

طراحی و اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی: رویکرد اکتشافی

عباس عباس پور*، حسین عبداللهی**، حمید رحیمیان***
خلیل غلامی****، هادی زندیان*****

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۴/۲۶

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۹/۱۰

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، طراحی و اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی است. روش پژوهش، ترکیبی با طرح اکتشافی متوالی در دو مرحله مجزای تحلیل محتوای کیفی و زمینه‌یابی است. جامعه آماری شامل ۸۲۱ مدرسه دوره اول متوسطه و متوسطه نظری استان کردستان است. داده‌های کیفی به شیوه هدفمند از طریق منابع چندگانه گردآوری شد و اشیا نظری مدنظر قرار گرفت. اعتبار داده‌های کیفی از طریق گروه کانونی حاصل شد. داده‌های کمی از طریق پرسشنامه در نمونه‌ای به حجم ۳۵۰ نفر که به شیوه خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده بود، گردآوری و با فن مدل‌یابی معادلات ساختاری، آزمون فریدمن و تی تک‌نمونه‌ای تحلیل شد. حاصل یافته‌های کیفی، تدوین مدل باورها و ارزش‌های حمایتی در ابعاد: ۱. ارزش‌های معنوی شامل ایمان، تقوا و عبادت؛ ۲. ارزش‌های اخلاق فردی شامل عفت و پاکدامنی، کسب حلال، بهداشت و سلامت و اعتدال؛ ۳. ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای شامل توسعه حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری و مشارکت؛ و ۴. ارزش‌های اخلاق اجتماعی شامل عدالت، آداب معاشرت، وحدت و اصلاح بود. نتایج یافته‌های کمی حاکی از برازش خوب مدل و معنی‌داری تفاوت اولویت‌ها بین ابعاد مدل در جامعه آماری بود. همچنین، وضعیت موجود مدارس در ابعاد مدل، بالاتر از میانگین و در سطح مطلوب قرار دارد.

کلیدواژه: فرهنگ سازمانی مدارس؛ باورها و ارزش‌های حمایتی؛ اخلاق اسلامی

*. دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
abbaspour@atu.ac.ir

** . دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

*** . دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

**** . دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

***** . دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

با اینکه بنیان گذاران به عنوان منبع اصلی ایجاد فرهنگ سازمانی شناخته می شوند (شاین^۱، ۲۰۱۰؛ فلامولتز و رندل^۲، ۲۰۱۲)؛ محققان اشاره می کنند از آنجا که اعضای سازمان، بخشی از جامعه هستند، جامعه ممکن است فرهنگ خود را از طریق اعضا بر سازمان تحمیل نماید (آدن^۳ و همکاران، ۲۰۱۳؛ گیبس^۴، ۲۰۱۲). از این لحاظ، بازبودن مرز نظام اجتماعی مدارس (آونز و والسکی^۵، ۲۰۱۱)، استدلال نفوذپذیری فرهنگ آنها نسبت به ارزش های اخلاقی جامعه را مطرح می نماید. هافستد و همکاران (۱۹۹۰) معتقدند که ارزش های اخلاقی از اجزای حیاتی فرهنگ هستند؛ آنها اعتقادات اساسی افراد هستند در مورد آنچه درست یا غلط است (راواس^۶ و همکاران، ۲۰۰۵).

براین اساس محققان، نماد بیرونی سازمان ها را رفتارهای اخلاقی می دانند که خود حاصل جمع ارزش های اخلاقی است و در سازمان ها بروز پیدا می کند (خداسی و اصانلو، ۱۳۹۴). با این حال، تفاوت اخلاقیات در محل کار از کشوری به کشور دیگر (شکیل احمد^۷، ۲۰۱۱)، درک ارزش های فرهنگ سازمانی را با چالش روبه رو ساخته است. از این حیث، استدلال می شود چون نظام ارزشی اسلام به زمان و مکان وابسته نیست (میرعمادی^۸ و همکاران، ۲۰۱۵) و اصول آن همه جنبه های زندگی از جمله کار در سازمان را پوشش می دهد (شکیل احمد، ۲۰۱۱)؛ آموزه های قرآن کریم راهنمای اخلاقی ایدئالی برای ارزش های فرهنگ سازمانی باشد. در این زمینه، عیوضی (۱۳۸۶) بیان می کند که اسلام طرز تفکر مخصوص به خود را دارد و به مسلمانان جهان بینی خاص خود را می آموزد تا عقاید، اعمال و اخلاق آنان براساس آن جهان بینی، شکل گیرد. باور شاین (۲۰۱۰) مبنی بر اینکه فرهنگ فقط در اطراف ما نیست، بلکه در درون ما نیز هست و ارزش ها ممکن است از جهان بینی نشئت گرفته باشد، از این ایده حمایت می کند.

1. Schein
2. Flamholtz & Randle
3. Uddin, Luva & Hossian
4. Gibbs
5. Owens & Valesky
6. Rawwas
7. Shakil Ahmad
8. Miremadi, Jalili & Sharbatoghile

مطالعات متنوعی در زمینه فرهنگ سازمانی صورت گرفته است (دنسون^۱ و همکاران، ۲۰۱۲؛ هافستد^۲ و همکاران، ۲۰۱۰؛ کامرون و کوین^۳، ۲۰۱۰). با این حال، نتایج پژوهش توماس^۴ (۲۰۱۳)، نشان داده است که براساس روش، تفاوت معنی‌داری در ارزیابی‌های فرهنگی وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش‌ها در زمینه ارزش‌های فرهنگ سازمانی (روس و روسو^۵، ۲۰۱۵؛ هاگو^۶ و همکاران، ۲۰۱۰؛ قدسیان و همکاران، ۱۳۹۴؛ هادوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۰) پراکندگی یافته‌ها را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، با وجود اینکه، مدارس، فرهنگ بیش از حد منحصربه‌فردی دارند (شورت و گریر^۷، ۲۰۰۲)، اغلب مطالعات در محیط کسب و کار صورت گرفته است و نتایج آنها از قابلیت تعمیم به مدارس برخوردار نیست. این امر، بیانگر خلأ در مطالعات فرهنگ سازمانی مدارس است. در واقع، اطلاعات درباره سطح باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس محدود است و این مطالعه در صدد جبران بخشی از این کاستی‌ها بوده است. بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش به این شیوه طرح شد که: مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی چگونه است؟ کاربردی بودن نتایج، ضرورت انجام این مطالعه را توجیه می‌نماید. به طوری که با توسعه مدل، علاوه بر تولید دانش بدیع، با شناسایی وضعیت موجود و با ارائه نتایجی که کاربردی عملی دارد، به مناسب‌سازی فرهنگ سازمانی و موفقیت تلاش‌های تحول در مدارس یاری می‌رساند. سرانجام، شناخت حاصل از این مطالعه ما را از آنچه که آرگریس^۸ (۲۰۱۰)، به عنوان "دام فرهنگ" توصیف می‌نماید، رها می‌کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعاریف متعددی از فرهنگ سازمانی وجود دارد (آریلی^۹ و همکاران، ۲۰۱۴). اغلب

1. Denison
2. Hofstede
3. Cameron & Quinn
4. Thomas
5. Rus & Rusu
6. Hoque
7. Short & Greer
8. Argyris
9. O'Reilly

پژوهشگران، آن را به عنوان ارزش‌های مشترک بین اعضا در سطح گروه و سازمان تعریف می‌کنند (هوگان و کوت^۱، ۲۰۱۳). با توجه به بستر این مطالعه، فرهنگ مدرسه عبارت است از آرایش یک مدرسه به طوری که الگوهایی از ارزش‌ها، باورها و سنن شکل گرفته در طول سال‌های موجود (چون منظور طول عمر آن سازمان است)، آن را منعکس می‌کند (فولان، ۲۰۰۱؛ به نقل از ادواردز^۲، ۲۰۱۱). در عصر حاضر، شناسایی فرهنگ سازمانی به منظور مدیریت فرهنگ و تحول در سازمان ضروری است، به طوری که صاحب‌نظران، درک فرهنگ مدرسه را پیش‌نیاز ایجاد مدارس موفق می‌دانند (هوی و میسکل^۳، ۲۰۰۱: ۲۲۰). این وابستگی به این دلیل است که در زمان تغییر "وقتی که ارزش‌ها، جهت‌گیری‌ها، تعاریف و اهداف ثابت می‌مانند - حتی زمانی که رویه‌ها و راهبردها تغییر می‌کنند - سازمان به وضعیت موجود برمی‌گردد" (کامرون و کوپین، ۲۰۱۱: ۱۳).

