سالم و سازنده هستند. ایلیاس و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «رهبری اخلاقی در سازمان‌های پایدار: نقش تعدیل کننده خودکارآمدی عمومی و نقش واسطه‌ای اعتماد سازمانی» نشان دادند که رهبری اخلاقی بر اعتماد سازمانی کارکنان تأثیر می‌گذارد، که به نوبه خود مشارکت آنها در محیط کار را بهبود می‌بخشد. هالدورای^۳ و همکاران (۲۰۲۰) معنویت محل کار را به عنوان واسطه‌ای بین عدالت سازمانی/ جو اخلاقی و رفتار انحرافی در محیط کار/ رفتار شهروندی سازمانی بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که معنویت محیط کار با پیوند عدالت سازمانی- رفتار شهروندی سازمانی و پیوند رفتار اخلاقی و محیط کار همراه است.

¹ Ko

² Martínez

³ Haldorai

ندکوفسکی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «جو اخلاقی سازمان و اعتماد کارکنان به همکاران، سرپرست و سازمان» به این نتیجه دست یافتند که فضای اخلاقی متضرر، به جای فضای اخلاقی اصولی، تأثیر بیشتری بر اعتماد به سرپرست و اعتماد به سازمان دارد.

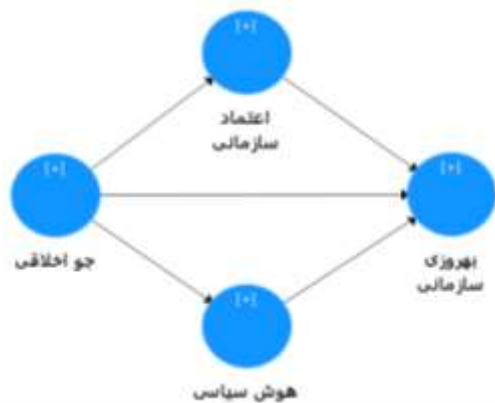
با توجه به پیشینه یاد شده، نکته حائز اهمیت این است که تاکنون به تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی هوش سیاسی و اعتماد سازمانی توجه‌ای نشده است. اگر وجود جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی تأثیر عمیق‌تری داشته باشد، به نظر می‌رسد در بستر یک محیط سازمانی قابل اعتمادتر امکان‌پذیر باشد. از سوی دیگر، هوش سیاسی مدیران و رهبران همزمان با تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی در تغییر و تحولات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند نقش مؤثر داشته باشد؛ بنابراین وجود متغیرهای اعتماد سازمانی و هوش سیاسی به عنوان متغیر میانجی این پژوهش را از دیگر پژوهش‌ها متمایز می‌کند. در راستای هدف و پرسش اصلی پژوهش، تلاش شده است فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار گیرند:

۱. جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.
 ۲. جو اخلاقی بر هوش سیاسی تأثیر دارد.
 ۳. جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی تأثیر دارد.
 ۴. هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.
 ۵. اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.
 ۶. هوش سیاسی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.
 ۷. اعتماد سازمانی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.
- در این پژوهش، برای سنجش جو اخلاقی از مدل ویکتور و کولن^۲ (۱۹۸۸)، برای اندازه‌گیری بهروزی سازمانی از مدل دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۲)، برای پایش هوش

^۱ Nedkovsk

^۲ Victor & Cullen

سیاسی از مدل اشرف و زاهد اقبال^۱ (۲۰۱۱) و برای بررسی اعتماد سازمانی از مدل یو و کاناواتاناجایی^۲ (۲۰۰۲) استفاده شده است. با توجه به آنچه ذکر شد و در راستای هدف و فرضیات پژوهش، مدل مفهومی پژوهش حاضر به شرح شکل ۱ است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (ویکتور و کولن، ۱۹۸۸، دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲، اشرف و زاهد اقبال، ۲۰۱۱ و یو و کاناواتاناجایی، ۲۰۰۲)

۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، همبستگی و از نظر راهبرد، پیمایشی مبتنی بر معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی که مشتمل بر ۲۴۰ نفر هستند که با توجه به فرمول کوکران، تعداد ۱۴۰ نفر با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از ۴ پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه اول، پرسشنامه استاندارد ویکتور و کولن (۱۹۸۸) است که جو اخلاقی را براساس ۶ بُعد؛ مراقبت و توجه، قوانین و مقررات، ضوابط، ابزاری، کارآیی‌مدار و مستقل مورد سنجش قرار می‌دهد. پرسشنامه دوم برگرفته از مدل دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد به‌روزی سازمانی

