

بررسی تأثیر معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده: واکاوی دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد نقده و واحد سولدوز

نادر بهلولی / استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران

alihediyat1365@gmail.com

علی هدایت فسندوز / مدرس گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نقده، نقده، ایران

مهدی ایمانی حسنلویی / استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نقده، نقده، ایران

دریافت: ۹۶/۱۱/۱۰ - پذیرش: ۹۷/۳/۱۲

چکیده

قرآن کریم یک الگوی کامل برای رفتارهای سالم و اخلاقی در روابط اجتماعی و فردی است و آگاهی اخلاقی منجر به رفتار اخلاقی خواهد شد. هدف این پژوهش، تبیین تأثیر معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده، در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل سولدوز و واحد نقده می‌باشد. روش پژوهش، به لحاظ هدف کاربردی، و از حیث جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی - همبستگی با استفاده از الگوی معادلات ساختاری است. از جامعه آماری تحقیق با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده، تعداد ۳۰۲ نفر برای نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، شامل پرسش‌نامه معنویت پاریسیان و دونینگ، و پرسش‌نامه رفتار اخلاقی لوزیر می‌باشد. به منظور آزمون نیکویی برازش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی تجزیه و تحلیل صورت گرفت. نتایج تحلیل نشان داد، معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر مثبت و معناداری دارد. معنویت ۰/۳۹ از تغییرات رفتار اخلاقی در خانواده را تبیین می‌کند. از میان ابعاد معنویت، فعالیت معنوی ۰/۲۹، اهمیت اعتقادات معنوی ۰/۲۹، خودآگاهی ۰/۲۰ و نیازهای معنوی معادل ۰/۱۶ از تغییرات رفتار اخلاقی را تبیین می‌کند. ضریب معناداری مسیر معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده معادل ۶/۳۶ می‌باشد که از مقدار معیار ۱/۹۶ بیشتر است.

کلیدواژه‌ها: معنویت، رفتار اخلاقی، خانواده، معادلات ساختاری.

مقدمه

امروزه رفتار اخلاقی در تعاملات اعضای خانواده‌ها، یکی از عوامل مؤثر در مستحکم‌تر شدن پیوند اعضای خانواده و تقویت بنیان خانواده است. دانشجویان در زمینه‌های مختلف تحصیلی یا فرهنگی، ممکن است دانش، دیدگاه‌ها، شیوه‌ها و هنجارهای مختلف مربوط به رفتار اخلاقی را داشته باشند (باباکتاروا و وودکاک، ۲۰۱۷، ص ۱۱۳۴). دانشجویان در استفاده از قضاوت اخلاقی در زندگی و دانش انتزاعی اخلاق برای انتقال رفتار اخلاقی مربوط باید از آگاهی و اعتماد به نفس، برخوردار باشند.

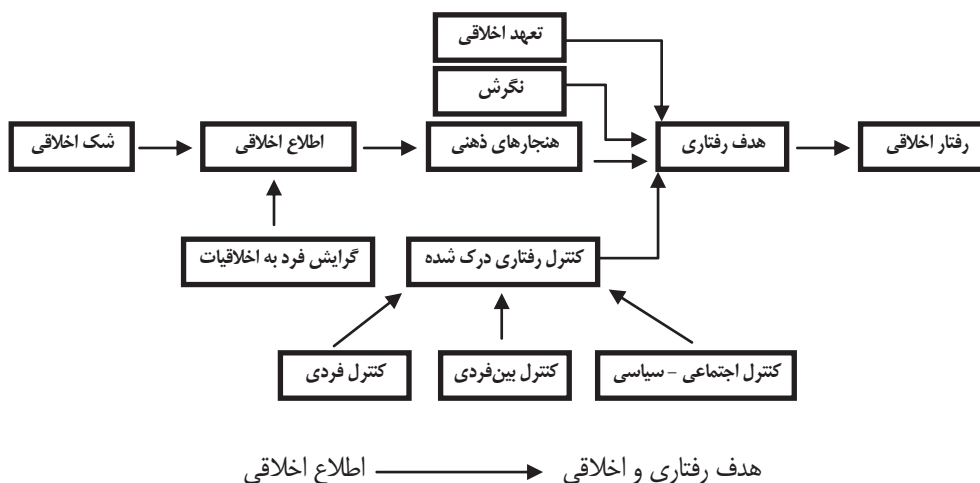
هر فردی دارای یک صفت رفتاری است و اسلام بر نیاز فرد صفت رفتاری خوب تأکید می‌کند؛ که در رفتار فردی شامل فضایل انسانی مانند فروتنی، رفتار خوب، سادگی، کنترل خود و اعتماد است (زکیه و همکاران، ۲۰۱۷، ص ۲). اخلاق به مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها تعریف شده است. خانواده‌ها برای رسیدن به کرامت اخلاقی بایدها را تقویت می‌کنند و برای دور شدن نبایدها را حذف می‌نمایند. با توجه به اینکه خانواده به عنوان یک سازمان کوچک در نظر گرفته می‌شود، نهادینه شدن رفتارهای اخلاقی در آن می‌تواند منجر به ایجاد جامعه‌ای با روابط انسانی سالم شود. اگر رفتار اخلاقی، به معنای تمایز رفتار درست و غلط در نظر گرفته شود، افراد را به آنچه باید انجام دهند و آنچه نباید انجام دهند، هدایت می‌کند. بنابراین، عمل بر اساس رفتار اخلاقی در میان اعضای خانواده با در نظر داشتن رفتارهای معنوی، افرادی دلسوز، مهربان و نیک‌اندیش را برای جامعه آماده می‌کند. اخلاق خوب در خانواده تأثیر مثبت بر فعالیت‌های افراد دارد و ارتباطات بین اعضای خانواده را بهبود می‌سازد و خطرات بد اخلاقی و رفتارهای غیرعقلایی را که تأثیر مخربی بر بنیان خانواده و جامعه دارد؛ کاهش می‌دهد. نظریه‌های پست‌مدرن، سازمان‌های موجود را به چالش وا می‌دارد و اندیشه‌هایی دربارهٔ واقعیات بدیل القا می‌کند و همزمان نیز پرسش‌های اخلاقی را مطرح می‌سازد و خودآگاهی از طریق بازاندیشی را برجسته می‌کند و بدین ترتیب، از تغییر سازمانی به وسیلهٔ تحول شخصی حمایت می‌نماید (جوهرچ، ۱۳۹۶، ص ۶۲۵). بنابراین، تحول شخصی از طریق خودآگاهی - که از مؤلفه‌های معنویت است - می‌تواند در جهت پاسخ‌دهی به پرسش‌های اخلاقی پست‌مدرن‌ها مؤثر واقع شود و اخلاق معنوی را وارد سازمان‌ها و خانواده‌ها کند. عملکرد اخلاقی و آگاهی به آن، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت بلندمدت یک فرد محسوب می‌شود. افراد با رفتار اخلاقی می‌توانند یک وضعیت شراکت قابل اعتماد و قابل قبول در زندگی اجتماعی و فردی را به دست آورند و حتی هنجارهای درک‌شدهٔ یک سازمان یا گروه، با یک مبنای اخلاقی نشان داده می‌شود که در خانواده شکل گرفته است (بیلاک و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۲۰). کارکنان پیش از پیوستن به یک سازمان، از نهادهای فرهنگی متعددی نظیر خانواده، اجتماع، ملت، حکومت، اماکن مذهبی، نظام‌های آموزشی و سازمان‌های دیگر تأثیر پذیرفته‌اند و این انجمن‌ها نگرش‌ها، رفتار و هویت آنان را شکل می‌دهند (جوهرچ،

