

Structural Equation Modeling of Professional Ethics Based on Social Responsibility, Organizational Transparency, and Organizational Commitment with the Mediating Role of Social Cynicism

Robabeh Rahimi¹, Roghayeh Vahdat^{2*}, Maryam Sameri³

1. PhD Student in Educational Management, Department of Educational Sciences, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran

2. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran

3. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran

ABSTRACT

The aim of this study was to model structural equations of professional ethics based on social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment, with the mediating role of social cynicism. This research was applied, non-experimental, descriptive-correlational in terms of examining relationships through structural equations. The statistical population included high school teachers in Urmia during the 2021–2022 academic year (N = 2,670). Using a random stratified sampling method, the sample size was determined to be 400 participants based on Cochran's formula. The research data were collected through the following questionnaires: Professional Ethics (Qanbarpour et al., 2019), Social Responsibility (Carroll, 1991), Organizational Transparency (Rawlins, 2008), Organizational Commitment (Allen & Meyer, 1990), and Social Cynicism (Afshani & Kobraei, 2020). The data were analyzed using SPSS V. 28 and Lisrel V. 10 software. Results indicated that social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment have a direct, negative, and significant effect on social cynicism. Additionally, social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment have a direct, positive, and significant effect on professional ethics. Social cynicism has a direct, negative, and significant effect on professional ethics. Moreover, social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment have an indirect, positive, and significant effect on professional ethics through the mediating role of social cynicism. Authorities should address the legitimate demands of teachers by fostering a transparent environment, which could enhance teachers' commitment and responsibility in teaching. This, in turn, could contribute to their professional success while also advancing societal scientific success.

Received: 18 Oct 2024

Accepted: 03 Dec 2024

Available Online: 25 Dec 2024

Keywords

Professional Ethics, Social Responsibility, Organizational Transparency, Organizational Commitment, Social Cynicism

How to cite:

Rahimi, R., Vahdat, R., & Sameri, M. (2024). Structural Equation Modeling of Professional Ethics Based on Social Responsibility, Organizational Transparency, and Organizational Commitment with the Mediating Role of Social Cynicism. *Study and Innovation in Education and Development*, 4(4), 175-195.

* Corresponding Author:

Dr. Roghayeh Vahdat

E-mail: r.vahdat_77@yahoo.com



© 2024 the authors. Published by Institute for Knowledge, Development, and Research.

This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) License.

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

Professional ethics are fundamental to the functioning and success of modern organizations, influencing individual and collective performance while enhancing societal outcomes. As Headley (2020) noted, neglecting ethical responsibilities often leads to organizational decline. Ethics, broadly defined (1), discuss good and bad conduct, with professional ethics focusing on standards voluntarily upheld without external enforcement (2). This construct directly impacts decision-making processes within organizations (5).

Among the predictors of professional ethics are social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment. Social responsibility refers to duties that individuals or organizations undertake to improve societal welfare, extending beyond legal obligations (11, 17). Organizational transparency, as defined by Holland (2018), ensures accountability through timely disclosure of information, fostering trust and improving organizational decision-making (19, 20). Meanwhile, organizational commitment, as described by Allen and Meyer (1990), denotes employees' strong belief in organizational goals, willingness to exert effort, and a desire to remain within the organization (30).

Another influential factor in the workplace is social cynicism, characterized by mistrust and negative attitudes toward societal norms and others' behaviors (36). Research shows that organizations fostering transparency and commitment experience reduced cynicism, enhancing professional ethics (45, 47). Despite prior studies, the causal pathways among these variables remain underexplored. This study aims to investigate the relationships between social responsibility, organizational transparency, organizational commitment, and professional ethics, with social cynicism as a mediating factor.

METHODS AND MATERIALS

This research was applied, non-experimental, descriptive-correlational in terms of examining relationships through structural equations. The statistical population included high school teachers in Urmia during the 2021–2022 academic year (N = 2,670). Using a random stratified sampling method, the sample size was determined to be 400 participants based on Cochran's formula.

Data were collected through standardized questionnaires, including Professional Ethics (Qanbarpour et al., 2019), Social Responsibility (Carroll, 1991), Organizational

Transparency (Rawlins, 2008), Organizational Commitment (Allen & Meyer, 1990), and Social Cynicism (Afshani & Kobraei, 2020). Validity and reliability of the instruments were confirmed using Cronbach's alpha (≥ 0.80). Data analysis was conducted using SPSS V.28 and Lisrel V.10 software.

FINDINGS

Descriptive analysis revealed that most participants were women, aged 30–40, married, with bachelor's degrees, and less than ten years of work experience. Normality of data was confirmed using skewness and kurtosis tests.

Correlation analysis indicated positive and significant relationships between professional ethics and its predictors—social responsibility ($r = 0.763$, $p < 0.01$), organizational transparency ($r = 0.936$, $p < 0.01$), and organizational commitment ($r = 0.580$, $p < 0.01$). Negative correlations were observed between social cynicism and professional ethics ($r = -0.913$, $p < 0.01$), social responsibility ($r = -0.700$, $p < 0.01$), organizational transparency ($r = -0.755$, $p < 0.01$), and organizational commitment ($r = -0.543$, $p < 0.01$).

SEM analysis confirmed the model fit (e.g., RMSEA = 0.026, GFI = 0.99, CFI = 0.98). Direct effects included:

- Social responsibility \rightarrow Professional ethics ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$)
- Organizational transparency \rightarrow Professional ethics ($\beta = 0.57$, $p < 0.001$)
- Organizational commitment \rightarrow Professional ethics ($\beta = 0.28$, $p < 0.001$)
- Social cynicism \rightarrow Professional ethics ($\beta = -0.48$, $p < 0.001$)

Indirect effects of social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment on professional ethics were mediated by social cynicism.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The study highlights that social responsibility, organizational transparency, and organizational commitment have a direct, negative, and significant impact on social cynicism. Additionally, these factors positively and significantly affect professional ethics, both directly and indirectly, with social cynicism playing a mediating role. The findings align with previous research (42-49), emphasizing the importance of addressing social cynicism to enhance organizational and individual outcomes, particularly in educational settings.

Social cynicism undermines teachers' motivation and enthusiasm, leading to diminished effort and disengagement in teaching. This negativity, if unchecked, can weaken the education system, reducing teachers' willingness to innovate and contribute

meaningfully. The development of professional ethics requires a supportive organizational environment characterized by social responsibility, transparency, and commitment. Such an environment fosters trust, morale, and proactive engagement among teachers, improving both individual and systemic educational outcomes.

Professional ethics are crucial for educational success. A transparent and committed organizational culture ensures that teachers feel valued and supported, empowering them to innovate and teach effectively. Conversely, the absence of these factors, combined with organizational cynicism, may lead to disinterest, reduced teaching quality, and systemic failure. Strengthening professional ethics through positive organizational practices ensures teachers remain motivated, helping to elevate student outcomes and the broader educational system.

To combat the detrimental effects of cynicism and foster professional ethics, educational institutions must prioritize enhancing transparency, responsibility, and commitment. These efforts will mitigate cynicism and foster a culture of integrity and enthusiasm, ultimately benefitting teachers, students, and society at large.

مدل یابی معادلات ساختاری اخلاق حرفه‌ای بر اساس مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی

ربابه رحیمی^۱، رقیه وحدت^{۲*}، مریم سامری^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران

۲. استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران

۳. دانشیار، گروه علوم تربیتی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران

چکیده

هدف از این پژوهش مدل یابی معادلات ساختاری اخلاق حرفه‌ای بر اساس مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی بود. پژوهش حاضر کاربردی، غیرآزمایشی، توصیفی-همبستگی و از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بودند (۲۶۷۰ نفر). حجم نمونه به روش تصادفی طبقه‌ای، با فرمول کوکران ۴۰۰ نفر تعیین شد. داده‌های پژوهش با پرسشنامه‌های اخلاق حرفه‌ای (قنبرپور و همکاران، ۱۳۹۸)، مسئولیت پذیری اجتماعی (کارول، ۱۹۹۱)، شفافیت سازمانی (راولینز، ۲۰۰۸)، تعهد سازمانی (آلن و مایر، ۱۹۹۰) و بدبینی اجتماعی (افشانی و کبریایی، ۱۳۹۹) به دست آمده و با نرم افزارهای (SPSS V. 28) و (Lisrel V. 10) تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر بدبینی اجتماعی اثر مستقیم، منفی و معنادار دارند. مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارند و بدبینی اجتماعی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، منفی و معنادار دارد. مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار دارند. مسئولین امر باید با بررسی خواسته‌های بحق معلمان با ایجاد فضایی توأم با شفافیت باعث شوند میزان تعهد معلمان و مسئولیت پذیری آن‌ها در زمینه تدریس توسعه یابد و آن‌ها را برای رسیدن به موفقیت و پیشرفت در امر شغلی و از طرف دیگر جامعه را در رسیدن به امر موفقیت و پیشرفت علمی کمک نمایند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲

تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۱۰/۰۵

کلیدواژه‌ها

کلمات کلیدی: اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی، تعهد سازمانی، بدبینی اجتماعی.