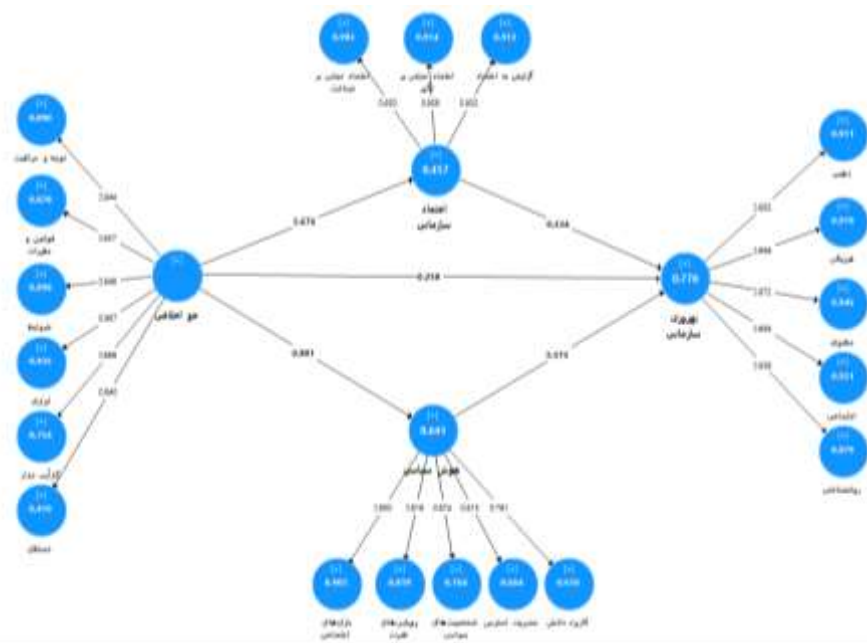
¹ Ashraf & Zahid Iqbal

² Yu & Kanavatanachay

را براساس ۵ بُعد؛ ذهنی، فیزیکی، معنوی، اجتماعی و روانشناختی می‌سنجد. پرسشنامه سوم، پرسشنامه استاندارد اشرف و زاهد اقبال (۲۰۱۱) است که هوش سیاسی را از طریق ۵ بُعد؛ بازی‌های اجتماعی، پویایی قدرت، شخصیت‌های سیاسی، مدیریت استرس و دانش کاربردی بررسی و ارزیابی می‌کند. پرسشنامه چهارم، پرسشنامه استاندارد یو و کاناواتاناجایی (۲۰۰۲) است که اعتماد سازمانی را براساس ابعاد آن یعنی اعتماد مبتنی بر شناخت و اعتماد مبتنی بر تأثیر و گرایش به اعتماد مورد سنجش و بررسی قرار می‌دهد. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر نرم افزار SMART PLS₃ انجام شد که نتایج آن در بخش یافته‌های پژوهش ارائه شده است. برای محاسبه روایی ابزار پژوهش، از روایی صوری یا نمادی و روایی همگرا استفاده شد که مورد تأیید اساتید و کارشناسان قرار گرفت. به منظور تحلیل پایایی ابزار تحقیق، از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است که ضرایب آلفای کرونباخ تمام متغیرها (جو اخلاقی ۰/۹۱۹، بهروزی سازمانی ۰/۸۷۹، اعتماد سازمانی ۰/۸۸۰، هوش سیاسی ۰/۹۲۱) بزرگتر از ۰/۷ تعیین و پایایی ابزار پژوهش تأیید شد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (PLS) جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل استفاده شده است. خروجی نرم افزار، بعد از آزمون مدل مفهومی پژوهش در شکل‌های ۲ و ۳ نشان داده شده است. در زیر نتایج بررسی دو بخش آزمون مدل اندازه‌گیری و آزمون مدل ساختاری به تفصیل ارائه شده است.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش با ضرایب بارهای عاملی



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش با ضرایب معناداری

آزمون‌های بررسی مدل مفهومی

آزمون‌های پایایی مدل:

برای سنجش پایایی مدل حداقل از چهار آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، ضریب همبستگی اسپیرمن و پایایی اشتراکی استفاده شده است که در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون‌های پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی (Cr>0/7)	ضریب همبستگی اسپیرمن (Rho-A> 0/7)	ضریب پایایی اشتراکی (Communality>0/5)
جو اخلاقی	۰/۹۶۴	۰/۹۶۸	۰/۹۶۹	۰/۵۴۴
اعتماد سازمانی	۰/۹۶۲	۰/۹۶۶	۰/۹۶۲	۰/۷۰۳
هوش سیاسی	۰/۹۵۸	۰/۹۶۲	۰/۹۵۸	۰/۵۵۶
بهروزی سازمانی	۰/۹۷۳	۰/۹۷۶	۰/۹۷۸	۰/۶۷۰

مطابق با یافته‌های جدول ۱ این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، بر این اساس می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.

آزمون‌های روایی مدل اندازه‌گیری پژوهش:

الف) روایی همگرا:

۱. AVE>0/5

جدول ۲. آزمون میانگین واریانس استخراجی

متغیرها	AVE
جو اخلاقی	۰/۵۴۴
اعتماد سازمانی	۰/۷۰۳
هوش سیاسی	۰/۵۵۶
بهروزی سازمانی	۰/۶۷۰

با توجه به نتایج جدول ۲ کلیه ضرایب میانگین واریانس استخراجی متغیرها از عدد ۰/۵ بالاتر است بنابراین شرط اول روایی همگرا وجود دارد.

۲. CR>AVE

جدول ۳. آزمون مقایسه ضریب پایایی ترکیبی و ضریب میانگین واریانس استخراجی

متغیرها	CR	AVE
جو اخلاقی	۰/۹۶۸	۰/۵۴۴
اعتماد سازمانی	۰/۹۶۶	۰/۷۰۳
هوش سیاسی	۰/۹۶۲	۰/۵۵۶
بهروری سازمانی	۰/۹۷۶	۰/۶۷۰

با توجه به جدول ۳ مشاهده می‌شود که برای تمامی متغیرهای پژوهش CR>AVE است و شرط دوم روایی همگرا نیز دارا است و می‌توان ادعا نمود که مدل پژوهش روایی همگرا دارد.

(ب) روایی واگرا:

۱. آزمون فورنل و لاکر

جدول ۴. آزمون فورنل و لاکر

بهروری سازمانی	هوش سیاسی	اعتماد سازمانی	جو اخلاقی
۰/۸۴۰	۰/۷۴۶	۰/۷۷۰	۰/۷۳۷
۰/۸۱۸	۰/۷۹۶	۰/۸۳۸	۰/۶۸۰
۰/۷۴۶	۰/۷۷۰	۰/۷۷۰	۰/۸۰۸
۰/۷۴۶	۰/۷۴۶	۰/۷۷۰	۰/۸۰۸

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که جذر AVE تمامی متغیرها از همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر بیشتر است. بنابراین روایی واگرای متغیرها نیز تایید می‌شود.

