

The Model of the Impact of Organizational Socialization on Responsibility and Ethical Behavior Through the Mediation of Organizational Identity: A Case Study of Faculty Members

Gholamreza Jabbari Maraghoush¹, Jahangir Yari Haj Atalou^{2*}, Sadegh Maleki Avarsin³

1. PhD Student, Department of Educational Sciences, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran
2. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran
3. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

(Received: April 22, 2020; Accepted: June 24, 2020)

Abstract

Faculty members play an essential role in university and society and cannot be ignored. The purpose of this study was to assess the causal relationships between organizational socialization and ethical behavior and responsibility with the mediating role of organizational identity among faculty members of Islamic Azad University branches in the West Azarbaijan. The study is applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of nature and method. The statistical population was comprised of all 695 full-time faculty members in 13 university branches. The Krejcie-Morgan table was used to select 263 people for data collection through proportional stratified random sampling. Four standard questioners were used to gather data, including Taormina's organizational socialization, Ashforth and Mail's organizational identity, Swanson and Hill's ethical behavior, and Hatchwar's Responsibility questionnaires. The content and construct validity of the questionnaires were confirmed and their reliability was found to be at an adequate level using Cronbach's alpha. The results showed a significant and positive relationship between organizational socialization and responsibility and ethical behavior through the mediating role of organizational identity. As a result, organizational socialization, both directly and indirectly through the mediation of organizational identity, can affect the responsibility and ethical behavior of faculty members.

Keywords: Organizational socialization, Organizational identity, Responsibility, Ethical behavior, Faculty members.

* Corresponding Author, Email: j.yari@iaut.ac.ir

مدل تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی در پاسخگویی و رفتار اخلاقی با میانجیگری هویت سازمانی (مورد مطالعه: اعضای هیئت علمی)*

غلامرضا جباری مراغوش^۱، جهانگیر یاری حاج‌عظالمو^{۲*}، صادق ملکی آوارسین^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
۲. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
۳. دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۳ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۰۴)

چکیده

اعضای هیئت علمی نقش اساسی در دانشگاه و جامعه دارند که نمی‌توان به آن بی‌توجه بود. بدین منظور پژوهش حاضر با هدف سنجش روابط علی بین جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی، با نقش میانجی هویت سازمانی، میان اعضای هیئت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری همه استادان تمام‌وقت ۱۳ واحد دانشگاهی و در مجموع ۶۹۵ نفر بود که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی حجم نمونه از جدول کرجسی مورگان ۲۶۳ نفر انتخاب شد. برای گردآوری اطلاعات از چهار پرسشنامه استاندارد (جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا، هویت سازمانی آشفورت و مائل، رفتار اخلاقی سوانسون و هیل، پاسخگویی هاچوارتر) استفاده شد. روایی محتوایی و روایی سازه‌ای پرسشنامه‌ها تأیید شد و پایایی نهایی با آلفای کرونباخ مناسب بود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت سازمانی بود. در نتیجه، جامعه‌پذیری سازمانی هم به طور مستقیم هم به طور غیرمستقیم با میانجیگری هویت سازمانی می‌تواند پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی را تحت تأثیر قرار دهد.

کلیدواژگان

اعضای هیئت علمی، پاسخگویی، جامعه‌پذیری سازمانی، رفتار اخلاقی، هویت سازمانی.

* این مقاله از رساله دکتری استخراج شده است.

** رایانامه نویسنده مسئول: j.yari@iaut.ac.ir

مقدمه

اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها نیروی محرکه تغییر و تحول در جامعه‌اند. با توجه به نقش حساس و حیاتی آن‌ها در عصر حاضر، که توأم با پیچیدگی‌های خاص موج چهارمی است، باید به آن‌ها اهمیت داده شود. زیرا چشم‌انداز مأموریت اصلی دانشگاه توسعه مرزهای دانش و مهارت و پرورش نیروهای متخصص، خلاق، متفکر، و متعهد در زمینه‌های مختلف علم و فناوری نوگرا و خردگرا در سایه ارتقای کیفیت زندگی دانشگاهی است. همچنین، آن‌ها پاسخگوی مناسب به انتظارات آموزشی و پرورشی خود و جامعه ملی و بین‌المللی و ذی‌نفعان‌اند. اگر پاسخگویی با رفتار اخلاقی مناسب همراه باشد، می‌تواند نقشی مؤثر در پیشرفت و توفیق سازمان جهت رسیدن به اهدافش داشته باشد. در مقابل، بی‌توجهی به آن نیز ممکن است پیامدهای ناخوشایندی در پی داشته باشد که اصلاح شدنی نیست؛ از جمله آثار فردی مانند کم‌کاری پنهان و آشکار شغلی، آثار گروهی مانند تقویت روابط غیررسمی منفی در گروه‌های کاری، آثار سازمانی مانند کاهش اثربخشی فرهنگ سازمانی و متغیرهای ساختاری (Beheshtifar & Nekoei 2010: 67-73). یکی از پیشایندهای تأثیرگذار بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی هویت سازمانی است که می‌تواند به مثابه یک ابزار استراتژیک در فرایند دستیابی به هدف‌ها و دیدگاه سازمان استفاده شود. هویت سازمانی یک متغیر شناختی مهم است که نه تنها بر عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است بلکه تعیین‌کننده رفتار افراد در محیط سازمانی است (Prati et al. 2009: 404-415). یکی دیگر از پیشایندهای مهم تأثیرگذار بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی جامعه‌پذیری سازمانی است. از آنجا که دانشگاه‌ها اغلب تلاش می‌کنند سازگاری بین اعضای هیئت علمی و دانشگاه را توسعه دهند جامعه‌پذیری سازمانی در این میان نقش اساسی دارد. زیرا جامعه‌پذیری یکی از فرایندهای مهم سازمانی است و سازمان‌ها با مأموریت‌ها و وظایف متنوع و در عین حال حساس می‌توانند تنش‌های حاصل از انتظارات کارکنان و واقعیت‌های شغلی را به حداقل کاهش دهند. جامعه‌پذیری سازمانی به دل‌بستگی و تعهد بیشتر فرد به شغل و سازمان منجر می‌شود و بهره‌وری را افزایش می‌دهد (صبوری ۱۳۸۱).

لدا می‌توان گفت جامعه‌پذیری سازمانی با هویت سازمانی می‌تواند تأثیر مثبتی در پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت‌علمی ایفا کند.