شیوه ارجاع دهی:

رحیمی، ربابه، رقیه، وحدت، و سامری، مریم. (۱۴۰۳). مدل یابی معادلات ساختاری اخلاق حرفه‌ای بر اساس مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی. پژوهش و نوآوری در تربیت و توسعه، ۴(۴)، ۱۷۵-۱۹۵.

نویسنده مسئول:

دکتر رقیه وحدت

پست الکترونیکی: r.vahdat_77@yahoo.com

© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.



انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.

امروزه بسیاری از سازمان‌ها به این نتیجه رسیدند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و عدم تعهد کافی به انجام مسئولیت‌های شغلی، اجتماعی و اخلاقی نقش موثری در زوال و نابودی سازمان‌ها دارد (1). بنابراین، اخلاق حرفه‌ای^۱ با فعالیت‌های شغلی، سازمانی و اجتماعی و پیامدهای فردی و اجتماعی متعالی و بهینه ارتباط دارد و باعث تصمیم‌گیری مناسب در سازمان می‌شود (2-4). اخلاق دانشی است که از خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند و مقصود از اخلاق حرفه‌ای نیز مجموعه‌ای از قواعد است که باید افراد داوطلبانه و بر اساس ندای وجدان فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات‌های قانونی دچار شوند. بنابراین، هدف از اخلاق حرفه‌ای تعیین مسئولیت‌های اخلاقی است که فرد در شغل خود ضمن پذیرش باید در اجرای آن‌ها نیز اهتمام داشته باشد (5). اخلاق حرفه‌ای شاخه‌ای از اخلاق است که به مباحث اخلاقی در حرفه می‌پردازد و نشان دهنده مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل و حرفه است (6). اخلاق حرفه‌ای به چگونگی رفتار و آداب شخص هنگام انجام کار حرفه‌ای اشاره دارد و مجموعه‌ای از استانداردهای سلوک بشری است رفتار افراد و گروه‌ها را در یک ساختار حرفه‌ای تعیین می‌کند (7). در تعریفی دیگر اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده است که از سوی سازمان تعیین تا مطلوب‌ترین روابط ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد (8). اخلاق حرفه‌ای پیامدهای مطلوب بسیاری برای سازمان از جمله بهبود روابط، ارتقای جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل دارد (9).

یکی از عوامل موثر بر اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اجتماعی^۲ است (10). مسئولیت‌پذیری به عنوان یکی از ابعاد مهارت‌های اجتماعی که نقش مهمی در رشد ارتباطات و تعاملات اجتماعی دارد به معنای افزایش مقاومت در برابر شرایط است تا فرد به جای پیروی از فشارهای بیرونی از الزامات درونی پیروی کند (11). مسئولیت‌پذیری اجتماعی به معنای مجموعه وظایف و تعهداتی است که افراد یا سازمان باید در راستای حفظ، مراقبت و کمک به جامعه انجام دهند (12). در تعریفی دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی به معنای اقداماتی است که افراد یا سازمان‌ها انجام می‌دهند تا از طریق آن سطح رفاه خود و جامعه را به طور محسوسی ارتقاء دهند (13). این سازه به مشارکت داوطلبانه افراد و سازمان‌ها برای توسعه فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و بازتاب نگرانی‌هایی است که فراتر از منافع، نیازها و خواسته‌های شخصی می‌باشد که باعث کاهش شکاف بین سازمان‌ها و ذینفعان سازمانی می‌شود (14). مسئولیت‌پذیری اجتماعی باعث پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های فردی، اجتماعی و سازمانی می‌شود به طوری که منافع همه ذینفعان از جمله سهامداران، سرمایه‌گذاران، کارکنان، مشتریان و عموم جامعه در سیاست‌های سازمان منعکس شود (15). این سازه نشان دهنده یک چارچوب و محدوده اجتماعی و اخلاقی است که در آن وظایف مختلفی بر عهده افراد و سازمان گذاشته می‌شود که

¹ . professional ethics

² . Social responsibility

دارای منافع مهمی برای جامعه می‌باشد (16). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل چهار بعد مسئولیت‌پذیری اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع دوستانه است که مسئولیت‌پذیری اقتصادی شامل توجه به مسائل مالی، اقتصادی و سرمایه‌گذاری، مسئولیت‌پذیری قانونی شامل رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و ذینفعان و رعایت استانداردهای بهداشتی و بشردوستانه، مسئولیت‌پذیری اخلاقی شامل توجه به ارزش‌های سیاسی و اجتماعی جامعه مثل درستکاری، صداقت و احترام به ارزش‌های مذهبی و مسئولیت‌پذیری نوع دوستانه شامل انجام تعهداتی برای حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور می‌باشد (17).

یکی دیگر از عوامل موثر بر اخلاق حرفه‌ای، شفافیت سازمانی^۱ است (18). شفافیت اصطلاح گسترده‌ای است که به معنای ادراک از کیفیت اطلاعاتی می‌باشد که به طور آگاهانه از جانب فرستنده اطلاعات به اشتراک گذاشته شده و به دسترسی آزاد، تصمیم‌گیری و آزادی اطلاعات اشاره دارد. شفافیت سازمانی به معنای فرایند تضمین پاسخگویی از طریق آشکارسازی به موقع اطلاعات است (19). در تعریفی دقیق‌تر و کامل‌تر، شفافیت سازمانی به معنای دسترسی عمومی به اطلاعات مثبت و منفی که از نظر قانونی به شیوه‌ای دقیق، به موقع، متوازن و بدون ابهام قابل انتشار باشد برای اینکه بتوان توانایی استدلال عمومی مردم و پاسخگویی سازمان در برابر اعمال، سیاست‌ها و راهکارهای خود را افزایش داد (20). این سازه بیانگر اطمینان از باز بودن درون سازمان است که در آن افراد درون سازمانی و برون سازمانی بتوانند اطلاعات مورد نیاز پیرامون اقدامات، فعالیت‌ها و فرایندهای سازمان را با هدف تغییر و اصلاح رفتارهای سازمانی بدست آورند (21, 22). پژوهش‌های بسیاری حاکی از آن بودند که شفافیت سازمانی باعث اثربخش‌تر شدن سازمان می‌شود. بنابراین، بسیاری از سازمان‌ها الگوهای ارتباطی خود را به طور مجدد طراحی نموده و از طریق توجه بیشتر به واحدهای روابط عمومی درصدد ارتقای میزان مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی خود در قبال ذینفعان برآمدند (درخشان، قنبری و زندی، ۱۳۹۷). شفافیت سازمانی باعث افزایش انتخاب آگاهانه، ارتقای شفافیت در عملکرد، بهبود رقابت و اعتماد سازمانی و افزایش کیفیت تصمیم‌گیری‌ها می‌شود (23, 24).

یکی دیگر از عوامل موثر بر اخلاق حرفه‌ای، تعهد سازمانی^۲ است (25-28) که به اعتقادات قوی به اهداف و ارزش‌های سازمان، وفاداری و تمایل قوی به ماندن در سازمان و عدم ترک آن اشاره دارد (29). تعهد سازمانی به معنای تعهدهای مختلف و افکار و نگرش‌های عادی مثبت یا منفی کارکنان نسبت به کل سازمانی می‌باشد که در آن مشغول به کار هستند (30). تعهد سازمانی از پیوند افراد به سازمان از طریق سه عامل اعتقاد قوی و پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان، تمایل به تلاش زیاد برای سازمان و میل قوی برای باقی ماندن در سازمان مشخص می‌شود (31). تعهد سازمانی یک سازه چندبعدی است که نقش مهمی در موفقیت، عملکرد و اثربخشی سازمان دارد (32) و شامل سه بعد عاطفی، هنجاری و مستمر است که تعهد عاطفی به وابستگی‌های عاطفی به سازمان و ارزش‌ها و اهداف سازمانی و تعیین هویت از طریق آن، تعهد هنجاری به حس تعهد، تکلیف، التزام و مسئولیت برای ادامه همکاری و

¹ . Organizational transparency

² . Organizational commitment

باقی ماندن در سازمان و تعهد مستمر به وابستگی کارکنان به سازمان بر اساس تئوری سرمایه گذاری و بررسی هزینه و منفعت اشاره دارد (33). تعهد سازمانی یک قدرت داخلی است که کارکنان را تشویق به عدم ترک شغل می‌کند و افراد دارای تعهد شغلی بالا در شرایط سخت نیز تمایل به باقی ماندن در شغل خود دارند (34).