۲. آزمون HTMT

جدول ۵. آزمون HTMT

بهریزی سازمانی			
هوش سیاسی			
اعتماد سازمانی			
جو اخلاقی			
جو اخلاقی			
اعتماد سازمانی	۰/۷۰۳		
هوش سیاسی	۰/۸۰۹	۰/۸۱۹	
بهریزی سازمانی	۰/۸۳۹	۰/۸۰۰	۰/۸۶۲

با توجه به این که مقدار مناسب برای آزمون HTMT کمتر از ۰/۹ است و مطابق با یافته‌های جدول ۵ این معیارها در مورد متغیرهای پژوهش مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت روایی و اگرایی متغیرهای پژوهش را تأیید نمود.

ارزیابی مدل ساختاری

معیار GOF: برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱ ، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است.

این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\overline{communalities} \times R^2}$$

Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید. که در جدول ۶ مشخص شده است.

جدول ۶. نتایج برازش مدل کلی

GOF	$\overline{R^2}$	$\overline{Commuality}$
۰/۵۳۸	۰/۴۶۹	۰/۶۱۸

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF طبق جدول ۶ به میزان ۰/۵۳۸، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

آزمون معناداری فرضیه‌ها

جدول ۷. آزمون معناداری فرضیه‌های پژوهش

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب مسیر (β)	ضریب معناداری (T-Value)	ضریب معناداری (P-Value)	نتیجه آزمون
۱	فرضیه اول: جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.	۰/۲۵۸	۳/۶۵۵	۰/۰۰۰	تایید
۲	فرضیه دوم: جو اخلاقی بر هوش سیاسی تأثیر دارد.	۰/۸۰۱	۱۶/۰۵۹	۰/۰۰۰	تایید
۳	فرضیه سوم: جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی تأثیر دارد.	۰/۶۷۶	۱۰/۶۶۹	۰/۰۰۰	تایید
۴	فرضیه چهارم: هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.	۰/۳۷۳	۳/۶۳۹	۰/۰۲۲	تایید
۵	فرضیه پنجم: اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.	۰/۳۳۴	۳/۷۸۸	۰/۰۰۰	تایید
۶	فرضیه ششم: هوش سیاسی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.		۳/۵۶۵	آزمون سوبل	تایید
۷	فرضیه هفتم: اعتماد سازمانی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.		۳/۵۷۹	آزمون سوبل	تایید

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل‌ها، فرضیه‌های پژوهش، بررسی و آزمون شدند. نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌ها در زیر ارائه شده است.

فرضیه ۱: جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.

مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی..... ۱۰۷

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (جو اخلاقی و بهروزی سازمانی) $\beta=0/258$ می‌باشد. و ضرایب معناداری بین این دو متغیر نیز $p=0/000$ و $t=3/655$ بوده که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد و لذا فرضیه اول تأیید می‌شود.

فرضیه ۲: جو اخلاقی بر هوش سیاسی تأثیر دارد.

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (جو اخلاقی و هوش سیاسی) $\beta=0/801$ می‌باشد. و ضرایب معناداری بین این دو متغیر نیز $p=0/000$ و $t=16/059$ بوده که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت جو اخلاقی بر هوش سیاسی تأثیر دارد و لذا فرضیه دوم تأیید می‌شود.

فرضیه ۳: جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی تأثیر دارد.

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (جو اخلاقی و اعتماد سازمانی) $\beta=0/676$ می‌باشد. و ضرایب معناداری بین این دو متغیر نیز $p=0/000$ و $t=10/669$ بوده که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی تأثیر دارد و لذا فرضیه سوم نیز تأیید می‌شود.

فرضیه ۴: هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (هوش سیاسی و بهروزی سازمانی) $\beta=0/373$ می‌باشد. و ضرایب معناداری بین این دو متغیر نیز $p=0/000$ و $t=3/639$ بوده که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد و لذا فرضیه چهارم تأیید می‌شود.

فرضیه ۵: اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد.

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (اعتماد سازمانی و بهروزی سازمانی) $\beta=0/334$ می‌باشد. و ضرایب معناداری بین این دو متغیر نیز $p=0/000$ و $t=3/788$ بوده که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۹٪ فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی تأثیر دارد و لذا فرضیه پنجم تأیید می‌شود.

فرضیه ۶: هوش سیاسی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.

فرضیه ۷: اعتماد سازمانی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را میانجی می‌کند.

چهار شرط برای وجود یک اثر میانجی ضروری است (بارون و کنی^۱، ۱۹۸۶: ۱۱۷۴). ابتدا متغیر مستقل و متغیر وابسته باید ارتباط داشته باشند همانطور که در شکل‌های ۲ و ۳، نشان داده شده متغیر مستقل جو اخلاقی و متغیر وابسته بهروزی سازمانی همبسته هستند. دوم متغیر مستقل و متغیر میانجی باید ارتباط داشته باشند. متغیر مستقل جو اخلاقی و متغیرهای میانجی هوش سیاسی و اعتماد سازمانی همبسته هستند. سوم متغیر وابسته و متغیرهای میانجی باید ارتباط داشته باشند: متغیرهای میانجی هوش سیاسی و اعتماد سازمانی با متغیر وابسته بهروزی سازمانی همبسته هستند. در نهایت تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته زمانی که متغیر میانجی مطرح می‌شود باید تغییر کند:

در شکل‌های ۲ و ۳، می‌توان تغییر اثر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی را زمانی که هوش سیاسی و اعتماد سازمانی کنترل می‌شوند مشاهده کرد. برای بررسی معنی‌داری اثر میانجی در این تحقیق از آزمون سوپل استفاده شده است. در این آزمون با استفاده از ضریب غیر استاندارد مسیر و خطای استاندارد آن آزمون اجرا می‌شود و نتایج بیانگر آن است که مقدار z-value حاصل از آزمون سوپل در فرضیه‌های شش و هفت به ترتیب برابر با $3/565$ و $3/579$ بدست آمد که بیش از $1/96$ می‌باشد لذا در سطح اطمینان ۹۵ درصد، هوش سیاسی و اعتماد سازمانی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی نقش میانجی ایفا می‌کند.