بیان مسئله

مطالعات نشان می‌دهند افرادی که نتوانند با فرایندهای درون‌سازمانی انطباق پیدا کنند یا به تعبیری جامعه‌پذیری سازمانی در آن‌ها به شکل صحیح صورت نگرفته باشد احساس وفاداری به سازمان نشان نمی‌دهند (Walker 2009:150). جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که طی آن فرد رفتار صحیح و مطلوب سازمان را فرامی‌گیرد و با فرهنگ و اهداف و ارزش‌ها و هنجارهای اصلی سازمان، به دیگر سخن با فرهنگ سازمانی، آشنا می‌شود و خود را متقاعد به پذیرش آن می‌کند (مرادی و روستایی ۱۳۹۴: ۱۲۹ - ۱۵۴). جامعه‌پذیری سازمانی با انتقال ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری مطلوب، دیدگاه‌ها، و نیز دلالت‌های تغییرات سازمانی و محیطی به همه اعضای سازمان به صورت رسمی و غیررسمی صورت می‌پذیرد تا نمادهای سازمان و ارزش‌های جاری و موقعیتی برآمده از شرایط کنونی و آینده را پرورش دهد (سلیمی دانشگر ۱۳۸۱: ۶۶ - ۸۰). یکی دیگر از متغیرهای مورد بررسی هویت سازمانی یا هویت‌یابی سازمانی است. هویت‌یابی سازمانی می‌تواند با انواع گرایش‌های شغلی، رفتارها، و پیامدها از سازمان پشتیبانی کند؛ از جمله با تصمیم‌گیری‌های فردی، تعهد به اهداف مشترک، و تعامل کارکنان ارتباط دارد (Patchen 1970). هر چه کارکنان سازمان هویت بیشتری از سازمان کسب کنند باورهای مثبت‌تری به سازمان پیدا می‌کنند (Dutton et al. 1994: 239-293). مطالعات ناد و همکاران (۱۳۹۶) و عرفانیان خان‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶) رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی را تأیید می‌کند. همچنین، جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند رفتار اخلاقی و پاسخگویی اعضای هیئت‌علمی را افزایش دهد. مطالعات وحیدی‌نسب و همکارانش (۱۳۹۶)، حسین‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶)، پیران و ناستی‌زایی (۱۳۹۵)، و یان^۱ و همکارانش (2017) این موضوع را تأیید می‌کند. پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت‌علمی یکی از موضوعات حیاتی در دانشگاه است. زیرا اعضای هیئت‌علمی نقش اساسی در آموزش جوانان و توسعه

کشور دارند و اثرگذاری آنان در دانشگاه بی‌بدیل است و جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی می‌توانند پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت‌علمی را بهبود بخشند و ارزش‌های زیربنایی اخلاقی و هویت‌های اصیل ایرانی و اسلامی را ارتقا دهند و به رشد و توسعه فرهنگی جامعه در تولید و انتشار علم با تأثیرگذاری مثبت و عمیق بر کشور کمک کنند و نیز بر ارزش‌های زیربنایی فرهنگی با رفتار اخلاقی و پاسخگویی مناسب و هویت‌یاب بکوشند. شواهد حاکی از وجود کاستی‌ها در رفتار اخلاقی و پاسخگویی دانشگاهی است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف سنجش روابط علی بین جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت‌پذیری سازمانی میان اعضای هیئت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی انجام شد. مسئله اصلی پژوهش این بود که آیا جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی تأثیر مثبت و معنادار بگذارد؟ و آیا هویت سازمانی می‌تواند در رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی نقش میانجی ایفا کند؟

پیشینه نظری پژوهش

یکی از پارامترهای مهم در موفقیت سازمان اخلاق است. اخلاق موضوعی است که هرگز در قاموس زندگی فردی و اجتماعی انسان فراموش نشده و نخواهد شد. ولی همین موضوع قدیمی همیشه تازه است و روان آدمی و خرد جمعی با آن همیشه درگیر بوده و میزان مطرح بودن آن در مقاطعی از عمر یک فرد یا یک جامعه نمودهای متفاوت پیدا کرده است (خاکی ۱۳۹۴: ۷). اندیشمندان اخلاق را مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان تعریف کرده‌اند که به صورت اعمال و رفتاری که از خلیقات درونی انسان ناشی می‌شود بروز ظاهری پیدا می‌کند. به زعم آنان، استمرار یک نوع رفتار خاص دلیل بر آن است که این رفتار در عمق جان و روح فرد ریشه درونی و باطنی یافته و آن ریشه را خلق و اخلاق می‌نامند. آنان دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی کرده‌اند. ولی نمود تسری رفتارهای فردی در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی را اخلاق جمعی دانسته‌اند که در فرهنگ جامعه ریشه دارد (قراملکی ۱۳۸۵). محمدحسین طباطبایی^(۵) در تعریف علم

اخلاق می‌فرماید: «علم اخلاق عبارت است از فنی که پیرامون ملکات انسانی بحث می‌کند و هدف آن این است که فضایل اخلاقی را از رذایل اخلاقی معلوم سازد تا آدمی بعد از شناسایی آن‌ها خود را با فضایل بیاراید و از رذایل دور کند.» (نعمتی ۱۳۸۹: ۱۴ - ۲۶). اما آنچه مهم است این است که انسان‌ها اخلاقی زاده نمی‌شوند و باید تربیت شوند. از دید علما آدمی تربیت شده است که آنچه فضیلت نامیده می‌شود در او رشد کند و به صورت ملکه درآید (مطهری ۱۳۸۷: ۴۷). اخلاق، به مثابه تنظیم‌کننده روابط میان انسان‌ها، اهمیت زیادی دارد. زیرا به منزله یک نظام درونی، بدون اینکه نیاز به اهرم‌های بیرونی داشته باشد، قادر است عملکردهای اخلاقی را در کارکنان تضمین کند و یک نظام اخلاقی به وجود آورد. نقش اخلاق در عملکردها و رفتارها، در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها، و در برخوردها و ارتباطات مهم و تعیین‌کننده است. از این رو، بحث اخلاقیات در مدیریت و سازمان‌ها امروزه به یکی از مباحث عمده رشته مدیریت بدل شده است (الوانی ۱۳۸۳).

رفتار اخلاقی مجموعه‌ای از گزاره‌های اخلاقی و بایدها و نبایدهای موجود در یک حرفه و مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته‌شده است که از سوی سازمان‌ها و مجامع حرفه‌ای تصویر می‌شود تا مطلوب‌ترین روابط ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد (Ehrambfian et al. 2010: 1-9). رقابت دانشگاه‌ها در عرصه‌های متنوع و متعدد آن‌ها را نیازمند حفظ اعتبار و شهرت، تولید کارهای پژوهشی سطح بالا، راضی‌نگه داشتن دانشجویان و اعضای هیئت علمی، و پاسخگویی به نیازهای روبه‌رشد جامعه می‌کند (Findlows 2012: 133-173). پاسخگویی امروزه یکی از ویژگی‌های رفتاری مدیران و کارکنان با یکدیگر در سازمان‌ها و به‌خصوص دانشگاه است که باعث پیشرفت اهداف دانشگاه می‌شود. در حقیقت پاسخگویی یکی از ارکان اصلی مدیریت است که تصویری از عدالت، برابری، اعتماد، و انصاف را به ذهن متبادر می‌سازد و می‌تواند برای بهبود شرایط و اثربخشی مدیریت مورد استفاده قرار گیرد (Momenpoor 2014: 65). پاسخگویی متغیری پیچیده است که سطوح مختلف و پیامدهای مثبت و منفی زیادی دارد (Hochwater et al. 2007: 226-239). به دلیل اینکه کارکردهای متداول هر سیستم اجتماعی جوابگویی برای رفتارهای فردی مطلوب و

نامطلوب را ملزم می‌دارد (French et al. 1998) پاسخگویی جزء اصلی در محیط کار به شمار می‌آید. پاسخگویی در اصل پاسخگو بودن افراد در قبال تصمیمات و کارهایشان است. بدون پاسخگویی افراد قادر خواهند بود که هر آنچه را دوست دارند انجام دهند. نتیجه چنین وضعی آشوب و شکست سازمان خواهد بود (Hal et al. 2009: 381-392). پاسخگویی مفهومی پیچیده است. هر صاحب‌نظری با توجه به برداشت و تجزیه و تحلیل خود بر جنبه‌های خاصی از آن تأکید می‌کند. این مفهوم پیچیده و چندلایه است. به‌رغم استفاده مکرر از این واژه، در یک سطح کلی ادراکی، تعریف شفاف و قابل توافق از این اصطلاح کار سختی است (مظفری ۱۳۹۰).