۱۳۹۶، ص ۳۴۵). با شکل‌گیری نگرش در محیط‌های مذهبی، خانواده و اجتماعی، اخلاقی همراه با خوداحترامی و احترام به دیگران شکل می‌گیرد. همهٔ انسان‌ها مجموعه‌ای ارزش‌های کلیدی دارند؛ مانند ارزش‌های اخلاقی و ارزش‌های اجتماعی، که همیشه توسط آن ارزش‌ها و اعتقادات هدایت می‌شوند (ساکسنا و آواستی، ۱۳۹۶، ص ۱۳۰). معنویت، عامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی در ارتباط با دیگران و حس مسئولیت‌پذیری نسبت به خانواده است و افراد خانواده باید به صورت دائمی در پی رشد و پرورش رفتارهای اخلاقی باشند.

رفتار اخلاقی و غیراخلاقی که هر فردی در محیط کار انجام می‌دهد، از دو منبع نشئت می‌گیرد: سطح تحول اخلاقی خود فرد؛ و فرهنگی که به او منتقل شده است (فردادو، ۲۰۰۹). خانواده به‌عنوان محیط فرهنگی، نقش مؤثری در انتقال رفتارهای اخلاقی دارد؛ چراکه انسان بعد از تولد باید با فضایل اخلاقی تربیت شود. انسان‌هایی که با فضایل اخلاقی بالا تربیت شوند؛ در برابر فساد و ناهنجاری‌ها ایستادگی خواهند کرد. از این‌رو، نقش خانواده به‌عنوان ابتدایی‌ترین مرجعی که نقش اساسی در تربیت افراد دارد، برجسته است؛ چون رفتار اخلاقی رویکردی اساسی برای حذف ناهنجاری‌های اخلاقی دارد. از سوی دیگر، رفتار اخلاقی را به‌عنوان یک عمل فردی مداوم مطابق با ارزش‌های خودش تعریف می‌کنند. معنویت، نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌ها، اقدامات و انتخاب‌های اخلاقی افراد دارد (امین و همکاران، ۲۰۱۱، ص ۲۸). رفتار اخلاقی می‌تواند بهترین راه‌حل برای بازگرداندن اعتماد به نفس و تصویری بهتر از زندگی باشد (لیوا لاپیولس و همکاران، ۲۰۱۲، ص ۹۲۲).

مدل رفتار اخلاقی شامل نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک شده و تعهدات اخلاقی، قدرت پیش‌بینی‌کنندهٔ بیشتری را نسبت به نظریهٔ سنتی رفتار مدل‌های برنامه‌ریزی رفتار اخلاقی ارائه می‌دهد. رفتارهای اخلاقی و فضیلت‌های اخلاقی، شخص را قادر می‌سازد تا به شیوه‌هایی عمل کند که بهترین اهداف متمایز و بالاترین درجات انسانی را به دست آورد (پین‌اوچ و رورکی، ۲۰۱۷، ص ۲۵۲). مدل رفتار اخلاقی‌ای که توسط *بایاکتاروا* و *وودکاک* (۲۰۱۷) ارائه کرده‌اند، یک مدل جدید برای پیش‌بینی آگاهی اخلاقی و رفتار اخلاقی است که در نمودار ۱، ترسیم شده است. در مرحلهٔ اول، فرد در دوره‌ای تصمیم‌گیری رفتار اخلاقی و غیراخلاقی قرار می‌گیرد. در صورتی که فرد گرایش به اخلاقیات داشته باشد، ملاحظات اخلاقی را مدنظر قرار می‌دهد، که این گرایش‌ها شامل تعهد اخلاقی، نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتارهای درک‌شده‌اند، و همزمان این عوامل نیز تحت تأثیر کنترل فردی، کنترل بین‌فردی و کنترل سیاسی و اجتماعی هستند که منجر به یک هدف رفتاری و تصمیم‌گیری می‌شوند؛ و در نهایت، با به کار بستن تمامی این مؤلفه‌ها و تأثیر آنها در تصمیم‌گیری، رفتار اخلاقی شکل می‌گیرد.

نمودار ۱. اقتباس از Woodcock.Bairaktarova (۲۰۱۷)



معنویت

یکی از ویژگی‌های برجسته جامعه مدرن، محبوبیت فوق العاده معنویت و گسترش آن است و استفاده از آن در رسانه‌های مردمی به طور فزاینده‌ای در سطح جهانی در حال گسترش است. افراد معنوی در کسب و کار و ارتباطات خانوادگی به طور اخلاقی عمل می‌کنند. افراد معنوی به چیزی فراتر از جهان مادی اعتقاد دارند که در نهایت به همه چیز ارزش می‌دهند. معنویت در اسلام، مبتنی بر دین، و سرچشمه آن قرآن کریم و مکتب اسلامی است و می‌تواند ظرفیت نوآوری و خلاقیت افراد را افزایش دهد و موجب افزایش ارتباطات افراد و همچنین رفتار اخلاقی در تعاملات فردی شود. معنویت برای اجتماع، انسانیت و مسئولیت به ارمان می‌آورد. در واقع، تقریباً از نیمه دوم قرن نوزدهم در اروپا و در غرب به‌طور کلی، اعم از اروپای باختر و آمریکا و کانادا، بحثی تحت عنوان معنویت مطرح شد. با وجود این، گرایش به معنویت را از لحاظ تاریخی می‌توان به مسیحیانی بازگرداند که میان مکاتب گوناگون معنویت، مانند معنویت عرفای اسپانیا یا فلاندری یا مثلاً آرتدکس روسی تفاوت قائل شده‌اند؛ اما این واژه پیش از این در زمینه‌های مقایسه اجتماعی در قرن نوزدهم به کار رفته بود (ضیائی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۶۹). معنویت دربر گیرنده مفهومی از احساس تمامیت، پیوستگی و درک ارزش‌های عمیق در کار و زندگی است. معنویت در کار، دربر گیرنده تلاش برای جست‌وجو و یافتن هدف غایی در هر فرد برای زندگی کاری به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی است که به گونه‌ای در کارش مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی هر فرد با ارزش‌های سازمان اوست (غفاری و رستم‌نیا، ۱۳۹۵، ص ۱۵۰). دین، به معنای اقرار بشر به نیروی فرابشر ناظر و به‌ویژه تصدیق خدای متشخص سزاوار تسلیم و