چارچوب‌ها و مدل‌های متعددی به منظور درک فرهنگ سازمانی توسعه یافته است. دلیل و کندی (۲۰۰۰)، بر اساس دو معیار سرعت بازخورد و میزان ریسک در سازمان، چهار نوع فرهنگ شامل سخت‌کوشی^۴، مردخشن^۵، مشروط‌شرکت^۶ و فرایند را ارائه می‌دهند (به نقل از ماکسیمینی^۷، ۲۰۱۵: ۱۹۱). روسیو^۸ (۱۹۹۰) مدلی پنج‌حلقه‌ای ارائه می‌دهد که از مصنوعات با دسترسی آسان شروع شده و با گذر از الگوها و هنجارهای رفتاری و ارزش‌ها به مفروضات بنیادی با دسترسی دشوار در حلقه مرکزی ختم می‌شود. هافستد و همکاران (۲۰۱۰) اشاره می‌کنند که فرهنگ از چهار لایه تشکیل شده است و ارزش‌ها، لایه‌ای است که به صورت بیرونی قابل مشاهده نیستند و عمیقاً در ناخودآگاه تعبیه شده‌اند. یکی دیگر از معتبرترین الگوها که مورد توجه واقع شده است، الگوی فرهنگ سازمانی شاین (۲۰۱۰) در سه سطح: مصنوعات، باورها و ارزش‌های حمایتی و مفروضات بنیادین است. این سطوح، دامنه‌ای از مظاهر آشکار و ملموس که می‌توان آنها را دید و حس نمود تا مفروضات اساسی و ناخودآگاه که به عنوان جوهر فرهنگ از آن یاد

1. Hogan & Coote
2. Edwards
3. Hoy & Miskel
4. work hard
5. tough-guy
6. bet-your-company
7. Maximini
8. Rousseau

می‌شود را دربرگیرد. باورهای مختلف حمایتی، ارزش‌ها، هنجارها و قواعد رفتار بین این سطوح قرار دارند که اعضای فرهنگ به‌عنوان راهی برای نشان‌دادن فرهنگ به خود و دیگران مورد استفاده قرار می‌دهند.

به‌طور کلی، فرهنگ سازمانی برای رفتارهای مطلوب که تشویق می‌شوند و رفتارهای نامطلوب که سرزنش می‌شوند، ملاک‌هایی ایجاد می‌کند (مک‌لین^۱، ۲۰۰۵). در واقع، فرهنگ با ایجاد این ملاک‌ها، مشابه با اخلاق عمل می‌کند (دفت، ۲۰۰۹). بنابراین، مفهوم اساسی دیگر این پژوهش با ارزش‌های اخلاقی و حوزه اخلاق مرتبط است. شیا (۱۹۸۸) معتقد است که ارزش‌های اخلاقی، تعیین‌کننده استانداردهایی هستند مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم‌گیری چه چیزی خوب یا بد است؟ (دفت، ۲۰۰۹: ۳۷۴). در گذشته، دیدگاه فلسفی غالب، اخلاق را به دو اردوگاه غایت‌شناسی و وظیفه‌شناسی تقسیم می‌کرد. این دیدگاه، رویکردهای بدیل اخلاقی نظیر آنهایی را که مربوط به اخلاق مراقبت و روابط شخصی هستند، نادیده می‌گیرد (ویلگاس^۲، ۲۰۱۴). از نگاه فلسفه اخلاق هنجاری، سه شکل مجزای اخلاق: وظیفه‌گرا، نتیجه‌گرا و فضیلت‌توصیف‌شده است. اخلاق وظیفه‌گرا در موافقت با نظریه کانت شکل گرفته است. در این نظریه اخلاقی، انجام یک عمل، فارغ از نتایجی که به‌بار می‌آورد، برای انسان الزامی است و این الزام در خود عمل وجود دارد (تامسون^۳، ۱۹۹۹). در اخلاق وظیفه‌گرایی، تأکید بر اقدامات اخلاقی است که از طریق پایبندی به قواعد، مقررات، قوانین و هنجارهای نهادی هدایت می‌شود (راواس و همکاران، ۲۰۰۵).

یک سنت قدیمی فرض می‌کند که مردم در زمان تصمیم‌گیری، یک دیدگاه نتیجه‌گرا را که به‌معنای تمرکز بر نتایج است، اتخاذ می‌نمایند (تانر^۴ و همکاران، ۲۰۰۸). نتیجه‌گرایی با این عقیده آغاز می‌شود که ارزش‌هایی مقدم بر اخلاق وجود دارند؛ حتی اگر هیچ درستی و نادرستی اخلاقی وجود نداشته باشد، همواره برخی چیزها خوب و برخی بد خواهند بود (داروال^۵، ۲۰۰۳: ۱).

1. McLean
2. Villegas
3. Thomson
4. Tanner
5. Darwall

درواقع، اخلاق نتیجه‌گرایی بر نتایج سودآور عمل تأکید می‌کند (کوجالا و پایتیلاینن^۱، ۲۰۰۴)؛ یعنی، در صورت سودمندی نتایج، عمل، اخلاقی تلقی می‌شود (چاکرابارتی و باس^۲، ۲۰۱۵). نتیجه‌گرایی و وظیفه‌گرایی، پایان‌گزینه‌ها برای نظریه اخلاق نیستند. اخلاق فضیلت، نقص این دو رویکرد به‌ویژه تمرکز بر حالت وظیفه اعمال و باور آنها به تهیه فهرست اصول اخلاقی را رد می‌کند (مک‌ناوتون و راولینگ^۳، ۲۰۰۷). اخلاق فضیلت به‌جای بحث از قواعد، بر مفاهیم منش و فضیلت تأکید دارد. در این نظریه، بر رشد اخلاقی یا شکوفایی انسان بیش از هر چیز دیگری تأکید می‌شود. طرفداران این نظریه معتقدند که اگرچه سلامت اخلاقی فاعل در اولویت قرار دارد، ولی نمی‌توان از عمل اخلاقی نیز غفلت کرد (دبیری، ۱۳۸۹).

در این میان، نظریه اخلاق اسلامی با اتصال به منبع الهی، منحصر به فرد است، نظریه‌ای غایت‌گرا است و به تأثیر عمل در رسیدن به سعادت و لذت پایدار تأکید دارد و غایت، فی‌نفسه، قرب و رضوان الهی است و هر عملی در این راستا متصف به خوب و بد می‌شوند و از آن‌جاکه در این نظریه، بعضی افعال جدای از نتایج سودمند و زیانبارش به حسن و قبح منسوبند به وظیفه‌گرایی شباهت دارد و از لحاظ واجب‌الاطاعه بودن امر خدا بدون توجه به نتایج آن، به نظریه امر الهی و از نظر تأثیر فضایل در انجام افعال فضیلت‌مندانه به فضیلت‌گرایان شباهت دارد (تقدیسی، ۱۳۸۹). پژوهش‌های متعددی پیرامون سطوح فرهنگ سازمانی صورت گرفته است. هادوی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با هدف کاوش ویژگی‌های نمونه‌اعلای فرهنگ اسلامی سازمانی؛ ارزش‌های ایمان، عبودیت، وحدت، اخوت، پرهیز از تفرقه، حفظ آبرو، تواضع، مهربانی، ایثار، مراقبه و شکرگذاری، آزارنرساندن، تعاون، عفت عمومی، راستی و درستی، گذشت و یاری‌را شناسایی نموده‌اند. شاه‌آبادی و عابدی‌جعفری (۱۳۹۰) با هدف تبیین روش‌شناسی تأثیر دین بر مطالعات علم مدیریت، ده بُعد فرهنگ سازمانی از جمله ایمان و تقوا، محبت و ولایت، وحدت و اتحاد، خدمت‌محوری، وفای به عهد، عدالت، ایثار، وجدان‌کاری، تعاون به خیر و تعظیم شعائر دینی را شناسایی نموده‌اند.

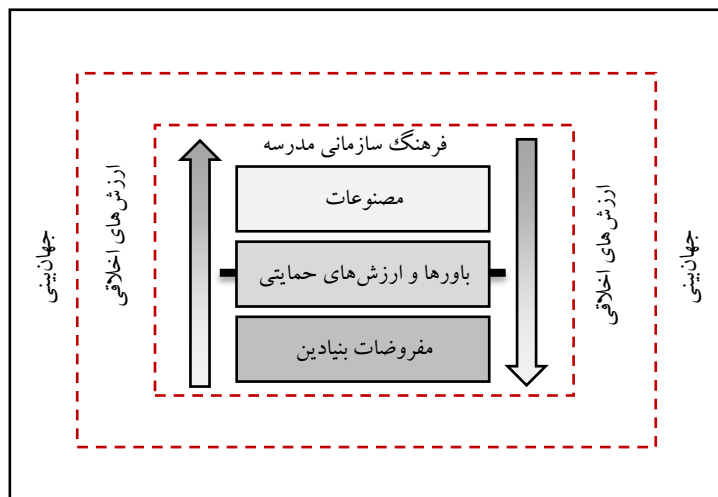
1. Kujala & Pietiläinen
2. Chakrabarty & Bass
3. McNaughton & Rawling

زارعی‌متین (۱۳۷۷) در پژوهشی با هدف تبیین الگوی فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش اسلامی در محیط کار و اثر آن بر رضایت شغلی، الگوی فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی را تدوین نموده است. در این پژوهش، ۲۶ مؤلفه شامل تقوای الهی، نظم، وفای به عهد، عدالت و صداقت به ترتیب اهمیت به‌عنوان ابعاد فرهنگ سازمانی فهرست شده است. در پژوهش رضانی و همکاران (۱۳۹۴) که به روش قوم‌نگاری اقدام به شناخت فرهنگ سازمانی یک سازمان محلی نموده است، یازده مؤلفه: احترام به شعائر و ارزش‌های مذهبی، تبعیت‌پذیری، رفتارهای رسمی، هویت سازمانی، فردگرایی، تکریم ارباب رجوع، نمادهای فیزیکی، درآمذزایی، تأکید بر قوانین، مقاومت در برابر مدیران بیگانه و زبان را نشان داده است که در سطوح مصنوعات، ارزش‌ها، و مفروضات دسته‌بندی شده است.