اجرای اثربخش سیستم مدیریت پاسخگویی در آموزش عالی به معنی در نظر گرفتن دانشجویان در مقام مشارکت‌کنندگان فعال در فرایند آموزشی، معلمان در جایگاه آموزش‌دهنده، مدیر و رهبر و واحد آموزشی در نقش مدل منابع انسانی پاسخگو به جامعه است (Alinasandu et al. 2014: 169-175). در این فرایند هویت‌یابی سازمانی می‌تواند با انواع گرایش‌های شغلی، رفتارها، و پیامدها از سازمان پشتیبانی کند؛ که با تصمیم‌گیری‌های فردی، تعهد به اهداف مشترک، و تعامل کارکنان ارتباط دارد (Patchen 1970). هویت مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست که فرد را از دیگران متمایز می‌سازد. اما به هر صورت هویت سازمانی با این واقعیت که می‌تواند به مثابه یک ابزار استراتژیک در فرایند دستیابی به هدف‌ها و دیدگاه سازمان استفاده شود مورد نظر است (مرادی و موسوی ۱۳۸۷: ۱۹ - ۲۴). هویت امری طبیعی و ذاتی و از پیش موجود نیست؛ بلکه همواره در معرض ساخته شدن است. این موضوع چندان نیازمند اثبات نیست. اینجاست که نقش عوامل مؤثر بر ساختن هویت حیاتی و مهم جلوه می‌کند. عوامل و نهادهای مختلفی مانند خانواده، مدرسه، وسایل ارتباطی، و غیره وجود دارد که در هر مرحله‌ای از زندگی فرد در شکل‌گیری هویت او تأثیر بسزا دارد. جوانان، به‌عکس بزرگسالان که هویت اجتماعی تثبیت شده‌ای دارند و در شرایط زندگی جا افتاده‌اند، در جست‌وجوی هویت‌اند و از خویش و جامعه پرسش می‌کنند تا از خود و جامعه تصور درستی پیدا کنند (مظاهری ۱۳۸۴: ۳۹ - ۴۹).

متخصصان با هویت‌یابی سازمانی بالا نسبت به آن‌هایی که هویت‌یابی کمتری دارند نگرش

مطلوب‌تری به شغل و سازمان و حرفه خود نشان داده‌اند (Lee et al. 2012: 213-226). هویت‌یابی سازمانی به طور مستقیم می‌تواند بر رفتار اعضای سازمان تأثیر بگذارد. وقتی یک نفر از سازمان هویت کسب می‌کند تصمیماتی اتخاذ می‌کند که مطابق با اهداف سازمان باشد و به طور خودآگاهانه تلاش خود را به سمت اهداف سازمانی و کسب رضایت درونی از طریق ادراک حرکت به سوی اهداف مرتبط هدایت می‌کند (Miller et al. 1996: 626-658). در این میان جامعه‌پذیر کردن استادان نقش اساسی در بقای دانشگاه‌ها دارد. جامعه‌پذیری فرایندی است که در آن افراد ارزش‌های سازمانی، انتظارات مرتبط با رفتارهای شغلی، و دانش اجتماعی لازم را برای قبول نقش‌ها در سازمان شناسایی می‌کنند و یاد می‌گیرند (Bigliardi et al. 2006: 424-441). از نظر مورهد (۱۳۸۴) جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که از طریق آن کارکنان فرهنگ سازمان خودشان را می‌آموزند و دانش و معرفت خود را به دیگران منتقل می‌کنند (مورهد ۱۳۸۴). از نظر تائورمینا جامعه‌پذیری سازمانی به فرایندی گفته می‌شود که به وسیله آن یک فرد در مقام یک عضو ویژه سازمانی به نگرش‌ها و رفتار و دانش دیگری نیاز دارد (Taormina 2009: 650-676). تائورمینا جامعه‌پذیری سازمانی را در چهار سازه تعمیم‌یافته و بزرگ دریافت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان، و چشم‌اندازهای آینده سازمان جای می‌دهد. دریافت آموزش به این معناست که کارکنان برای دریافت مهارت‌های ارائه‌شده از سوی سازمان چگونه خود را ارزیابی می‌کنند. این آموزش‌ها، در نهادها، برای ترویج و ارتقای سازگاری کارکنان در سازمان‌ها طراحی و اجرا می‌شوند. در کنار آموزش، تفاهم در پی آن است که دریابد کارکنان عملیات سازمان را چگونه درک می‌کنند. در واقع، تفاهم فهم نقش‌های خود و سازمان را شامل می‌شود و بسیار مهم است. زیرا خطاها و اشتباهات کارکنان را درون سازمان کاهش می‌دهد و رضایت و احساس خودکارآمدی بالاتر کارکنان را باعث می‌شود. سازه حمایت کارکنان در پی آن است که کارکنان همکاری و پشتیبانی اعضای سازمان را چگونه ارزیابی می‌کنند و تعامل‌های مثبت و حمایتگرانه همکارانه در درون سازمان را شامل می‌شود و در آخر چشم‌اندازهای مثبت و حمایتگرانه همکارانه در درون سازمان را در بر می‌گیرد. چشم‌انداز آینده سازمان است که به ارزیابی کارکنان از فرصت‌ها و پاداش‌های سازمان در آینده می‌پردازد

و شامل ادراک کارکنان از چشم‌اندازهای شغل خود و پذیرش آن در سازمان است (Taormina, 2009: 650-676).

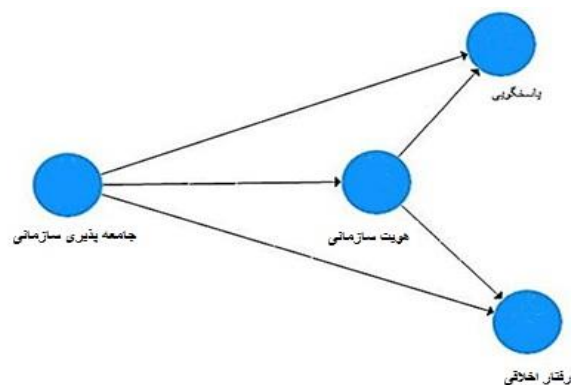
از جامعه‌پذیری سازمانی تئوری‌های دورکیم، ماکس وبر، هربرت مید، پارسونز، اریکسون، ادگارد شاین، و جونز حمایت می‌کنند.

پیشینه تجربی پژوهش

در اینجا به تعدادی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع اشاره می‌شود.