پرستش آمده است. دین، به معنای نظام اعتقاد به خداوند یا نیروی فرا بشری، شعائر یا دیگر مراسم متمایل به چنین نیرویی است؛ اما در مقابل، معنویت تجربه‌ای است که همراه با آگاهی یافتن از یک بعد غیرمادی است و ارزش‌های قابل تشخیص آن را معین می‌سازد. این ارزش‌ها به دیگران، خود، طبیعت و زندگی مربوطاند و به هر چیز که فرد به عنوان هدف قلمداد می‌کند، اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر، معنویت آگاهی از بعد غیرمادی، داشتن معنا و هدف در زندگی، داشتن رسالت در زندگی، تقدیس زندگی، احساس نوع دوستی و آگاهی از تراژدی زندگی خود و دیگران است (محتشمی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۸)؛ معنویت جست‌وجویی مداوم برای یافتن معنا، هدف و فرجامی معین است. معنویت به مثابه نیرویی انرژی‌زا، انگیزاننده، الهام‌بخش و روح‌بخش زندگی است (کاوانا، ۱۹۹۹)؛ اما در یک تعریف به نسبت جامع‌تر و دقیق‌تر، معنویت تلاشی است در جهت پرورش حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، محیط طبیعی و متافیزیک (ماوراءالطبیعه)، که این تلاش و کوشش همواره در پی وحدت بخشیدن و یگانگی به این حساسیت‌ها و جهت‌دهی به سوی سعادت در راستای انسان کامل شدن است (ضیائی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۷۰). بررسی پیشینه نظری نشان می‌دهد که معنویت می‌تواند بر رفتار اخلاقی کارکنان اثرگذار باشد (ویهویی، ۲۰۱۳). به عبارت دیگر، می‌توان گفت معنویت مربوط به امور غیرمادی است و اساس زندگی انسان در ابعاد مختلف از جمله، زندگی فردی، خانودگی، کاری و علمی را دربر می‌گیرد؛ بدین معنا که آدمی به منظور ارضای خواسته‌های انسانی خود در بُعد روحی، همواره باید به یک منشأ معنوی متصل باشد تا بتواند در زندگی خود به پیش برود. تعریف معنویت به‌عنوان یک پدیده جامع و جهانی است، شامل «ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی که به طور ذاتی برای خود و دیگران انگیزه می‌دهند تا از طریق فرا خواندن و عضویت میل به یافتن هدف نهایی در زندگی و زندگی در آن» را دریابند (هاروارد، ۲۰۰۲؛ فرای، ۲۰۰۳؛ شارما، ۲۰۱۰). توسعه معنوی، توسعه مداوم، بیداری، معنویت از طریق تفکر بازتابنده (دیلیسک، ۱۹۹۹). افراد معنوی توانایی ارزیابی‌های بالا و دارای ویژگی‌ها مانند خلاقیت، صداقت، قدرت، اخلاق، اعتماد و انعطاف‌پذیری را نشان می‌دهند.

هائسمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان، «نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت»، نشان دادند که با افزایش جهت‌گیری اجتماعی و معنویت، بر میزان رفتار اخلاقی افزوده می‌شود. از سویی، با افزایش جهت‌گیری اجتماعی، بر میزان معنویت نیز افزوده می‌شود. یافته‌های حاصل از تحلیل مسیر نشان داد که جهت‌گیری اجتماعی، به صورت مستقیم بر رفتار اخلاقی تأثیر می‌گذارد یا این تأثیر گذاری، به صورت غیرمستقیم با میانجی‌گری معنویت صورت می‌گیرد. از طرفی، داده‌های حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد مؤلفه‌های معنویت و جهت‌گیری اجتماعی می‌توانند به صورت ترکیبی، بخشی از تغییرات رفتار اخلاقی را پیش‌بینی کنند.

محتشمی (۱۳۹۲) در تحقیق خود با عنوان «نقش معنویت در ارتقای اثربخشی سازمان»، نتایج به دست آمده تمامی فرضیات پژوهش را - که بیانگر وجود رابطه معنادار بین معنویت و سه سطح آن با اثربخشی سازمانی است - تأیید می کند. این پژوهش نشان می دهد که موضوع معنویت، از عوامل بسیار مهمی است که می تواند در سازمان ها و مؤسسات تأثیر گذار باشد.

نتایج یافته تحقیق ضیائی و همکاران (۱۳۸۷) حاکی از آن است که بین رهبری معنوی و توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین توانمندسازی کارکنان با چشم انداز سازمانی، عشق به نوع دوستی، ایمان به کار، معناداری در کار و عضویت در سازمان، رابطه علی معنادار و مثبت، با تعهد سازمانی رابطه منفی، و با بازخورد عملکرد، رابطه علی معنادار و معکوسی وجود دارد.

در پژوهش دیگری که توسط فرهنگی و رستگار (۱۳۸۵) صورت گرفت، مشخص شد که میان معنویت و ارتباطات بین فردی رابطه وجود دارد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۳۶).

گیلانی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود، وجود رابطه معنادار بین معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی را تأیید کردند.

میرزا محمدی و همکاران (۱۳۹۰)، در یافته های تحقیق خود نشان دادند که بین ابعاد مختلف و معنویت با سلامت جسمی، روانی و اجتماعی، رابطه مثبت وجود دارد؛ به گونه ای که باورهای دینی می تواند فرد را به سوی کمال و تعالی، و در نتیجه سلامت روانی و جسمی و نهایتاً سلامت اجتماعی هدایت کنند.

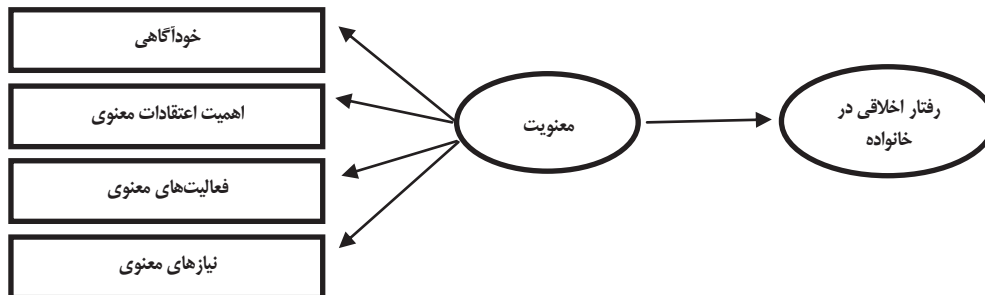
تحقیقی در بین سه دانشگاه در کالیفرنیا جنوبی تحت عنوان «مقایسه معنویت و دین» انجام گرفت. در این تحقیق، معنویت به معنای تمایل درونی و ذاتی موجود در هر فرد برای رسیدن به کمال، درک معنایابی و هدف اصلی زندگی تعریف شد و دین به معنای وابستگی و ارتباط داشتن به یک تشکل و نهاد و باورهای ساختاری یک سیستم تلقی گشت. تقریباً شصت درصد از آنان نگرش مثبت به معنویت داشتند؛ در حالی که سی درصدشان نسبت به هر دو، دیدگاهی مثبت داشتند (محتشمی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۹).