در پژوهش عسکری‌وزیری و همکاران (۱۳۹۱) که با هدف تدوین الگوی فرهنگ سازمانی با رویکرد اسلامی و مبتنی بر نهج البلاغه به روش اجتهادی انجام شده است؛ الگوی نهایی پژوهش، براساس ۳۶ مؤلفه شامل ۱۲ مؤلفه مانند اخلاص، رهبری خدمتگزار، وجدان کاری، مشورت و عدالت ناظر به سطح ارزش‌ها و ۲۴ مؤلفه مانند امر به معروف و نهی از منکر، پرهیز از ریا و خودنمایی در امور، برقراری ارتباط صمیمانه، تلاش مضاعف و داوطلبانه و خودمدیریتی ناظر به سطح الگوهای رفتاری طراحی شده است.

تحقیقات خارجی به‌ویژه مطالعاتی که در بافت اسلامی انجام شده باشد، اندک است. هاگو و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان "فرهنگ سازمانی: ویژگی‌ها و چارچوب از دیدگاه اسلامی" به‌صورت توصیفی، مواد ثانویه را از طریق مطالعه کتابخانه‌ای استخراج نموده‌اند. یافته‌های آنان نشان داد که ایمان به خدا، تعصب و غیرت، عدالت، مسئولیت‌پذیری، احترام متقابل، اعتماد متقابل، اخلاص، کار سخت، همکاری، تعالی، رفتار برادرانه، صداقت و حق‌گویی، تصمیم‌گیری مشورتی، دانش، رفتار خوب، فداکاری، پاکی و پاکیزگی از ویژگی‌های برجسته هستند. همچنین، در مطالعه‌ای دیگر، روس و روسیو (۲۰۱۵) با هدف شناسایی نوع فرهنگ سازمانی، به‌صورت مطالعه موردی اقدام به شناسایی فرهنگ دو مؤسسه رومانیایی می‌نمایند. یافته‌ها نشان داده است که فرهنگ سازمان‌های مورد مطالعه، جهت‌یافته به سمت انطباق با ارزش‌ها و اصول اخلاقی بوده است. به‌طور کلی، مبتنی بر ادبیات موضوع، فرهنگ سازمانی از سطوح مختلفی تشکیل شده است.

ازسوی دیگر، با توجه به بازبودن مرز نظام‌های اجتماعی استدلال می‌شود که باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس (لایه میانی) تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی که خود از جهان‌بینی افراد تأثیر می‌پذیرد، قرار دارد. براین مبنا، مدل مفهومی پژوهش مطابق شکل (۱) ترسیم شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بر اساس آنچه بیان شد، طراحی و اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس به عنوان هدف اصلی در کانون این مطالعه قرار گرفت و در راستای دستیابی به هدف، سؤال‌های پژوهشی زیر مطرح شد:

۱. مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی چگونه است؟
۲. میزان اعتبار مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی در مدارس جامعه آماری چگونه است؟
۳. اولویت ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی در مدارس جامعه آماری چگونه است؟

۴. وضعیت موجود ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی در مدارس جامعه آماری چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش، فرایندی از گام‌ها برای گردآوری و تحلیل اطلاعات به منظور افزایش درک ما از یک موضوع است (کرسول^۱، ۲۰۱۲). از آنجا که هدف این پژوهش، طراحی و اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس بود، روش ترکیبی با طرح اکتشافی متوالی اتخاذ شد. بنابراین، مطالعه در دو مرحله مجزای تحلیل محتوای کیفی و زمینه‌یابی دنبال شد. جامعه آماری شامل مدارس دوره اول متوسطه و متوسطه نظری استان کردستان در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ بود که تعداد آنها براساس آمار اداره کل آموزش و پرورش برابر با ۸۲۱ مدرسه در سطح ۱۶ منطقه آموزشی بود. داده‌های کیفی از طریق مشاهده و بررسی اسناد، گردآوری شد. اسناد مشتمل بر مدارک در دسترس مدارس (محتوای تابلوی اعلانات، سایت و کانال‌های اجتماعی؛ شعار، پوستر و دیوارنوشته‌ها؛ منشور اخلاقی، میثاق‌نامه، کلیات مقررات و شرح وظایف؛ اسناد اداری مانند گزارش‌ها و صورت‌جلسه شوراها؛ سوابق و آرشیو عکس و فیلم مراسم و برنامه‌ها) و ترجمه آیات قرآن کریم (ترجمه خرمشاهی، ۱۳۹۶) بود. در واقع، علاوه بر اسناد مدارس، از قرآن کریم با توجه به جهان‌شمول بودن و جامعیت، به عنوان منبع استخراج ارزش‌های اخلاقی بهره گرفته شده است. در این زمینه، از فرهنگ موضوعی قرآن مجید (فانی و خرمشاهی، ۱۳۸۰) به عنوان راهنما استفاده شد. همچنین، از آنجا که حجم نمونه پذیرفته شده‌ای برای مطالعات کیفی وجود ندارد و نمونه بهینه بستگی به هدف مطالعه، سؤالات و غنای داده‌ها دارد (ایلو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴)؛ پیشنهاد اشباع داده‌ها مدنظر قرار گرفت (گاتری^۳ و همکاران، ۲۰۰۴). به طوری که داده‌های حاصل از ۲۱ مدرسه که به صورت هدفمند انتخاب شده بودند به حد کفایت رسید. همچنین، از آنجا که تحلیل محتوا یکی از مهم‌ترین ابزارهای تحلیلی تفسیر داده‌های کیفی

1. Creswell
2. Elo
3. Guthrie

است (أرجی^۱، ۲۰۱۶)؛ داده‌های کیفی براساس رویکرد استقرایی و طی مراحل کدگذاری (تعیین برچسب‌ها)، تشکیل زیرمقوله‌ها و ایجاد مقوله‌ها (طبقات) بررسی شد (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲؛ ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). واحد تحلیل در این پژوهش، مضمون است. همچنین، روایی داده‌های کیفی از طریق همسوسازی و گروه کانونی و پایایی از طریق کسب ضریب توافق ۰/۸۷ بین دو کدگذار حاصل شد.

در بخش کمی، با توجه به کاربرد مدل‌یابی معادلات ساختاری، برای نزدیک شدن به پیشنهاد کامری و لی^۲ (۱۹۹۲) در زمینه کفایت نمونه که حجم ۳۰۰ را خوب و حجم ۵۰۰ را بسیار خوب ذکر می‌کنند، ۱۰ منطقه آموزشی، ۳۵ مدرسه از هر منطقه و ۱ نفر از هر مدرسه به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شد. در این بخش، داده‌ها با استفاده از پرسشنامه مشتمل بر ۳۹ گویه در ۴ عامل که براساس یافته‌های بخش کیفی در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شده بود، گردآوری شد. اطمینان از روایی صوری از طریق تأیید صاحب‌نظران کسب شد. ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۶) در اجرای مقدماتی، پایایی مقیاس را نشان داد. همچنین، روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تأییدی مشخص شد. سرانجام، داده‌ها با استفاده از بسته‌های نرم‌افزاری SPSS 24 و SPSS Amos 24 پس از غربال‌گری، به شیوه تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و مرتبه دوم، آزمون رتبه‌بندی فریدمن و t تک‌نمونه‌ای تحلیل شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از کدگذاری محتوای گزارش‌های روایتی مشاهده مدارس و محتوای اسناد به‌منظور شناسایی ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس، ۸۵ کد را نشان داد. این کدها مانند نمونه ارائه‌شده در جدول (۱)، براساس وجه اشتراکشان در قالب ۱۰ زیرمقوله سازمان یافتند.

1. Orji
2. Comry & Lee

جدول ۱. نمونه کدها و زیرمقوله‌های حاصل از مشاهده مدارس و بررسی اسناد

زیرمقوله‌ها	کدها (برچسب‌ها)
رشد و توسعه	استفاده از فناوری، ابتکار در عمل، بهبود مستمر و تعالی، توسعه حرفه‌ای، ارزش علم‌آموزی و ...
وحدت رویه	اطلاع‌رسانی، وجود چشم‌انداز، برنامه‌ریزی، مدیریت زمان، تأکید بر وظیفه، توجه به قوانین، نظارت و ...
عبادت و پرهیزکاری	خداشناسی، ایمان، توکل، امیدواری، دعا و نیایش، اهمیت نماز، انس با قرآن، عبادت، تزکیه نفس و ...
فضیلت اخلاقی	عیب‌جویی نکردن، بهتان‌زدن، حسادت‌نداشتن، احسان، حسن‌گفتار، صداقت، مدارا، عفاف، ادب و ...