نادی و مشایخی (۱۳۹۶) در پژوهشی رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی، رفتار رهبری، هویت سازمانی، و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی را بین کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان معنادار گزارش کردند. عرفانیان خانزاده و همکارانش (۱۳۹۶) نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع کنترل و هویت سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد را بررسی کردند و به نتایج مثبت و معناداری دست یافتند. وحیدی‌نسب و همکارانش (۱۳۹۶) ارتباط جوّ کاری اخلاقی با هویت سازمانی کارکنان و پیش‌بینی پاسخگویی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای را مثبت یافتند. حسین‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶) در پژوهشی تأثیر ارزش‌های فرهنگی، شایسته‌سالاری، و جامعه‌پذیری سازمانی بر اخلاق کار را مثبت و معنادار یافتند. یافته‌های پژوهش بیدختی و همکارانش (۱۳۹۵) نشان داد رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی با نقش میانجی هویت سازمانی، هم مستقیم هم غیرمستقیم، اشتیاق شغلی معلمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. یافته‌های پژوهش پیران و ناستی‌زایی (۱۳۹۵) در زمینه رابطه سرمایه فکری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان نشان داد مسئولیت‌پذیری اجتماعی رفتار اخلاقی را تبیین می‌کند. مرادیان و همکارانش (۱۳۹۴) در پژوهشی نشان دادند بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. در پژوهش نوایی (۱۳۹۰) رابطه جامعه‌پذیری بر هویت سازمانی مثبت و معنادار بود. در پژوهش اه^۱ و همکارانش (۲۰۱۹) تمرین ارزش‌های اصلی با رهبری آکادمیک و تعامل کاری مثبت گزارش

شد. در پژوهش یان^۱ و همکارانش (۲۰۱۷) رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و هویت همبستگی مثبت و معنادار بود. برایمر^۲ و همکارانش (۲۰۱۵) در پژوهش خود به نتایج مثبت و معناداری در بررسی مسئولیت اجتماعی و شناسایی سازمانی کارکنان دست یافتند. جی^۳ و همکارانش (۲۰۱۲) در پژوهش خود ارتباط معناداری بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی گزارش کردند. پلومن^۴ و همکارانش (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان «شناسایی ارزیابی اثربخش برای یک سیستم پاسخگویی ایالتی» نشان دادند که تفاوت گسترده‌ای میان ایالت‌ها در چگونگی تعیین اثربخشی مدارس در سیستم پاسخ‌گویی وجود دارد. ریچارد^۵ (۲۰۱۱) در پژوهش خود تحت عنوان «سازوکارهای پاسخگویی در سیستم‌های چندپدیسه آموزش عالی»، با استفاده از یک روش‌شناسی پژوهش ترکیبی کمی و کیفی، به تبیین و ارزیابی سازوکارهای پاسخگویی در محیط تبادل میان رهبران آموزش عالی ایالت و رهبران مؤسسات پرداختند و به نتایج مثبتی دست یافتند. با توجه به آنچه بیان شد الگوی مفهومی و نظری ارتباط بین جامعه‌پذیری سازمانی با پیامدهای پاسخگویی و رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت سازمانی تدوین شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

1. Yan
2. Brammer
3. Ge
4. Plowman
5. Rothchild

مبتنی بر مدل ارائه شده در شکل ۱، سؤال اصلی پژوهش حاضر این بود که آیا جامعه‌پذیری سازمانی بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت سازمانی تأثیر دارد؟ فرضیه‌های این پژوهش عبارت بود از:

۱. جامعه‌پذیری سازمانی بر پاسخگویی با نقش میانجی هویت سازمانی تأثیر دارد.
۲. جامعه‌پذیری سازمانی بر رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت سازمانی تأثیر دارد.
۳. جامعه‌پذیری سازمانی بر رفتار اخلاقی و پاسخگویی تأثیر دارد.
۴. هویت سازمانی بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی تأثیر دارد.

روش‌شناسی پژوهش

هدف از پژوهش حاضر تعیین روابط علی میان جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت علمی با نقش میانجی هویت سازمانی در قالب مدل مفهومی بود. بنابراین، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری^۱ بود. جامعه آماری پژوهش استادان تمام وقت دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی بودند که در سیزده واحد دانشگاهی در مجموع ۶۹۵ نفر عضو هیئت علمی بودند. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی بود و حجم نمونه پژوهش با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۲۶۳ نفر انتخاب شد. در تحقیق حاضر برای جمع‌آوری مبانی نظری و پیشینه تحقیق از فیش تحقیق و برای جمع‌آوری داده‌ها جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق از پرسشنامه استفاده شد.

در مجموع چهار پرسشنامه اطلاعات لازم را برای مدل جمع‌آوری کردند که عبارت‌اند از: - پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۲۰۰۵) با طیف پنج گزینه لیکرتی که بیست گویه و چهار مؤلفه دارد: آموزش، تفاهم، حمایت همکارانه، چشم‌انداز آینده؛ و در طیف ۵ لیکرتی تدوین شده است. این پرسشنامه را ناد و همکارانش (۱۳۸۸) ترجمه و اعتباریابی کرده‌اند و پایایی آن را ۹۰ درصد گزارش داده‌اند.

- پرسشنامه هویت سازمانی آشفورث و مائل (۱۹۸۹) با طیف پنج گزینه لیکرتی که شامل شش گویه است و در ۵ گزینه‌ای لیکرتی تدوین شده است. پایایی این پرسشنامه در پژوهش‌های داخلی ۸۷ درصد به دست آمده است.

- پرسشنامه رفتار اخلاقی سوانسون و هیل با طیف پنج گزینه لیکرتی که در قالب نوزده گویه و در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرتی طراحی شده است. نویسنده روایی پرسشنامه را مطلوب و پایایی آن را طبق آلفای کرونباخ ۹۰ درصد معرفی کرده است.

- پرسشنامه پاسخگویی هاجوارتر و همکارانش (۲۰۰۵) با طیف پنج گزینه لیکرتی که شامل هشت گویه است و بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت پاسخ داده می‌شود. روایی و پایایی خارجی این پرسشنامه را هال و فریس (۲۰۱۰) در حد ۹۱ درصد گزارش داده‌اند. در پژوهش‌های داخلی هم همسانی درونی این پرسشنامه برای کل مقیاس ۷۰ درصد به دست آمده است.

به منظور بررسی روایی پرسشنامه‌ها، به‌رغم استاندارد بودن و به منظور رفع ابهامات و همسان‌سازی فرهنگی به صورت روایی محتوایی و سازه‌ای تعیین شده است؛ بدین ترتیب که پرسشنامه‌های تحقیق در اختیار تعدادی از استادان دانشگاه قرار گرفت و از آنان خواسته شد پس از مطالعه نظر خود را درباره روایی پرسشنامه اعلام کنند. پس از جمع‌آوری اظهارنظرهای اعلام‌شده، روایی محتوایی پرسشنامه‌ها تأیید شد. در مرحله بعد، به منظور بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار PLS3 استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان‌دهنده تأیید روایی سازه‌ای پرسشنامه‌های استفاده‌شده است. مقدار بار عاملی همه گویه‌های پرسشنامه‌ها بالاتر از ۰/۳ و مقدار تی متناظر آن‌ها بالاتر از ۱/۹۷ بود که تأیید روایی سازه‌ای پرسشنامه‌ها را نشان می‌دهد.

به منظور بررسی پایایی پرسشنامه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی اولیه در مرحله مقدماتی روی چهل نفر انتخاب و اجرا شد. پایایی آلفای کرونباخ پاسخگویی ۸۹ درصد، رفتار اخلاقی ۸۸ درصد، هویت ۹۰ درصد، و جامعه‌پذیری سازمانی ۸۷ درصد به دست آمد و پایایی نهایی هم به ترتیب ۸۷ درصد و ۸۶ درصد و ۸۸ درصد و ۸۶ درصد به

دست آمد. نتایج نشان داد مدل پژوهش از برازش خوبی برخوردار است که مناسب بودن پایایی پرسشنامه‌های تحقیق را به لحاظ آماری نشان می‌دهد.