¹ Baron & Kenny

۵- بحث و نتیجه‌گیری

امروزه رعایت اخلاق و حفظ ارزش‌های اخلاقی به صورت یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی درآمده است که در بیشتر سازمان‌ها مورد توجه خاصی قرار می‌گیرد، به گونه‌ای که اصول اخلاقی به عنوان بخشی از سیاست‌ها و فرهنگ سازمان درآمده است. توجه و تأکید بر جو اخلاقی مثبت و حامی در سازمان موجب بهبود فضای سازمان و بهروزی کارکنان شده و آنها را در انجام وظایف خود و پاسخگویی هر چه بهتر به خواسته‌های ذینفعان یاری می‌دهد. در همین راستا پژوهش حاضر به دنبال بررسی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی و اعتماد سازمانی می‌باشد. آنالیز آماری و تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق در دو سطح توصیفی و استنباطی و با استفاده از شاخص‌هایی نظیر میانگین، انحراف معیار، جداول متقاطع و نمودار توزیع فراوانی استفاده شده و تحلیل عاملی تائیدی صورت پذیرفت که خروجی‌های دقیق بر اساس نمودارها و جداول مرتبط، تحلیل و مستندسازی گشت. با توجه به تجزیه و تحلیل به دست آمده از برازش مدل ساختاری، همه فرضیه‌های هفت‌گانه پژوهش تأیید شدند. در واقع، نتایج فرضیه‌های اول، دوم و سوم تحقیق نشان داد که جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی و اعتماد سازمانی و هوش سیاسی تأثیر مثبت دارد. نتایج این مطالعه با یافته‌های پژوهش کاظمی و همکاران (۱۴۰۱)، طیبی و همکاران (۱۴۰۰)، رحیمی کلور و همکاران (۱۳۹۹)، طاهری عطار و همکاران (۱۳۹۸)، یزدان‌شناس و آقایی (۱۳۹۸)، رحیمی و بهارلویی (۱۳۹۷)، مارتینز و همکاران (۲۰۲۱)، ایلپاس و همکاران (۲۰۲۰) و ندکوفسی و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که جو اخلاقی عامل مهمی در خصوص ارتقاء بهروزی سازمانی، اعتماد سازمانی و هوش سیاسی می‌باشد و توجه به آن به طور مستقیم و غیر مستقیم زمینه‌ی ایجاد جو مبتنی بر شادکامی و اعتماد و اطمینان را در سازمان ایجاد می‌کند تا کارکنان از منافع سازمان پشتیبانی کنند و برای تحقق اهداف سازمان تلاش نمایند.

همچنین نتایج فرضیه‌های چهارم و پنجم نشان داد که هوش سیاسی و اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی تأثیر مثبت دارند. این نتایج با یافته‌های پژوهش اسدپور و همکاران (۱۴۰۱)، شهنیایی و همکاران (۱۴۰۰)، نظری و همکاران (۱۳۹۹)، مرجانی و تاجیک (۱۳۹۸) و شین و مین (۲۰۲۲) همسو است. می‌توان استدلال کرد که افزایش درک هوش سیاسی و اعتماد سازمانی، موفقیت افراد را افزایش، اضطراب را کاهش و روابط خارجی را بهبود می‌بخشد، جوی مبتنی بر اعتماد و اطمینان را به وجود می‌آورد که کارکنان خود را متعلق به سازمان می‌دانند و نسبت به شغل خود احساس مثبت و شوق خاصی دارند، تمام این‌ها زمینه‌ای را فراهم می‌کند تا احساس‌های امیدواری و در نتیجه بهزیستی در محل کار برای کارکنان افزایش یابد.

از سوی دیگر، نتایج فرضیه‌های ششم و هفتم نشان داد که هوش سیاسی و اعتماد سازمانی نقش میانجی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی دارند و در سطح اطمینان ۹۵ درصد هوش سیاسی و اعتماد سازمانی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی نقش میانجی ایفا می‌کنند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش اسدپور و همکاران (۱۴۰۱)، دهقانی سلطانی و همکاران (۱۴۰۰)، شریفی فرد (۱۳۹۹)، یزدان‌شناس و آقایی (۱۳۹۸)، غریب‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، آکارسو و تورهان (۲۰۲۲)، کو (۲۰۲۱)، ایلپاس و همکاران (۲۰۲۰) همسویی دارد. بنابراین می‌توان گفت که جو اخلاقی تقویت‌کننده بهروزی سازمانی می‌باشد به عبارتی زمانی که جو اخلاقی سازمان خیرخواهانه باشد، افراد به راحتی می‌توانند با سازمان هویت مشترک پیدا کنند و خود را جزئی از سازمان بدانند. در حالی که اگر جو اخلاقی سازمانی به سمت جو اخلاقی خودخواهانه گرایش پیدا کند، آسیب‌پذیری سازمانی بیشتر خواهد بود. اما بایستی توجه نمود که در این میان نقش هوش سیاسی و اعتماد سازمانی نیز مهم خواهد بود.

پیشنهادها

- با توجه به نتیجه فرضیه اول مبنی بر تأثیر مثبت جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی، پیشنهاد می‌گردد که مدیران ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی با

حاکم کردن جوّ اخلاقی در محیط سازمان، ادراک کارکنان را از جو اخلاقی مطلوب در سازمان ارتقاء دهند و موجب تقویت روحیه خدمت‌گزاری و مشتری‌گرایی در کارکنان شوند. و استراتژی‌های آموزشی به منظور ارتقای سطح مؤلفه‌های درونی بهروزی سازمانی نظیر خویشتن‌پذیری، ارتباطات مثبت با دیگران، خودکارآمدی، تسلط بر محیط، هدفمندی در زندگی و رشد شخصی را سرلوحه برنامه‌ریزی نیروی انسانی قرار دهند.