بیلاک و همکاران (۲۰۱۰) در مقاله خود با عنوان «الزامات برنامه ریزی اخلاقی جامع به عنوان پیش شرط رفتار اخلاقی سازمان» نشان دادند که اعتبار و رفتار اخلاقی یک شرکت می تواند تنها از طریق برنامه ریزی کامل و جامع اخلاق سازمانی به دست آید.

قرانت و مسقی (۲۰۱۲) به این نتیجه رسیدند که ارزش های معنوی، به ویژه در افراد معنوی، به شکوفایی افراد کمک می کنند و منجر به کسب فضیلت می شوند.

نتایج مطالعه ای که در سال ۲۰۰۶ توسط سازمان جهانی بهداشت در هجده کشور و بر روی ۵۰۸۷ نفر در مورد ارتباط معنویت و مذهب با کیفیت زندگی انجام شد، نشان داد که معنویت و مذهب با تمام قلمروهای کیفیت زندگی، همانند قلمروهای فیزیکی، اجتماعی، روان شناسی و محیطی، پیوستگی بسیار بالایی دارد (حشمتی فر و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۷).

بر اساس پیشینه نظری و تجربی، مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش به شکل زیر بیان می‌شود.



نمودار ۲. مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

مدل مفهومی تحقیق

در تحقیق پیش‌رو، متغیر مستقل، «معنویت» است که بر اساس مدل پاریسیان و دونینگ (۲۰۰۹) شامل چهار بُعد خودآگاهی، اهمیت اعتقادات معنوی، فعالیت‌های معنوی و نیازهای معنوی است. در این تحقیق، ما به دنبال کشف عقاید و باورهای دینی و عرفانی دانشجویان نبودیم؛ بلکه بر آن بودیم تا نگرش آنان را به خودآگاهی، اهمیت اعتقادات معنوی، فعالیت‌های معنوی و نیازهای معنوی بسنجیم و به بررسی و تبیین تأثیر این ابعاد بر رفتار اخلاقی در خانواده بپردازیم. متغیر وابسته تحقیق، مفهوم رفتار اخلاقی است که برگرفته از مطالعات لوزیر (۱۹۹۳) است.

فرضیه‌های تحقیق

۱. معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛
۲. خودآگاهی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد؛
۳. اهمیت اعتقادات معنوی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد؛
۴. فعالیت‌های معنوی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد؛
۵. نیازهای معنوی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد.

روش پژوهش

این تحقیق با هدف کاربردی و با روش توصیفی - همبستگی با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری، ساختار علی مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را بررسی می‌کند. جامعه آماری این تحقیق حدود ۱۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین‌الملل سولدوز و واحد نقده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده‌اند و بر اساس نتایج حاصل از فرمول کوکران، اندازه نمونه ۳۰۲ نفر انتخاب شده است. جهت سنجش سازه معنویت، از پرسش‌نامه پاریسیان و دونینگ (۲۰۰۹) با پایایی ۰/۹۴، و ۲۹ شاخص (شامل ابعاد خودآگاهی با ده شاخص، اهمیت اعتقادات معنوی با چهار شاخص، فعالیت‌های معنوی با شش شاخص، و نیازهای معنوی با نه شاخص) و سازه رفتار اخلاقی از پرسش‌نامه لوزیر (۱۹۹۳) با پایایی ۰/۹۳ و پانزده شاخص استفاده شده است.

آمار استنباطی، پایایی و روایی در روش مدل‌یابی معادلات ساختاری SMART PLS، شامل بخش اندازه‌گیری و بخش مدل ساختاری است. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. پایایی شاخص، توسط سه معیار شامل آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) یا rho و ضرایب بار عاملی مورد سنجش واقع می‌گردد. روایی همگرا با معیار (AVE) و روایی واگرا با جدول فورنل و لارکر ارزیابی شد. برای ارزیابی برازش بخش ساختاری، از ضرایب معناداری Z (مقادیر T-values)، معیار R Squares یا R²، معیار Q² (stone- Geisler criterion)، معیار GOF برای برازش مدل کلی مورد بررسی قرار گرفت. برای بخش آمار توصیفی، از نرم‌افزار SPSS ۲۳ استفاده شده است.

برازش مدل اندازه‌گیری: معیارهای پایایی شاخص

بار عاملی

بارهای عاملی از طریق محاسبه میزان همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود. ملاک برای مناسب بودن بار عاملی برابر یا بیشتر از ۰/۴ می‌باشد. نکته مهم این است که اگر محقق پس از محاسبه بار عاملی بین سازه و شاخص‌های آن، با مقادیری کمتر از ۰/۴ مواجه شد، باید آن شاخص‌ها را اصلاح نماید یا از مدل پژوهش خود حذف کند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۸۰). در جدول ۱، با توجه به اینکه تمامی بارهای عاملی از ۰/۴۰ بیشترند، برازش مناسب مدل تأیید می‌شود.

جدول ۱. بار عاملی پرسش‌های مربوط به هر سازه

سازه	شاخص	بار عاملی	(سازه) بُعد	شاخص	بار عاملی	(سازه) بُعد	شاخص	بار عاملی
رفتار اخلاقی	J1	۰/۹۱	(معنویت) فعالیت معنوی	L1	۰/۷۳	(معنویت) خودآگاهی	L15	۰/۷۴
	J2	۰/۴۱		L2	۰/۷۶		L16	۰/۸۵
	J3	۰/۵۱		L3	۰/۶۹		L17	۰/۷۲
	J4	۰/۹۰		L4	۰/۸۳		L18	۰/۷۱
	J5	۰/۴۲		L5	۰/۵۴		L19	۰/۶۳
	J6	۰/۴۴		L6	۰/۴۶		L20	۰/۷۲
	J7	۰/۷۵	L7	۰/۸۲	L21	۰/۷۵		
	J8	۰/۹۰	L8	۰/۸۶	L22	۰/۶۶		
	J9	۰/۷۵	L9	۰/۸۱	L23	۰/۸۲		
	J10	۰/۹۳	L10	۰/۷۰	L24	۰/۸۹		
	J11	۰/۷۱	L11	۰/۷۸	L25	۰/۶۰		
	J12	۰/۶۷	L12	۰/۷۸	L26	۰/۸۸		
	J13	۰/۴۵	L13	۰/۸۲	L27	۰/۵۹		
	J14	۰/۷۸	L14	۰/۷۵	L28	۰/۵۳		
	J15	۰/۹۰	L29	۰/۸۴				

آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ، معیاری کلاسیک برای سنجش پایایی و سنجش‌های مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌گردد. آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، نشانگر پایایی قابل قبول است (همان، ص ۷۹). آلفای کرونباخ هر کدام از مؤلفه‌ها و سازه‌ها در جدول ۲، نشان از مناسب بودن این معیار و پایایی مناسب مدل دارد.