یافته‌ها

برای تعیین متغیرهای پژوهش از آمار توصیفی میانگین، انحراف استاندارد، ماتریس همبستگی بین متغیرها و از آمار استنباطی برای تحلیل فرضیه‌های پژوهش استفاده شد. بر اساس جدول ۱ مشخص شد بیشترین میانگین (۳/۶۹) مربوط به رفتار اخلاقی است و کمترین میانگین (۳/۶۵) مربوط به متغیر جامعه‌پذیری سازمانی.

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد متغیرها

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
جامعه‌پذیری سازمانی	۲۶۳	۳/۶۵	۰/۶۸	۱	۴/۹۵
هویت سازمانی	۲۶۳	۳/۶۶	۰/۷۴	۱/۴۰	۴/۹۱
پاسخگویی	۲۶۳	۳/۶۸	۰/۶۵	۱/۲۰	۴/۶۳
رفتار اخلاقی	۲۶۳	۳/۶۹	۰/۶۰	۱	۴/۹۶

ماتریس همبستگی متغیرها

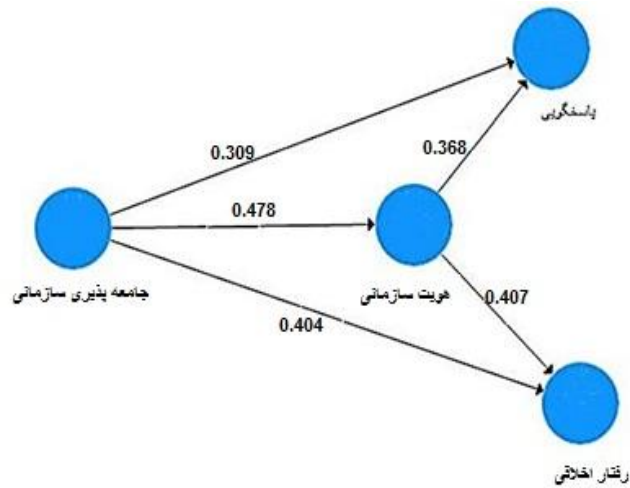
نتایج ماتریس همبستگی متغیرها نشان می‌دهد بین متغیرها همبستگی مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. بر اساس جدول ۲ بیشترین همبستگی بین جامعه‌پذیری سازمانی با هویت سازمانی و کمترین همبستگی بین جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی بود.

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرها

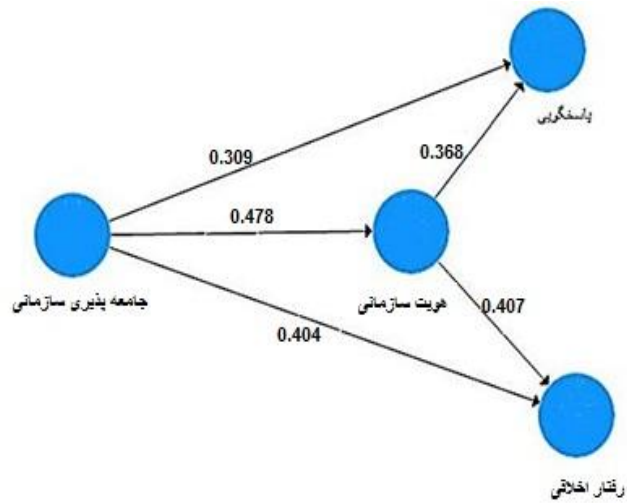
عامل	۱	۲	۳	۴
جامعه‌پذیری سازمانی	۱			
هویت سازمانی	۰/۷۰	۱		
رفتار اخلاقی	۰/۶۴	۰/۶۴	۱	
پاسخگویی	۰/۳۱	۰/۶۷	۰/۶۲	۱

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

در این تحقیق، با توجه به مدل مفهومی تحقیق، مدل تحقیق با استفاده از الگوریتم PLS ارزیابی شد. پس از اطمینان از تأیید مدل‌های اندازه‌گیری، نتایج مربوط به ضرایب مسیر و مقدار t هر یک در جدول ۳ درج شد.



شکل ۲. خروجی مدل در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۳. خروجی مدل در حالت معناداری

جدول ۳. ضرایب مسیر و مقدار t متناظر با هر مسیر

نتیجه	مقدار t	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۷/۱۴	۰/۴۷	جامعه‌پذیری سازمانی ← هویت سازمانی
تأیید	۳/۷۲	۰/۳۰	جامعه‌پذیری سازمانی ← پاسخگویی
تأیید	۶/۴۸	۰/۴۰	جامعه‌پذیری سازمانی ← رفتار اخلاقی
تأیید	۵/۰۲	۰/۳۶	هویت سازمانی ← پاسخگویی
تأیید	۵/۶۲	۰/۴۰	هویت سازمانی ← رفتار اخلاقی
تأیید	۶/۴۵	۰/۲۶	جامعه‌پذیری سازمانی × هویت سازمانی ← پاسخگویی
تأیید	۷/۵۳	۰/۳۰	جامعه‌پذیری سازمانی × هویت سازمانی ← رفتار اخلاقی

مقدار آماره t همان‌گونه که در جدول ۳ آمده است برای همه ضرایب مسیر بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معناداری ضرایب مسیر است. بنابراین فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شوند. نتایج جدول نشان می‌دهد تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر هویت سازمانی ۴۷ درصد، تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر پاسخگویی ۳۰ درصد، تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر رفتار اخلاقی ۰/۴۰ درصد، تأثیر هویت سازمانی بر پاسخگویی ۳۶ درصد، تأثیر هویت سازمانی بر رفتار اخلاقی ۰/۴۰ درصد، تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر رفتار اخلاقی از طریق هویت سازمانی ۰/۲۶ درصد و تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر پاسخگویی از طریق هویت سازمانی ۰/۳۰ درصد است.

برازش مدل

در معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار smart pls3 شاخص‌های برازش مدل عبارت‌اند از: SRMR (ریشه استاندارد شده میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها)، NIF (شاخص نرم‌شده برازش)، RMS (ریشه میانگین مجذورات). با توجه به جدول ۴ مقایسه مقادیر مطلوب و مقادیر مشاهده شده نشان می‌دهد مدل تحقیق از برازش خوبی برخوردار است.

جدول ۴. شاخص‌های برازش کلی مدل آزمون شده

شاخص برازش	مقدار مطلوب	مقدار مشاهده شده	نتیجه برازش
SRMR	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۳	مناسب
NIF	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۶	مناسب
RMS	نزدیک به صفر	۰/۶۵	مناسب
d-G	< ٪۹۵	۰/۰۱	مناسب
d- ULS	< ٪۹۵	۰/۰۱	مناسب