همچنین، یافته‌های حاصل از کدگذاری ترجمه آیات قرآن کریم، ۵۶۰ کد را در زمینه ارزش‌های اخلاق اسلامی نشان داد که این کدها براساس وجه اشتراک در قالب ۱۲۹ زیرمقوله سازمان یافتند. جدول (۲) نمونه‌ای از کدگذاری ترجمه آیات قرآن کریم را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نمونه کدهای شناسایی شده حاصل از بررسی ترجمه آیات قرآن کریم

کدها (برچسب‌ها)	آیه / آیات
صبر و شکیبایی در مسائل	البقره، ۴۵، ۱۵۶، ۱۷۷؛ آل عمران، ۱۷، ۱۲۰؛ الأنفال، ۴۵ و ...
عفو و گذشت از یکدیگر	البقره، ۱۰۹؛ آل عمران، ۱۳۴؛ النساء، ۱۴۹؛ الحجر، ۸۵ و ...
رعایت عفت و پاکدامنی	النساء، ۲۴، ۲۵؛ الأنبياء، ۹۱؛ المؤمنون، ۵، ۶؛ النور، ۳۰، ۳۱ و ...
بخشیدن مال و صدقه‌دادن	البقره، ۳، ۱۷۷، ۱۹۵، ۱۹۶، ۲۱۵؛ التوبه، ۶۰، ۷۹؛ الحج، ۳۵ و ...
وحدت و یگانگی داشتن	آل عمران، ۱۰۳، ۱۰۵، ۱۵۳، ۱۵۹؛ الشوری، ۱۳ و ...
تعاون در انجام کارهای نیک	المائده، ۲ و ...

پس از شناسایی و تعیین کدها و شکل‌گیری مقوله‌ها در هر دو بخش داده‌ها، ایجاد طبقات صورت گرفت. به طوری که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، زیرمقوله‌ها براساس دانش موضوعی،

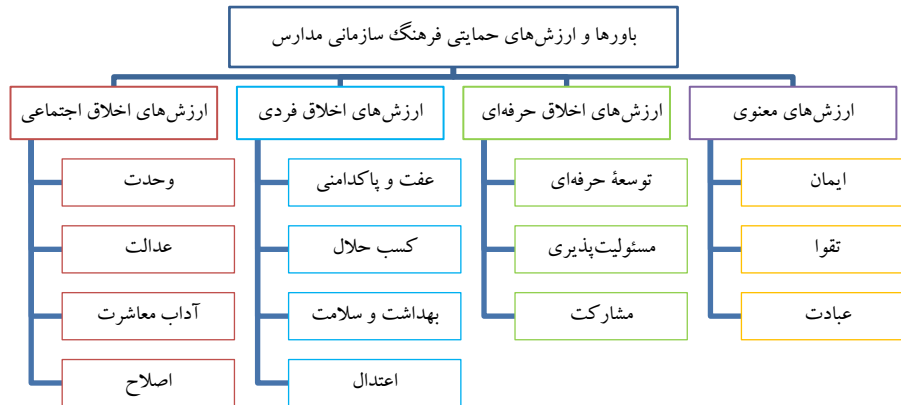
تجارب و فهم پژوهشگر و باتوجه به اصل همگنی درونی و ناهمگنی بیرونی بین طبقات، در ۴ مقوله اصلی (طبقه) تحت عنوان ارزش های معنوی، ارزش های اخلاق فردی، ارزش های اخلاق حرفه ای و ارزش های اخلاق اجتماعی دسته بندی شدند که در مجموع، باورها و ارزش های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش های اخلاق اسلامی را پوشش می دهند.

جدول ۳. زیرمقوله ها و طبقات شناسایی شده در زمینه باورها و ارزش های حمایتی فرهنگ مدارس

مقوله های اصلی (طبقات)	زیرمقوله ها
ارزش های معنوی	ایمان، تقوا، عبادت
ارزش های اخلاق فردی	آراستگی، عفت و پاکدامنی، کسب حلال، فروتنی، فضیلت اخلاقی، حفظ زبان، رابطه با محیط، قلب سلیم، بهداشت و تندرستی، اعتدال، صبر
ارزش های اخلاق حرفه ای	رشد و توسعه، تلاش و پشتکار، علم و آگاهی، مشورت، امانت داری، مسئولیت پذیری، وحدت رویه، تعهد، همکاری
ارزش های اخلاق اجتماعی	آداب بیان، عدالت، همیاری، آداب معاشرت، اخوت، احسان، رأفت و مهربانی، اصلاح، صداقت، وفای به عهد، رازداری، حمایت، عفو و گذشت، اتحاد

پس از تعیین کدها، شکل گیری زیرمقوله ها و مشخص شدن طبقات، چارچوب اولیه مدل تدوین شد. سپس، به منظور تنقیح مدل، گروه کانونی با مشارکت ۷ تن از خبرگان که دارای حداقل ۴ سال سابقه اجرایی، تدریس یا پژوهش در حوزه های مدیریت و رهبری آموزشی، علوم قرآنی و رفتار سازمانی بودند، تشکیل شد. سپس، چارچوب نهایی پس از اعمال نظر اعضای گروه کانونی، به صورتی که در شکل (۲) مشاهده می شود، تعدیل یافت.

در بخش کمی، ابتدا کیفیت داده ها برای اطمینان از برقراری مفروضه های آماری بررسی شد. نتایج نشان داد که کدها به درستی تخصیص داده شده و اندازه ای فراتر از حد کمینه و بیشینه وجود ندارد؛ سه مورد اندازه از دست رفته وجود داشت که به دلیل کم تر بودن از آستانه برای مداخله، به شیوه میانگین، جایگزین شد. نمودار ساقه - برگ و جعبه ای، اندازه پرتی نشان نداد؛ کجی و کشیدگی متغیرها در دامنه ± 1 قرار داشت. مقادیر کالموگروف - اسمیرنوف (۰/۰۵۳)



شکل ۲. مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی

و شاپیرو - ویلک (۰/۰۳۹) در سطح آلفای ۰/۰۱ فرض نرمال بودن را نشان داد. نمودار پراکنندگی (اسکاتر)، پراکنندگی دو متغیری برای همه جفت متغیرها را شکلی مشابه با بیضی نشان داد که بیانگر خطی بودن تقریبی روابط است. همچنین، مقادیر آزمون کفایت حجم نمونه ($KMO = ۰/۹۶۷$) و آزمون کرویت بار تلت ($Chi-Square = ۱۱۷۱۴/۷۸, df = ۷۴۱, p < ۰/۰۰۰$) نشان داد که اجرای تحلیل عاملی ممکن است.

نتایج بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری نشان داد که ۵۳/۴۳ درصد نمونه را مردان و ۴۶/۵۷ درصد را زنان تشکیل داده است. برحسب دوره تحصیلی، ۶۲/۲۹ درصد در مدارس دوره اول متوسطه و ۳۷/۷۱ درصد در مدارس متوسطه نظری حضور داشته‌اند. برحسب منطقه جغرافیایی، ۶۱/۱۴ درصد در مدارس شهری و ۳۸/۸۶ درصد در مدارس روستایی و برحسب جنسیت، ۵۴/۸۶ درصد در مدارس پسرانه، ۳۸/۸۵ درصد در مدارس دخترانه و ۶/۲۹ درصد در مدارس مختلط حضور داشته‌اند.

به منظور اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی، ابتدا تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول برای آزمون مدل هر یک از عامل‌ها اجرا شد. جدول (۴) شاخص‌های برازش آزمون مدل اندازه‌گیری برای عامل‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۴. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی عامل‌ها

عامل	N	X ²	df	CFI	NFI	GFI	RMR	RMSEA	p
ارزش‌های معنوی	۳۵۰	۸/۷۲	۱۱	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۶۴۸
ارزش‌های اخلاق فردی	۳۵۰	۴۹/۷۵	۴۸	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۰۱۰	۰/۰۱۰	۰/۴۰۳
ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای	۳۵۰	۲۶/۶۴	۱۷	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۰۱۴	۰/۰۳۹	۰/۰۶۳
ارزش‌های اخلاق اجتماعی	۳۵۰	۷۴/۴۱	۴۸	۰/۹۹	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۰۱۰	۰/۰۴۰	۰/۰۰۹