یکی از متغیرهایی که می‌تواند بین متغیرهای اجتماعی و سازمانی با اخلاق حرفه‌ای نقش میانجی داشته باشد، بدبینی اجتماعی^۱ است که به بی اعتمادی بین مردم اشاره دارد و چنین افرادی معتقدند که رفتارهای دیگران خودخواهانه، غیراجتماعی و غیراخلاقی می‌باشد (35). جامعه در بدبینی افراد نقشی مهم دارد و اجتماعی که ارتباط افراد آن با یکدیگر بر اساس بی اعتمادی و سوءظن پایه گذاری شده باشد، بدبینی را در میان اعضای خود رواج می‌دهد (36، 37). خوش بینی و بدبینی یکی از عوامل موثری در سلامت روانشناختی افراد است و افراد بدبین برخلاف افراد خوش بین همواره در انتظار وقوع رویدادهای ناخوشایند می‌باشند و حتی رویدادها را نسبت به افراد خوش بین منفی تر ارزیابی می‌کنند (38). بدبینی اجتماعی به معنای مجموعه‌ای مسنجم از افکار، باورها، نگرش‌ها و انتظاری بدبینانه نسبت به دیگران و جامعه و توقع‌هایی نامعقول درباره خود و دیگران تعریف می‌شود (39). بدبینی بیشتر از آن که یک ویژگی شخصیتی باشد، پاسخی آموخته شده و نگرشی کلی درباره وضعیت موجود می‌باشد که در نتیجه ارتباطها و تعامل‌های منفی بین افراد شکل گرفته و به مرور افزایش می‌یابد (40). بدبینی اجتماعی سازه‌ای چند بعدی شامل بدبینی تعمیم یافته، بدبینی عمومی و بدبینی فردی است که بدبینی تعمیم یافته به بدبینی به دیگران و جامعه درباره دروغ‌گویی و نقش بازی کردن، بدبینی عمومی به بدبینی و نگرش منفی درباره وقوع رویدادهای منفی و ناخوشایند درباره خود و بدبینی فردی به بدبینی درباره توانمندی‌های فرد احتمال موفقیت در آینده اشاره دارد (36). بدبینی اجتماعی با دستیابی به آسودگی کمتر و عدم همراهی با دیگران ارتباط مستقیم دارد. در نتیجه، این سازه با ترکیبی از دیدگاه منفی درباره ماهیت بشری، دیدگاه سوگیرانه علیه برخی گروه‌های اجتماعی، بی اعتمادی به نهادهای مختلف و بی توجهی به معنای اخلاق و رفتارهای اخلاقی جهت رسیدن به اهداف شخصی همراه می‌شود (41).

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اخلاق حرفه‌ای، شفافیت سازمانی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، و رهبری اخلاقی به عنوان مفاهیم کلیدی در حوزه مدیریت و رفتار سازمانی تأثیرات مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی، کاهش بدبینی اجتماعی و افزایش عملکرد سازمانی دارند. حسنی و مقیمی خراسانی (۱۳۹۹) به رابطه مثبت و معنادار بین اخلاق حرفه‌ای و تعهد سازمانی اشاره کردند (42)، درحالی که خواجه حسینی و همکاران (۱۳۹۹) نیز بر اهمیت اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تقویت تعهد سازمانی تأکید کردند (43). دیهیم پور و دولتی (۱۳۹۹) شفافیت سازمانی و سرمایه اجتماعی را به عنوان عوامل کاهنده بدبینی سازمانی و تقویت‌کننده یکدیگر معرفی کردند (44). همچنین، حبیبی (۱۳۹۸) نشان داد که رفتار رهبری اخلاقی بر کاهش بدبینی سازمانی و تقویت حقوق شهروندی کارکنان تأثیرگذار است (45). قموشی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند که اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی بر شفافیت سازمانی در دانشگاه‌ها اثر مثبت و معناداری دارد (46). پژوهش‌های بین‌المللی نیز یافته‌های مشابهی را گزارش کرده‌اند؛ برای مثال،

¹ . social pessimism

نگیون و همکاران (۲۰۲۱) تأثیر مثبت رهبری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و بهبود شهرت و عملکرد شرکت را برجسته کردند (47)، در حالی که نمر و لیو (۲۰۲۱) نشان دادند که بدبینی سازمانی نقش تعدیل‌کننده مهمی در تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای شهروندی سازمانی دارد (48). ادیوئی (۲۰۲۱) نیز رابطه مثبت و معنادار بین رهبری اخلاقی، تعهد کارکنان و اثربخشی سازمانی را برجسته کرد و تأثیر رهبری اخلاقی بر نگرش کارکنان به کار و تعهد سازمانی را تأیید نمود (49). این مطالعات همگی بر اهمیت تقویت اخلاق حرفه‌ای و شفافیت سازمانی به منظور بهبود عملکرد سازمان و کاهش بدبینی سازمانی تأکید دارند.

با اینکه پژوهش‌هایی درباره روابط مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با اخلاق حرفه‌ای انجام شده، اما این پژوهش‌ها کمتر به بررسی روابط علت و معلولی بین متغیرها پرداختند. نکته حائز مهم دیگر اینکه پژوهش‌های انگشت شماری درباره بدبینی اجتماعی انجام شده و با توجه به نقش آن در سازمان‌های مختلف از جمله سازمان آموزش و پرورش پژوهش درباره آن ضروری است. بنابراین، در پژوهش حاضر روابط مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی بررسی می‌شود. در نتیجه، سوال پژوهش این است که آیا مدل اخلاق حرفه‌ای بر اساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی معنادار است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر کاربردی، غیرآزمایشی، توصیفی-همبستگی و از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری دبیران مقطع متوسطه شهر اورمیه در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ بودند (۲۶۷۰ نفر). حجم نمونه به روش تصادفی طبقه‌ای، با فرمول کوکران ۴۰۰ نفر تعیین شد. ابزار به شرح زیر می‌باشند:

پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای^۱: پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای توسط قنبرپور و همکاران (۱۳۹۸) با ۵۵ گویه و هشت بعد معنویت (۳ گویه)، شخصیت (۶ گویه)، خودشناسی (۳ گویه)، مسئولیت اخلاقی در قبال دانش‌آموزان (۷ گویه)، مسئولیت اخلاقی در قبال اولیا (۵ گویه)، مسئولیت اخلاقی در قبال حرفه و همکاران (۱۷ گویه)، مسئولیت اخلاقی در قبال سازمان و اداره (۶ گویه) و مسئولیت اجتماعی (۸ گویه) ساخته شد. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (نمره ۱) تا کاملاً موافقم (نمره ۵) نمره‌گذاری و نمره هر بعد با مجموع نمره‌های گویه‌های سازنده آن بعد و نمره کل ابزار با مجموع نمره همه گویه‌ها بدست می‌آید، لذا نمره کل ابزار در دامنه ۵۵ الی ۲۷۵ می‌باشد. قنبرپور و همکاران (۱۳۹۸) روایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی اکتشافی تأیید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد معنویت ۰/۷۸، شخصیت ۰/۸۵، خودشناسی ۰/۷۱، مسئولیت اخلاقی در قبال دانش‌آموزان ۰/۸۹، مسئولیت اخلاقی در قبال اولیا ۰/۷۱، مسئولیت اخلاقی در قبال حرفه و همکاران ۰/۹۰، مسئولیت اخلاقی در قبال سازمان و اداره ۰/۸۶، مسئولیت اجتماعی ۰/۸۸ و برای کل ابزار ۰/۹۶ گزارش کردند.

^۱ . Professional ethics questionnaire

پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی^۱: پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی توسط کارول (۱۹۹۱) با ۲۰ گویه و چهار

بعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع دوستانه (هر بعد ۵ گویه) ساخته شد. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (نمره ۱) تا کاملاً موافقم (نمره ۵) نمره گذاری و نمره هر بعد با مجموع نمره‌های گویه‌های سازنده آن بعد و نمره کل ابزار با مجموع نمره همه گویه‌ها بدست می‌آید، لذا نمره کل ابزار در دامنه ۲۰ الی ۱۰۰ می‌باشد. پرز و رودریگوئز-دل-بوسکوئی^۲ (۱۹۹۱) رویایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی اکتشافی تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد اقتصادی ۰/۸۵، قانونی ۰/۷۷، اخلاقی ۰/۸۷، نوع دوستانه ۰/۸۹ و برای کل ابزار ۰/۹۱ گزارش کردند. در ایران، ربیعی، مدبری و محمودی (۱۳۹۹) رویایی محتوایی ابزار را توسط اساتید دانشگاه تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد اقتصادی ۰/۸۵، قانونی ۰/۷۸، اخلاقی ۰/۸۶ و نوع دوستانه ۰/۸۰ گزارش کردند. در پژوهشی دیگر داورپناه، سیادت، ولی زاده و رضائیان (۱۳۹۶) پایایی کل ابزار را با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ گزارش کردند.