بحث و نتیجه

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی با نقش میانجی هویت سازمانی میان اعضای هیئت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی انجام گرفت. برای نیل به هدف و با توجه به پیشینه تجربی و نظری مدل مفهومی پیشنهاد شد و با استفاده از تحلیل مسیر با smart pls3 مورد آزمون قرار گرفت. نتایج به دست آمده ضمن تأیید مدل مفهومی پژوهش نشان داد که همه ضرایب مسیر بیشتر از ۱/۹۶ هستند و این نشان‌دهنده معناداری ضرایب مسیر است. بر اساس یافته‌ها، مدل پژوهش از برازش خوبی برخوردار است و همه فرضیه‌های تحقیق تأیید شدند. این مدل قبلاً در پژوهشی ارائه نشده است. پس منحصر به فرد و مربوط به پژوهش حاضر است. یافته‌های پژوهش نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی با میانجیگری هویت سازمانی می‌تواند بر پاسخگویی و رفتار اخلاقی تأثیر غیرمستقیم و معنادار بگذارد. بنابراین، نقش میانجی هویت سازمانی در این رابطه تأیید می‌شود. تجزیه و تحلیل مدل نشان داد با وجود مولفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی با چشم‌انداز مشترک و آموزش و تفاهم و همکاری می‌توان زمینه‌های پاسخگویی، رفتار اخلاقی، و هویت‌یابی را میان اعضای هیئت علمی ایجاد کرد و توسعه داد. در رابطه با فرضیه اول، یافته‌ها نشان دادند جامعه‌پذیری سازمانی با نقش میانجی هویت سازمانی بر پاسخگویی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد که این یافته با نتایج یافته‌های یان^۱ و همکارانش (۲۰۱۷)، عرفانیان خان‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶)، امین‌بیدختی و همکارانش (۱۳۹۵)، و جی^۲ و همکارانش (۲۰۱۲) هم‌سوست. در واقع، می‌توان گفت جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند به استادان کمک کند تا از طریق عضویت در دانشگاه هویت سازمانی خود را بهبود بخشند. در این فرایند جامعه‌پذیری سازمانی عاملی است که با آداب و رسوم، ارزش‌ها و هنجارها، و اهداف دانشگاه به منزله هویت سازمانی به استادان منتقل می‌شود (Ge et al 2012). اگر استادان اهداف دانشگاه را همانند اهداف خود تلقی کنند، هویت‌یابی سازمانی اتفاق می‌افتد و این

1. Yan

2. Ge

هویت‌یابی سازمانی به آنان کمک می‌کند تا آزادانه و با فراغ بال با دانشگاه همکاری کنند و برای دستیابی دانشگاه به موفقیت وفادار باشند و تلاش مضاعف کنند. هویت‌یابی درونی شده آنان را برمی‌انگیزد که رفتار اخلاقی مناسبی داشته باشند و با آرامش درونی به پاسخگویی ارباب‌رجوع همت گمارند.

یافته‌های پژوهش در ارتباط با فرضیه دوم نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی با نقش میانجی هویت سازمانی بر رفتار اخلاقی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد. این یافته با یافته‌های نادای و مشایخی (۱۳۹۶)، حسینی‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶)، پیران و ناستی‌زایی (۱۳۹۵)، و نادای و همکارانش (۱۳۹۳) همخوانی دارد. بنابراین، می‌توان گفت هویت‌یابی و رفتار اخلاقی استادان ضرورت اساسی دانشگاه در قرن ۲۱ است. طبق نظریه میلر (۱۹۹۶) هویت‌یابی سازمانی به طور مستقیم می‌تواند بر رفتار اعضای سازمان تأثیر بگذارد. وقتی یک نفر از سازمان هویت کسب می‌کند تصمیماتی اتخاذ می‌کند که مطابق با اهداف سازمان باشد و به طور خودآگاه تلاش خود را به سمت اهداف سازمانی و کسب رضایت درونی از طریق ادراک در حرکت به سوی اهداف مرتبط هدایت می‌کند (Miller et al. 1996).

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه سوم نشان داد رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی مثبت و معنادار است. این یافته با یافته‌های حسین‌زاده و همکارانش (۱۳۹۶)، پیران و ناستی‌زایی (۱۳۹۵)، و پلومن^۱ و همکارانش (۲۰۱۱) همخوانی دارد. در تبیین نتایج می‌توان گفت اگر مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی در دانشگاه به‌خوبی اجرا شود، رفتار اخلاقی و پاسخگویی اعضای هیئت‌علمی را بهبود می‌بخشد. در نتیجه رضایت دانشجویان را به همراه خواهد داشت.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه چهارم نشان داد رابطه هویت سازمانی با پاسخگویی و رفتار اخلاقی مثبت و معنادار است. این یافته با یافته‌های وحیدی‌نسب و همکارانش (۱۳۹۶)، ریچارد^۲ (۲۰۱۱)، و پلومن^۳ و همکارانش (۲۰۱۱) همخوانی دارد.

1. Plowman
2. Rothchild
3. Plowman

می‌توان گفت هویت سازمانی سبب انسجام و تعلق استادان به دانشگاه می‌شود و آن‌ها از عضویت در آن احساس افتخار و رضایت می‌کنند که باعث پاسخگویی و رفتار اخلاقی در آنان می‌شود. زمانی که استادان از هویت بالایی برخوردار باشند برای دستیابی به اهداف و موفقیت تلاش بیشتری خواهند کرد که به رفتار اخلاقی بالا منجر خواهد شد و پاسخگویی مناسبی خواهند داشت. در نهایت می‌توان گفت مدیران دانشگاه باید برای رسیدن به اهداف راهبردی دانشگاه تلاش کنند.

نتایج نشان داد رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با هویت سازمانی ناگسستگی است. اگر این‌ها در دانشگاه رعایت شوند، می‌توان پاسخگویی و رفتار اخلاقی مناسب و مورد انتظار را مشاهده کرد. استادانی که به‌درستی مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی را رعایت کنند و احساس بالایی از هویت‌یابی سازمانی داشته باشند رفتار اخلاقی مناسب‌تری از خود بروز می‌دهند و پاسخگویی نیازهای دانشجویان و دانشگاه و جامعه خواهند بود. این پژوهش نه‌تنها به درک فعلی از جامعه‌پذیری سازمانی، پاسخگویی، رفتار اخلاقی، و هویت سازمانی کمک می‌کند بلکه به افزایش دانش در زمینه متغیرهای پژوهش نیز می‌افزاید.

پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه بود که از آن‌ها می‌توان به چند مورد اشاره کرد. جامعه آماری این پژوهش شامل استادان تمام‌وقت دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی بودند. بنابراین، در تعمیم نتایج به اعضای هیئت‌علمی سایر دانشگاه‌ها رعایت جانب احتیاط ضروری است. در این پژوهش، سایر عوامل مانند شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی، امکانات مالی، و ... بررسی نشد. یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش پرسشنامه بسته پاسخ بود که همه دیدگاه‌ها را نمی‌توان جمع‌آوری کرد. بنابراین، در تفسیر و تعمیم نتایج باید توجه لازم و کافی بشود.

با وجود محدودیت‌های یادشده، برخی موضوعات در چهارچوب این مقاله برای تحقیقات آتی قابل شناسایی است. پیشنهادهایی که در پی می‌آید می‌تواند بر غنای تحقیقات بعدی در این زمینه بیفزاید. بهتر است درباره رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با متغیرهای یادشده، با استفاده از ابزارهای دیگر، پژوهش‌های بیشتری صورت گیرد و نقش

دیگر متغیرهای تعدیلگر و میانجی احتمالی بررسی شود. دانشگاه باید روی جامعه پذیری سازمانی کار کند و برنامه‌های مدون و دوره‌های مناسب برای جامعه‌پذیر کردن استادان تدارک ببیند. با ایجاد محیط مبتنی بر هویت‌یابی و در نتیجه ایجاد احساس مهم بودن و درک اهمیت حرفه‌استادی احساس تعلق بیشتر در استادان ایجاد شود. مدیریت دانشگاه‌ها، به منزله مهم‌ترین عامل تغییر، پاسخگویی و رفتار اخلاقی استادان را به مثابه یک اولویت راهبردی در نظر بگیرد و به نیازهای واقعی استادان توجه داشته باشد و متناسب با آن دوره‌های ارتقای پاسخگویی و رفتار اخلاقی را فراهم آورد.