- با توجه به نتیجه فرضیه دوم مبنی بر تأثیر جو اخلاقی بر هوش سیاسی، پیشنهاد می‌گردد مدیران ادارات فرهنگ و ارشاد استان آذربایجان شرقی با برقراری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی جهت ایجاد و توسعه ویژگی مناسب نظیر روحیه همکاری و توسعه روابط، سازگاری سازنده با نقش‌ها، مهارت‌های نفوذ فردی، مهارت‌های مدیریت احساس دیگران، خلاقیت و نوآوری، دوری از فریب و ریا، واقع‌بینی و ... در کارمندان موجبات تغییرات سازمانی اثربخش را فراهم آورند و جوی مبتنی بر اخلاق و نشاط در سازمان ایجاد کنند.

- با توجه به نتایج فرضیه سوم مبنی بر تأثیر جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های فرهنگی به طور خاص و سایر سازمان‌ها به طور عام، توسعه و تقویت جو اخلاقی و رفتار اخلاقی را به عنوان امری مهم، سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهند. مدیران می‌توانند با نشان دادن نگرانی واقعی برای کارکنان، برقراری روابط دوستانه، تلاش برای افزایش سطح رفاه آنان و تشویق آنان به هنگام کار موجب افزایش سطح اعتماد کارکنان نسبت به خود شوند تا از پیامدهای آن از جمله کمک به ایجاد و توسعه جو اخلاقی در سازمان برخوردار شوند.

- با توجه به نتایج فرضیه چهارم مبنی بر تأثیر مثبت هوش سیاسی بر بهروزی سازمانی، به مدیران می‌توان پیشنهاد داد که تدوین استراتژی‌های آموزشی برای ارتقاء، سطح مؤلفه‌های درونی سرمایه روانشناختی مثبت نظیر امید، خودباوری، تاب‌آوری و خوش‌بینی را سرلوحه برنامه‌ریزی نیروی انسانی خود قرار دهند. همچنین به ترویج ایدئولوژی و ارزش‌های نوع‌دوستانه، بشر دوستانه و نهادینه‌سازی این ارزش‌ها در فرهنگ سازمانی

بپردازند و حمایت‌های اجتماعی مادی و معنوی و سازمانی را از کارکنان خود در شرایط سخت و دشوار انجام دهند. و مدیران ارشد باید با جدیت، خوش‌بینی، اخلاق‌گرایی، توسعه‌توانایی‌ها و مشارکت‌ها فضای مناسبی را برای کارکنان فراهم آورند تا افراد با کار گروهی در بستر مناسب حرکت کنند و موجبات تغییرات اثربخش را فراهم آورند.

- با توجه به نتایج فرضیه پنجم مبنی بر تأثیر مثبت اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی، پیشنهاد می‌گردد که مدیران ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی اعتمادسازی را در دستور کار خود قرار دهند. همچنین مدیران ارشد باید در بیانیه ماموریت سازمان و در جلسات کاری، بر مواردی نظیر رازداری و تلاش در جهت رفع مشکلات، از بین بردن جو رعب و تردید، ترویج صداقت و راستگویی، در اختیار نهادن ارزش‌های سازمانی به افراد که در افزایش روحیه مشارکت کاری تأثیر بسزایی دارد تأکید نمایند و خود نمونه عملی آن باشند.

- با توجه به فرضیه ششم مبنی بر تأیید نقش میانجی هوش سیاسی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی، پیشنهاد می‌گردد جهت تقویت هوش سیاسی و پیامدهای مثبت آن جلسات توجیهی، کارگاه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی بیشتری صورت گیرد تا درک بهتر و شیوه‌های کاربردی‌تر از هوش سیاسی ارائه شود. و یک سیستم مناسب برای اندازه‌گیری میزان جو اخلاقی، بهروزی سازمانی طراحی و توسط مدیران ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شرقی اجرا گردد تا وضعیت روزانه، ماهانه و سالیانه سازمان به لحاظ مبانی اخلاقی پایش و نقاط ضعف آن در قالب یک برنامه استراتژیک مرتفع گردد.

- با توجه به فرضیه هفتم مبنی بر تأیید نقش میانجی اعتماد سازمانی در تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی، پیشنهاد می‌گردد که مدیران با مستند و شفاف کردن روش‌های ارتقاء سازمانی کارکنان، نحوه پرداخت حقوق و دستمزد، شرایط پرداخت پاداش و اضافه کاری و اطلاع‌رسانی به کارکنان در این باب منجر به اخلاقی شدن کار و توسعه جو اخلاقی در سازمان کمک کنند. و فضای اخلاقی مثبت از طریق قوانین اخلاقی، کاتولوگ‌ها و راهنماهای اطاعت و پیروی، مدل‌سازی نقش مدیریت ارشد، تدوین و توسعه برنامه‌ها و

مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی..... ۱۱۳

اقدامات منابع انسانی سازمان، پرورش و توسعه رفتارهای فرانش مرتب به سازمان و کارکنان بهبود بخشند و بدین ترتیب اعتماد سازمانی را در بین کارکنان افزایش دهند.

فهرست منابع

اسدپور، کوروش؛ زراعت کار، محمدکاظم؛ اسدپور، نواب؛ حبیبی، محمد. (۱۴۰۱). نقش واسطه‌ایی اعتماد سازمانی در رابطه با اشتیاق شغلی و هویت سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرمرودشت. *فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۱۳(۵۱)، ۱۷۲-۱۵۳.

