



## پیش‌بینی سکوت سازمانی براساس سبک‌های رفتار اخلاقی

سینا یاوریان<sup>۱</sup>، دکتر حسن شمس اسفند آباد<sup>۲</sup>، دکتر صادق تقی‌لو<sup>۳</sup>

۱- کارشناس ارشد روانشناسی عمومی، گروه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

sina.yavarian@gmail.com

۲- نویسنده مسئول، دانشیار، گروه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

hshams1333@gmail.com

۳- استادیار، گروه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. sadeght81@gmail.com

Department of general psychology, Karaj Branch, Islamic Azad university, Karaj, Iran.

### چکیده

در این پژوهش پیش‌بینی سکوت سازمانی براساس سبک‌های رفتار اخلاقی مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری، شامل کارکنان شرکت ارتباطات سیار ایران بود که ۳۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. پژوهش حاضر، توصیفی از نوع همبستگی بود. ابزار پژوهش را پرسش‌نامه‌های سکوت سازمانی و سبک‌های رفتار اخلاقی تشکیل می‌دادند. در تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر از روش‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) و تحلیل عاملی تاییدی و جهت آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل مسیر که جزئی از مدل معادلات ساختاری می‌باشد با بهره‌گیری از نرم‌افزار Lisrel استفاده شد. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بین سکوت سازمانی و سبک‌های رفتار اخلاقی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج این پژوهش مدیران سازمان‌ها را رهنمون می‌سازد که اگر تمایل دارند سازمان آنها رشد کند لازم است شرایط دریافت بازخورد از افراد با سبک‌های رفتار اخلاقی مختلف را فراهم آورند.

واژه‌های کلیدی: سکوت سازمانی، سبک‌های رفتار اخلاقی



عدم بیان عقیده از طرف کارکنان در سازمان‌ها باعث ایجاد پدیده‌ای به نام سکوت سازمانی می‌شود (پناهی و دانایی فرد، ۲۰۱۰). محققان دو عامل اصلی را شناسایی کردند که سکوت سازمانی را در سطح جمعی ترغیب می‌کند؛ (۱) ترس مدیریت از بازخورد منفی، و (۲) برداشت کارکنان از عقاید پیچیده مدیریت درباره آنها (موریسون ۱ و میلیکن ۲، ۲۰۰۰). موریسون و میلیکن ذکر می‌کنند که سکوت به یک نیروی قدرتمند در سازمانها تبدیل شده است، اما بررسی و پژوهش جدی درباره آن انجام نگرفته است. موریسون و میلیکن این مفهوم را معرفی کرده و نشان می‌دهند که سکوت سازمانی پدیده اجتماعی است که در سطح سازمانی به وجود می‌آید و توسط بسیاری از ویژگی‌های سازمانی تحت تاثیر قرار می‌گیرد. این ویژگی‌های سازمانی شامل فرآیندهای تصمیم‌گیری، مدیریت، فرهنگ و ادراکات کارکنان از عوامل موثر بر رفتار سکوت است.

همچنین، براساس یافته‌های باتسون<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) و لوین<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۱)، هرچه میزان مسئولیت‌پذیری و همدلی افزایش یابد عمل اخلاقی هم افزایش می‌یابد.

نظریه پیازه و کلبِرگ اذعان دارند که عبور فرد از مراحل ابتدایی اخلاق به مراحل بالاتر براساس ساخت‌های شناختی استوار است و تفکر اخلاقی با بالا رفتن سن افزایش پیدا می‌کند؛ لذا تحول شناختی و تحول اخلاقی با همبستگی بالا گزارش شده است. به نظر عباس‌زاده و دیگران (۱۳۸۱)، نیت نیکو، افراد را به سمت اعمال خوب سوق می‌دهد و اخلاق وظیفه‌گرایانه<sup>۵</sup> بیشتر در سطح فردی مؤثر است. در دیدگاه غایت‌گرایانه<sup>۶</sup>، اخلاق حرفه‌ای بر حل مشکلات اخلاقی مؤثر بوده، اخلاق اجتماعی تابع موقعیت است. به عقیده طالبی عوامل محیطی و اجتماعی از قبیل تشویق و تنبیه، ارزش‌های گروهی، سطح درآمد و تحصیلات والدین و محل سکونت دانش‌آموزان در رشد اخلاقی ایشان مؤثر است (شعبانی، ۱۳۹۱).

از کاستی‌های تحول اخلاقی کلبِرگ این است که مستقل از عوامل عاطفی و اجتماعی است و رفتار اخلاقی، پیامد اجتناب‌ناپذیر قضاوت اخلاقی در تحقیقات مختلف است. رشد اخلاقی چند بعدی است؛ هنگامی که رفتار فرد را در موقعیت عمل بررسی کنیم می‌بینیم که انگیزش، نوع تفکر و احساس اخلاقی بر عمل اخلاقی مؤثر هستند. محققانی همچون رست<sup>۷</sup> و بلاسی<sup>۸</sup> معتقدند که "عمل اخلاقی ضرورتاً نتیجه استدلال اخلاقی نیست" و عوامل هیجانی، انگیزش و صفات شخصیتی را در رفتارهای اخلاقی تبیین می‌کنند. هاپکینز (۲۰۰۶) نیز بر این باور است که احساسات مثبت، اطلاعات مثبت را در حافظه تقویت می‌کند و روند تفکر اخلاقی را تسهیل می‌سازد (شعبانی، ۱۳۹۱).

## چارچوب نظری پژوهش

- 1- Morrison
- 2- Milliken
- 3- Butson
- 4- Levin
- 5- moral deliberation
- 6- deontology teleology
- 7- Rest
- 8- Blasi

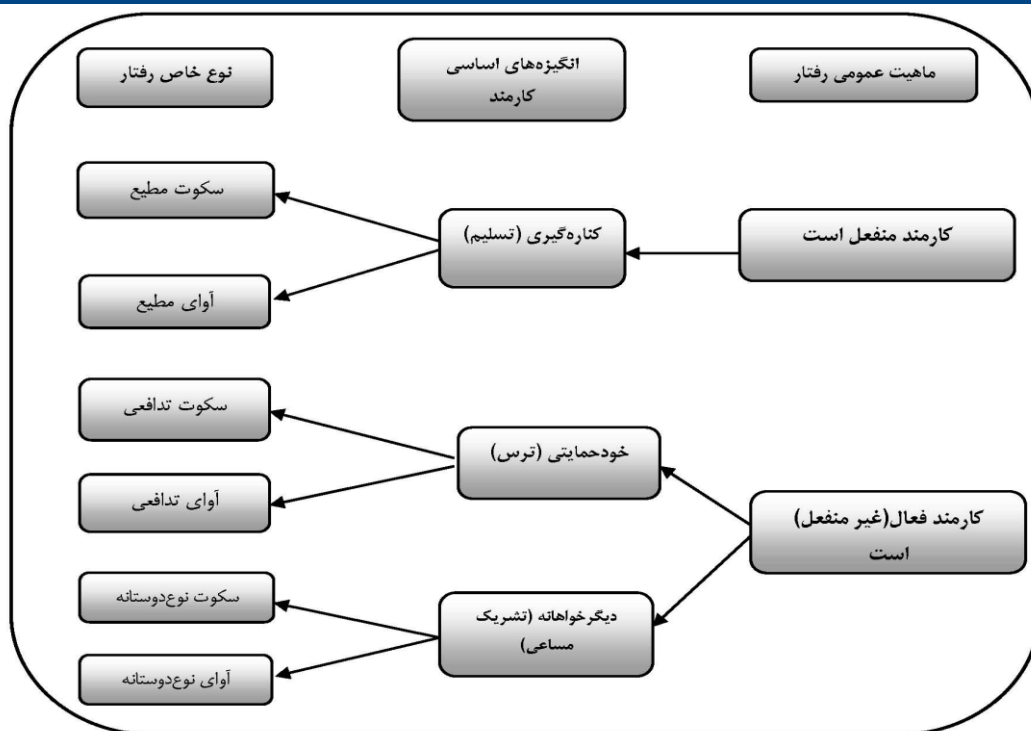
یکی از راه‌های تضمین عمل‌کرد برتر سازمان را باید در نقش‌آفرینی موفق مدیریت منابع انسانی جستجو کرد. نیروی انسانی مهمترین سرمایه دانشی هر سازمانی است. سازمان‌ها جهت بهره‌وری<sup>۱</sup> و توسعه بیشتر، نیازمند استفاده و کاربرد صحیح از این نیروی بسیار مهم و حیاتی بوده و جهت تقویت خلاقیت و انگیزه کارکنان چاره‌ای جز توجه به نظرات و ایده‌های آنان، یا ایجاد راه‌هایی برای رفع نگرانی‌هایشان ندارند. عدم بیان عقیده از طرف کارکنان در سازمان‌ها باعث ایجاد پدیده‌ای به نام سکوت سازمانی<sup>۲</sup> می‌شود (پناهی و دانایی‌فرد، ۲۰۱۰).