پرسشنامه شفافیت سازمانی^۳: پرسشنامه شفافیت سازمانی توسط راولینز (۲۰۰۸) با ۲۳ گویه و چهار بعد مشارکت (۶

گویه)، اطلاعات بنیادی (۷ گویه)، پاسخگویی (۵ گویه) و پنهان کاری (۵ گویه) ساخته شد. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (نمره ۱) تا کاملاً موافقم (نمره ۵) نمره گذاری و نمره هر بعد با مجموع نمره‌های گویه‌های سازنده آن بعد و نمره کل ابزار با مجموع نمره همه گویه‌ها بدست می‌آید، لذا نمره کل ابزار در دامنه ۲۳ الی ۱۱۵ می‌باشد. راولینز (۲۰۰۸) رویایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی اکتشافی تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد مشارکت ۰/۹۲، اطلاعات بنیادی ۰/۹۳، پاسخگویی ۰/۸۷، پنهان کاری ۰/۷۹ و برای کل ابزار ۰/۹۱ گزارش کردند. در ایران، درخشان، قنبری و زندی (۱۳۹۷) رویایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی تاییدی، تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد مشارکت ۰/۸۴، اطلاعات بنیادی ۰/۹۱، پاسخگویی ۰/۸۳، پنهان کاری ۰/۷۷ و برای کل ابزار ۰/۹۳ گزارش کردند (50).

پرسشنامه تعهد سازمانی^۴: پرسشنامه تعهد سازمانی توسط آلن و مایر (۱۹۹۰) با ۲۴ گویه و سه بعد عاطفی، هنجاری

و مستمر (هر بعد ۸ گویه) ساخته شد. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (نمره ۱) تا کاملاً موافقم (نمره ۵) نمره گذاری و نمره هر بعد با مجموع نمره‌های گویه‌های سازنده آن بعد و نمره کل ابزار با مجموع نمره همه گویه‌ها بدست می‌آید، لذا نمره کل ابزار در دامنه ۲۴ الی ۱۲۰ می‌باشد. آلن و مایر (۱۹۹۰) رویایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی اکتشافی تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد عاطفی ۰/۸۵، هنجاری ۰/۷۹ و مستمر ۰/۸۳ گزارش کردند. در ایران، نصیری، ساعدی، نرگیان

1. social responsibility questionnaire

2. Perez & Rodriguez-del-Bosque

3. organizational transparency questionnaire

4. organizational commitment questionnaire

و عبدلی (۱۳۹۶) پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد عاطفی ۰/۸۱، هنجاری ۰/۸۴ و مستمر ۰/۷۴ گزارش کردند. در پژوهشی دیگر نوری، ابراهیم پور و صالحی (۱۳۹۸) پایایی کل ابزار را با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۵ گزارش کردند (42).

پرسشنامه بدبینی اجتماعی^۱: پرسشنامه بدبینی اجتماعی توسط افشانی و کبریایی (۱۳۹۹) با ۲۴ گویه و سه بعد تعمیم یافته (۹ گویه)، عمومی (۸ گویه) و فردی (۷ گویه) ساخته شد. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (نمره ۱) تا کاملاً موافقم (نمره ۵) نمره گذاری و نمره هر بعد با مجموع نمره‌های گویه‌های سازنده آن بعد و نمره کل ابزار با مجموع نمره همه گویه‌ها بدست می‌آید، لذا نمره کل ابزار در دامنه ۲۴ الی ۱۲۰ می‌باشد. افشانی و کبریایی (۱۳۹۹) روایی محتوایی ابزار را با نظر متخصصان و به روش تحلیل عاملی اکتشافی تایید و پایایی را با روش آلفای کرونباخ برای ابعاد تعمیم یافته ۰/۷۵، عمومی ۰/۸۰، فردی ۰/۷۸ و برای کل ابزار ۰/۸۱ گزارش کردند (37).

روایی محتوایی پرسشنامه‌ها، توسط اساتید راهنما و مشاور و پایایی با آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۰۸، ۰/۸۱۴، ۰/۸۰۶، ۰/۸۰۹ و ۰/۸۰۲ تعیین شدند؛ لذا پرسشنامه‌های مورد استفاده از قابلیت اعتماد و اطمینان بالایی برای ادامه تحقیق برخوردار هستند. جهت تحلیل داده‌ها و دستیابی به اهداف تحقیق از نرم‌افزارهای SPSS و ویرایش ۲۸ و Lisrel و ویرایش ۱۰ استفاده شد.

یافته‌ها

اغلب معلمان مورد بررسی، در رده سنی ۳۰ الی ۴۰ سال قرار داشته، خانوم، متأهل، دارای مدرک تحصیلی لیسانس و دارای سابقه کاری زیر ۱۰ سال بودند. از آزمون چولگی و کشیدگی برای بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. قدر مطلق چولگی متغیرها به ترتیب نباید از ۱+ بیشتر و کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۱- کمتر باشند.

جدول ۱. بررسی نرمال بودن داده‌ها با آزمون چولگی و کشیدگی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
اخلاق حرفه‌ای	۱۸۷/۶۵	۲۷/۵۸۷	۰/۴۱۱	-۰/۹۱۶
مسئولیت پذیری اجتماعی	۶۸/۳۶	۱۰/۳۲۴	۰/۳۸۶	-۰/۴۴۵
تعهد سازمانی	۷۰/۸۰	۸/۵۰۶	۰/۱۷۱	-۰/۲۶۱
شفافیت سازمانی	۷۸/۱۶	۱۲/۸۳۹	۰/۱۹۴	-۰/۹۰۵
بدبینی اجتماعی	-۸۲/۰۱	۱۲/۷۵۷	-۰/۳۹۰	-۰/۶۲۳

با توجه به نتایج جدول شماره ۱، قدر مطلق اعداد چولگی برای تمامی متغیرها از ۱+ کمتر و قدر مطلق اعداد کشیدگی برای تمامی متغیرها از ۱- بیشتر می‌باشد، لذا توزیع متغیرها نرمال می‌باشد و باید از آزمون‌های پارامتریک برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش

^۱ . social pessimism questionnaire

استفاده نمود. برای بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش از نظر دبیران دوره متوسطه شهر ارومیه، از ماتریس همبستگی پیرسون استفاده شد.

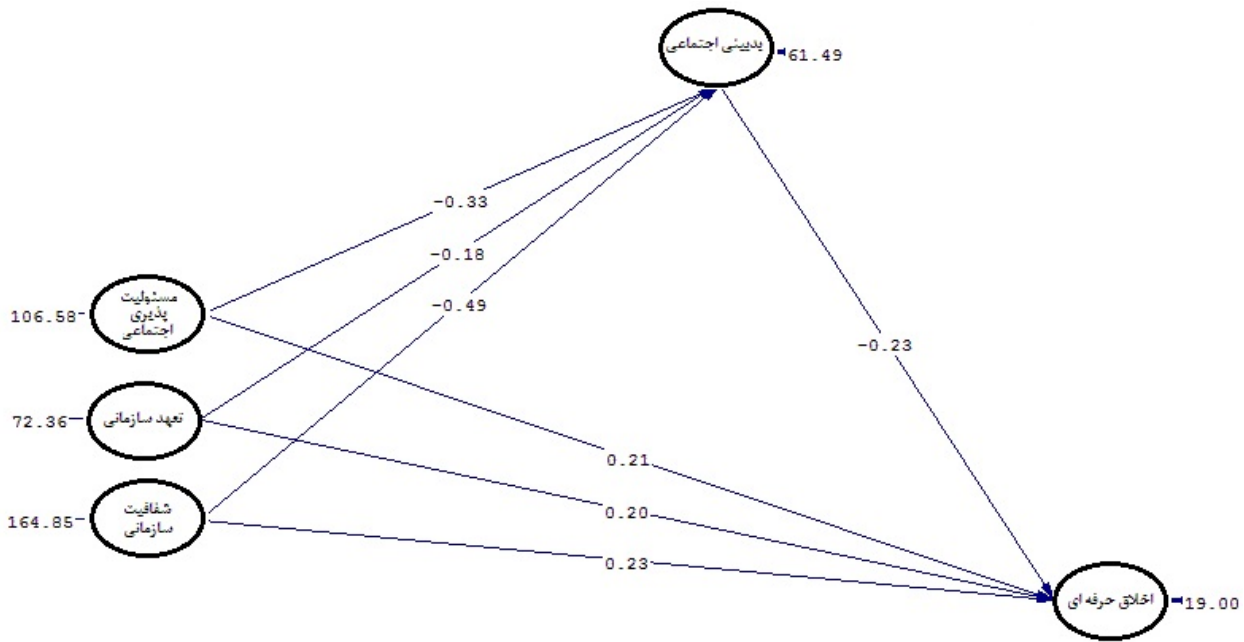
جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر	۱	۲	۳	۴	۵
۱	اخلاق حرفه‌ای	۱				
۲	مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۷۶۳**	۱			
۳	تعهد سازمانی	۰/۵۸۰**	۰/۵۶۸**	۱		
۴	شفافیت سازمانی	۰/۹۳۶**	۰/۷۴۲**	۰/۵۵۱**	۱	
۵	بدبینی اجتماعی	-۰/۹۱۳**	-۰/۷۰۰**	-۰/۵۴۳**	-۰/۷۵۵**	۱