پایایی ترکیبی (CR)

در صورتی که مقدار CR برای هر سازه بالای ۰/۷ باشد، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل اندازه‌گیری دارد. مقادیر CR سازه‌ها معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ دارند (همان، ص ۸۰). در جدول ۲، مقادیر بالای ۰/۸ در همه سازه‌ها، نشان از پایداری درونی مناسب مدل اندازه‌گیری دارد. برای محاسبه CR سازه‌های مرتبه دوم، در ابتدا واریانس خطای اندازه‌گیری مربوط به سازه‌های مرتبه اول را محاسبه می‌کنیم. نتایج محاسبه دستی پایایی ترکیبی برای سازه‌های مرتبه دوم به صورت زیر به دست آمد.

روایی همگرا

معیار دوم برای برآزش مدل اندازه‌گیری، معیار AVE می‌باشد که میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد و مقدار بحرانی آن، عدد ۰/۵ است. به عبارتی، AVE بالای ۰/۵، روایی همگرایی قابل قبول را نشان می‌دهد (لاتان و راملی، ۲۰۱۷). در مورد سازه‌های مرتبه دوم و بالاتر، معیار AVE برای این سازه‌ها باید به صورت دستی و جداگانه گزارش شوند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۸۸). در جدول ۲، مقادیر AVE مربوط به هر مؤلفه، نشانگر برآزش مناسب مدل اندازه‌گیری است. مقادیر اشتراکی برای سازه‌های مرتبه دوم معنویت، از مربع ضرایب بار عاملی شاخص‌های مربوط به هر بُعد، به شکل زیر محاسبه می‌شود.

جدول ۲. آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و AVE

	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
اهمیت اعتقادات معنوی	۰/۷۹	۰/۸۶	۰/۶۱
خودآگاهی	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۵۳
رفتار اخلاقی	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۵۳
فعالیت‌های معنوی	۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۵۴
نیازهای معنوی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۵۲

روایی واگرا

سومین معیار سنجش برآزش مدل اندازه‌گیری در PLS شامل روایی واگرا می‌باشد. در مدل‌هایی معادلات ساختاری روایی واگرا با استفاده از روش فورنل و لارکر سنجیده شد. روایی واگرا در ماتریس فورنل و لارکر میزان همبستگی

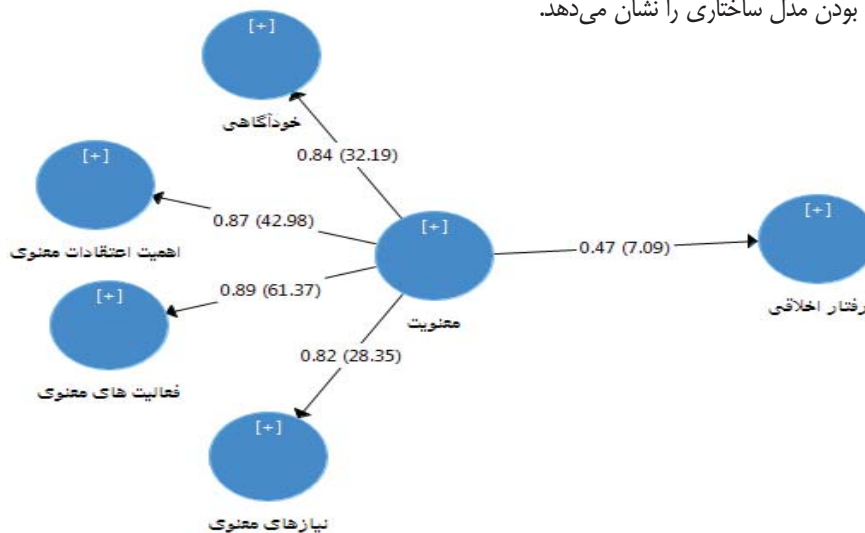
یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با دیگر سازه‌ها مشخص می‌کند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۸۵). مطابق ماتریس جدول ۳، مقدار جذر AVE تمامی متغیرهای مرتبه اول، از مقدار همبستگی متغیرها با یکدیگر بیشتر است؛ که این امر، روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

جدول ۳. روایی واگرایی فورنل و لارکر

نیازهای معنوی	فعالیت‌های معنوی	رفتار اخلاقی	خودآگاهی	اعتقادات معنوی
				اهمیت اعتقادات معنوی
				خودآگاهی
		رفتار اخلاقی		
	فعالیت‌های معنوی			
نیازهای معنوی				

بررسی ضرایب معناداری Z (T-values)

در برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب معناداری Z مقدار این ضرایب در خروجی فرمان Bootstrapping اگر از ۱/۹۶ بیشتر باشد، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن مسیر را تأیید ساخت (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۱۵۴). در نمودار ۳، ضریب معناداری مسیر میان متغیر معنویت با رفتار اخلاقی، حاکی از معنادار بودن تأثیر معنویت بر متغیر وابسته در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌باشد که منجر به تأیید فرضیه‌ها می‌شود. نتایج فرضیه‌های تحقیق در شکل ۱، ارائه شده است که مقادیر داخل پرانتز نشان از تأیید مسیر به دلیل بیشتر بودن از مقدار معیار ۱/۹۶ دارد. ضریب مسیر اصلی بین متغیر مستقل با متغیر وابسته، معادل ۶/۳۹ می‌باشد که معنادار بودن این مسیر و مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مقادیر t-values

معیار R2

معیاری که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیر دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون می‌گذارد. سه معیار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر کوچک، متوسط و قوی R2 معرفی می‌شود. برای محاسبه دستی این معیار، از توان دوم ضریب مسیر استفاده می‌شود و همان‌گونه که در شکل ۱، مشخص است، ضریب مسیر متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا معادل ۰/۴۷ می‌باشد که توان دوم این ضریب مسیر، معادل ۰/۲۲ می‌باشد که از معیار ۰/۱۹ بیشتر است.