همانگونه که اشاره شد، افراد در سازمان اغلب دارای ایده‌ها، نظرات و اطلاعاتی برای ارائه روش‌های سازنده در بهبود کار و سازمان خود هستند. این کارکردها، بیان‌کننده مفهومی به نام صدای<sup>۳</sup> سازمانی هستند. برخی افراد این ایده‌ها را ارائه و برخی دیگر ایده‌ها، نظرات و اطلاعات خود را مسکوت نگه داشته و سکوت می‌کنند. ابراز ایده‌ها(صدا یا آوای سازمانی) یا مضایقه از ارائه آنها(سکوت سازمانی) ممکن است به لحاظ رفتاری، دو فعالیت متضاد به نظر برسند، زیرا سکوت مستلزم صحبت نکردن است درحالی که آوا، نیازمند بیان مسائل و مشکلات موجود در سازمان است. اما واقعیت آن است که سکوت، ضرورتاً پدیده‌ای در تقابل با صدای سازمانی نیست. در حقیقت، تفاوت بین سکوت و آوا، در سخن گفتن نیست بلکه در انگیزه افراد در خودداری از ارائه اطلاعات، ایده‌ها و نظرات آنهاست. در این چارچوب سه نوع انگیزه مرتبط با سکوت و آوا وجود دارد؛

- رفتار کناره‌گیرانه<sup>۴</sup> براساس تسلیم بودن و رضایت داد به هر چیز<sup>۵</sup>،
- رفتار خودحفاظتی<sup>۶</sup> براساس ترس و
- رفتارهای دیگرخواهانه<sup>۷</sup> به دلیل علاقه به دیگران و ایجاد فرصت برای تشریک مساعی با آنها(پیندر<sup>۸</sup> و هارلوز<sup>۹</sup>، ۲۰۰۱).

این سه نوع انگیزه در کارکنان به سه نوع سکوت یا آوا منجر می‌گردد که عبارتند از : سکوت یا آوای مطیع<sup>۱۰</sup>، سکوت یا آوای تدافعی<sup>۱۱</sup> و سکوت یا آوای نوع‌دوستانه<sup>۱۲</sup> که این انگیزه‌ها از دو گونه رفتارهای انفعالی<sup>۱۳</sup> و رفتارهای غیرمنفعاله(فعالانه<sup>۱۴</sup>) ناشی می‌باشد(شکل ۱)(آوری<sup>۱۵</sup> و کوئنونز<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۲).

- 
- 1- productivity
  - 2- organizational silence
  - 3 - voice
  - 4 - disengaged
  - 5 - resignation
  - 6 - self-protection
  - 7 - other-oriented
  - 8 - Pinder
  - 9 - Harlos
  - 10 - acquiescent
  - 11 - defensive
  - 12 - prosocial
  - 13 - passive
  - 14 - proactive
  - 15 - Avery
  - 16 - Quinones



شکل ۱: انگیزه‌های کارکنان به عنوان ویژگی‌های اصلی سکوت و صدای سازمانی (ون داین<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۳)

مواسا<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، تحقیقی تحت عنوان "سکوت و آوا در سازمان‌ها" انجام داد که برخلاف تحقیقات قبلی وی در رابطه با سکوت و آوای سازمانی، مورد سکوت و آوای سازمانی را به صورت دو امر جدا از هم و متضاد در نظر گرفته است. به گفته مواسا سکوت و آوای سازمانی شکل‌های ارتباطی استراتژیک به هم مرتبط و درهم تنیده‌ای هستند که متضمن همدیگر می‌باشند به طوری که عدم وجود یکی از این دو مورد، حضور مورد دیگر را بطور کامل کاهش می‌دهد. فعالان اجتماعی سکوت یا آوا نیستند، آنها می‌توانند هر دو مورد را داشته باشند چراکه در آن واحد در سطوح چندگانه با موارد گوناگون روبرو هستند. هدف از تحقیق انجام شده توسط مواسا نشان دادن این نکته است که در نگاه اول سکوت و آوا دو مفهوم متضاد هستند چراکه یکی دلالت بر بیان دارد و دیگری دلالت بر خویشتن‌داری اما در واقع سکوت و آوا متضمن همدیگر هستند. آوا بدون سکوت وجود ندارد و سکوت بدون آوا. هر یک از این دو به دیگری معنی و مفهوم می‌بخشد. بررسی مجدد این دو پدیده، مفاهیم متعددی را به دنبال دارد؛ مهمترین نکته این است که سکوت و آوا را بایستی به عنوان فعالیت‌های اجتماعی در نظر بگیریم نه حالتی از بودن یا شکل امور، چرا که آنها شکل‌های استراتژیک و ارتباطی تعاملات محسوب می‌شوند.

به عقیده صاحب‌نظران، سکوت سازمانی به وسیله ممانعت از بازخورد منفی، مانع تغییرات و توسعه سازمانی مؤثر می‌شود. نحوه استفاده مدیریت سازمان از انواع شیوه مدیریتی، عامل مهمی جهت ایجاد و یا از بین بردن جو سکوت<sup>۳</sup> می‌باشد. مدیری که به کارکنان، به عنوان زیردستانی که حق تصمیم‌گیری و یا اظهار نظر نداشته و تنها وظیفه اجرای فرامین را دارند می‌نگرد، نمی‌تواند انتظاری جز سکوت از آنها داشته باشد (زارعی و طاهری، ۲۰۱۲).

1- Van Dyne, et.al  
2- Moasa  
3- silence climate

این حس کارکنان که ممکن است در مورد دغدغه و نگرانی‌هایشان قادر به صحبت نباشند، در طولانی مدت می‌تواند به حسی از درماندگی، کاهش رضایتمندی شغلی<sup>۱</sup> و سایر پیامدهای شغلی و شخصی منجر شود. شاید بتوان مهمترین علت سکوت سازمانی را وجود احساس ناامنی و ترس از عواقب اظهار نظر در کارکنان بیان کرد: ترس از کم شدن مزایا، از دست دادن امتیازات و برکناری از سمت کنونی متعاقب اظهار نظر. در چنین شرایطی، افراد ابراز عقیده خود را عاملی جهت بر هم خوردن آرامش سازمانی خود می‌دانند و به دلیل مثمرتر نبودن نظرات خود در تصمیم‌گیریهای سازمانی، سکوت و بی‌تفاوتی را بهترین راه حل می‌پندارند (میرافضلی، ۲۰۱۲).

اخلاق و عرف، چارچوب‌های تحولی، متمایز و موازی هستند، نه یک الگوی واحد، آن‌گونه که کلبیگ تصور می‌کرد. اما از آنجا که تمام رویدادهای اجتماعی، از جمله رویدادهای اخلاقی، در بافت جامعه وسیع‌تر اتفاق می‌افتند، استدلال یک شخص درباره عمل درست، در هر موقعیت اجتماعی خاص، مستلزم آن است که اشخاص ادراک‌های خود را از چارچوب‌های متعدد اجتماعی-شناختی کسب کنند یا چارچوب‌های اجتماعی-شناختی مختلف را هماهنگ نمایند. برای مثال، اینکه مردم برای تهیه بلیط تئاتر صف بکشند، عمدتاً مسئله‌ای عرفی-اجتماعی است. هر کسی که خارج از اروپای شمالی یا امریکای شمالی سفر کرده باشد، می‌تواند این حقیقت را تأیید کند که صف کشیدن در فرهنگ‌های مختلف، هنجار اجتماعی مشترکی نیست. برای مثال، در ایالات متحده یا انگلستان، صف کشیدن شیوه عرفی برای رعایت نوبت است. در عین حال، رعایت نوبت یک پیامد اخلاقی است؛ و سازوکاری برای استفاده مشترک، یعنی یکی از ابعاد عدالت توزیعی. به هم زدن صف در بافت امریکا و بریتانیا بیش از نقض یک عرف است. این کار، نقض قواعدی است که افراد برای حفظ عدالت تدوین کرده‌اند (توریل، ۱۹۸۳).

براساس بینش‌های توریل، آنچه تئوری کلبیگ سعی می‌کند تا در یک چارچوب تحولی واحد تبیین کند، در حقیقت، مجموعه‌ای از تلاش‌های مرتبط با سن است که افراد در سطوح مختلف تحول و برای هماهنگ ساختن ادراکات اجتماعی هنجاری خود در چندین قلمرو مختلف انجام می‌دهند. بنابراین، براساس تئوری تحولی، ناهماهنگی‌های زیادی در قضاوت افراد در بافت‌های مختلف وجود دارد (توریل، ۱۹۸۳).