منابع

- بیدختی، امین، علی‌اکبر؛ سکینه جعفری؛ مجید مرادی‌مقدم (۱۳۹۵). «رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی با نقش میانجی هویت سازمانی»، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، د ۳، ش ۴، صص ۵۶۳ - ۵۸۲.
- پیران، منیره؛ ناصر ناستی‌زایی (۱۳۹۵). «رابطه سرمایه فکری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار اخلاقی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان»، *آموزش در علوم پزشکی*، ش ۱۶ (۵۰)، صص ۵۴۵ - ۵۶۴.
- حسین‌زاده، علی‌حسین؛ سید عبدالحسین نبوی؛ سیده منا فاضلی‌پور (۱۳۹۵). «جامعه‌پذیری و شایسته‌سالاری با اخلاق کار در دانشگاه شهید چمران اهواز»، *جامعه‌شناسی ایران*، د ۱۷، ش ۳، صص ۷۸ - ۱۰۸.
- خاکی، غلام‌رضا (۱۳۹۴). *مدیریت اخلاق حرفه‌ای در سازمان*، ج ۳، نشر فوژان. تهران: ایران
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰). «تأثیر تحولات سیاسی-اجتماعی بر هویت فرهنگی ایران معاصر»، *نامه پژوهش*، ش ۲۲، صص ۱۵۱ - ۱۷۸.
- سلیمی دانشگر، م. (۱۳۸۱). «فرایند جامعه‌پذیری نیروی انسانی در فرهنگ سازمانی»، *مدیریت و توسعه*، ش ۱۴، صص ۶۶ - ۸۰.
- صبوری، منوچهر (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی سازمان‌ها*، ج ۳، تهران، شب‌تاب.
- عرفانیان خان‌زاده، حمید؛ مسعود طاهری لاری؛ مسعود حکیمی (۱۳۹۶). «بررسی نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع کنترل و هویت سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد»، *پژوهش‌نامه تحول*، ش ۱۷، صص ۹۶ - ۱۱۴.
- قراملکی، احدفرامرز (۱۳۸۵). *اخلاق حرفه‌ای*، قم، مجنون
- محب‌زادگان، یوسف؛ محمدحسن پرداختچی؛ محمد قهرمانی؛ مقصود فراست‌خواه (۱۳۹۵). «اعتبارسنجی الگوی بالندگی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های شهر تهران»، *آموزش و توسعه منابع انسانی*، س ۳، ش ۱۰، صص ۷۳ - ۹۴.
- مرادی، مرتضی؛ ساناز روستایی (۱۳۹۴). «بررسی اثر جامعه‌پذیری بر جو اخلاقی، تعهد، هویت، و رفتار شهروندی سازمانی»، *مدیریت تحول*، ۷ (۲)، صص ۱۲۹ - ۱۵۴.

مرادی، مسعود؛ بهار موسوی حجازی (۱۳۸۷). «نقش طراحان در روند خلق هویت سازمانی»، تدبیر، ش ۱۹۴، صص ۱۹ - ۲۴.

مرادیان، سید علی؛ بهمن باینگانی؛ اصغر محمدی فاتح (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین هویت سازمانی جامعه‌پذیری کارکنان و رفتار سازمانی»، کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی پایدار ایران، قم، مرکز تحقیقات اسلامی سروش.
 مطهری، مرتضی (۱۳۸۷). *تعلیم و تربیت در اسلام*، تهران، الزهرا.
 مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۴). «انقلاب اسلامی و نسل سوم»، معرفت، ش ۹۸، صص ۳۹ - ۴۹.

مظفری، گشتاسب (۱۳۹۰). «طراحی و اعتباریابی الگوی پاسخگویی دانشگاه‌ها در مقابل ذی‌نفعان»، پایان‌نامه دکتری رشته مدیریت آموزش عالی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی، ش ۹۲۴.

مورهد، گرنتین (۱۳۸۴). *رفتار سازمانی*، مترجم: سید مهدی الوانی و غلام‌رضا معمارزاده، چ ۹، تهران، مروارید.

نادی، محمدعلی؛ رضا ابراهیم‌زاده؛ زهره مشایخی (۱۳۹۶). «الگوی ساختاری رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی با رفتار شهروندی بین کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان»، *نوآوری مدیریت آموزشی*، س ۸، ش ۴، صص ۳۷ - ۵۰.
 نعمتی، محمدعلی؛ هدی‌السادات محسنی (۱۳۸۹). *اخلاق در آموزش عالی*، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، صص ۱۴ - ۲۶.

نوابی، ارمغان (۱۳۹۰). «تحلیل رابطه روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی در شهرداری اصفهان»، *پایان‌نامه علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان*.

الوانی، سید مهدی (۱۳۸۳). «اخلاقیات مدیریت»، *مطالعات مدیریت*، ش ۹.
 وحیدی‌نسب، حسن؛ بهناز مهاجران؛ علی‌رضا قلعه‌ای؛ حسن قلاوندی (۱۳۹۶). «ارتباط جو کاری اخلاقی با هویت سازمانی کارکنان»، *اخلاق در علوم و فناوری*، س ۱۲، ش ۴، صص ۱۶۵ - ۱۷۴.

References

- Alina sandu, E., Gheorghe, S., Daniela, M., & Al-Sharjah, M. (2014). "Considerations on implementation of a Social accountability management system model in higher education", *Social and Behavioral Sciences*, 142, pp. 169-175.
- Alwani, S. M. (2004). "Management Ethics", *Quarterly Journal of Management Studies*, No. 9. (in Persian)
- Beheshtifar, M. & Nekoei-Moghadam, M. (2010). "Relation between manager's ethical behavior and employee's job satisfaction", *Ethics in Science & Technology*, 5 (1, 2), pp. 67-73.
- Bidokhti-Amin, A. A., Jafari, S., & Moradi Moghadam, M. (2016). "The Relationship between Organizational Socialization and Job Enthusiasm with the Mediating Role of Organizational Identity", *Journal of Social Capital Management*, 3 (4), pp. 582-563. (in Persian)
- Bigliardi, B., Petroni, A., & Dormio, A. I. (2006). "Organizational socialization, career aspirations and turnover Intentions Among Design Engineers", *Leadership & Organization Development Journal*, 25(6), pp. 424-441.
- Brammer, S., He, H., & Mellahi, K. (2015). "Corporate social responsibility, employee organizational identification, and creative effort: the moderating impact of corporate ability", *Group Organ. Manag.*, (40), pp. 323-352.
- Dehshiri, M, R. (2001). "The Impact of Socio-Political Developments on the Cultural Identity of Contemporary Iran", *Research Letter*, (22), pp. 151-176. (in Persian)
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C.V. (1994). "Organizational images and member identification", *Administrative Science Quarterly*, 39(2), pp. 239-263.
- Ehrambfian, M., Karmipoor, M., & Tajasob, K. (2017). "performance of professional Ethics and its Related factor in High School Counselors", *Ethics and Science & Technology*, 9 (1), pp. 1-9
- Erfanian Khanzadah, H., TaheriLari, M., & Hakimi, M. (2017). "A Study of the Mediating Role of Organizational Socialization Relation to the locus of Control and Organizational Identity of Ferdowsi University of Mashhad Employees", *Journal of Transformation Research*, (17), pp. 96-114. (in Persian)
- Findlowes, S. (2012). "Higher education change and professional – academics identity in newly academic disciplines, the case of nurse education", *Leigh Education*, (63), pp. 117-133.
- French, W. I., Bell, C. H., & Zawacki, R. A. (1989). *Organizational Development: Theory, Practice and Research*, Home wood, Ill, Irwin, Grantham.
- Fuller, I., Mcrlerl, T., Tester, K., & Freyl, R. (2006). "Construed External Image and organization Identification, A test of the moderating Influence of need for self-esteem", *The Journal of social Psychology*, 146(6), pp. 701-716.
- Garamaleki, F. (2005). *Professional Ethics: Majnoon Publications*, Qom, Iran. (in Persian)
- Ge, J., Su, X., & Zhou, Y. (2012). "Organizational socialization, Organizational identification and organizational citizenship behavioral an empirical research of