**P≤0.01

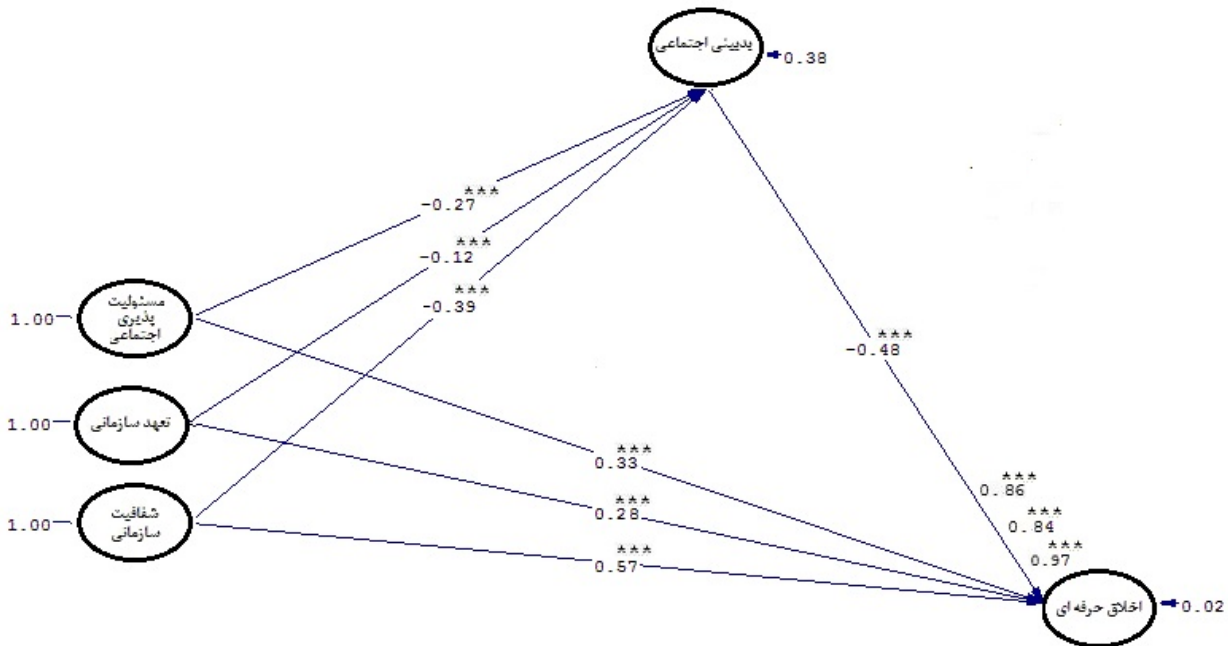
نتایج ماتریس همبستگی پیرسون نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی از نظر دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه، در سطح آماری ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین بین اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی با بدبینی اجتماعی از نظر دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه، در سطح آماری ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد (جدول ۲). برای پیش بینی اخلاق حرفه‌ای از دیدگاه دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه، مدل مفهومی پیشنهاد شده از طریق تحلیل مسیر به روش بیشینه احتمال^۱ بررسی شد. در پژوهش حاضر اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی، تعهد سازمانی و بدبینی اجتماعی متغیرهای موجود در مدل نظری هستند. متغیرهای اخلاق حرفه‌ای و بدبینی اجتماعی متغیرهای درون زای مدل هستند و متغیرهای مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی نیز متغیر برون زای مدل می‌باشند. در نمودارهای ۱، ۲ و ۳ مدل آزمون شده پژوهش گزارش شده است. برای آزمون این مدل از نرم افزار (Lisrel) ویرایش ۱۰ استفاده شده است.

^۱ - Maximum likelihood



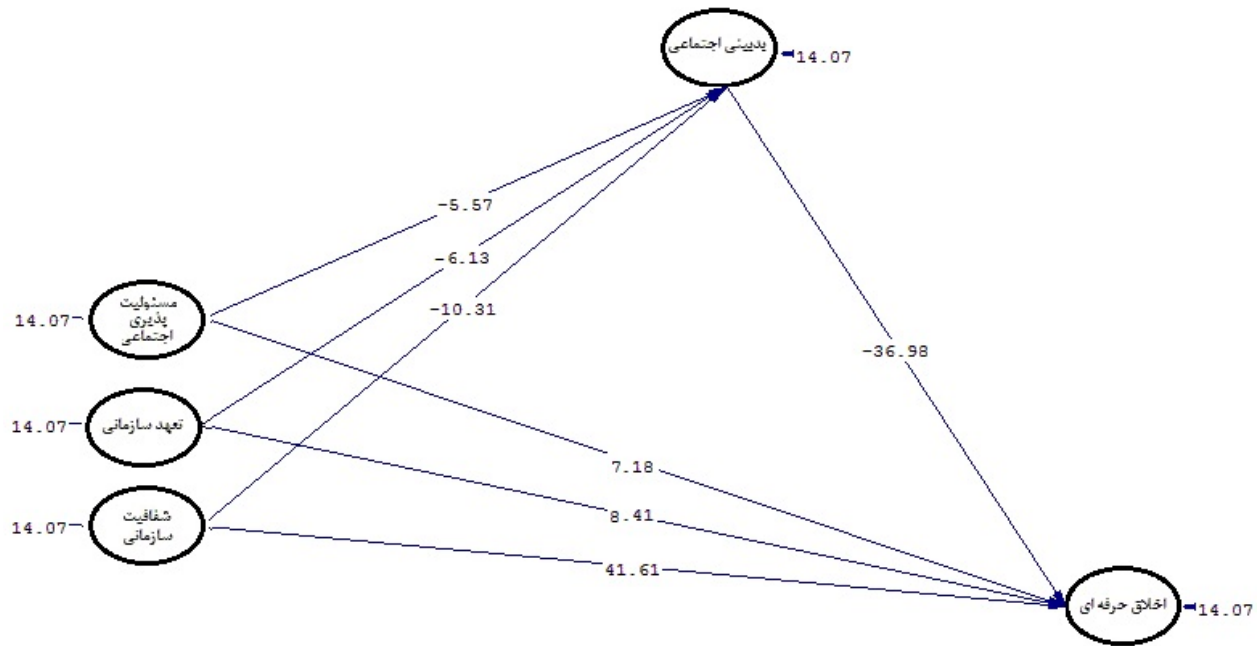
Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل ۱. مدل آزمون شده اخلاق حرفه‌ای در دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه (ضرایب استاندارد نشده)



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000 ***p<0.001

شکل ۲. مدل آزمون شده اخلاق حرفه‌ای در دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه (ضرایب استاندارد شده)



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل ۳. مدل آزمون شده اخلاق حرفه‌ای در دبیران مقطع متوسطه شهر ارومیه (آماره‌های t)

نمودارهای ۱، ۲ و ۳، بر مبنای ضرایب استاندارد نشده، ضرایب استاندارد شده و آماره‌های t به دست آمدند، لذا با توجه نمودارهای ذکر شده که در آن‌ها آماره‌های دو عدم معنی داری نشان داده است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل نظری پژوهش با داده‌های گردآوری شده برازش مناسب دارد و هم چنین با توجه به معناداری آماره‌های t که باید از عدد ۳/۲۹ بزرگتر باشند، مسیر طراحی شده برای نمودارها در سطح ۱ و ۵ درصد معنی دار هستند. این نتایج نشانگر تایید تمامی فرضیه‌های تحقیق و مناسب بودن مدل اخلاق حرفه‌ای بر مبنای اثرات مستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی، تعهد سازمانی و بدبینی اجتماعی و هم چنین اثر غیرمستقیم ترکیب مسئولیت پذیری اجتماعی با بدبینی اجتماعی، ترکیب شفافیت سازمانی با بدبینی اجتماعی و ترکیب تعهد سازمانی با بدبینی اجتماعی نسبت به اخلاق حرفه‌ای در سطح ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد می‌باشند. در جدول ۳ نیز اثرات مستقیم و واریانس تبیین شده متغیرها گزارش شده است.