یکی از انتقادات اساسی به کلبیگ از ناحیه کارول گیلیگان<sup>۲</sup> در کتاب مشهورش "یک صدای متفاوت: تئوری روان‌شناختی و رشد زنان"<sup>۳</sup> (۱۹۸۲)، مطرح شد. بنابر نظر وی، تئوری‌های کلبیگ، سوگیری علیه زنان دارد، چراکه تنها نمونه‌های مذکر در تحقیقات وی شرکت کرده‌اند. گیلیگان با توجه به تجربه‌های زنان اظهار داشت که در زنان، "اخلاق مراقبت"<sup>۴</sup> به جای اخلاق عدالت و حقوق کلبیگ تسلط دارد. از نظر او اخلاق مراقبت و مسئولیت بر پایه سیاست عدم خشونت قرار دارد، در حالی که اخلاق عدالت و حقوق بر برابری مبتنی است. با یک نگاه متفاوت می‌توان گفت که این دو گونه اخلاق، دو حکم متفاوت ارائه می‌کنند: حکم به نفی رفتار ناعادلانه (عدالت) و حکم به نفی بی‌اعتنایی به افراد نیازمند. او این دو اخلاق را متمایز و به صورت بالقوه، مرتبط در نظر می‌گیرد (والکر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶).

در نهایت، حوزه اخلاق توجه خود را از پرداختن به نوع استدلال که در حیطه‌ی تئوری‌های مرحله‌ای قرار دارد، به افق‌های وسیع‌تری گسترش داده است. اکنون روشن شده است که یافته‌های مربوط به الگوی مرحله‌ای رشد استدلال اخلاقی، بایستی در زمینه‌ی اطلاعات ما از تحول فرایندهای انگیزشی، خودنظم‌دهی، تحول خود، پردازش اطلاعات اجتماعی، و ... تفسیر شود. تحقیق بر روی تفاوت‌های اجتماعی-بافتی در بررسی‌های فرهنگی، بینش‌های جدیدی در رابطه با شکل‌گیری اخلاق در کودکان ارائه می‌کنند. تمام این مطالب روشن می‌کنند، تحقیقات در عصر پساکولبرگی از رسیدن به مرحله نهایی آن بسیار فاصله دارد (جهانگیرزاده، ۱۳۹۰).

1- job satisfaction  
 2 - Carol Gilligan  
 3 - In a different voice  
 4 - Caring morality  
 5 - Walker

از نظر کلبرگ اخلاق دارای سه بعد است: بعد شناختی، بعد هیجانی و بعد رفتاری. بعد رفتاری اخلاق اشاره به گستره وسیعی از رفتارها دارد. البرت بندورا به جنبه‌های پیش‌گستر<sup>۱</sup> و بازدارنده<sup>۲</sup> آن اشاره نموده و معتقد است اخلاق پیش‌گستر با انجام رفتارهای مثبتی که برای دیگران سودمند است و اخلاق بازدارنده با خودداری از انجام رفتارهایی که برای دیگران زیان‌بخش است، مشخص می‌شود. از نظر بندورا حتی جنبه بازدارنده اخلاق نیز مثبت است زیرا که از آسیب به دیگران جلوگیری می‌کند. برخی از پژوهشگران بخش بین فرهنگی رفتار اخلاقی را مورد توجه قرار داده و رفتارهای اخلاقی را آن دسته از رفتارهایی تلقی می‌کنند که منطبق بر هنجارهای اخلاقی پذیرفته شده عمومی است. در مجموع بر اساس تعاریف صاحب‌نظران حوزه اخلاق می‌توان چنین استنباط نمود که رفتار اخلاقی با بهزیستی و رفاه نوع بشر در ارتباط بوده و بنابراین انجام یا عدم انجام اعمالی است که منجر به افزایش بهزیستی یا جلوگیری از کاهش بهزیستی دیگران می‌شود (تقی‌لو، ۱۳۹۰).

از پژوهش‌های پیشین می‌توان چنین برداشت کرد که اینکه کارکنان، سکوت یا صدای سازمانی را انتخاب می‌کنند می‌تواند به سبک رفتار اخلاقی آنان وابسته باشد. در پژوهش حاضر سعی شده است به این سوال که آیا سبک‌های رفتار اخلاقی (خودمدار، وظیفه‌مدار و مردم‌مدار)، می‌توانند سکوت سازمانی (مطیع، تدافعی و نوع‌دوستانه) را پیش‌بینی کنند پاسخ داده شود.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده، توصیفی از نوع پیمایشی<sup>۳</sup> است که امکان دستیابی به نتایج تعمیم‌پذیر به کل جامعه‌ی آماری را از طریق مطالعه نمونه‌ای معرف فراهم می‌آورد.

جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان شرکت ارتباطات سیار ایران تشکیل داده بودند. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر نمونه‌گیری تصادفی ساده و به دلیل استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر که حداقل حجم نمونه لازم برای تحلیل عاملی، ۲۰۰ نمونه و حجم نمونه مناسب، ۳۰۰ نمونه اعلام شده است (میرزا<sup>۴</sup>، ۱۳۹۴) در این پژوهش، تعداد آزمودنی‌ها ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد.

### ابزار پژوهش

در پژوهش حاضر از دو پرسش‌نامه سبک‌های رفتار اخلاقی تقی‌لو و سکوت سازمانی واکولا و بوراداس استفاده شده است:

پرسش‌نامه سکوت سازمانی واکولا<sup>۵</sup> و بوراداس<sup>۶</sup>: برای ارزیابی سکوت سازمانی از پرسش‌نامه ۱۳ سوالی واکولا و بوراداس (۲۰۰۵) براساس طیف لیکرت ۱ تا ۵ (۱- کاملاً مخالفم، ۲- مخالفم، ۳- نظری ندارم، ۴- موافقم و ۵- کاملاً موافقم) استفاده شده است. ۴ سوال اول از ۱۳ سوال به طور مستقیم و ۹ سوال بعدی به طور معکوس محاسبه می‌گردند. ۴ سوال اول، سکوت تدافعی، ۴ سوال بعدی، سکوت مطیع و ۵ سوال نهایی، سکوت نوع‌دوستانه را ارزیابی می‌کنند. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۸۹ در تحقیق صلواتی و همکاران (۱۳۹۳) گویای پایایی بالا و مطلوب این پرسش‌نامه می‌باشد.

1 - Proactive  
 2 - Inhibitive  
 3 - survey  
 4 - Meyers  
 5 - Vakola  
 6 - Bouradas

سیاهه سبک‌های رفتار اخلاقی تقی لو: این مقیاس، سبک‌های رفتار اخلاقی را در سه دسته طبقه‌بندی می‌کند؛ (۱) وظیفه‌مدار، (۲) مردم‌مدار، (۳) خودمدار که به ترتیب ۱۳، ۱۱ و ۶ گویه و در مجموع ۳۰ گویه را شامل است، که در طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (۱- به هیچ وجه، ۲- به ندرت، ۳- گاهی اوقات، ۴- بیشتر اوقات و ۵- همیشه) پاسخ داده می‌شوند. ۲۶ سوال از ۳۰ سوال، به طور مستقیم و ۴ سوال به طور معکوس طراحی شده‌اند. افراد با سبک اخلاق رفتاری خودمدار کسانی هستند که فقط در جهت رفع نیاز خود عمل می‌کنند. افراد با سبک اخلاق رفتاری وظیفه‌مدار کسانی هستند که فقط وقتی کاری را انجام می‌دهند که وظیفه ایجاب می‌کند و افراد دارای سبک اخلاق رفتاری مردم‌مدار کسانی هستند که در جهت رفع نیازهای افراد جامعه تلاش می‌کنند. تقی لو در پژوهش خویش ضریب همبستگی سه خرده مقیاس را روی ۴۲ نفر با فاصله زمانی دو هفته به ترتیب ۰/۵۳، ۰/۵۹ و ۰/۴۸ بدست آورده است که نشانگر ثبات قابل قبول نمره‌های خرده مقیاسها در دو مرحله اجرا بوده است.

### روش گردآوری داده‌ها

پس از کسب مجوزهای لازم جهت انجام پژوهش و انتخاب نمونه آماری پژوهش هر دو پرسشنامه همزمان در اختیار آزمودنیها قرار گرفت. به آزمودنیها اطمینان داده شد که پرسشنامه ها بدون نام و نشان است و اطلاعات آنها محرمانه تلقی خواهد شد و نزد پژوهشگر به امانت باقی خواهد ماند. در نهایت بعد از تکمیل پرسش نامه‌ها از ایشان سپاس‌گزاری به عمل آمد.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در پاسخگویی به سوال پژوهش حاضر از روش تحلیل مسیر که جزئی از مدل معادلات ساختاری می‌باشد با بهره‌گیری از نرم‌افزار Lisrel استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

نحوه توزیع متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل سن، تحصیلات و سابقه کار و جنسیت در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- نحوه توزیع سن، تحصیلات، سابقه کار و جنسیت آزمودنی‌ها

متغیر جمعیت‌شناختی	تقسیم‌بندی	درصد
سن	کمتر از ۲۵ سال	۵
	بین ۲۵ تا ۳۵ سال	۵۵/۶۷
	بین ۳۶ تا ۴۵ سال	۲۶
	بین ۴۶ تا ۵۵ سال	۵/۵
	بیش از ۵۵ سال	۸/۳۴
تحصیلات	دیپلم	۸
	فوق دیپلم	۱۲/۶۷
	کارشناسی	۲۹
	کارشناسی ارشد	۴۳
	دکتر	۷/۳۴

۵	زیر ۵ سال	سابقه کار
۱۱/۶۷	۶-۱۰ سال	
۳۹	۱۱-۱۵ سال	
۳۲	۱۶-۲۰ سال	
۱۲/۳۴	۲۰ سال به بالا	
۶۰	مرد	جنسیت
۴۰	زن	

برای بررسی فرضیه پژوهش در این تحقیق، پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی و بررسی وضعیت هر یک از متغیرها، از تحلیل مسیر که جزو مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌باشد با بهره‌گیری از نرم‌افزار Lisrel استفاده شد.

### آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش ابتدا نرمال بودن متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای پژوهش

P-value	Z کولموگروف-اسمیرنوف	انحراف معیار	میانگین	تعداد	شاخص‌ها
۰ / ۰۸۷	۱ / ۵۲۲	۰ / ۳۱	۲ / ۲۸	۳۰۰	سکوت سازمانی
۰ / ۲۴۷	۱ / ۴۴۹	۰ / ۲۸	۳ / ۰۷	۳۰۰	سبک رفتار اخلاقی خودمدار
۰ / ۱۴۵	۱ / ۱۷۸	۰ / ۶۹	۳ / ۲۳	۳۰۰	سبک رفتار اخلاقی وظیفه‌مدار
۰ / ۴۲۹	۰ / ۸۷۴	۰ / ۷۶	۳ / ۳۴	۳۰۰	سبک رفتار اخلاقی مردم‌مدار

با توجه به این که سطح معناداری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در جدول فوق برای متغیرهای پژوهش، بیشتر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود که توزیع متغیرهای فوق‌الذکر تفاوت معناداری با توزیع نرمال نداشته است. بنابراین نتیجه می‌گیریم که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال بوده است.

### آزمون کفایت نمونه



از پیش‌نیازهای استفاده از معادلات ساختاری لیزرل بررسی کفایت نمونه مورد بررسی می‌باشد، که در این راستا از دو آزمون کفایت نمونه‌برداری KMO<sup>۱</sup> و آزمون کرویت بارتلت<sup>۲</sup> استفاده شد. نتایج در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- آزمون کفایت نمونه برداری

۰/۸۸۹	آزمون کفایت نمونه برداری KMO	
۱۲۸۵۸ / ۴۳۱	خی دو	آزمون کرویت بارتلت
۱۷۱۱	درجه آزادی	
۰/۰۰۱	سطح معنی داری	

مقدار کفایت نمونه‌گیری معادل با ۰/۸۸۹ است. بنابراین میزان نمونه برای استفاده از معادلات ساختاری مناسب می‌باشد. به طور کلی مقادیر بالا (نزدیک به یک) نشانگر آن است که تحلیل عاملی برای داده‌ها قابل کاربرد است. اگر این مقدار کمتر از ۰/۵ باشد، احتمالاً نتایج تحلیل عاملی برای داده‌ها مفید نخواهد بود. در ضمن برای آن که مدل عاملی، مفید و دارای معنا باشد، لازم است متغیرها همبسته باشند. همانطور که در جدول ۳ درج شده است سطح معناداری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده این است که بین متغیرهای مربوط به هر عامل، همبستگی مشاهده می‌شود.

### تحلیل عاملی تأییدی متغیر «سبک‌های رفتار اخلاقی»

نمودار ۱ مدل اندازه‌گیری متغیر سبک‌های رفتار اخلاقی را در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد. نمودار ۲ نیز همین مدل را در حالت معناداری نمایش می‌دهد<sup>۳</sup>.

نمودار ۱ بارهای عاملی را برای هر یک از مسیرهای مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد. رد یا تأیید هر یک از مسیرهای مدل منوط بر مقایسه بار عاملی آن مسیر، در حالت تخمین استاندارد، با مقدار  $t$  محاسبه شده برای آن، در حالت ضریب معناداری (نمودار ۲)، می‌باشد، که با توجه به نتایج حاصل، همگی روابط مورد تأیید قرار می‌گیرند.

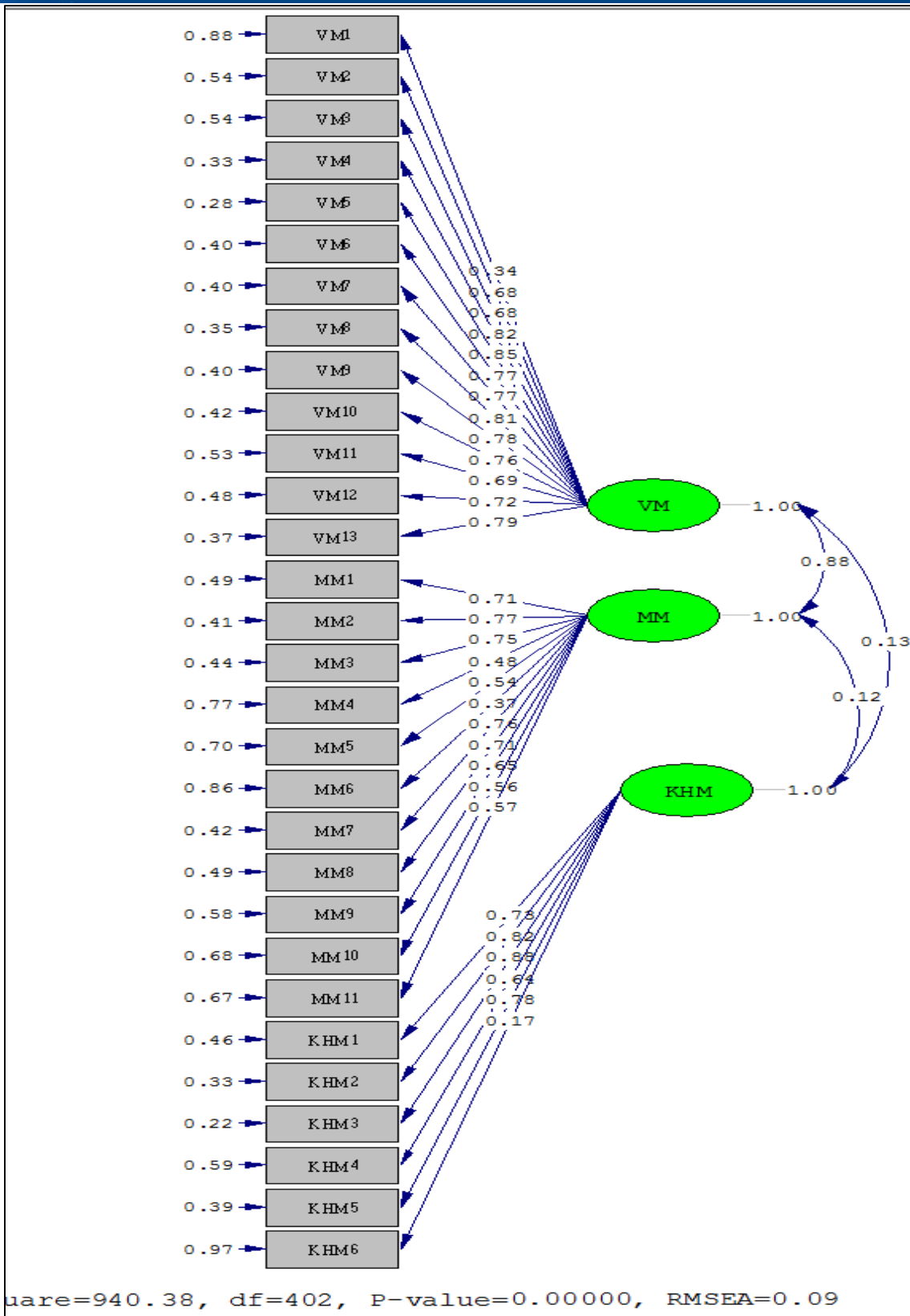
- 1 - Kaiser-Meyer-Olkin
- 2 - Bartlett test of sphericity(BTS)

۳- جدول حروف اختصاری بکار رفته در این پژوهش (خروجی نرم افزار)