امینی، مرضیه؛ شهنی ییلاق، منیجه؛ حاجی یخچالی، علیرضا. (۱۳۹۹). رابطه علی سرمایه روانشناختی با بهزیستی روانشناختی و عملکرد تحصیلی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. *پژوهشنامه روانشناسی مثبت*، ۶(۲)، ۱۶-۱.

بختیاری، احسان؛ صباحی، پرویز؛ کرمی، ابوالفضل؛ صفاری‌نیا، مجید. (۱۳۹۹). تأثیر عدالت سازمانی ادراک شده و هنجار سازمانی بر بهزیستی روانشناختی معلمان. *فصلنامه روانشناسی مدرسه*، ۹(۴)، ۷۸-۶۰.

بریمانی، ابوالقاسم؛ رشید رستمی، کوروش. (۱۴۰۱). رابطه بین هوش سیاسی و فضیلت سازمانی با نقش میانجی رهبری تحول‌آفرین در کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی (مورد مطالعه: منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد). *فصلنامه آموزش علوم دریایی*، ۹(۲)، ۱۲۵-۱۱۴.

بیک‌زاد، جعفر؛ مصطفائی، بابک؛ نوری، حسین. (۱۴۰۰). ارائه مدل تأثیر معنویت در محیط کار بر بهره‌وری سازمانی با نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی و پایداری به رفتارهای اخلاقی در دانشگاه تبریز. *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۰(۱)، ۹۸-۷۹.

تقوی، رقیه. (۱۳۹۹). نقش واسطه‌ای هوش معنوی در رابطه بین هوش هیجانی و هوش سیاسی در بین مدیران مدارس بافق. *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، دانشگاه پیام‌نور مرکز تفت.

حاجی قاسمی، فاطمه. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر آموزش هوش سیاسی بر تربیت شهروندی دانش‌آموزان پایه دوازدهم شهرستان خاش. *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، دانشگاه پیام‌نور مرکز تفت.

حاجی محمدلو، بهاره؛ حاجیها، زهره. (۱۳۹۹). ارتباط بین جو اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵(۲)، ۱۰۷-۱۰۰.

حنانی، صدیقه؛ خاچیان، آلیس؛ تیموری، اسماعیل؛ حقانی، حمید. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط جو اخلاقی با تعهد سازمانی از دیدگاه تکنولوژیست‌های اتاق عمل و هوشبری بیمارستان‌های آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی ایران. *فصلنامه علوم مراقبتی نظامی*، ۷(۳)، ۲۵۱-۲۴۳.

خاکساری، شیرزاد. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر خلاقیت سازمانی دبیران تربیت بدنی آموزش و پرورش استان همزگان. *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، دانشگاه پیام‌نور مرکز قشم.

دانایی‌فرد، حسن؛ امراللهی، ناهید؛ فانی، علی‌اصغر؛ رضائیان، علی. (۱۳۹۲). کنکاشی پیرامون پیشایندهای مؤثر بر شکل‌گیری پدیده بهره‌وری سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی). *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۶(۱۹)، ۲۴-۵.

دهقانی سلطانی، مهدی؛ مصباحی، مریم؛ درویش، محدثه. (۱۴۰۰). تأثیر رهبری تحول‌گرا و اطلاع‌رسانی شفاف بر استقبال کارکنان از تغییر با تبیین نقش میانجی اعتماد سازمانی. *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، ۱۰(۲)، ۱۰۳-۷۷.

مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی..... ۱۱۵

رحیمی، حمید؛ بهارلویی، فرشاد. (۱۳۹۷). تأثیر جو اخلاقی بر اعتماد در کار تیمی با نقش میانجی رفتار اخلاقی. *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، ۷(۲)، ۱۵۸-۱۲۹.

رحیمی کلور، حسین؛ کاظمی، زهرا؛ بیگی فیروزی، الله یار. (۱۳۹۹). تأثیر جو اخلاق نیروی فروش بر هویت سازمانی: نقش میانجی شادکامی سازمانی و همدلی. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵(۴)، ۱۸۵-۱۸۱.

رمضانی‌راد، فرزاد؛ رضایی‌زاده، محمود؛ کیا کجوری، داود؛ مختاری بایع کلایی، مهران. (۱۳۹۹). طراحی مدل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی مبتنی بر اصول اخلاقی در صنعت بانکداری. *فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی*، ۱۱(۲)، ۸۸-۴۹.

زمانیان، محمدرضا؛ باقری، کوروش. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ادراک کارکنان از عدالت سازمانی بر اعتماد سازمانی در اداره امور مالیاتی استان همدان. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۵(۶۵)، ۱۴۰-۱۲۴.

زهی مرادی، محمودحسن. (۱۴۰۰). بررسی نقش ادراک از حمایت سازمانی و عدالت سازمانی بر ظرفیت یادگیری سازمانی با توجه به نقش میانجی اعتماد سازمانی. *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد، دانشگاه شهید بهشتی*.

ساجدی، سمانه؛ اسماعیلی شاد، بهرنگ. (۱۳۹۸). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در استقرار نظام بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان شمالی). *فصلنامه مدیریت کسب و کار*، ۱۱(۴۴)، ۲۳-۱.

سپهوند، تورج. (۱۳۹۸). نقش معنویت محیط کاری و تاب‌آوری در پیش‌بینی بهزیستی روانشناختی کارکنان. *فصلنامه روانشناسی*، ۲۳(۳)، ۳۳۴-۳۲۰.

شریفی‌فرد، داریوش. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر جهیزیه سیاسی مدیران بر نگرش شغلی با نقش میانجی اعتماد سازمانی در بین کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان کازرون، هشتمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه.