- Chinese high-tech manufacturing enterprises”, *Nunki Business Review International*, 1(2), pp. 166-179.
- Hall, A. T., Zinko, R., Perryman, A. A., & Ferris, GR. (2009). “Organizational citizenship behavior and reputation mediators in the relationships between accountability and job performance and satisfaction”, *Leadership Organ Stud*, 15(4), pp. 381-92.
- Hochwarter, W. A., Ferris, GR., Gavin, M. B., Perrewe, P. L., Hall, A. T., & Frink, D. (2007). “Political skill as neutralizer of felt accountability- job tension effects on job performance ratings, A longitudinal investigation”, *Organ Behave Hum Decision Pros*, 102 (2), pp. 226-39.
- Hosseinzadeh, A, H., Nabavi, S. A., & Fazelpour, S. M. (2016). “Socialization and meritocracy with work ethic at Shahid chamran University of Ahvaz”, *Journal of Iranian Sociology*, 17 (3), pp. 78-108. (in Persian)
- Khaki, G. (2015). *Professional Ethics Management in Organization*, Theran, Foujhan Publication, (3) 7. (in Persian)
- Lee Sang, M. (1971). “An empirical analysis of Organizational identification”, *Academy of Management Journal*, 14(2), pp. 213-226.
- Mazaheri Sife, H. (2005). “The Islamic Revolution and the Third Generation”, *Maaref Magazine*, (98), pp. 49-39. (in Persian)
- Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K., & Johnson, J. R. (1996). “Reconsidering the Organizational Identification Questionnaire”, *Management Communication Quarterly*, 13(4), pp. 626-658.
- MohebZadegan, Y., Pardakhtchi, M, H., Qahramani, M., & Farasatkah, M. (2016). “Validating of the growth pattern of faculty members of universities in Tehran”, *Journal of Education and Human Resources Development*, 3(10), pp. 94-73. (in Persian)
- Momenpoor, S. (2014). “The mediating role Individual accountability in relationship between psychological climate and psychological empowerment with job performance”, *Biological Ethics*, (17), pp. 65-76. (in Persian)
- Moorhead, G. (2005). *Organizational Behavior*, Translated by Seyed Mehdi Alvani and Gholamreza Memarzadeh, Ninth Edition, Tehran, Morvarid Publications.
- Moradi, M. & MousaviHaghazi, B. (2008). “The role of designers in the process of creating organizational identity”, *Tadbir Monthly*, (194), pp. 24-19. (in Persian)
- Moradi, M. & Roustaei, S. (2015). “A Study of the Effect of Socialization on Moral Atmosphere, Commitment, Identity and Behavior of Organizational Citizenship”, *Change Management*. (in Persian)
- Moradian, S. A., Bayangani, B., Mohammadi Fateh, A. (2015). A Study of the Relationship between Organizational Identity of Employee Socialization and Organizational Behavior of the National Conference on Modern Management and Sustainable Planning in Iran, *Qom, Soroush Islamic Research Center*. (in Persian)
- Motahari, M. (2008). *Education in Islam*, Tehran, Al-Zahra Publications. (in Persian)
- Muzaffari, G. (1390). “Designing and validating the model of universities' response

- to stakeholders”, Ph. D. thesis in Higher Education Management, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shahid Beheshti University, No. 924. (in Persian)
- Nadi, M. A., Ebrahimzadeh, R., & Mashayekhi, Z. (2017). “Structural Pattern of the Relationship between Organizational Socialization and Organizational Identity with Citizenship Behavior among Staff of Isfahan Education and Training Staff”, *Educational Management Innovation*, 8 (4), pp. 50-37. (in Persian)
- Navabi, A. (2011). “Analysis of the Relationship between Organizational Socialization Methods and Organizational Identity in Isfahan Municipality”, Isfahan University of Administrative Sciences and Economics. (in Persian)
- Neimati, M. A. & Mohseni, H. S. (2010). *Ethics in Higher Education*, Strategic Research Institute, 89, pp. 14-26. (in Persian)
- Oh, J., Cho, D., & Lim, D. (2018). “Authentic leadership and work engagement: the mediating effect of practicing core values”, *Leadership & Organization Development Journal*, 39 (2), pp. 276-289.
- Patchen, M. (1970) *Participation, achievement, and involvement on the job*, New Jersey, Prentice-Hall.
- Piran, M. & Nastizzai, N. (2016). “The Relationship between Intellectual Capital and Social Responsibility and Moral Behavior of the Scientific Board of Sistan and Baluchestan University”, *Iranian Journal of Medical Education*, 16 (50), pp. 564-545. (in Persian)
- Plowman, Jeremy; Siebert Todd; Wallach, Corey. (2011). *Identifying Effective Measures for A statewide Accountability system*, Saint Louis University.
- Prati Melita, L., Memillan- Capehart, A., & Karriker, Joy, H. (2009). “Affecting organizational identity: managers influence”, *Journal of leadership & organizational studies*, 15(4), pp. 404-415.
- Puusa, A. (2006). “Conducting research on organizational identity”, *Electronic Journal of Business*, *Ethics and Organization Studies*, 11 (2), pp. 24-28.
- Rothschild, M. T. (2011). *Accountability Mechanisms in public multi-campus systems of higher Education*, University of Minnesota, pp. 293-317.
- Sabouri, M. (2002). *Sociology of Organizations*, Tehran, ShabTabab Publications, Third Edition. (in Persian)
- SalimiDaneshgar, M. (2002). “The process of socialization of human resources in organizational culture”, *Management and development*, (14), pp. 80-66. (in Persian)
- Taormina, R. (2009). “Organizational socialization: the missing link between employee needs and organizational culture”, *Journal of Managerial Psychology*, 24(7), pp. 650-676.
- VahidiNasab, H., Mohajeran, B., Qalaei, A., & Qalavandi, H. (2017). “The relationship between work ethic and organizational identity of employees of ethics”, *Journal in science and technology*, 12 (4), pp. 165–174. (in Persian)
- Walker, W. J. (2009). Predicting two types of proactive socialization tactics: the roles of context, experience, and age, A Dissertation Presented to the Academic Faculty, in Partial Fulfillment of the Requirements for the Philosophy Degree in

the College of Management, Georgia Institute of technology.
Yan, M., Francesco, A. W., & Wany, H. (2017). "A Role Social identity Frame
work of newcomer organizational Socialization An academy of management
Proceed dings", *ASAP manage pore*, 11269 Murad karaduman, pp. 129-147.