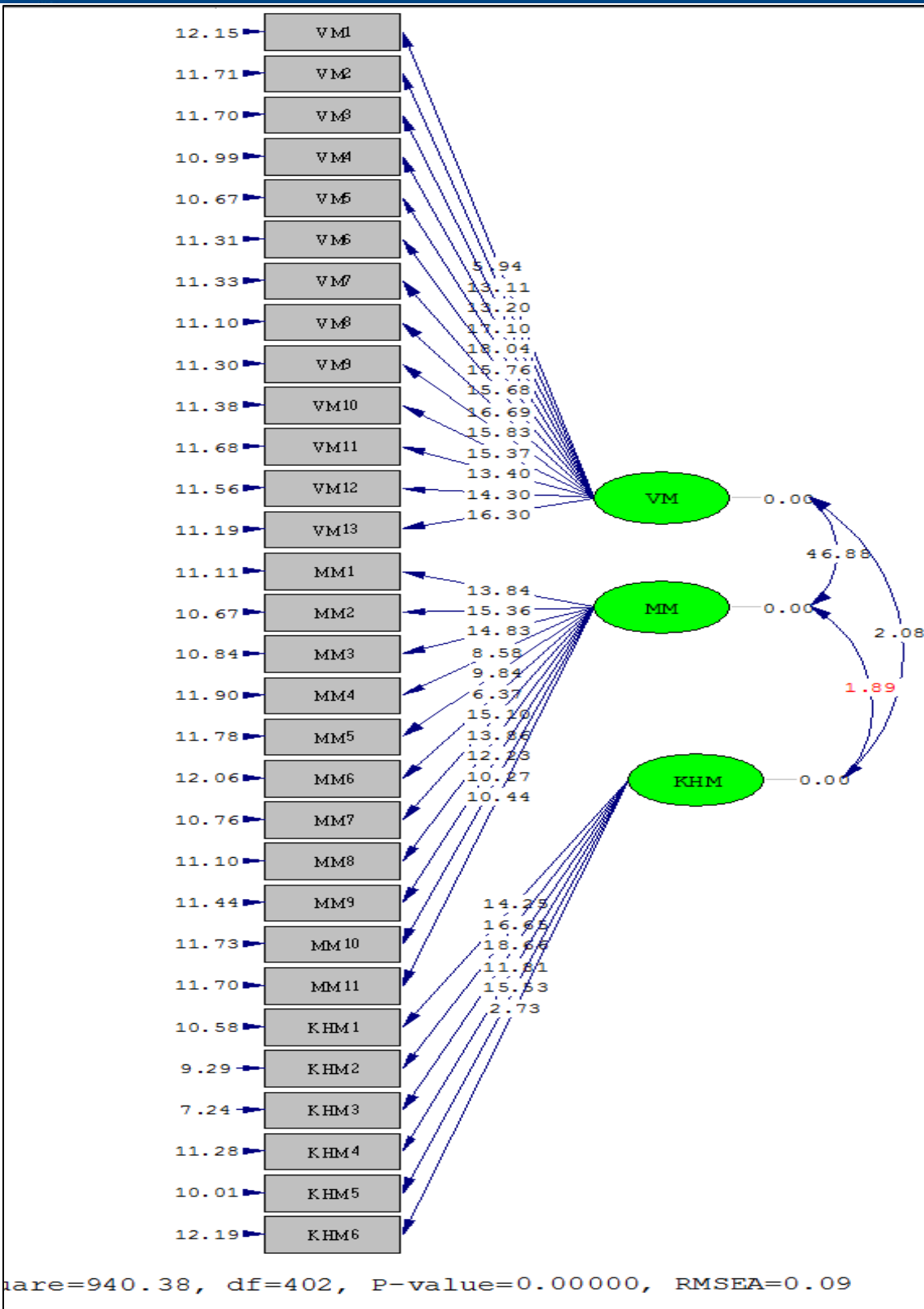
مفهوم	علائم اختصاری
سبک رفتار اخلاقی خود مدار	KHM
سبک رفتار اخلاقی وظیفه مدار	VM
سبک رفتار اخلاقی مردم مدار	MM
سکوت سازمانی تدافعی	ST
سکوت سازمانی مطیع	SM
سکوت سازمانی نوع دوستانه	SND



بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد، میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده شده (سؤال پرسش‌نامه) با متغیر مکنون (عامل‌ها) است. برای مثال بار عاملی سؤال اول در متغیر رفتار اخلاقی مردم‌مدار (MM1) ۰/۷۱ می‌باشد. به عبارت دیگر سؤال اول تقریباً ۷۱ درصد از واریانس متغیر رفتار اخلاقی مردم‌مدار خود را تبیین می‌نماید. مقدار ۰/۴۵ نیز مقدار خطا می‌باشد (مقدار واریانسی که توسط سؤال اول قابل تبیین نیست، واضح است که هر چه مقدار خطا کمتر باشد ضرایب تعیین بالاتر و همبستگی بیشتری بین سؤال و عامل مربوطه وجود دارد). مقدار ضریب تعیین عددی بین ۰ و ۱ است که هر چه به سمت ۱ نزدیک شود مقدار تبیین واریانس بیشتر می‌گردد.



نمودار ۱- مدل اندازه‌گیری متغیر سبک‌های رفتار اخلاقی در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۲- مدل اندازه‌گیری متغیر سبک‌های رفتار اخلاقی در حالت معناداری



همانگونه که نمودار ۲ نشان می‌دهد، تمامی روابط مدل معنادار هستند، زیرا مقدار محاسبه شده  $t$  برای هیچ کدام از مسیرها در دامنه ۱/۹۶ و ۱/۹۶- قرار نگرفته است.

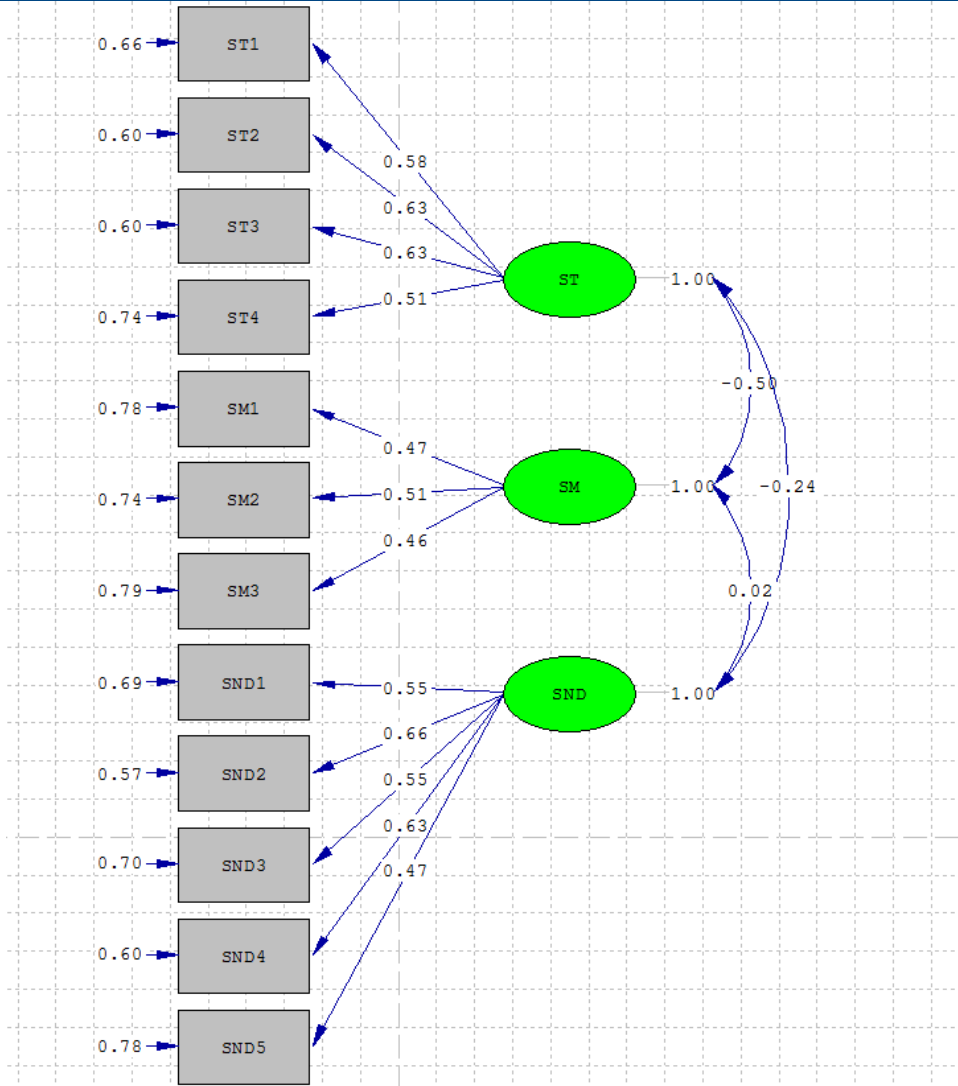
شاخص‌های برازندگی مدل در جدول ۴ ارائه شده است. با توجه به نتایج به دست آمده و مقایسه آن با دامنه قابل قبول می‌توان اذعان نمود تمامی شاخص‌های برازندگی مدل در دامنه قابل قبول قرار گرفته‌اند و لذا مدل مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل نهایی متغیر سبک‌های رفتار اخلاقی

عنوان شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
X2/df	$X^2/df \leq 3$	۲ / ۳۳	تایید مدل
RMSEA	$RMSEA < 0.09$	۰ / ۰۹	تایید مدل
GFI	$GFI > 0.9$	۰ / ۹۳	تایید مدل
AGFI	$AGFI > 0.9$	۰ / ۹۴	تایید مدل
CFI	$CFI > 0.90$	۰ / ۹۳	تایید مدل
IFI	$IFI > 0.90$	۰ / ۹۳	تایید مدل
df	-	۴۰۲	-
X <sup>2</sup>	-	۹۴۰/۳۸	-