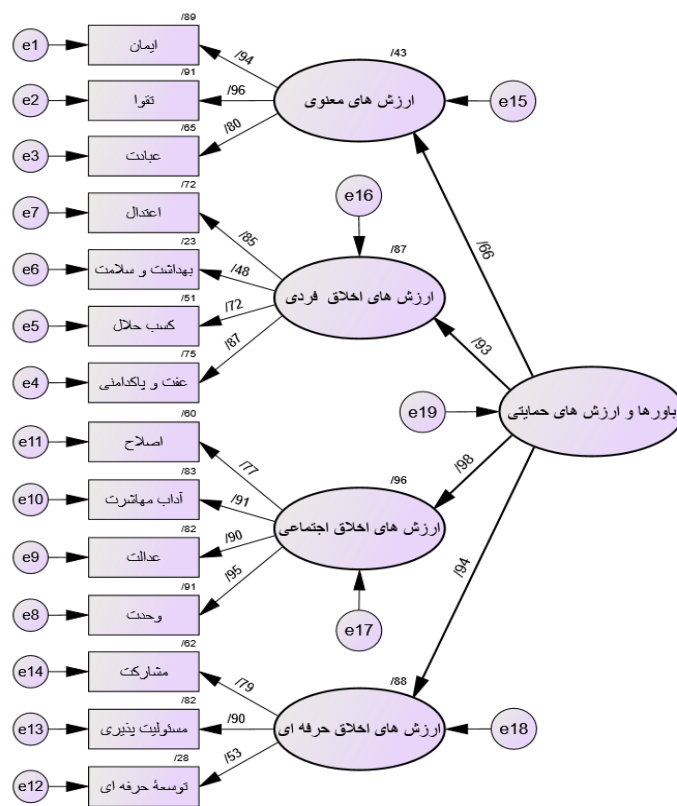
پس از مشخص شدن برازش عامل‌ها، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم به منظور آزمون سازه باورها و ارزش‌های حمایتی با استفاده از ۴ عامل مکتون ارزش‌های معنوی، فردی، حرفه‌ای و اجتماعی اجرا شد. به طوری که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، نتایج نشان داد که مجذور کای معنی دار نیست. عدم معنی داری بیان می‌کند که اندازه‌های مشاهده شده با اندازه مورد انتظار فاصله ندارد و مدل با داده‌ها برازش دارد. همچنین، اندازه شاخص‌های برازش نرم یافته، تطبیقی و نیکویی برازش بالاتر از حداقل توصیه شده ($>0/95$) بود. به همین ترتیب، مقدار شاخص ریشه دوم میانگین خطای تقریب خیلی کم تر از حداکثر توصیه شده ($<0/08$) برای اطمینان از برازش خوب مدل است. بنابراین، می‌توان گفت که مدل آزمون شده از برازش خوبی برخوردار است و مدل باورها و ارزش‌های حمایتی از چهار عامل ارزش‌های معنوی، فردی، حرفه‌ای و اجتماعی تشکیل شده است.

جدول ۵. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی سازه باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ مدارس

شاخص اندازه	N	X ²	df	CFI	NFI	GFI	RMR	RMSEA	p
اندازه	۳۵۰	۷۹/۴۲	۷۳	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۰۶۱	۰/۰۱۶	۰/۲۸۴

شکل (۳)، برون داد تحلیل عاملی سازه باورها و ارزش‌های حمایتی شامل بار عاملی و مقدار R² برای هر یک از عامل‌ها و نشانگرها را نشان می‌دهد. در میان عامل‌ها، بیشترین بار عاملی مربوط به

ارزش‌های اخلاق اجتماعی با مقدار ۰/۹۸ و کم‌ترین، مربوط به ارزش‌های معنوی با مقدار ۰/۶۶ است. در میان نشانگرها، بیشترین بار مربوط به تقوا با مقدار ۰/۹۶ و کم‌ترین بار مربوط به بهداشت و سلامت با مقدار ۰/۴۸ است که هنوز بسیار بالاتر از مرز پایینی قابل قبول یعنی ۰/۳ است. نتایج R^2 حاکی از آن است که عامل ارزش‌های اخلاق اجتماعی با مقدار ۰/۹۶ بیش‌ترین و ارزش‌های معنوی با ۰/۴۳ کم‌ترین تبیین را نسبت به مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس دارد.



شکل ۳. تحلیل عاملی تأییدی سازه باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس

نتیجه آزمون فریدمن به منظور اولویت‌بندی ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی با مقادیر مجذور کای ۹۳۲/۵۳، درجه آزادی ۳ و در سطح ۹۹ درصد اطمینان، معنی‌دار بود. در نتیجه،

استنباط می‌شود که بین ابعاد مدل از نظر اولویت، تفاوت وجود دارد. میانگین رتبه‌ها نشان داد که ارزش‌های اخلاق اجتماعی با ضریب ۳/۵۶ در اولویت اول قرار دارد و بیشترین تأثیر را بر باورها و ارزش‌های حمایتی دارد. ارزش‌های اخلاق فردی با ضریب ۳/۴۴، ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای با ضریب ۱/۹۳ و ارزش‌های معنوی با ضریب ۱/۰۷ در اولویت‌های دوم تا چهارم قرار دارند. همچنین، به‌منظور بررسی وضعیت موجود مدارس در هر یک از ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی و تعیین معنی‌داری تفاوت میانگین‌ها، از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد. جدول (۶) آماره‌های تک‌نمونه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۶. آماره‌های تک‌نمونه‌ای ابعاد باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس

ابعاد	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
ارزش‌های معنوی	۳۵۰	۲۶/۹۸	۳/۹۷	۰/۲۱۲
ارزش‌های اخلاق فردی	۳۵۰	۴۸/۷۳	۵/۳۲۰	۰/۲۸۴
ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای	۳۵۰	۳۲/۸۹	۳/۷۷۶	۰/۲۰۲
ارزش‌های اخلاق اجتماعی	۳۵۰	۴۸/۷۵	۶/۰۸۱	۰/۳۲۵

باتوجه به اینکه گویه‌های ابزار سنجش ابعاد مدل بر مبنای مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت طراحی شده بود (۵ بالاترین میانگین و ۱ کم‌ترین)؛ محاسبه معنی‌داری میانگین‌ها بر مبنای میانگین فرضی عدد ۳ به‌ازای هر گویه صورت گرفت. با استناد به نمرات نمونه و نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای (جدول ۷)، نتیجه کلی به این صورت قابل تبیین است که تفاوت ابعاد مورد بررسی معنی‌دار است و وضعیت موجود مدارس در ابعاد مدل، بالاتر از میانگین می‌باشد.

جدول ۷. آزمون t تک‌نمونه‌ای ابعاد باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس

ابعاد	فاصله اطمینان ۹۵٪ اختلاف	اختلاف میانگین	مقدار آزمون	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
-------	-----------------------------	-------------------	----------------	-------------	---------------	------------------

					حد بالا	حد پایین	
۰/۰۰۰	۳۴۹	۲۸/۲۱۱	۲۱	۵/۹۸۵	۶/۴۰	۵/۵۷	ارزش‌های معنوی
۰/۰۰۰	۳۴۹	۴۴/۰۶۳	۲۴	۸/۸۹۴	۹/۳۰	۸/۵۰	ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای
۰/۰۰۰	۳۴۹	۴۴/۷۸۰	۳۶	۱۲/۷۳۴	۱۳/۳۰	۱۲/۱۷	ارزش‌های اخلاق فردی
۰/۰۰۰	۳۴۹	۳۹/۲۲۷	۳۶	۱۲/۷۵۱	۱۳/۴۰	۱۲/۱۱	ارزش‌های اخلاق اجتماعی

قضاوت در مورد مطلوبیت میانگین‌ها براساس نظر بازرگان و همکاران (۱۳۹۷) مبنی بر اینکه میانگین بالاتر از ۳/۶۶ مطلوب ارزیابی می‌شود، صورت گرفت. تعریف مقدار آزمون بر این مبنای نشان داد که تفاوت میانگین ابعاد در دامنه ۱/۳۵-۴/۸۳ و در سطح مطلوب قرار دارد. در این میان، ارزش‌های اخلاق اجتماعی با تفاوت میانگین ۴/۸۳ از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار بود و مطلوبیت ارزش‌های معنوی با تفاوت میانگین ۱/۳۵، کم‌تر از سایر ابعاد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی و اعتباریابی مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی و به شیوه اکتشافی انجام شد. از آنجا که اصول دین اسلام باعث می‌شود اصول حاکم بر فرهنگ اسلامی، انعکاس اصول دین باشد (عیوضی، ۱۳۸۶)؛ حاصل یافته‌های بخش کیفی، طراحی مدل در ابعاد: ۱. ارزش‌های معنوی شامل ایمان، تقوا و عبادت؛ ۲. ارزش‌های اخلاق فردی شامل عفت و پاکدامنی، بهداشت و سلامت، کسب حلال و اعتدال؛ ۳. ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای شامل توسعه حرفه‌ای، مشارکت و مسئولیت‌پذیری؛ و ۴. ارزش‌های اخلاق اجتماعی شامل عدالت، اصلاح، وحدت و آداب معاشرت بود. به‌طور کلی، نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی مدارس، گستره وسیعی از ارزش‌ها که توأمان معنویت، فرد، حرفه و اجتماع را دربر می‌گیرد، پوشش می‌دهد. همچنین، تنوع ارزش‌ها نشان داد که تأثیر چندسویه‌ای وجود دارد و نه تنها رفتار اعضا با قرار گرفتن در معرض ارزش‌های سازمانی شکل می‌گیرد، بلکه فرهنگ سازمانی مدارس نیز از ارزش‌های اعضا به‌عنوان موجودی انسانی و نیز عضوی

از جامعه تأثیر می‌پذیرد. این نتایج، با مبانی نظری همخوان است، به طوری که بوئر و فیشر^۱ (۲۰۱۳) ارزش‌های فردی را راهنمای عمل و رفتار می‌دانند؛ شی (۱۹۸۸) اخلاق را رعایت اصول معنوی و ارزش‌های حاکم بر رفتار شخص یا گروه تعریف می‌کند (به نقل از دفت، ۲۰۰۹)؛ میرتاج‌الدین (۱۳۷۴) اخلاق فردی و قراملکی (۱۳۹۰) اخلاق فردی و حرفه‌ای در سازمان را مورد توجه قرار می‌دهند؛ راواس و همکاران (۲۰۰۵) بر اقدامات اخلاقی هدایت‌شده از طریق پایبندی به قواعد، مقررات، قوانین و هنجارهای نهادی تأکید می‌کنند؛ چاکرابتی و باس (۲۰۱۵) بیان می‌کنند هنجارهای اجتماعی به تعیین و هدایت اقدامات اخلاقی مناسب در افراد و سازمان‌ها کمک می‌کند؛ مور^۲ (۲۰۰۵) بر شخصیت عامل اخلاقی به عنوان نیروی محرک رفتار اخلاقی تأکید می‌کند و مک‌ناوتون و راولینگ (۲۰۰۷) بسیاری از وظایف ما مانند وعده‌دادن را ناشی از تعهدات نسبت به دیگران {اجتماع} می‌دانند.