شفیعی، زهرا؛ نوریان، کبری؛ رفیعی وردنجانی، لیلا. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط درک پرستاران از جو اخلاقی بالین و ویژگی‌های فردی در بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد. *فصلنامه اخلاق و تاریخ پزشکی*، ۱۳(۱)، ۵۷۸-۵۸۸.

شهینایی، آمنه؛ امامی، رباب؛ محمودی، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر بهروزی سازمانی و وفاداری سازمانی معلمان مدارس ابتدایی شهرستان دیر. *فصلنامه مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی*، ۴(۲۵)، ۱۹-۳۱.

شیرازی، علی؛ محمدی، محمد. (۱۳۹۹). بررسی نقش میانجی جو اخلاقی در اثر رهبری اصیل و مدیریت منافقانه بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۳(۵۰)، ۲۸۶-۲۵۷.

صارمی، صارمه. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر هوش هیجانی بر هوش سیاسی دانشجویان دانشگاه پیام‌نور واحد تربت حیدریه در سال تحصیلی ۹۹-۹۸. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، مرکز پیام‌نور تفت.

صفائی، ایمان؛ شنوایی اصل، نسیم. (۱۴۰۱). تدوین مدل عملکرد شغلی و دستیابی به اهداف در رابطه با اثربخشی سمن‌های ورزشی با نقش میانجی جو اخلاقی. *فصلنامه مدیریت ورزشی*، ۱۴(۱)، ۳۷۲-۳۵۲.

طاهری عطار، غزاله؛ پوراحمدی، معین؛ هراتی، مسعود. (۱۳۹۸). تحلیل اثر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد شغلی و اعتماد سازمانی با میانجی‌گری جو اخلاقی. *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، ۱۱(۲۱)، ۲۷-۵۶.

طییبی، سعید؛ شجاعی، سامره؛ چراغعلی، محمودرضا. (۱۴۰۰). طراحی الگوی ساختاری جو اخلاقی مبتنی بر رهبری پدرسالارانه در ادارات کل آموزش و پرورش استان‌های شمالی کشور. *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، ۱۴(۱)، ۲۱۲-۱۸۹.

مدل‌سازی تأثیر جو اخلاقی بر بهروزی سازمانی با نقش میانجی‌گری هوش سیاسی..... ۱۱۷

عابدینی، فاطمه. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر بهروزی سازمانی بر بهبود اشتیاق شغلی کارکنان با نقش میانجی خودکارآمدی آنان (مطالعه موردی: دانشکده‌های علوم پزشکی استان آذربایجان شرقی). *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، دانشگاه پیام‌نور مرکز مراغه.

عمرزهی چاه کمالی، یاسر. (۱۳۹۹). رابطه هوش سیاسی و هوش عاطفی با احساس خودکارآمدی مدیران مقطع متوسطه. *پایان‌نامه کارشناسی/ارشد*، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

غریب زاده، رامین؛ مرادی، مسعود؛ مرتضی زاده گیری، علی اکبر؛ غریب زاده، شیما. (۱۳۹۷). تأثیر اخلاق حرفه‌ای مدیران و جو سازمانی بر بهزیستی روانشناختی پرستاران. *فصلنامه پژوهش پرستاری/ایران*، ۱۳(۵)، ۲۹-۲۳.

فرهادیان، فاطمه؛ مرادی، اعظم. (۱۳۹۹). سهم سلامت معنوی، خوش‌بینی و بخشش در پیش‌بینی بهزیستی روانشناختی دانشجویان دانشگاه. *فصلنامه دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، ۲۱(۲)، ۹۳-۱۰۴.

کاظمی، سلیم؛ زاهد بابان، عادل؛ معینی‌کیا، مهدی؛ خالق‌خواه، علی. (۱۴۰۱). تحلیل نقش پیش‌بینی رهبری اخلاقی و پس‌بیندهای خود‌انگیختگی و بهروزی به عنوان مولفه‌های فضیلت سازمانی در بین معلمان. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۷(۱)، ۱۱۸-۱۲۵.

گلچی، ناهید؛ گلچی، نفیسه. (۱۴۰۰). جو اخلاقی عامل ترومازای حسابداران و حسابرسان. *فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۱۰(۳۹)، ۹۷-۱۱۰.

گلشاهی، محمدمهدی؛ رهبر، عباسعلی؛ نیک‌سیرت‌فر، مژگان. (۱۳۹۹). تحلیل مؤلفه‌های هوش سیاسی در مدیریت منازعات سیاسی. *فصلنامه دانش سیاسی*، ۱۶(۲)، ۶۲۰-۵۹۹.

مرجانی، امیر بابک؛ تاجیک، حمیدرضا. (۱۳۹۸). بررسی نقش میانجی بهزیستی روانشناختی بین اشتیاق کارکنان و اعتماد سازمانی (بانک ملی شعبات شمال تهران).

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، بانکداری و اقتصاد در افق ایران ۱۴۰۴، مشهد، ایران.

مصطفوی، حامد. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر بهروزی سازمانی بر تعهد حرفه‌ای کارکنان، از طریق متغیر میانجی توانمندی روانشناختی در اداره کل زندان‌های استان آذربایجان شرقی. پایان‌نامه کارشناسی/ارشد، دانشگاه پیام‌نور مرکز خوی.

ملکیان، علی حسین؛ غیاثی، شهین؛ سرخی، فروزان. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر دوستوانی رفتاری بر رفتارهای نواورانه با تأکید بر نقش میانجی فرهنگ سازمانی و جو اخلاقی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه ایلام). فصلنامه فرهنگ ایلام، ۲۳(۷۴،۷۵)، ۲۰۳-۲۷۳.

مهدوی، غلامحسین؛ صالحی، تابنده. (۱۴۰۱). رابطه بین جو اخلاقی، تعهد حرفه‌ای، ارزش‌های اخلاقی شرکت و ایدئولوژی اخلاقی با رفتار حساب‌رسان بخش عمومی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۷(۱)، ۸۴-۷۵.