معیار Q2 (stone – Geisler criterion)

این معیار، شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا را - که شاخص‌هایی از نوع انعکاسی دارند - مشخص می‌سازد و مقدار آن شامل ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ است که به ترتیب قدرت پیش‌بینی کوچک، متوسط و قوی می‌باشد (داری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۹۶). طبق جدول ۴ حاصل از فرمان Blindfolding، قابلیت پیش‌بینی مدل برای متغیرها، بیشتر از معیار کوچک می‌باشد که برازش مناسب مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. مقادیر Q2

	SSO	SSE	Q2
اهمیت اعتقادات معنوی	۱/۲۰۸	۷۸۳	۰/۳۵
خودآگاهی	۳/۰۲۰	۲/۱۹۰	۰/۳۷
رفتار اخلاقی	۴/۵۳۰	۴/۲۸۴	۰/۰۵
فعالیت‌های معنوی	۱/۵۱۰	۱/۰۳۴	۰/۳۱
نیازهای معنوی	۲/۷۱۸	۲/۰۵۱	۰/۲۵

برازش مدل کلی (GOF)

این معیار، مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. محقق می‌تواند پس از بررسی بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. این معیار طبق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$Gof = \sqrt{\text{Communalities} * r^2}$$

Communalities میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه می‌باشد و R2 نیز مقدار میانگین مقادیر R Square سازه‌های درون‌زای مدل است. مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول، در جدول ۵ به‌عنوان خروجی نرم‌افزار حاصل شده است. نکته حائز اهمیت این است که نباید مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه دوم را در محاسبه دخیل نمود (داری و رضازاده، ۱۳۹۵، ص ۹۶). برای محاسبه تأثیر متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا، تمامی متغیرهای پنهان درون‌زای مدل، اعم از مرتبه اول و دوم، مدنظر قرار می‌گیرد و مقادیر میانگین آنها محاسبه می‌گردد (همان، ص ۱۸۴).

جدول ۵. مقادیر اشتراکی سازه‌ها

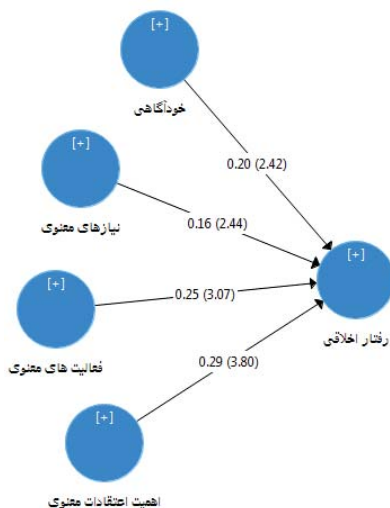
	SSO	SSE	Q2(1-SSE/SSO)
اهمیت اعتقادات معنوی	۱/۲۰۸	۸۱۵	۰/۳۲
خودآگاهی	۳/۰۲۰	۲/۵۰۲	۰/۳۲
رفتار اخلاقی	۴/۵۳۰	۲/۹۶۷	۰/۳۴
فعالیت‌های معنوی	۱/۵۱۰	۱/۱۰۰	۰/۲۷
معنویت	۸/۴۵۶	۶/۳۲۲	۰/۲۵
نیازهای معنوی	۲/۷۱۸	۱/۸۵۲	۰/۳۲

$$Gof = \sqrt{0/32 * 0/248} = 0/28$$

با توجه به سه معیار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر کوچک، متوسط و قوی برای برازش مدل کلی، حاصل شدن عدد ۰/۲۸ نشان از برازش مناسب و تأیید مدل دارد.

بررسی ضرایب استاندارد شده و مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها

ضریب معناداری مسیر میان معنویت و متغیر پنهان نشان داد که تأثیر معنویت بر رفتار اخلاقی، مثبت و معنادار است. ضریب استاندارد شده مسیر میان متغیر برون‌زای معنویت و متغیر برون‌زای رفتار اخلاقی بیانگر این مطلب است که ۴۷ درصد از تغییرات متغیر رفتار اخلاقی به‌طور مستقیم توسط معنویت تبیین می‌شود. با توجه به مدل نهایی حاصل از خروجی نرم‌افزار در شکل ۱، برای فرضیه اصلی تحقیق و شکل ۲ برای فرضیه‌های فرعی، بررسی فرضیه پژوهش در جدول ۶ ارائه شده است.



شکل ۲. ضرایب استاندارد شده و مسیرها

جدول ۶. بررسی فرضیه پژوهش

نتیجه آزمون	آماره t	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه	۷/۰۹	۰/۴۷	معنویت بر رفتار اخلاقی تأثیر مستقیم و معنادار دارد
پذیرش فرضیه	۲/۴۲	۰/۲۰	خودآگاهی بر رفتار اخلاقی تأثیر معناداری دارد
پذیرش فرضیه	۲/۴۴	۰/۱۶	نیازهای معنوی بر رفتار اخلاقی تأثیر معناداری دارد
پذیرش فرضیه	۳/۰۷	۰/۲۵	فعالیت‌های معنوی بر رفتار اخلاقی تأثیر معناداری دارد
پذیرش فرضیه	۳/۸۰	۰/۲۹	اهمیت اعتقادات معنوی بر رفتار اخلاقی تأثیر معناداری دارد

با توجه به جدول ۶ تمامی فرضیه‌های تحقیق با آماره t بالاتر از مقدار معیار ۱/۹۶، تأیید می‌شوند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

تنها اخلاقی که می‌تواند انسان را به سعادت رهنمون سازد، اخلاق اسلامی و معنویت است؛ چراکه در سایه معنویت و اخلاق اسلامی، زندگی فردی و اجتماعی سالمی شکل می‌گیرد: «ما من شیءٍ فی المیزانِ اَثَقَلُ مِنْ حَسَنِ خُلُقٍ» (صحیفه الامام الرضا^{علیه السلام}، ج ۱، ص ۱۲۲). در میزان اعمال، چیزی سنگین‌تر از خوی نیک نیست. جامعه‌ای که در آن معنویت وجود نداشته باشد، در گذر زمان دچار خودباختگی و بی‌هویتی خواهد شد. جوامع غربی نمونه بارزی هستند که با وجود امکانات مادی توانسته‌اند به خوشبختی برسند، چراکه این جوامع به لحاظ مادی پیشرفت کرده‌اند، ولی به لحاظ معنا فقیرند. زندگی تهی از معنویت، عامل انحراف از خط مستقیم حیات طبیعه و زندگی صالحانه خواهد بود و جدا کردن حساب معنویت از زندگی، عامل سقوط، اضطراب، بحران‌های خانوادگی و مشکلات فراوانی خواهد شد (مقام معظم رهبری، به نقل از رودگر، ۱۳۹۷). لذا معنویت می‌تواند به‌عنوان عاملی تأثیرگذار در برخورداری از اخلاق در قلمرو فردی، اجتماعی و خانوادگی باشد. معنویت و اخلاق، هر دو یک جهت دارند و آن هم کمال انسانی است و کمال انسان، همان لقاءالله می‌باشد.