جدول ۳. اثر مستقیم، غیرمستقیم و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	واریانس تبیین شده
از مسئولیت پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۳۳	-	-	-
از تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۲۸	-	-	-
از شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۵۷	-	-	-
از بدبینی اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای	-۰/۴۸	-	-	-
از مسئولیت پذیری اجتماعی به بدبینی اجتماعی	-۰/۲۷	-	-	-
از تعهد سازمانی به بدبینی اجتماعی	-۰/۱۲	-	-	-
از شفافیت سازمانی به بدبینی اجتماعی	-۰/۳۹	-	-	-
از مسئولیت پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	-	۰/۱۳	۰/۴۶	۰/۸۶
از تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	-	۰/۰۶	۰/۳۴	۰/۸۴
از شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	-	۰/۱۹	۰/۷۶	۰/۹۷

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ترکیب مسئولیت‌پذیری اجتماعی با بدبینی اجتماعی ۸۶ درصد، تعهد سازمانی و ترکیب تعهد سازمانی با بدبینی اجتماعی ۸۴ درصد و شفافیت سازمانی و ترکیب شفافیت سازمانی با بدبینی اجتماعی ۹۷ درصد از تغییرات اخلاق حرفه‌ای را از دیدگاه دیران مقطع متوسطه شهر ارومیه، تبیین می‌کنند. برای بررسی برازش مدل آزمون شده از سه دسته شاخص‌های برازش مطلق^۱، تطبیقی^۲ و مقتصد^۳ استفاده شد. در جدول شماره ۴، این شاخص به تفکیک گزارش شده‌اند.

جدول ۴. شاخص‌های نیکویی برازش مدل آزمون شده پژوهش

شاخص	برآوردهای مدل	حد قابل قبول	نتیجه حاصله
GFI	۰/۹۹	بیشتر از ۰/۹۰	تایید نتیجه
AGFI	۰/۹۳	بیشتر از ۰/۸۰	تایید نتیجه
SRMR	۰/۰۱۲	کمتر از ۰/۰۵	تایید نتیجه
CFI	۰/۹۸	بیشتر از ۰/۹۰	تایید نتیجه
NFI	۰/۹۵	بیشتر از ۰/۹۰	تایید نتیجه
NNFI	۰/۹۴	بیشتر از ۰/۹۰	تایید نتیجه
X ² /df	۱/۸۸	کمتر از ۳	تایید نتیجه
PNFI	۰/۹۶	بیشتر از ۰/۶۰	تایید نتیجه
RMSEA	۰/۰۲۶	کمتر از ۰/۰۸	تایید نتیجه

با توجه به این یافته‌ها می‌توان گفت که مدل آزمون شده پژوهش از برازش مناسب برخوردار است. در جدول ۵ نتایج تحلیل مسیر برای فرضیه اول گزارش شده است.

جدول ۵. تاثیر مستقیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر بدبینی اجتماعی

مسیر	مسیر غیراستاندارد	مسیر استاندارد	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معنی داری
از مسئولیت‌پذیری اجتماعی به بدبینی اجتماعی	-۰/۳۳	-۰/۲۷	۰/۰۵	-۵/۵۷	۰/۰۰۱
از تعهد سازمانی به بدبینی اجتماعی	-۰/۱۸	-۰/۱۲	۰/۰۵	-۶/۱۳	۰/۰۰۱
از شفافیت سازمانی به بدبینی اجتماعی	-۰/۴۹	-۰/۳۹	۰/۰۵	-۱۰/۳۱	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۵ نتایج زیر حاصل شدند: اثر مستقیم استاندارد نشده مسئولیت‌پذیری اجتماعی به بدبینی اجتماعی (-۰/۳۳)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (-۰/۲۷) و آماره تی آن (-۵/۵۷) بوده که منفی و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر مستقیم استاندارد نشده تعهد سازمانی به بدبینی اجتماعی (-۰/۱۸)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (-۰/۱۲) و آماره تی آن (-۶/۱۳) بوده که منفی و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر مستقیم استاندارد نشده شفافیت سازمانی به بدبینی اجتماعی (-۰/۴۹)؛

1 - Absolute
2 - Comparative
3 - Parsimonious

اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۳۹-) و آماره تی آن (۱۰/۳۱-) بوده که منفی و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. با توجه به این نتایج معنی دار، فرضیه اول تحقیق تایید می‌گردد، یعنی مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر بدبینی اجتماعی اثر مستقیم، منفی و معنادار دارند. در جدول ۶ نتایج تحلیل مسیر برای فرضیه دوم گزارش شده است.

جدول ۶- تاثیر مستقیم بدبینی اجتماعی، مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق

حرفه‌ای

مسیر	مسیر غیراستاندارد	مسیر استاندارد	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معنی داری
از مسئولیت پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۲۱	۰/۳۳	۰/۰۵	۷/۱۸	۰/۰۰۱
از تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۲۰	۰/۲۸	۰/۰۵	۸/۴۱	۰/۰۰۱
از شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای	۰/۲۳	۰/۵۷	۰/۰۵	۴۱/۶۱	۰/۰۰۱
از بدبینی اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای	-۰/۲۳	-۰/۴۸	۰/۰۵	-۳۶/۹۸	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۶ نتایج زیر حاصل شدند: اثر مستقیم استاندارد نشده مسئولیت‌پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای (۰/۲۱)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۳۳) و آماره تی آن (۷/۱۸) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر مستقیم استاندارد نشده تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای (۰/۲۰)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۸) و آماره تی آن (۸/۴۱) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر مستقیم استاندارد نشده شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای (۰/۲۳)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۵۷) و آماره تی آن (۴۱/۶۱) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر مستقیم استاندارد نشده بدبینی اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای (۰/۲۳-)؛ اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۴۸-) و آماره تی آن (-۳۶/۹۸) بوده که منفی و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. با توجه به این نتایج معنی دار، فرضیه دوم تحقیق تایید می‌گردد، یعنی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارند و بدبینی اجتماعی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، منفی و معنادار دارد. در جدول ۷ نتایج تحلیل مسیر برای فرضیه سوم گزارش شده است.

جدول ۷. تاثیر غیرمستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای

مسیر	مسیر غیراستاندارد	مسیر استاندارد	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معنی داری
از مسئولیت‌پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	۰/۰۸	۰/۱۳	۰/۰۵	۲۰۵/۹۷۹	۰/۰۰۱
از تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۵	۲۲۶/۶۸۷	۰/۰۰۱
از شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی	۰/۱۱	۰/۱۹	۰/۰۵	۳۸۱/۲۶۴	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۷ نتایج زیر حاصل شدند: اثر غیرمستقیم استاندارد نشده مسئولیت‌پذیری اجتماعی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی (۰/۰۸)؛ اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۱۳) و آماره تی آن (۲۰۵/۹۷۹) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر غیرمستقیم استاندارد نشده تعهد سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی (۰/۰۴)؛ اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۰۶) و آماره تی آن (۲۲۶/۶۸۷) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. اثر

غیرمستقیم استاندارد نشده شفافیت سازمانی به اخلاق حرفه‌ای از طریق بدبینی اجتماعی (۰/۱۱)؛ اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۱۹) و آماره تی آن (۳۸۱/۲۶۴) بوده که مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است. با توجه به این نتایج معنی دار، فرضیه سوم تحقیق تایید می‌گردد، یعنی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر بدبینی اجتماعی اثر مستقیم، منفی و معنادار دارند. همچنین، نتایج نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارند و بدبینی اجتماعی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، منفی و معنادار دارد همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار دارند نتایج حاصل برای پژوهش، با نتایج پژوهش‌های پیشین (42-49) همخوانی و همپوشانی دارد.