همچنین، نتایج پیرامون مؤلفه‌های هر یک از ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی با نتایج مطالعات هادوی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، عسکری‌وزیری و همکاران (۱۳۹۱)، شاه‌آبادی و عابدی‌جعفری (۱۳۹۰)، رضانی و همکاران (۱۳۹۴)، هاگو و همکاران (۲۰۱۳) و حاجی‌اسماعیلی و اسلامی (۱۳۹۳) که در بستر اسلامی صورت گرفته‌اند، همخوانی دارد. در واقع، مجموع مؤلفه‌های شناسایی‌شده در این پژوهش را می‌توان به صورت پراکنده در مطالعات مختلف یافت به طوری که هادوی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰) ارزش‌هایی چون: ایمان، عبودیت، وحدت، اخوت، تواضع، مهربانی، ایثار، حفظ آبرو، تعاون، صداقت، عفت، گذشت، دستگیری و شکرگذاری را به عنوان ارزش‌های مرتبط با انسان سازمانی برمی‌شمارند. عسکری‌وزیری و همکاران (۱۳۹۱) مؤلفه‌های اخلاص، وجدان‌کاری، مشورت و عدالت را ناظر به ارزش‌ها و امریه‌معروف و نهی‌ازمنکر، پرهیز از ریا، تلاش مضاعف و داوطلبانه، برقراری ارتباط صمیمانه و خودمدیریتی را ناظر به الگوهای رفتاری می‌دانند. شاه‌آبادی و عابدی‌جعفری (۱۳۹۰) ابعاد: ایمان و تقوا، عدالت، محبت و ولایت، وحدت، خدمت‌محوری، وفای به عهد، ایثار، وجدان‌کاری، تعاون و تعظیم شعائر دینی را شناسایی می‌نمایند. زارعی‌متین (۱۳۷۷) تقوای الهی، نظم، وفای به عهد، عدالت و صداقت

1. Boer & Fischer
2. Moore

را به‌عنوان ابعاد فرهنگ سازمانی فهرست می‌نماید. حاجی‌اسماعیلی و اسلامی (۱۳۹۳) به اصول اخلاقی مسئولیت اجتماعی، پرهیز از تجسس و ورود به حریم خصوصی، صداقت، امانت‌داری و عدم دریافت رشوه دست می‌یابد. هاگو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند مسئولیت‌پذیری، ایمان، عدالت، احترام و اعتماد، اخلاص، کار سخت، همکاری، تعالی، اخوت، صداقت و حق‌گویی، اخلاق، تصمیم‌گیری مشورتی، دانش، رفتار خوب، ایثار، پاکی و پاکیزگی از ارزش‌های برجسته هستند. به‌طور کلی، نتایج این بخش بیانگر آن است که باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس با جهان‌بینی فرهنگ اسلامی و اصول حاکم بر آن انطباق دارد، به‌طوری‌که عیوضی (۱۳۸۶) به برخی از این امور مانند توحید، وحدت، معرفت، اعتدال، اجتماعی‌بودن و ... به‌عنوان وجوه تمایز فرهنگ اسلامی از دیگر فرهنگ‌ها اشاره می‌نماید.

بخش دیگر نتایج مبنی بر برازش مدل و اینکه چهار عامل ارزش‌های معنوی، فردی، حرفه‌ای و اجتماعی از قدرت تبیین باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی در مدارس برخوردار هستند، با ادبیات موضوع از جمله مقیمی فیروزآباد (۱۳۹۴)، میرتاج‌الدین (۱۳۷۴)، شکیل‌احمد (۲۰۱۱)، دفت (۲۰۰۹) و قراملکی (۱۳۹۰) همسویی دارد. به‌طوری‌که کینجرسکی و اسکرپینک^۱ (۲۰۰۴) دریافتند که معنویت در محل کار به فرهنگ سازمانی بر می‌گردد. همچنین، ارزش‌های فردی از مهم‌ترین منابعی هستند که دامنه تأثیر آن به محل کار امتداد می‌یابد (دفت، ۲۰۰۹). درواقع، ارزش‌های فردی، اهدافی فردی و فراموقعیتی هستند که از نظر ماهیت با هم متفاوتند و به‌عنوان راهنما در زندگی فرد عمل می‌کنند و با تأثیرگذاری بر انتخاب‌ها، رفتارها و اعمال افراد در حکم محرک رفتار هستند (شوارتز^۲، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، از آنجا که اغلب پژوهشگران، فرهنگ سازمانی را به‌عنوان ارزش‌های مشترک بین اعضا در سطح گروه و سازمان تعریف می‌کنند (هوگان و کوت، ۲۰۱۳)؛ اینکه ارزش‌های اخلاق اجتماعی از قدرت تبیین باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس برخوردارند، با ادبیات موضوع همسو است. درواقع، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، به تعیین و هدایت اقدامات اخلاقی در سازمان‌ها کمک می‌کنند (چاکرabortی و باس، ۲۰۱۵). با این حال، نکته قابل توجه این است که نتایج R^2 حاکی از آن بود که

1. Kinjerski & Skrypnek
2. Schwartz

عامل ارزش‌های اخلاق اجتماعی با مقدار ۰/۹۶ بیش‌ترین تبیین را نسبت به مدل باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس داشته است. بنابراین، به‌جای تلاش برای بسته‌نگه‌داشتن مرز نظام مدارس، باید تلاش‌های گسترده‌ای برای تعدیل یا ایجاد تعادل بین ارزش‌های مورد حمایت مدرسه و فرهنگ جامعه صورت گیرد.

ازسوی‌دیگر، نتایج معنی‌داری تفاوت در اولویت ابعاد مدل باورها و ارزش‌های حمایتی، همخوان با نتایج برازش مدل حاکی از آن است که ارزش‌های اخلاق اجتماعی در اولویت نخست و ارزش‌های معنوی در اولویت آخر قرار دارد. ازاین‌لحاظ، می‌توان گفت براساس ترجیحات اعضای سازمان و میزان تأکیدی که بر هر یک از ابعاد ارزشی فرهنگ سازمانی وجود دارد، فرهنگ‌های متفاوتی می‌تواند در مدارس ظهور و بروز پیدا کند. این نتیجه با نتایج مطالعات وست- ماینس^۱، (۲۰۱۲)، بریانت^۲ (۲۰۱۳)، فرهی‌بوزنجانی و همکاران (۱۳۹۲)، نیکوکار و همکاران (۱۳۹۲) و شاهبندزاده و همکاران (۱۳۸۹) که نشان دادند میان انواع فرهنگ، ابعاد و مؤلفه‌های آن از دیدگاه پاسخ‌دهندگان تفاوت معنی‌داری وجود دارد، همسو می‌باشد، اما با نتایج نَجلی^۳ (۲۰۱۵) که براساس شباهت‌های رایج بین موارد نشان داد که بسیاری از جنبه‌های فرهنگ سازمانی در طول مناطق مختلف، یکسان است و به‌جای تفاوت‌های جدا از هم، یک زنجیره فرهنگ وجود دارد و رحیم‌زاده (۱۳۸۱) که نشان داد فرهنگ سازمانی در تمام جامعه آماری جز یک واحد، یکسان می‌باشد؛ همخوان نیست. همچنین، نکته قابل‌تأمل، قرارگرفتن ارزش‌های معنوی در اولویت آخر ماست که باید تلاش جدی در این زمینه صورت گیرد، به‌طوری‌که برک^۴ (۲۰۰۶) اشاره می‌کند که زندگی سازمانی بدون وحی و الهام و ارتباط دوام ندارد، کارکنان تحلیل می‌روند، خسته و فرسوده می‌شوند و هدف خود را از دست می‌دهند. بنابراین، تمرکز بر معنویت می‌تواند وسیله‌ای برای کنترل محیط، جلوگیری از تعارض، پذیرش اهداف سازمانی و کسب موفقیت باشد (شلنبارجر^۵، ۲۰۰۰).

سرانجام، نتایج معنی‌داری میانگین‌ها نشان داد که وضعیت موجود مدارس در همه ابعاد مدل

1. West-Moynes
2. Bryant
3. Nagele
4. Burke
5. Shellenbarger

باورها و ارزش‌های حمایتی، بالاتر از میانگین و در سطح مطلوب قرار دارد. این امر با نتایج پژوهش‌های فرهنگی و همکاران (۱۳۹۶) و سلطانی (۱۳۹۱) همخوانی دارد. همچنین، با نتایج مطالعات رحیم‌زاده (۱۳۸۱) و زارعی‌متین (۱۳۷۷) که در سازمان‌های غیرآموزشی انجام شده است و محققان دریافته‌اند که وضعیت موجود ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در سطح مطلوب قرار ندارد و بین وضعیت موجود و مطلوب ترسیم شده توسط پاسخ‌دهندگان با توجه به الگوی تدوین‌شده، تفاوت معنی‌داری وجود دارد، همخوانی ندارد. با وجود این، میانگین نمرات ارزش‌های معنوی در مدارس و سطح مطلوبیت آن، پایین‌تر از سایر ابعاد بوده است. در نتیجه، با این استدلال که معنویت در محل کار می‌تواند تأثیر اخلاقی مثبتی بر بافت سازمانی داشته باشد (گایکلون و جار کیویکز، ۲۰۰۳)؛ می‌توان گفت که بُعد ارزش‌های معنوی فرهنگ سازمانی در مدارس، نیازمند ارتقا و بذل توجه بیشتری است.