فرضیه اول: معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر مستقیم و معناداری دارد، با ضریب مسیر ۰/۴۷ و مقدار $t=7/09$ تأیید شد که بیانگر این است که ۴۷ درصد از تغییرات رفتار اخلاقی در خانواده، از طریق معنویت تبیین می‌شود. با توجه به اینکه تحقیقی در مورد تأثیر مستقیم معنویت بر رفتار اخلاقی در خانواده توسط نویسندگان یافت نشد و بیشتر تحقیقات در مورد رابطه یا تأثیر معنویت بر محیط کار و به لحاظ سازمانی صورت گرفته‌اند و در آن پژوهش‌ها هم رابطه یا تأثیر معنویت بر متغیرهای وابسته تأیید شده است، تحقیق حاضر به لحاظ بررسی سازه رفتار اخلاقی در خانواده می‌تواند جنبه نوآورانه داشته باشد. برای نمونه، تحقیقی در زمینه الگوی اثرگذاری رهبری معنوی و انگیزش مبتنی بر معنویت بر عملکرد سازمانی توسط غفاری و رستم‌نیا (۱۳۹۶) صورت گرفته و نتایج نشانگر این است که مؤلفه رهبری معنوی با انگیزش مبتنی بر معنویت رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج تحقیق

حاضر را می‌توان با تحقیق هاشمی و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت» هم‌راستا دانست. بزرگ‌ترین و محوری‌ترین ارزش‌های اسلامی که در متن انقلاب اسلامی نهفته، اخلاق و معنویت است: «إِن صَالَتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ» (انعام: ۱۶۲). در واقع لقاءالله با امور معنوی و اخلاقی آغاز می‌شود. اخلاق و معنویت، آب خالص و زلالی است که از قلّه دین جاری می‌شود و بر تعالیم مختلف دیگر دین در دامنه‌ها تأثیر می‌نهد و آنها را جان می‌دهد و طراوت می‌بخشد. با توجه به مطالب یادشده، معنویت می‌تواند در زمینه‌های مختلف جامعه منجر به رفتارهای اخلاقی گردد.

فرضیه دوم: خودآگاهی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد که با ضریب مسیر ۰/۲۰ و مقدار $t=2/42$ تأیید شد. مهارت خودآگاهی به انسان کمک می‌کند تا بتواند از همه توانایی‌ها و مهارت‌های شخصی خود، به درستی استفاده کند. به عبارت دیگر، چنانچه توانایی خودآگاهی فرد ضعیف باشد، قادر نخواهد بود از سایر توانایی‌ها و مهارت‌های خود، از جمله توانایی معنوی خود به طور مناسب استفاده کند. با توجه به اینکه در این تحقیق، خودآگاهی بیست درصد از رفتار اخلاقی را تبیین می‌کند، ارتقای این شاخص در افراد می‌تواند بر زندگی خانوادگی اثرگذار باشد. خودآگاهی، شناخت خود و آگاهی از خصوصیات، نقاط ضعف و قدرت، خواست‌ها، ترس‌ها و انزجارهاست. رشد خودآگاهی به فرد کمک می‌کند تا توانایی‌های خود را بشناسد. وقتی فرد در دوره‌ای انتخاب اخلاقی قرار می‌گیرد، خودآگاهی فرد، کمک‌کننده خواهد بود تا رفتار اخلاقی را انتخاب کند؛ و در نهایت، خودآگاهی باعث ارزشمندی ما می‌شود و به ما کمک می‌کند تا به‌جای ارزش‌های کاذب، در پی ارزش‌های واقعی بوده، رضایت کافی از زندگی داشته باشیم.

فرضیه سوم: نیازهای معنوی بر رفتار اخلاقی در خانواده تأثیر معناداری دارد که با ضریب مسیر ۰/۱۶ و مقدار $t=2/42$ تأیید شد. معنویت، نیاز اساسی انسان است. دلایل نیاز انسان به معنویات عبارتند از: نیاز به معنا در زندگی؛ نیاز برای ارتباط با خداوند و تجربه این رابطه؛ نیاز برای دادن و گرفتن عشق واقعی؛ نیاز برای آرامش و پذیرش؛ نیاز برای تسلی و آرامش هنگام سختی‌ها؛ نیاز به احساس ارزشمندی و تسلط بر سرنوشت خود؛ و ... بنابراین، نیاز معنوی و برآورده شدن این نیازها عاملی مهم در بروز رفتار اخلاقی خواهد بود. معنویات به انسان شخصیت و ارزش می‌دهند و انسان بودن انسان بستگی به معنویت دارد و اگر معنا را از انسان بگیرند، چیزی از انسانیت نمی‌ماند: «مَنْ أَعْرَضَ عَنِ ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا» (طه: ۱۳۴)؛ هر کس از یاد من روی برگرداند، زندگی برایش تنگ و سرشار از غم و غصه می‌شود. نیازهای معنوی به اموری گفته می‌شود که انسان را در جهت زندگی بهتر و رسیدن به کمال هدایت می‌کند و یکی از ابعاد نیاز معنوی، اخلاق است. نیازهای مادی موقت‌اند؛ اما اخلاق یک نیاز دائمی است و هر انسانی نیازمند اخلاق حسنه است.

فرضیه چهارم: تأثیر فعالیت‌های معنوی بر رفتار اخلاقی با ضریب مسیر ۰/۲۵ و مقدار $t=3/07$ تأیید شد. فعالیت‌های معنوی به احترام به شأن و جایگاه انسان، ایجاد امید و احساسات مثبت، افزایش ارتباطات اجتماعی

مثبت و... می‌انجامد؛ از این رو، فعالیت معنوی عاملی تأثیرگذار در بروز رفتار اخلاقی در خانواده و اجتماع می‌شود: «وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى» (نجم: ۳۹)؛ و اینکه برای انسان جز حاصل تلاش او نیست. فعالیت‌های معنوی، نشانه‌هایی نظیر فقر روابط بین فردی، مشکلات اجتماعی شدن و انزوا را کاهش می‌دهد و باعث ارتقای وضعیت جسمی، عاطفی و بهداشت روان افراد می‌شود. فردی که معنویت قرآنی را درک کرده است، هم‌نوعان خود را دوست دارد و به آنها مهرورزی و خدمت می‌کند: «أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ» (رعد: ۲۸) آگاه باشید، تنها با یاد خدا دل‌ها آرامش می‌یابد.