در تبیین نتیجه حاصله می‌توان بیان نمود که بدبینی سازمانی باعث می‌گردد که کارکنان بخصوص معلمان در زمینه تدریس از خود کم‌کاری و اهمال‌کاری نشان دهند چرا که عامل بدبینی نسبت به سازمان باعث تضعیف روحیه و شادابی در معلمان می‌گردد و آن‌ها دیگر برای فعالیت در عرصه تدریس از خود تلاشی نشان نمی‌دهند و بدون انرژی در کلاس و مدرسه حاضر شده و صرفاً برای رفع مسئولیت و گذران وقت و گرفتن حقوق تلاش می‌کنند و دیگر برای آموزش و تعلیم و تربیت هیچ ارزشی قائل نمی‌شوند، لذا باید با این عامل برخورد گردد و تنها راه مقابله با این عامل مخرب، توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی است چرا که این سه عامل موجب می‌شوند میزان علاقه و انرژی نسبت به کار و تدریس توسعه یابد و فرد با نگرشی شاداب و پرانرژی و بدور از شک و دلخوری کار خود را پیش ببرد و باعث توسعه و تقویت امر تعلیم و تربیت گردد.

اخلاق حرفه‌ای مهمترین رکن در موفقیت یک شغل است و اگر این عامل در امر آموزش و پرورش توسعه یابد بدون شک معلمان با روحیه مضاعف در کلاسهای درس حاضر خواهند شد ولی اگر در سازمان رفتارهایی صورت گیرد که باعث دلخوری در معلمان گردد و آن‌ها به حق و حقوق خود نرسند و حق و حقوق مدیران از معلمان بدون دلیل موجه بالا باشد آنوقت معلمان با دلخوری در کلاسهای درس حاضر خواهند شد و در زمینه تدریس هیچ تلاشی نخواهند نمود و علم خود را توسعه نخواهند داد و به روز تدریس نخواهند کرد و این عوامل باعث شکست سیستم آموزش و افت تحصیلی و عدم ماندگاری در این عرصه چه برای معلمان و چه برای دانش‌آموزان خواهد شد، پس باید با توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی در سیستم آموزشی باعث تقویت اخلاق حرفه‌ای در معلمان شویم تا آن‌ها با روحیه و انرژی بالا خود را جهت تدریس و موفقیت در شغل به روزرسانی نموده و با علم به روز تدریس نمایند و باعث موفقیت دانش‌آموزان در عرصه‌های علمی شوند.

اگر عواملی چون مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی در سیستم آموزشی توسعه یابند و در کنار این عوامل عامل بدبینی اجتماعی نیز گسترش یابد، میزان علاقه به تدریس و شغل تحت تاثیر این عامل بدبینی قرار خواهد گرفت و باید با توسعه و تقویت شفافیت سازمانی بر عامل بدبینی غلبه کرد تا بتوان با توسعه امر شفافیت در سازمان باعث توسعه و تقویت سه عامل مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی گردیم تا با کمک این عوامل بر اخلاق حرفه‌ای اثر مثبت بگذاریم و آن را توسعه دهیم و مانع از فروپاشی امر تعلیم و تربیت در اثر بدبینی اجتماعی شویم. اگر عامل بدبینی در سیستم آموزشی ترویج یابد آنوقت هیچ متقاضی جهت امر معلمی داوطلب نخواهد شد و بعد از مدتی آموزش و پرورش دچار کاهش نیرو و افت تدریس و از بین رفتن امر آموزش خواهد شد پس باید تلاش نماییم تا امر تعلیم و تربیت با کمک عوامل مثبت توسعه یابد و اخلاق حرفه‌ای باعث توسعه احساس مسئولیت در معلمان شود تا آن‌ها با توسعه علم و تواناییهای خویش باعث توسعه و تقویت امر تدریس و تعلیم و تربیت شوند.

مسئولین امر باید با بررسی خواسته‌های بحق معلمان با ایجاد فضایی توأم با شفافیت باعث شوند میزان تعهد معلمان و مسئولیت پذیری آن‌ها در زمینه تدریس توسعه یابد و آن‌ها را برای رسیدن به موفقیت و پیشرفت در امر شغلی و از طرف دیگر جامعه را در رسیدن به امر موفقیت و پیشرفت علمی کمک نمایند تا از این طریق جامعه به سمت علمی شدن و دور شدن از بدبینیها قدم بردارد و همه جامعه از هر شغلی در امر تعلیم و تربیت کمک نماید و بعنوان حامیان معلمان نقش تکیه گاه را برایشان بازی کنند و معلمان را به سمت موفقیت و سیستم آموزشی و جامعه و دانش آموزان را به سمت پیشرفت رهنمون سازند و پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:

۱. با توجه به اینکه مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر بدبینی اجتماعی اثر مستقیم، منفی و معنادار دارند، پیشنهاد می‌گردد که با کمک این متغیرها بخصوص شفافیت سازمانی از بدبینی معلمان نسبت به سازمان و شغلشان بکاهیم تا آن‌ها با تعهد و مسئولیت پذیری بالا در امر تدریس تلاش کنند.

۲. با توجه به اینکه مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، مثبت و معنادار دارند و بدبینی اجتماعی بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم، منفی و معنادار دارد، پیشنهاد می‌گردد که با کم کردن و از بین بردن بدبینی در معلمان آن‌ها را به سمت رفتارهای مثبت و توأم با مسئولیت زیاد و تدریس تحول آفرین سوق دهیم.

۳. با توجه به اینکه مسئولیت پذیری اجتماعی، شفافیت سازمانی و تعهد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با میانجی‌گری بدبینی اجتماعی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار دارند، پیشنهاد می‌گردد که با تقویت متغیرهای مثبت که باعث کاهش یا تعدیل متغیرهای منفی در امر تدریس می‌شوند، معلمان را در راستای تدریس خوب در جهت رسیدن به موفقیت و پیشرفت دانش آموزان کمک نماییم.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاق

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

1. Headley SAA, Melendez K. Addressing Contemporary Challenges in the Unified Code of Ethics for Health Educators. *Health Education Journal*. 2020;79(4):417-30. doi: 10.1177/0017896919888556.
2. MacNeill K, Bolt B, Barrett E, McPherson M, Sierra M, Miller S. An Ethical Engagement: Creative Practice Research, the Academy and Professional Codes of Conduct. *Research Ethics*. 2021;17(1):73-86. doi: 10.1177/1747016120915950.
3. Kabirian M. The Process of Professional Ethics Development in Midwifery Students: A Grounded Theory Study. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research*. 2024;29(3):302-8. doi: 10.4103/ijnmr.ijnmr_12_23.
4. Wang Y. Ethical Concepts in the Tao Te Ching and Professional Ethics Education: Principles, Challenges, and Opportunities. *The Educational Review Usa*. 2024;8(2):232-6. doi: 10.26855/er.2024.02.006.
5. Moradi Dolisekani M, Mohammadi Mehr M. Investigating the Relationship between Professional Ethics and Teaching Quality among Faculty Members at Army Medical University. *Journal of Educational Strategies in Medical Sciences*. 2020;13(3):150-43.
6. Wilson R. Ethical Issues in Teledentistry: Following the American Dental Association Principles of Ethics and Code of Professional Conduct. *The Journal of the American Dental Association*. 2021;152(2):176-7. doi: 10.1016/j.adaj.2020.12.001.
7. Akcamete G, Kayhan N, Yildirim AES. Scale of Professional Ethics for Individuals Working in the Field of Special Education: Validity and Reliability Study. *Cypriot Journal of Educational Sciences*. 2017;12(4):202-17. doi: 10.18844/cjes.v12i4.2902.
8. Guney Z. Professional Ethics in Performance and Educational Technology. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*. 2019;14(4):190-200. doi: 10.29329/epasr.2019.220.11.
9. Burakgazi SG, Can I, Coskun M. Exploring Pre-Service Teachers' Perceptions about Professional Ethics in Teaching: Do Gender, Major, and Academic Achievement Matter? *International Journal of Progressive Education*. 2020;16(4):213-28. doi: 10.29329/ijpe.2020.268.14.
10. Adda G, Azigwe JB, Awuni AR. Business Ethics and Corporate Social Responsibility for Business Success and Growth. *European Journal of Business and Innovation Research*. 2016;4(6):26-42.