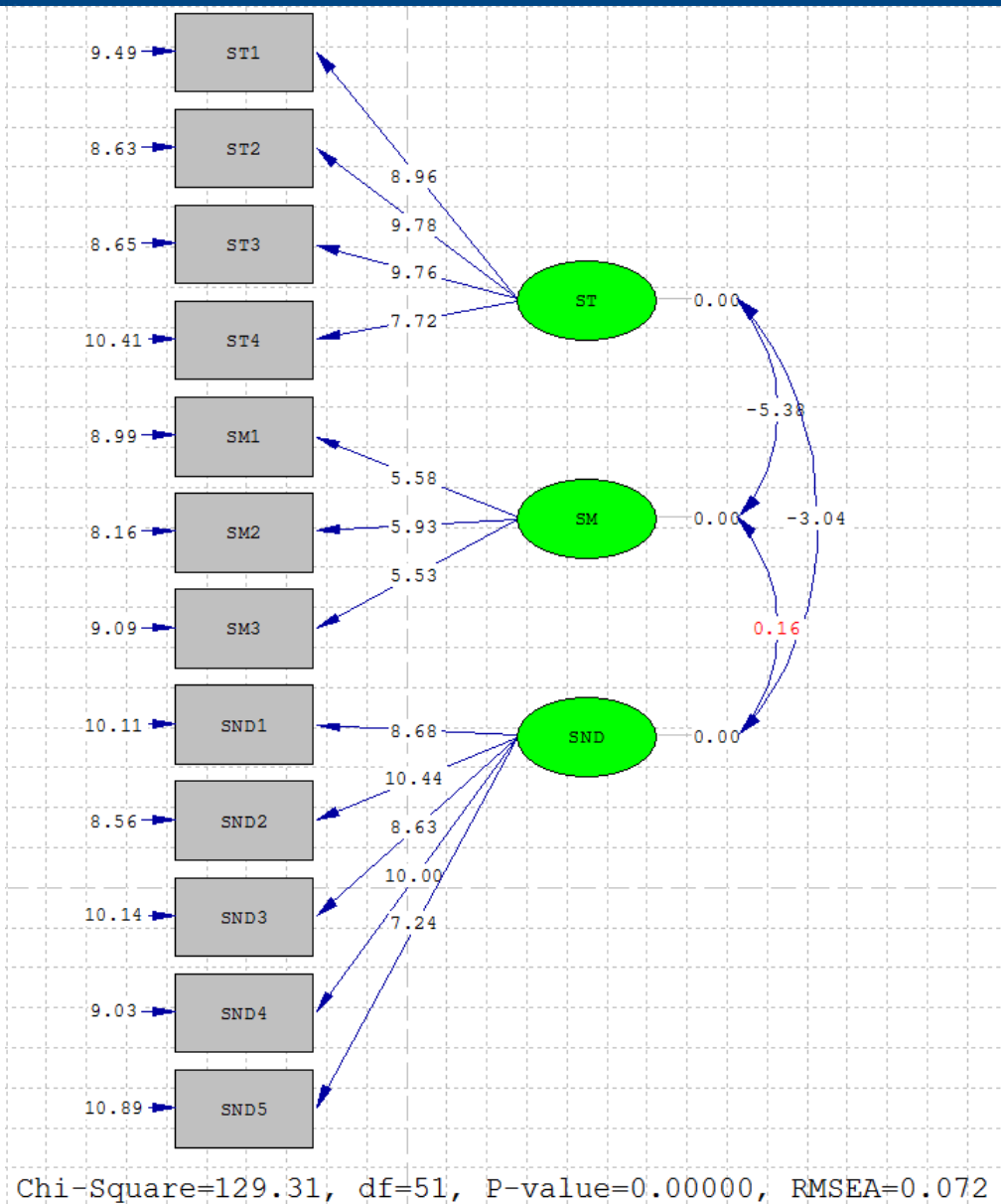
#### تحلیل عاملی تأییدی متغیر «سکوت سازمانی»

نمودار ۳ مدل اندازه‌گیری متغیر سکوت سازمانی را در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد. نمودار ۴-۶ نیز همین مدل را در حالت معناداری نمایش می‌دهد.



Chi-Square=129.31, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.072

نمودار ۳- مدل اندازه‌گیری متغیر سکوت سازمانی در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۴- مدل اندازه‌گیری متغیر سکوت سازمانی در حالت معناداری

نمودار ۳ بارهای عاملی را برای هر یک از مسیرهای مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد. رد یا تأیید هر یک از مسیرهای مدل منوط بر مقایسه بار عاملی آن مسیر، در حالت تخمین استاندارد، با مقدار  $t$  محاسبه شده برای آن، در حالت ضریب معناداری (نمودار ۴)، می‌باشد، که با توجه به نتایج حاصل، همگی روابط به‌غیر از سوال چهارم مولفه سکوت مطیع مورد تأیید قرار می‌گیرند.

بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد، میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده شده (سؤال پرسش‌نامه) با متغیر مکنون (عامل‌ها) است.

همانگونه که نمودار ۴ نشان می‌دهد، تمامی روابط مدل به‌غیر از سوال چهارم مولفه سکوت مطیع معنادار هستند، زیرا مقدار محاسبه شده  $t$  برای هیچ کدام از مسیرها در دامنه  $1/96$  و  $-1/96$  قرار نگرفته است.

با توجه به مقدار بار عاملی سوال چهارم مولفه سکوت مطیع از مدل حذف گردیده و مدل نهایی ارائه شده است.

شاخص‌های برازندگی مدل در جدول ۵ ارائه شده است. با توجه به نتایج به دست آمده و مقایسه آن با دامنه قابل قبول می‌توان ادعان نمود تمامی شاخص‌های برازندگی مدل در دامنه قابل قبول قرار گرفته‌اند و لذا مدل مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۵ - شاخص‌های برازش مدل نهایی متغیر سکوت سازمانی

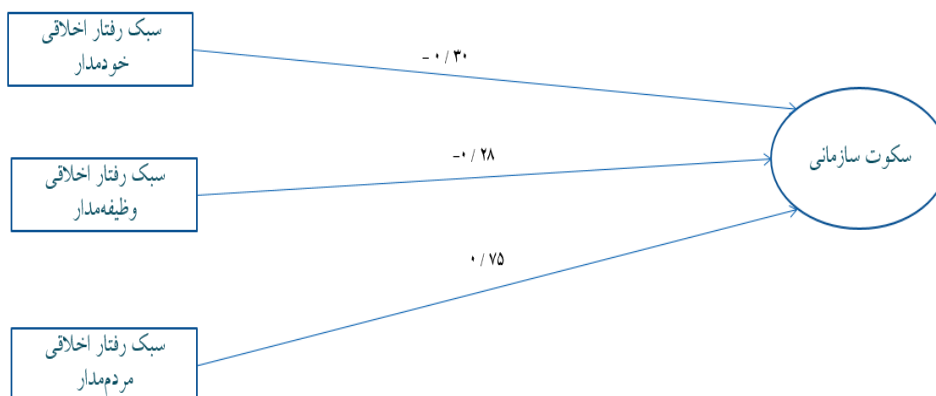
عنوان شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
$X^2/df$	$X^2/df \leq 3$	۲ / ۵۴	تایید مدل
RMSEA	RMSEA < 0.09	۰ / ۰۷۲	تایید مدل
GFI	GFI > 0.9	۰ / ۹۳	تایید مدل
AGFI	AGFI > 0.85	۰ / ۹	تایید مدل
CFI	CFI > 0.90	۰ / ۹۲	تایید مدل
IFI	IFI > 0.90	۰ / ۹۲	تایید مدل
df	-	۵۱	-
$X^2$	-	۱۲۹/۳۱	-

جدول فوق نشان می‌دهد که تحلیل عاملی تأییدی سازه‌های پرسشنامه دارای برازش مناسب بوده و سازه‌های پرسشنامه به خوبی متغیرهای مربوطه را نشان می‌دهند.

### تحلیل مسیر مدل ساختاری پژوهش

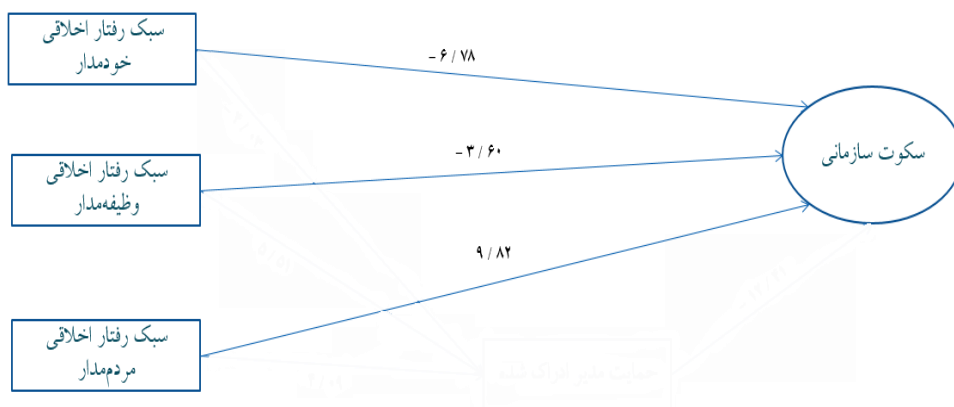
نمودار ۵ نشان دهنده مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد است که بر اساس چارچوب نظری پژوهش، روابط بین متغیرهای تحقیق را نمایان می‌سازد. این نمودار، ضرایب استاندارد بتا را برای هر یک از مسیرهای مدل ساختاری نشان می‌دهد.