نصیریانی، خدیجه؛ براتی کهریزسنگی، مژگان؛ فضل‌جو، سیده الهام. (۱۴۰۰). جو اخلاقی بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد و ارتباط آن با شهامت اخلاقی پرستاران. فصلنامه اخلاق و تاریخ پزشکی، ۱۴(۱)، ۳۰۲-۲۹۱.

نظری، شیوا؛ ذوالفقاری، اکبر؛ محمدی احمدآبادی، ناصر. (۱۳۹۹). رابطه هوش سیاسی و خود کارآمدی اجتماعی با نقش میانجی هوش فرهنگی در بین معلمان دوره دوم متوسطه شهرستان استهبان. ششمین کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی.

هاشمی‌ماد، رضا؛ ادبی فیروزجاه، جواد؛ صابونچی، رضا؛ علی‌محمدی، حسین. (۱۴۰۰). بررسی وضعیت هوش سیاسی مدیران تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی سراسر کشور. فصلنامه سپهر سیاست، ۸(۲۸)، ۱۶۵-۱۴۱.

یزدان‌پناه، عنایت‌الله؛ معرفت، داریوش؛ فرهمند، فرناز. (۱۳۹۷). رابطه هوش سیاسی و هوش کلامی با سبک رهبری تحولی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان. *فصلنامه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۵(۴)، ۱۰۸-۱۰۱.

یزدان‌شناس، مهدی؛ آقایی، مصطفی. (۱۳۹۸). الگوی اثرگذاری جو اخلاقی ادراک شده، اعتماد سازمانی، و عملکرد پیشگامانه خدمت به مشتری؛ نقش سیاسی کاری ادراک شده در نظام پاداش سازمان. *فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه*، ۳۲(۱)، ۱۵۷-۱۳۵.

Akarsu, N. & Turhan, M. (2022). The Relationship between School Moral Atmosphere and Student Engagement in Secondary Schools. *International Journal of Contemporary Educational Research*.

Ashraf, F. & Zahid I.M. (2011). A Research Agenda on the Leaders Political Intelligence for Effective Change Management, *African Journal of Business Management*, (14), 5798-5806. Doi: 10.5897/AJBM11.189

Baron, R.M. & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6) 1173-1182. Doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173

Blanton, M. (2018). The art of the possible: A call for political intelligence (PQ) in missiological reflection. *Missiology: An International Review*, 46(4), 350-362. Doi: 10.1177/0091829618785615

Chawla, C. (2020). Trust in blockchains: Algorithmic and organizational. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, 1-8. doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00203

Fabio, A. & Kenny, M. (2019). Resources of enhancing employee and organizational well-being beyond personality traits: The promise of Emotional Intelligence and Positive Relational Management. *Personality and Individual Differences*, 151, 1-11. doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.022

Gardner, D. (2020). The importance of being resilient: Psychological well-being, job autonomy, and self-esteem of organization managers. *Personality and Individual Differences*, 155, 1-6. doi.org/10.1016/j.paid.2019.109731

Gustafsson, S. & Gillespie, N. & Searle, R. & Hope H.V. & Dietz, G. (2021). Preserving organizational trust during disruption. *Organization studies*, 42(9), 1409-1433.

Haldorai, K. & Gon K.W. & Chang, H. & Li, J. (2020). Workplace spirituality as a mediator between ethical climate and workplace deviant behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 1-11. Doi:10.1016/j.ijhm.2019.102372

Ilyas, S. & Abid, G. & Ashfaq, F. (2020). Ethical leadership in sustainable organizations: The moderating role of general self-efficacy and the mediating role of organizational trust. *Sustainable Production and Consumption*, 22, 195-204. doi.org/10.1016/j.spc.2020.03.003

Ko, M.C. (2021). An examination of the links between organizational social capital and employee well-being: Focusing on the mediating role of quality of work life. *Review of Public Personnel Administration*, 41(1), 163-193.

Liu, S. & Zhou, Y. & Cheng, Y. & Zhu, Y. (2020). Multiple mediating effects in the relationship between employees' trust in organizational safety and safety participation behavior. *Safety Science*, 125, 1-13. Doi:10.1016/j.ssci.2020.104611

Martínez, C.G. & Skeet, G. & Sasia, P. (2021), Managing organizational ethics: How ethics becomes pervasive within organizations. *Business Horizons*, 64(1), 83-92. doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.008

Nedkovski, V. & Guerci, M. & De, B.F. & Siletti, E. (2017). Organizational ethical climates and employee's trust in colleagues, the supervisor, and the organization. *Journal of Business Research*, 71, 19-26. doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.004

Qin, Y.S. & Men, L.R. (2022). Exploring the impact of internal communication on employee psychological well-being during the COVID-19 pandemic: The mediating role of employee organizational trust. *International Journal of Business Communication*.

Victor, B. & Cullen, B. (1988). A theory and measure of ethical climate in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 33, 101-125.

Taghizadeh, H., & Soltani, F. G. (2011). The effect of business ethics on the corporate social responsibility, *Ethics in Science & Technology* No. 3 & 4, 94-104.

Taghizadeh, H., & Shokri, A. (2014). The Study of Spiritual Leadership Impact on Organizational Justice and Organizational Commitment of Employees of company Gas Ardabil Province. *Human Resource Management in Oil Industry*, 5(19), 227-55.

Wang, X. & Guzzo, R. & Madera, J. & Abbott, J. (2021). Organizational trust in times of COVID-19: Hospitality employees' affective responses to managers' communication. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 1-11. doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102778

Yoo, Y. & Kanawattanachai, P. (2002). Dynamic Nature of Trust in Virtual Teams. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), 187-213.