فرضیه پنجم: تأثیر اهمیت اعتقادات معنوی بر رفتار اخلاقی با ضریب مسیر ۰/۲۹ و مقدار $t=۳/۸۰$ تأیید شد. ادراک فرد، او را هدایت می‌کند. معنویت کسانی که دارای اعتقادات عمیق معنوی‌اند، نقش مهمی ایفا می‌کند. اعتقاد به خدا به عنوان قدرت برتر، بر کاهش استرس تأثیر دارد و باعث ارتقای سلامت جسمی و روانی می‌شود و احساس تعلق فرد به کل و به جهان بیشتر می‌شود (همتی مسلک پاک و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۴۴). خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید: «الَّذِينَ آمَنُوا وَ تَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ» (رعد: ۲۸)؛ آنها کسانی‌اند که ایمان آورده‌اند و دل‌هایشان به یاد خدا آرامش می‌گیرد. آگاه باشید که تنها با یاد خدا دل‌ها آرامش می‌یابد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که اعتقاد به خداوند متعال، منجر به بروز رفتارهای اخلاقی در افراد جامعه می‌شود: «إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا» (اسراء: ۷)؛ اگر نیکی کنید، به خود نیکی کرده‌اید؛ و اگر بدی کنید، از آن خودتان است. اعتقاد به اهمیت خوبی و نیکی و رفتار اخلاقی با دیگران، انسان را به آرامش می‌رساند.

پیشنهادها

به افراد خانواده‌ها مهارت‌های معنوی آموزش داده شود. مهارت‌های معنوی، رفتارهایی‌اند که موجب سازگاری فرد با محیط می‌شوند.

با توجه به اینکه انسان نیازمند تقرب به خداست و در این راه معنویت نقش اساسی دارد و نحوه رفتار فرد در اجتماع و خانواده بسیار مهم تلقی می‌شود، باید در جامعه و دانشگاه، رفتارهای معنوی و رفتارهای اخلاقی تبیین شود تا افراد رفتارهای اخلاقی را الگوی خود قرار دهند.

منابع

- حشمتی‌فر، نرجس و همکاران، ۱۳۹۰، «نقش معنویت و سلامت معنوی در کیفیت زندگی»، فصل‌نامه تحقیقات دانشجویی دانشگاه سبزوار، ش ۳ و ۴، ص ۱۴-۲۰.
- داروی، علی و آرش رضازاده، ۱۳۹۵، مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار *PLS* تهران، جهاد دانشگاهی.
- رودگر، محمدجواد، ۱۳۹۷، کارکردهای معنویت در عرصه‌های اجتماعی از دیدگاه مقام معظم رهبری، پژوهشکده باقرالعلوم. <http://pajoohe.ir>
- ساکسنا، سانجای و پورنیما آواستی، ۱۳۹۶، کارکردهای نوین رهبری در سازمان (از تئوری تا عمل)، ترجمه فرهاد نژادایرانی و شیوا رازی، ارومیه، فرسار.
- ضیائی، محمدصادق و همکاران، ۱۳۸۷، «نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران»، مدیریت دولتی، ش ۱، ص ۶۷-۸۶
- علی‌بن موسی علیه السلام، صحیفه الامام الرضا علیه السلام، ترجمه محمدمهدی نجف، مشهد مقدس، کنگره جهانی حضرت رضا علیه السلام.
- غفاری، رحمان و یحیی رستم‌نیا، ۱۳۹۵، «الگوی اثرگذاری رهبری معنوی و انگیزش مبتنی بر معنویت بر عملکرد سازمانی»، مدیریت اسلامی، ش ۱، ص ۱۴۳-۱۷۴.
- جوهج، ماری، ۱۳۹۶، نظریه سازمان، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران، کتاب مهربان.
- محتشمی، حسن، ۱۳۹۲، «نقش معنویت در اثربخشی سازمان»، بصیرت و تربیت اسلامی، ش ۲۵، ص ۱۰۹-۱۳۲.
- میرزاحمدی، محمدحسن و همکاران، ۱۳۹۰، «بررسی نقش آموزش‌های دینی در سلامت فردی و اجتماعی»، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ش ۲، ص ۲۰-۴۵.
- هاشمی، تورج و همکاران، ۱۳۹۳، «نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت»، تسناخت اجتماعی، ش ۱، ص ۳۰-۴۴.
- همتی مسلک پاک، معصومه و همکاران، ۱۳۸۹، «اعتقادات معنوی و کیفیت زندگی: یک مطالعه کیفی از دیدگاه دختران نوجوان مبتلا به دیابت»، کوشش، ش ۳۸، ص ۱۴۴-۱۵۱.
- Amin, H; et al, 2011, "Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks", *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), p. 22-42.
- Bairaktarova, D, & Woodcock, 2017, "Engineering Student's Ethical Awareness and Behavior: A New Motivational Model", *His article is published with open access at Springerlink.com*, 23, p. 1129-1157.
- Belak, Jernej, et al, 2010, "Requisitely holistic ethics planning as precondition for enterprise ethical behavior", *Kybernetes*, v. 39, p. 19-36.
- Cavanagh, G.F, 1999, "Spirituality for managers: Context and Critique", *Journal of Organization Change Management*, v. 12, n. 3, p. 186-199.
- Delbecq. A, 1999, "Christian Spirituality and contemporary business leadership", *Journal of Organizational Change Management*, 12(4), p. 345-349.
- Fernando, A. C, 2009, *Business Ethics: An Indian Perspective Pearson Education India*, India.
- Fry, L. W, 2003, "Toward a theory of Spiritual leadership", *The Leadership Quarterly*, v. 14(6), p. 693-727.
- Howard, S, 2002, "A Spiritual Perspective on learning in the workplace", *Journal of Managerial Psychology*, v. 17(3), p. 230-242.

- Grant, Patricia, & McGhee, Peter, 2012, "Phronesis and spirituality in the workplace", *Journal of Spirituality, Leadership and Management*, v. 6, n. 1, p. 24-34.
- Latan, H, & Ramli, N, 2017, *The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses (PLS-SEM)*. Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2364191>
- Livia Lupuleac, et al, 2012, Changing Ethical Behavior in Times of Economic Crisis in Organizations. *Procardia Economics and Finance* [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00251-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00251-1), p. 921-927.
- Pennock, Rourke, M, 2017, "Developing a Scientific Virtue-Based Approach to Science Ethics Training", *Sci Eng. Ethics*, n. 23, p. 243-262.
- Sharma, R. R, 2010, "Preventing Corruption through Spiritual Leadership in Organizations", *Organization and Management*, n. 14, p. 729-768.
- Weihui F, 2013, "The impact of emotional intelligence, organizational commitment, and job satisfaction on ethical behavior of Chinese employees", *Journal of Business Ethics*, v. 114(2), p. 355-366.
- Zakiah, Farah, et al, 2017, "The customers' Islamic ethical behavior: the case of Malaysian Islamic banks", *Humanomics*, <https://doi.org/10.1108/H-03-2017-0046>.