نمودار ۶ نیز نشان دهنده مدل ساختاری در حال ضرایب همبستگی می‌باشد و مقادیر t محاسبه شده را برای هر یک از مسیرها مشخص می‌سازد.





نمودار ۵: مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۶: مدل ساختاری در حالت ضرایب معناداری

جدول ۶- مقادیر مدل نهایی در مورد رابطه متغیرهای سکوت سازمانی و سبک‌های رفتار اخلاقی

نتیجه	سطح معناداری	مقدار واریانس تبیین شده <sup>۲</sup>	مقدار t	خطای استاندارد <sup>۱</sup>	مقدار استاندارد شده	روابط مفاهیم با شاخص‌ها در مدل
تایید فرضیه	P<0.01	۰ / ۴۴	-۶ / ۷۸	۰ / ۰۱۴	-۰ / ۳	سکوت سازمانی بر اساس سبک‌های رفتار اخلاقی خودمدار پیش‌بینی می‌شود.
تایید فرضیه	P<0.01	۰ / ۴۴	-۳ / ۶	۰ / ۰۳۵	-۰ / ۲۸	سکوت سازمانی بر اساس سبک رفتار اخلاقی وظیفه‌مدار پیش‌بینی می‌شود.
تایید فرضیه	P<0.01	۰ / ۴۴	۹ / ۸۲	۰ / ۰۳۱	۰ / ۷۵	سکوت سازمانی بر اساس سبک رفتار اخلاقی مردم‌مدار پیش‌بینی می‌شود.

چنانکه نمودار ۵ نشان می‌دهد، مقدار ضریب استاندارد بتا برای سبک رفتار اخلاقی خودمدار ۰ / ۳- می‌باشد و از آنجا که همانطور که نمودار ۶ نشان می‌دهد، مقدار محاسبه شده t (-۶/۷۸) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۰/۹۹ بزرگ‌تر است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سبک رفتار اخلاقی خودمدار، سکوت سازمانی را پیش‌بینی می‌کند و رابطه، معنادار و منفی است.

همچنین برطبق نمودار ۵، مقدار ضریب استاندارد بتا برای سبک رفتار اخلاقی وظیفه‌مدار ۰ / ۲۸- می‌باشد و از آنجا که طبق نمودار ۲، مقدار محاسبه شده t (-۳/۶) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۰/۹۹ بزرگ‌تر است، می‌توان نتیجه گرفت که سبک رفتار اخلاقی وظیفه‌مدار، سکوت سازمانی را پیش‌بینی می‌کند و رابطه معنادار و منفی است.

1 - Standard Error  
2 - R2

و همانگونه که در نمودار ۵ قابل مشاهده است، مقدار ضریب استاندارد بتا برای سبک رفتار اخلاقی مردممدار ۰/۷۵ می باشد و در نمودار ۶ قابل مشاهده است، مقدار محاسبه شده  $t(9/82)$  از مقدار بحرانی ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۰/۹۹ بزرگتر است، می توان نتیجه گرفت که سبک رفتار اخلاقی مردممدار، سکوت سازمانی را پیش بینی می کند و رابطه معنادار و مثبت است.

بنابراین براساس نمودارهای ۵ و ۶ و جدول ۶ می توان نتیجه گرفت که سکوت سازمانی براساس سبک های رفتار اخلاقی خودمدار، وظیفه مدار و مردممدار پیش بینی می شود و براساس مقایسه ضرایب استاندارد، سهم سبک رفتار اخلاقی مردممدار ( $Beta = 0/75$ ) بیشتر از دو سبک دیگر (۰/۳ و ۰/۲۸) است.

### بحث و نتیجه گیری

اگر چه سکوت سازمانی بطور کلی به عدم ابراز ایده ها، اطلاعات و نظرات کارکنان بطور عمدی اطلاق می گردد، اما با توجه به انگیزه هایی که در کارمند برای سکوت وجود دارد، ماهیت آن متفاوت خواهد بود. برخی اوقات سکوت می تواند به دلیل تسلیم بودن فرد نسبت به هر شرایطی، گاهی به دلیل ترس و وجود رفتارهای محافظه کارانه و برخی اوقات نیز به منظور ایجاد فرصت برای دیگران و اظهار عقاید آنها باشد (تولوباس و سلپ، ۲۰۱۲).

فرضیه این پژوهش عبارت بود از اینکه سکوت سازمانی بر اساس سبک های رفتار اخلاقی بین کارکنان شرکت ارتباطات سیار ایران پیش بینی می شود. جهت بررسی فرضیه مورد نظر از روش تحلیل مسیر استفاده شد که نتایج به دست آمده حاکی از تایید فرضیه بوده است. همان گونه که مشاهده می شود بین سکوت سازمانی و سبک های رفتار اخلاقی در سطح اطمینان ۰/۹۹ رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین سکوت سازمانی براساس سبک های رفتار اخلاقی قابل پیش بینی می باشد. با توجه به آن که همبستگی برای رابطه سبک رفتار اخلاقی مردممدار با سکوت سازمانی مثبت است می توان بیان داشت که با غالب بودن سبک رفتار اخلاقی مردممدار، سکوت سازمانی افزایش می یابد. اما همبستگی سبک های رفتار اخلاقی وظیفه مدار و خودمدار با سکوت سازمانی منفی می باشد که این به آن معناست که افراد با سبک های رفتار اخلاقی وظیفه مدار و خودمدار سکوت پیشه نمی کنند.

چنانکه مشاهده می شود؛ افراد با سبک های رفتار اخلاقی مردممدار در مقایسه با افراد با سبک رفتار اخلاقی وظیفه مدار و خودمدار بیشتر به سکوت سازمانی گرایش دارند. این موضوع بر طبق آنچه که در تعریف سبک های رفتار اخلاقی بیان شد، قابل توجیه می باشد. بر طبق گفته تقی لو (۱۳۹۴) سبک رفتار اخلاقی مردممدار، متعالی ترین سبک رفتار اخلاقی است و می توان آن را با سطح سوم رشد اخلاقی کلبرگ به ویژه مرحله اخلاق مبتنی بر اصول جهانی مقایسه نمود. رفتار و کردار افرادی که سبک رفتار اخلاقی آنان مردممداری است، از سوی برخی ایده آل های درونی کنترل می شود که اعمال را صرفاً بر مبنای درست بودن آنها بدون در نظر گرفتن واکنش های دیگران و تعارض با قانون و نظم انجام می دهند. نتیجه این پژوهش نیز نشان داد که این افراد در سازمان، به احتمال زیاد به دلیل تسلیم بودن فرد نسبت به هر شرایطی یا به منظور ایجاد فرصت برای دیگران و اظهار عقاید آنها (تولوباس و سلپ، ۲۰۱۲) سکوت سازمانی را انتخاب می کنند.

احتمالاً افرادی که نمره بالایی در مؤلفه وظیفه مداری کسب می کنند، در تعامل با دیگران به حقوق آنها احترام گذاشته و منطبق بر مقررات و قانون عمل می کنند. آنها احتمالاً به اندازه افرادی که در مؤلفه مردممداری نمره بالایی به دست می آورند، از حق و حقوق خود به نفع دیگران نمی گذرند، با وجود این نسبت به حقوق دیگران حساس بوده و سعی بر آن دارند تا بدون ایجاد هر گونه هزینه برای خود و دیگران زندگی کنند. شاید بتوان گفت افرادی که در این مؤلفه نمره بالایی کسب می کنند، احتمالاً منطبق بر سطح دوم اخلاقی کلبرگ به ویژه مرحله اخلاق براساس قانون و نظم رفتار می کنند. می توان همسو با کلبرگ که معتقد است سطح قراردادی، سطحی از رشد اخلاقی است که در آن فرد برای حفظ انتظارات خانواده، گروه و مردم صرف نظر از نتایج آن تلاش می کند، چنین بیان کرد که

افراد با سبک رفتار اخلاقی و وظیفه‌مداری، رفتارها را منطبق بر چارچوب‌ها و قراردادهای انجام می‌دهند (تقی‌لو، زیر چاپ). بنابراین می‌توان انتظار داشت افرادی که درجه وجدانی بودن بالایی دارند، تمایل و علاقه بیشتری به کار خود داشته باشند و از عزت نفس کافی برخوردار بوده و به جهت رسیدن به اهداف مشخص خود ترجیح می‌دهند در خیلی از مواقع در برابر مسائل سازمان خود سکوت نکرده و ایده‌ها، نظرات خود را به گوش مدیران سازمانی برسانند (حق‌شناس، ۱۳۸۵). بر طبق نتایج بدست آمده از این پژوهش نیز افراد با سبک رفتار اخلاقی و وظیفه‌مدار، سکوت را انتخاب نمی‌کنند.