در نهایت، ارزش‌های اخلاقی از اجزای حیاتی فرهنگ است (راواس و همکاران، ۲۰۰۵) و به‌عنوان راهنما به افراد کمک می‌کنند چگونه رفتار کنند و با دیگران از جمله کسانی که با آنها کار می‌کنند، تعامل داشته باشند (پارکس - لودوک و همکاران، ۲۰۱۵). در واقع، ارزش‌ها مانند قطب‌نما، رفتار ما را هدایت می‌کنند (هافستد و همکاران، ۲۰۱۰). با این حال، چون افراد، ارزش‌ها را از فرهنگی که در آن پرورش می‌یابند، یاد می‌گیرند و رفتارشان براساس آنها شکل می‌گیرد (راواس، ۲۰۰۱)؛ این مطالعه توانست براساس نظام ارزشی اسلام که قطعی و ابدی است (میرعمادی و همکاران، ۲۰۱۵)، به مؤلفه‌هایی دست یابد که ضمن ریشه در فرهنگ جامعه از جهان‌بینی افراد نشئت گرفته و منشأ رفتار قابل مشاهده آنان باشد. به این معنا، از آنجا که دیدگاه اسلامی به دلیل جامع، معتدل و واقع‌بینانه بودن، برای توضیح اخلاق مناسب‌ترین است (الایداروس^۲ و همکاران، ۲۰۱۳)، مدل این پژوهش، چارچوب مناسبی جهت شناخت باورها و ارزش‌های حمایتی فرهنگ سازمانی مدارس در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهد.

همچنین، از آنجا که درک فرهنگ مدرسه، پیش‌نیاز ایجاد مدارس موفق است (هوی و میسکل،

1. Giacalone & Jurkiewicz
2. al-Aidaroos

۲۰۰۱: ۲۲۰)، اکنون که مراحل اجرایی سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش کشور دنبال می‌شود، براساس نتایج این پژوهش، ضرورت دارد مسئولان در سطح کلان سیاست‌گذاری یا رهبران آموزشی در سطح منطقه‌ای، با اتخاذ رویکردهایی از قبیل نمادسازی ارزش‌های فرهنگ سازمانی، نسبت به تغییر یا تثبیت ارزش‌های معنوی، فردی، حرفه‌ای و اجتماعی در مدارس مبادرت نمایند. در غیراین صورت، تلاش‌های تحول بنیادین موفقیت‌آمیز نخواهد بود و "سازمان به سرعت به وضعیت موجود برمی‌گردد" (کامرون و کویین، ۲۰۱۱: ۱۳). سرانجام، براساس نتایج مبنی بر معنی‌داری تفاوت بین اولویت‌ها و مطلوبیت وضعیت موجود، پیشنهاد می‌شود که رهبران آموزشی به منظور تعادل در اولویت‌ها و تثبیت وضعیت موجود، از توجه منحصر به یک بُعد، سازماندهی سالیانه و جابه‌جایی زیاد کارکنان در سطح مدارس پرهیز نمایند. سرانجام، به منظور تداوم مطالعات فرهنگی با رویکرد اسلامی، پیشنهاد می‌شود که محققان نسبت به توسعه مدل شناخت سایر سطوح فرهنگ سازمانی مدارس یا نسبت به آزمون این مدل در سایر سازمان‌های آموزشی مانند دانشگاه‌ها یا سازمان‌های کسب‌وکار و مقایسه آن با فرهنگ مدارس، اقدام نمایند.

منابع

- قرآن کریم (۱۳۹۶). ترجمه بهاء‌الدین خرمشاهی، تهران: دوستان.
- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش، دوره سوم، شماره دوم: ۴۴-۱۵.
- بازرگان هرندی، عباس؛ حجازی، یوسف و اسحاقی، فاخته (۱۳۹۷). فرایند اجرای ارزیابی درونی در گروه‌های آموزشی دانشگاهی (راهنمای عمل)، تهران: دوران.
- تقدیسی، محمد (۱۳۸۹). تحلیل و بررسی سودگرایی و نقد آن از منظر اخلاق اسلامی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته فلسفه اخلاق، دانشگاه قم.
- حاجی‌اسماعیلی، محمد و اسلامی، سیدحسن (۱۳۹۳). معیارهای اخلاق اسلامی در خبرنگاری. معرفت اخلاقی، دوره پنجم، شماره دوم: ۵۹-۸۰.
- خدای، سهیلا و اصانلو، بهاره (۱۳۹۴). طراحی مدل رفتار اخلاقی کارکنان باتأکید بر نقش ارزش‌های اخلاقی سازمان. اخلاق در علوم و فناوری، دوره دهم، شماره اول: ۹۶-۱۰۶.
- دیبری، احمد (۱۳۸۹). فضیلت‌گرایی در اخلاق. معرفت اخلاقی، دوره دوم، شماره پنجم: ۲۲-۵.
- رحیم‌زاده، محمود (۱۳۸۱). بررسی فرهنگ سازمانی در گروه صنایع جدید، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی.
- رمضانی، یوسف؛ رحیم‌نیا، فریبرز؛ مرتضوی، سعید و ملک‌زاده، غلامرضا (۱۳۹۴). قوم‌نگاری: استراتژی برای فهم فرهنگ سازمانی. پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره هشتم، شماره بیست و نهم: ۲۵-۵.
- زارعی‌متین، حسن (۱۳۷۷). تبیین الگوی فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش اسلامی در محیط کار و اثر آن بر رضایت شغلی. مجتمع آموزش عالی قم، دوره اول، شماره یکم: ۱۱۹-۱۳۸.
- سلطانی، محمدرضا (۱۳۹۱). تحلیل وضعیت و طراحی الگوی مطلوب فرهنگ سازمانی یکی از سازمان‌های نیروهای مسلح مبتنی بر مبانی دینی و ارزش‌های انقلاب اسلامی. مدیریت اسلامی، دوره بیستم، شماره یکم: ۹۹-۱۲۲.
- شاه‌آبادی، محمدمهدی و عابدی‌جعفری، حسن (۱۳۹۰). درآمدی بر روش بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم. روش‌شناسی علوم انسانی، دوره هفدهم، شماره شصت و ششم: ۹۷-۱۱۶.
- شاهبندزاده، حمید؛ محمدی یگانه، رضا و حسن‌پور، ندا (۱۳۸۹). ارزیابی فرهنگ سازمانی نیروی انتظامی و مقایسه آن با دانشگاه علوم پزشکی، سازمان دارایی و کشتی‌سازی: مدل ارزش‌های رقیب. فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، دوره اول، شماره سوم: ۳۱-۵۲.

عسکری وزیری، علی؛ زارعی متین، حسن و امیری، علینقی (۱۳۹۱). ارائه الگوی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با رویکرد اسلامی و مبتنی بر نهج البلاغه. *مدیریت در دانشگاه اسلامی*، دوره سوم، شماره سوم: ۴۰۱-۴۲۲.

عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۶). فرهنگ اسلامی: مفاهیم، ویژگی‌ها و اصول. *زمانه*، شماره پنجاه و هشتم: ۱۸-۲۸.

فانی، کامران و خرمشاهی، بهاء‌الدین (۱۳۸۰). *فرهنگ موضوعی قرآن مجید (الفهرس الموضوعی للقرآن الکریم)*، تهران: ناهید، چاپ چهارم.

فرهی، علی؛ ابراهیمی، الهام؛ سلطانی، محمدرضا و هوشنگی، مهدی (۱۳۹۶). سنجش وضعیت موجود فرهنگ سازمانی با توجه به الگوی مطلوب: کاربرد رویکرد آمیخته. *مطالعات رفتار سازمانی*، دوره ششم، شماره دوم: ۱-۲۵.

فرهی بوزنجانی، برزو؛ سنجقی، محمدابراهیم؛ بازرگانی، محمد و سلطانی، محمدرضا (۱۳۹۲). طراحی و تبیین مدل شناخت، سنجش و مدیریت فرهنگ سازمانی. *راهبرد فرهنگ*، دوره بیست و یکم، شماره یکم: ۱۱۳-۱۳۸.

قدسیان، نرگس؛ درانی، کمال؛ پورشافعی، هادی و اسدی‌یونسی، محمدرضا (۱۳۹۴). الگوی فرهنگ سازمانی سازمان‌های آموزشی (EOCM) (مورد مطالعه: آموزش و پرورش شهر بیرجند). *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره سیزدهم، شماره دوم: ۳۴۱-۳۶۵.