11. Liu Y, Liu S, Zhang Q, Hu L. Does Perceived Corporate Social Responsibility Motivate Hotel Employees to Voice? The Role of Felt Obligation and Positive Emotions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021;48:182-90. doi: 10.1016/j.jhtm.2021.06.006.
12. Zhang Y, Cui M. The Impact of Corporate Social Responsibility on the Enterprise Value of China's Listed Coal Enterprises. *The Extractive Industries and Society*. 2020;7(1):138-45. doi: 10.1016/j.exis.2019.11.010.
13. Bugdayci S. Examining Personal and Social Responsibility Levels of Secondary School Students. *Universal Journal of Educational Research*. 2019;7(1):206-10. doi: 10.13189/ujer.2019.070126.
14. Cheng WY, Cheung RYM, Chung KKH. Understanding Adolescents' Perceived Social Responsibility: The Role of Family Cohesion, Interdependent Self-Construal, and Social Trust. *Journal of Adolescence*. 2021;89:55-62. doi: 10.1016/j.adolescence.2021.04.001.
15. Tymkiv N. Forming Competence of Social Responsibility in Vocational Training of Future Petroleum Engineers (Based on Foreign Scholars' Views). *Comparative Professional Pedagogy*. 2018;8(3):26-30. doi: 10.2478/rpp-2018-0037.
16. Schiff DS, Logevall E, Borenstein J, Newstetter W, Potts C, Zegura E. Linking Personal and Professional Social Responsibility Development to Microethics and Macroethics: Observations from Early Undergraduate Education. *Journal of Engineering Education*. 2021;110(1):70-91. doi: 10.1002/jee.20371.
17. Carroll AB. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991;34(4):39-48. doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
18. Stanic MK. Transparency in Public Relations: Evidence from Associations, Ethics Codes. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*. 2019;17(2):417-29. doi: 10.7906/indecs.17.2.15.
19. Holland D, Krause A, Provencher J, Seltzer T. Transparency Tested: The Influence of Message Features on Public Perceptions of Organizational Transparency. *Public Relations Review*. 2018;44(2):256-64. doi: 10.1016/j.pubrev.2017.12.002.
20. Brandes L, Darai D. The Value and Motivating Mechanism of Transparency in Organizations. *European Economic Review*. 2017;98:189-98. doi: 10.1016/j.eurocorev.2017.06.014.
21. Makundi F, Issund M. Survey of Organizational Transparency Studies in Scientific Articles of the Last 10 Years with Meta-Analysis Method. *Transformative Human Resources Quarterly*. 2023;7(2):89-107.
22. Masoumi SF, Hekmati M. Organizational Transparency for Preventing Administrative and Financial Corruption (Case Study: Hamadan Municipality). *New Research Approaches in Management and Accounting Sciences*. 2024;8(28):2383-97.
23. Albu OB, Flyverbom M. Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences. *Business & Society*. 2019;58(2):268-97. doi: 10.1177/0007650316659851.
24. Ricardo CM, Rebeca RM. Social Responsibility and Professional Ethics in Public and Corporate Management. *Pensamiento & Gestion*. 2017;42:6-25.
25. Ghaffarian S, Memarzadeh Tehrani G, Mohammadi N, Farahmandian A. Presenting a Model for Developing Employee Commitment in Iranian Government Organizations. *International Journal of Innovation Management and Organizational Behavior (IJIMOB)*. 2024;4(3):55-67. doi: 10.61838/kman.ijimob.4.3.7.
26. Hermanto YB, Srimulyani VA, Pitoyo DJ. The mediating role of quality of work life and organizational commitment in the link between transformational leadership and organizational citizenship behavior. *Heliyon*. 2024;10(6). doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e27664.
27. Kanapeckaitė R. Relationships Between Team Characteristics and Soldiers' Organizational Commitment and Well-Being: The Mediating Role of Psychological Resilience. *Frontiers in Psychology*. 2024;15. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1353793.
28. Dwirandra A, Badera IDN, Wirawati NGP, Widhiyani NLS, Sujana IK. Role of Organizational Commitment, Professional Ethics, Machiavellian Character, and Money Ethic in Moderating the Effect of Professionalism and Auditor Experiences on Materiality Level Consideration. *International Journal of Economic Research*. 2017;14(10):259-75.
29. Ko J, Jang H, Kim SY. The Effect of Corporate Social Responsibility Recognition on Organisational Commitment in Global Freight Forwarders. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*. 2021;37(2):117-26. doi: 10.1016/j.ajsl.2020.12.005.
30. Yao T, Qiu Q, Wei Y. Retaining Hotel Employees as Internal Customers: Effect of Organizational Commitment on Attitudinal and Behavioral Loyalty of Employees. *International Journal of Hospitality Management*. 2019;76:1-8. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.03.018.
31. Cegarra-Navarro JG, Wensley AKP, Martinez-Martinez A, Garcia-Perez A. Linking Organisational Commitment with Continuous Learning through Peripheral Vision and Procedural Memory. *European Management Journal*. 2020;38(6):874-83. doi: 10.1016/j.emj.2020.05.003.
32. Wu CM, Chen TJ. Collective Psychological Capital: Linking Shared Leadership, Organizational Commitment, and Creativity. *International Journal of Hospitality Management*. 2018;74:75-84. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.02.003.
33. Allen NJ, Meyer JP. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*. 1990;63:1-18. doi: 10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x.
34. Yalcin S, Akan D, Yildirim I. Investigation of the Organizational Commitment and Psychological Well-Being Levels of Academicians. *International Journal of Research in Education and Science*. 2021;7(2):525-44. doi: 10.46328/ijres.1346.
35. Muncy JA, Iyer R. The Impact of the Implicit Theories of Social Optimism and Social Pessimism on Macro Attitudes Towards Consumption. *Psychology & Marketing*. 2020;37(2):216-31. doi: 10.1002/mar.21304.

36. Afshani SA, Kebriayi S. From the Sense of Injustice to Social Distrust: The Double Suffering of Citizens. *Journal of Iranian Social Issues Review*. 2019;10(2):27-7.
37. Afshani SA, Kebriayi S. Investigating the Relationship between Social Capital and Social Distrust among Citizens of Yazd City. *Journal of Social Capital Management*. 2020;7(4):561-35.
38. Barnett MD, Anderson EA, Marsden AD. Is Death Anxiety More Closely Linked with Optimism or Pessimism among Older Adults? *Archives of Gerontology and Geriatric*. 2018;77:169-73. doi: 10.1016/j.archger.2018.05.003.
39. Luger T, Cotter KA, Sherman AM. It's All in How You View It: Pessimism, Social Relations, and Life Satisfaction in Older Adults with Osteoarthritis. *Aging & Mental Health*. 2009;13(5):635-47. doi: 10.1080/13607860802534633.
40. Smith TW, Ruiz JM, Cundiff JM, Baron KG, Nealey-Moore JB. Optimism and Pessimism in Social Context: An Interpersonal Perspective on Resilience and Risk. *Journal of Research in Personality*. 2013;47(5):553-62. doi: 10.1016/j.jrp.2013.04.006.
41. Steenvoorden EH, Vander Meer TWG. Continent of Pessimism or Continent of Realism? A Multilevel Study into the Impact of Macro-Economic Outcomes and Political Institutions on Societal Pessimism, European Union 2006-2012. *International Journal of Comparative Sociology*. 2017;58(3):192-214. doi: 10.1177/0020715217710809.
42. Hasani M, Moghimi Khorasani A. The Relationship between Professional Ethics and Organizational Commitment. *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*. 2020;15(2):179-6.
43. Khajeh Hosseini M, Haji Alizadeh S, Amiri A. Investigating the Role of Professional Ethics and Accountability in Organizational Commitment. *Quarterly Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*. 2020;50:32-27.
44. Diehimpoor M, Dolati H. The Impact of Organizational Transparency on Organizational Paranoia with Social Capital as a Mediator. *Journal of Social Capital Management*. 2020;7(3):398-73.
45. Habibi R. The Impact of Perceived Ethical Leadership Behavior on Citizenship Rights and Organizational Paranoia. *Journal of Bioethics*. 2019;9(31):20-9.
46. Qamoshi Z, Izadi M, Mohseni Mehr Z. The Role of Faculty Members' Professional Ethics in Organizational Transparency (Case Study: Imam Khomeini University). *Higher Education Journal*. 2019;12(48):64-37.
47. Nguyen NTT, Nguyen NP, Hoai TT. Ethical Leadership, Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance: A Serial Mediation Model. *Journal of Heliyon*. 2021;7(4):e06809-1. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06809.
48. Nemr MAA, Liu Y. The Impact of Ethical Leadership on Organizational Citizenship Behaviors: Moderating Role of Organizational Cynicism. *Cogent Business & Management*. 2021;8(1):1-14. doi: 10.1080/23311975.2020.1865860.
49. Adeoye AO. Ethical Leadership, Employee's Commitment and Organizational Effectiveness: A Study of Non-Faculty Members. *Athens Journal of Business & Economics*. 2021;7(2):161-72. doi: 10.30958/ajbe.7-2-3.
50. Derakhshan M, Ghanbari S, Zandi K. Factor Structure and Internal Consistency of the Organizational Transparency Questionnaire. *Quarterly Journal of Career and Organizational Counseling*. 2018;10(37):164-47.