از سوی دیگر سبک رفتار اخلاقی خودمدار بیانگر رشد نیافتگی اخلاقی است و بیشتر از آنکه شبیه به سطح اول رشد اخلاقی کلبه‌گر باشد، شبیه به بخش نهاد شخصیت دیدگاه فروید است. افرادی که سبک رفتار اخلاقی آنها در تعامل با دنیای خارج خودمدارانه است، همانند کودکانی که به لحاظ رشد اخلاقی در سطح دوم دیدگاه کلبه‌گر قرار دارند، تنها به خاطر ترس از تنبیه به وسیله مراجع قدرت، از قانون تبعیت نموده و حقوق دیگران را رعایت می‌کنند. افرادی که در این سبک نمره بالاتری کسب می‌کنند، بخش نهاد شخصیت آنان در مقایسه با دو بخش دیگر شخصیت (من و فرامن) بزرگتر بوده و همواره بدون احساس گناه و با پابمال نمودن حقوق دیگران، سعی در دستیابی به اهداف خود دارند (تقی‌لو، زیر چاپ). بنابراین همانطور که نتایج این پژوهش نیز نشان می‌دهد افراد با سبک رفتار اخلاقی خودمدار بدون توجه به عوامل محیطی در پی دستیابی به خواسته‌های خود بوده و سکوت اختیار نمی‌کنند.

آنچه از نتایج این پژوهش به دست می‌آید حاکی از آن است که نوع سبک‌های رفتار اخلاقی افراد در انتخاب سکوت یا آوای سازمانی آنها موثر است. در مجموع؛ این پژوهش نشان می‌دهد که در ایجاد سکوت سازمانی فقط عوامل سازمانی و مدیریتی دخیل نیستند و عوامل مختلفی همچون سبک‌های رفتار اخلاقی کارکنان نیز در مقوله سکوت می‌تواند بسیار موثر باشد.

پژوهش حاضر نشان داد که موارد ذیل می‌تواند در بهبود آوای سازمانی در مقابل سکوت سازمانی موثر واقع گردد؛

- تشکیل کارگاه‌های آموزشی روابط عمومی و برقراری ارتباط
- شناسایی توان‌مندی‌ها و قابلیت‌های افراد و استفاده از آنها در امور اجرایی و تصمیم‌گیری
- شناخت ویژگی‌های فردی و شخصیتی افراد جهت واگذاری مسوولیت به آنها

همچنین جهت پژوهش‌های آتی به پژوهش‌گران پیشنهاد می‌گردد:

- عوامل و متغیرهای موثر دیگری بر سکوت سازمانی مورد پژوهش قرار گیرد.
- پژوهش مدل حاضر در سازمان‌های بزرگ ایرانی مشابه جهت تعمیم هرچه بیشتر نتایج انجام گیرد.
- اثرات شخصیت مدیران بر سکوت کارکنان مورد پژوهش قرار گیرد.
- ارتباط بین انواع سبک‌های رفتار اخلاقی (خودمدار، وظیفه‌مدار و مردم‌مدار) با انواع سکوت سازمانی (تدافعی، مطیع و نوع‌دوستانه) مورد پژوهش قرار گیرد.

**منابع**

افخمی اردکانی، مهدی. و خلیلی صدرآباد، افسر. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و سکوت کارکنان دانشی. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*. ۵(۱۸): ۶۵-۸۳.

بزرگ‌نیا حسینی، سیده فاطمه. و عنایتی، ترانه. (۱۳۹۳). رابطه سکوت سازمانی با عملکرد کارکنان دانشگاه. *اخلاق در علوم و فناوری*. ۹(۳): ۱-۱۰.

تقی‌لو، صادق. (۱۳۹۰). طراحی نسخه ایرانی-اسلامی سیاهه رفتار اخلاقی و ارزیابی ویژگی‌های روان‌سنجی آن در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا. طرح پژوهشی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا.

جهانگیرزاده، محمدرضا. (۱۳۹۰). دیدگاه‌های شناختی تحولی در رشد اخلاقی. معرفت اخلاقی. ۲(۴): ۱۰۱-۱۲۲.

دانایی‌فرد، حسن. و پناهی، بلال (۱۳۸۹). تحلیل نگرش‌های شغلی کارکنان سازمان‌های دولتی، تبیین جو سازمانی و رفتار سکوت سازمان. پژوهش نامه مدیریت تحول. ۲(۳): ۱-۱۹.

دانایی‌فرد، حسن. و فانی، علی‌اصغر. و براتی، الهام. (۱۳۹۰). تبیین نقش فرهنگ سازمانی در سکوت سازمان در بخش دولتی. فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی. ۸: ۶۱-۸۲.

دلوی، محمدرضا. و سفیددشتی، فرزانه. (۱۳۹۱). تاثیر بازاریابی داخلی بر سکوت سازمانی: مطالعه موردی اداره امور مالیاتی شهر اصفهان. فرایند مدیریت توسعه. ۲۶(۸۳): ۱۳۹-۱۶۰.

زارعی متین، حسن. و طاهری، فاطمه. و سیار، ابوالقاسم. (۱۳۹۰). سکوت سازمانی: مفاهیم، علل و پیامدها. فصلنامه علوم مدیریت ایران. ۶(۲۱): ۷۷-۱۰۴.

شاهزاده احمدی، روح اله. (۱۳۹۱). سکوت سازمانی. نشریه الکترونیکی بینش. قابل دسترس در : <http://www.bineshjournal.ir/index.php/component/jdownloads/finish/3--pdf/78--.html> . دسترسی در: ۲۰ام تیرماه ۱۳۹۴.

شعبانی، زهرا. (۱۳۹۱). فراتحلیل تحول اخلاقی در تحقیقات انجام شده طی سال‌های ۱۳۶۵-۱۳۸۸. پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی. ۲۷: ۴۲-۸۱.

صلواتی، عادل. و یاراحمدی، یحیی. و سید هاشمی، سیده نادیا. (۱۳۹۳). ارتباطات اثربخش و سکوت سازمانی در شبکه بانکی کشور (مطالعه موردی شهرستان سنندج). فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دولتی. ۶(۳): ۵۲۳-۵۴۲.

نصر اصفهانی، علی. و آقاباباپور دهکردی، طاهره. (۱۳۹۱). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان. جامعه‌شناسی کاربردی. ۲۴(۵۲): ۱۳۹-۱۶۲.

میرز، لاورنس اس. و همکاران. شریفی، حسن‌پاشا. و دیگران. (۱۳۹۴). پژوهش چند متغیری کاربردی (طرح و تفسیر). انتشارات رشد: ۵۴۹.

هادوی‌نژاد، مصطفی. و بهارلویی، الهه. (۱۳۹۴). رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان: پیشایندها و پیامدهای سازمانی. مدیریت دولتی. ۷(۲): ۳۹۳-۴۱۲.

Avery, D. R. and Quinones, M. A. (2002). Disentangling the effects of voice: the incremental roles of opportunity, behaviour, and instrumentality in predicting procedural fairness. *Journal of Applied Psychology*; 87: 81-6.

Colby, A., Kolberg, L., Speicher, B., Hewer, A., Candee, D., Gibbs, J. C. & Power, C. (1987). *The measurement of moral judgement* (vol. 2). Cambridge, England: Cambridge University Press.



Gibbs, J. C., Basinger, K. S., & Fuller, R. L. (1992). *Moral maturity: Measuring the development of sociomoral reflection*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gilligan, C. (1982). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Harvard University Press: Cambridge.

Glauser, M. J. (1984). Upward information flow in organizations: Review and conceptual analysis. *Human Relations*; 37: 613-643.

Grueneich, R. (1982). *The development of children's integration rules of making normal judgement*; 53.

Kohlberg, L. (1981). *Essays in moral development: The philosophy of moral development*. Vol. 1. New York: Harper & Row.

Korsgaard, M. A., Meglino, B.M., & Lester, S.W. (1997). Beyond helping: do other-oriented values have broader implications in organizations? *Journal of Applied Psychology*; 82: 160-77.

Kurtines, W. M. & Gewirtz, J. L. (1995). *Moral Development: An Introduction*. Boston: Allyn & Bacon. 229- 253.

Kurzban, D. (2007). Towards a typology of silence. *Journal of Pragmatics*; 39(10): 1673-1688.

Lapsley & D. Narvaez (Eds.). *Moral development, self, and identity*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates: 189- 212.

Likona, T. (1983). *Raising good children*. Toronto: Bantam Books.

March, J. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*; 2: 71-87.

Morrison E. W. & Milliken FJ. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management Review*; 25(4): 706-725.

Pinder, C. C. & Harlos, K. P. (2001). Employee silence: quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. In Rowland, K. M. and Ferris, G. R. (Eds), *Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol. 20. New York: JAI Press, 331-69.

Walker, L. J. (2006). Gender & Morality. In Killen, M., & Smetana, J.G. (2006). *Handbook of Moral Development*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association, Inc., Publishers.