قراملکی، احد فرامرز (۱۳۹۰). *درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای*، تهران: سرآمد، چاپ چهارم. مقیمی فیروزآباد، معصومه (۱۳۹۴). *طراحی الگوی اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشی با رویکرد اسلامی-ایرانی*، رساله دکتری در رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه علامه طباطبائی.

مؤمنی‌راد، اکبر؛ علی‌آبادی، خدیجه؛ فردانش، هاشم و مزینی، ناصر (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج. *اندازه‌گیری تربیتی*، دوره چهارم، شماره چهاردهم: ۱۸۷-۲۲۲.

میرتاج‌الدین، سیدمحمدرضا (۱۳۷۴). *اخلاق کارگزاران حکومت از دیدگاه اسلام*، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، مرکز چاپ و نشر، چاپ اول.

نیکوکار، غلامحسین؛ سلطانی، محمدرضا و نیاوند، عباس (۱۳۹۲). طراحی الگوی بومی شناخت و سنجش فرهنگ سازمان‌های نظامی و انتظامی جمهوری اسلامی ایران. *مدیریت دولتی*، دوره پنجم، شماره سوم: ۱۴۳-۱۶۳.

هادوی نژاد، مصطفی؛ نقی پورفر، ولی‌الله و دانایی فرد، حسن (۱۳۹۰). پیش‌فرض‌ها و ارزش‌های فرهنگ سازمانی اسلامی: پژوهشی در چارچوب مدل فرهنگ سازمانی شاین. مدیریت و پیشرفت، دوره چهل و هفتم، شماره دوم: ۹۳-۱۲۰.

- Al-Aidaros, A. H., Shamsudin, F. M. & Idris, K. M. (2013). Ethics and ethical theories from an Islamic perspective. *International Journal of Islamic Thought*, 4(1), 1-13.
- Argyris, C. (2010). **Organizational traps: Leadership, culture, organizational design**. Oxford University Press Inc, New York.
- Boer, D. & Fischer, R. (2013). How and when do personal values guide our attitudes and sociality? Explaining cross-cultural variability in attitude-value linkages. *Psychological bulletin*, 139(5), 1113-1147.
- Bryant, S. (2013). Organizational culture of Mississippi hospitals as perceived by laboratory professionals. *Clinical Laboratory Science*, 26, 147-152.
- Burke, R. (2006). Leadership and spirituality. *Foresight*, 8(6), 14-25.
- Cameron, K. & Quinn, R. E. (2011). **Diagnosing and changing organizational culture. Based on the competing values framework**. (3rd Ed.). CA: Jossey Bass, San Francisco.
- Chakrabarty, S. & Erin Bass, A. (2015). Comparing Virtue, Consequentialist, and Deontological Ethics-Based Corporate Social Responsibility: Mitigating Microfinance Risk in Institutional Voids. *Journal of Business Ethics*, 126(3), 487-512.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). **A first course in factor analysis**. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Creswell, J. W. (2012). **Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research** (4th Ed.). Upper Saddle River, Pearson Education, New Jersey.
- Daft, R. L. (2009). **Organization Theory and Design** (9nd Ed.). US: South-Western Cengage Learning.
- Darwall, S. L. (2003). **Consequentialism**. Oxford: Blackwell.
- Denison, D. R., Hooijberg, R., Lane, N. & Lief, C. (2012). **Leading culture change in global organizations: Aligning culture and strategy**. NY: Jossey-Bass, New York.
- Edwards, S. R. (2011). **Leadership style and institutional culture in rural Title 1 schools with sustained AYP attainment**. A dissertation for the Degree of doctor of philosophy, Mercer University.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. & Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *Sage Open*, 4(1), 1-10.
- Flamholtz, E. G. & Randle, Y. (2012). Corporate culture, business models, competitive advantage, strategic assets and the bottom line: Theoretical and measurement issues. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 16(2), 76-94.
- Giacalone, R. A. & Jurkiewicz, C. L. (2003). **Handbook of workplace spirituality and organizational performance**. Sharpe, Armonk, NY.
- Gibbs, C. (2012). Corporate citizenship and corporate environmental performance. *Crime, Law, and Social Change*, 57, 345-372.
- Guthrie, J., Yongvanich, K. & Ricceri, F. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 5, 282-293.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2010). **Cultures and organization: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival** (3rd Ed.). NY: McGraw Hill, New York.

- Hogan, S. J. & Coote, L. V. (2013). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. **Journal of Business Research**, 67, 1609–1621.
- Hoque, N., Aktaruzzaman Khan, M. & Mowla, M. (2013). Organisational culture: features and framework from Islamic perspective. **Humanomics**, 29(3), 202-219.
- Hoy, W. K. & Miskel, C. G. (2001). **Educational administrators: Theory, research and practice** (6th Ed.). MA: McGraw Hill, Boston.
- Kinjerski, V. M. & Skrypnek, B. J. (2004). Defining spirit at work: finding common ground. **Organizational Change Management**, 17(1), 26-42.
- Kujala, J. & Pietiläinen, T. (2004). Female managers' ethical decision-making: A multidimensional approach. **Journal of Business Ethics**, 53(1-2), 153-163.
- Maximini, D. (2015). **The Scrum Culture, Management for Professionals**. Springer International Publishing, Switzerland.
- McLean, L. D. (2005). Organizational culture's influence on creativity and innovation: A review of the literature and implications for human resource development. **Advances in developing human resources**, 7(2), 226-246.
- McNaughton, D. A. & Rawling, J. P. (2007). **Deontology**. In Ashcroft, R. E., Dawson, A., Draper, H., & McMillan, J. (Eds.), *Principles of health care ethics* (pp. 65-71). John Wiley & Sons, England.
- Miremadi, A., Jalili, S. R. & Sharbatoghile, A. (2015). An Analysis of GLOBE's Organization Culture on Work Ethics: A Case Study of Iran. **International Business and Management**, 10(1), 55-61.
- Moore, G. (2005). Corporate character: Modern virtue ethics and the virtuous corporation. **Business Ethics Quarterly**, 15(4), 659–685.
- Nagele, D. (2015). **Evolution of Culture among Warning System Organizations**. A dissertation of Doctor of Philosophy in Disaster Science and Management, Delaware University.
- O'Reilly, C. A., Caldwell, D. F., Chatman, J. A. & Doerr, B. (2014). The promise and problems of organizational culture: CEO personality, culture, and firm performance. **Group & Organization Management**, 39, 595–625.
- Orji, I. E. (2016). **Towards collaboration between lawyers and social workers: A content analysis of joint degree programs**. City University of New York.
- Owens, R. G. & Valesky, T. C. (2011). **Organizational Behavior in Education: Leadership and School Reform**. (10th Ed). Upper Saddle River, Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Rawwas, M. Y. (2001). Culture, personality and morality: A typology of international consumers' ethical beliefs. **International Marketing Review**, 18(2), 188-211.
- Rawwas, M. Y. A., Swaidan, Z. & Oyman, M. (2005). Consumer ethics: A cross-cultural study of the ethical beliefs of Turkish and American consumers. **Journal of Business Ethics**, 57(2), 183–195.
- Rousseau, D. M. (1990). **Assessing organizational culture: The case for multiple methods**. In B. Schneider (Ed.), *Organizational climate and culture* (pp. 153-193). Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Rus, M. & Rusu, D. O. (2015). The Organizational Culture in Public and Private Institutions. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 187, 565-569.
- Schein, E. H. (2010). **Organizational culture and leadership** (4rd Ed.). Jossey-Bass, Hoboken, New Jersey.
- Schwartz, S. (2013, May). **Value priorities and behavior: Applying**. In *The psychology of values: The Ontario symposium*, 8, 1-24.

- Shakil Ahmad, M. (2011). Work ethics: An Islamic prospective. **International Journal of Human Sciences**, 8(1), 850-859.
- Shellenbarger, S. (2000). More Relaxed Boomers, Fewer Workplace Frills and Other. Job Trends. **Wall Street Journal**, December 27, p. B-1.
- Short, P. M. & Greer, J. T. (2002). **Leadership in empowered schools: Themes from innovative efforts**. Upper Saddle River, Pearson Education, New Jersey.
- Tanner, C., Medin, D. L. & Iliev, R. (2008). Influence of deontological versus consequentialist orientations on act choices and framing effects: When principles are more important than consequences. **European Journal of Social Psychology**, 38(5), 757-769.
- Thomas, J. D. (2013). **Inside Organizational Culture: Evaluating Cultural Assessment Tools and Methods**. A dissertation for the Degree of doctor of philosophy, Norman, Oklahoma University.
- Thomson, A. (1999). **Critical Reasoning in Ethics: A Practical Introduction**, first edition. Routledge, London & New York.
- Uddin, M., Luva, R. & Hossian, S. (2013). Impact of organizational culture on employee performance and productivity: A case study of telecommunication sector in Bangladesh. **International Journal of Business and Management**, 8(2), 63-77.
- Villegas, M. (2014). **Codes of ethics, ethical behavior, and organizational culture from the managerial approach: A case study in the Colombian banking industry**. Doctoral dissertation, Jones International University.
- West-Moynes, ML. H. (2012). **A Study of Organizational Culture in Ontario Colleges with High Student Satisfaction**. A thesis for the degree of Doctor of Philosophy, Ontario, Toronto University.