

نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت

* تورج هاشمی¹، الناز آرین‌پور²، نعیمه ماشینیچی عباسی³

1. دانشیار گروه روان‌شناسی دانشگاه تبریز*، 2. کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی دانشگاه تبریز، 3. دانشجوی دکتری علوم اعصاب

شناختی دانشگاه تبریز

(تاریخ وصول: 91/8/23 - تاریخ پذیرش: 92/7/7)

Role of Social Orientation on Moral Behavior Regarding the Mediating Role of Spirituality

*Toraj Hashemi¹, Elnaz Arianpour², Naeemeh Mashinchi Abbasi³

1. Associate professor in Psychology, Tabriz University 2. M.A. in Psychology, Tabriz University 3. Ph.D Student in Cognitive Neuroscience, Tabriz University

(Received: Oct. 23, 2013 - Accepted: Sep. 22, 2013)

Abstract

چکیده

Introduction: The present study aimed to investigate the role of social orientation on moral behavior, regarding the mediating role of spirituality. **Method:** Using a random multi-stage cluster method, 407 students were selected from among Tabriz University students. Data were gathered by Lussier Moral Behavior Inventory, Harrison social orientation questionnaire, and a researcher-made questionnaire on spirituality, which was based on the Malekian theory of spirituality. **Results:** The results showed that by increasing the social orientation as well as spirituality, moral behavior is enhanced. On the other hand, as social orientation rises, spirituality is increased. Besides, findings of path analysis revealed that social orientation could have a direct effect on moral behavior or it could indirectly influence it through the mediating role of spirituality. In addition, results obtained by multiple regression method suggested that both spirituality and social orientation could predict part of the changes observed in moral behavior in a compound manner. **Conclusion:** The results suggest that various factors such as social orientation and spirituality contribute in developing moral behavior. Consequently, morality is developed in social context and individual spiritual experiences through interpersonal interactions result in the manifestation of behavior based on moral features.

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت انجام شده است. روش: در این راستا، 407 نفر از دانشجویان دانشگاه تبریز با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های رفتار اخلاقی لوزیر (1993)، جهت‌گیری اجتماعی هاریسون (2001) و پرسشنامه محقق ساخته در زمینه معنویت مبتنی بر نظریه معنویت و عقلانیت ملکیان (1386) استفاده شد. یافته‌ها: نتایج نشان داد 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 و یا این تأثیرگذاری به صورت غیرمستقیم با میانجی‌گری معنویت صورت می‌گیرد. از طرفی، داده‌های حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد که، مؤلفه‌های معنویت و جهت‌گیری اجتماعی می‌توانند به صورت ترکیبی بخشی از تغییرات رفتار اخلاقی را پیش‌بینی کنند. نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که در شکل‌گیری عمل اخلاقی عوامل عدیده‌ای نقش دارند که در این راستا می‌توان به جهت‌گیری اجتماعی و معنویت اشاره نمود. در این خصوص، اخلاق در متن اجتماع شکل می‌گیرد و تجارب معنوی فرد در رهگذر روابط بین فردی، موجب تجلی رفتار بر مبنای خصایل اخلاقی می‌شود.

Key words: Moral behavior; Social orientation; Spirituality

واژگان کلیدی: رفتار اخلاقی، جهت‌گیری اجتماعی، معنویت.

مقدمه

شرکت کرده و وظایف اجتماعی مهمی را برعهده بگیرد (صادقی، 1371). از طرفی، اخلاق زیستی مؤلفه‌ای است که نشان دهنده اجتماعی بودن اخلاق و نقش وافر آن در روابط بین فردی است، چراکه آن، به هماهنگ کردن روابط بین فردی و دستیابی به آرمان‌های اجتماعی در انسان‌ها منجر می‌گردد. از این رو، اخلاق نقش به‌سزایی در روابط انسانی ایفا می‌کند، به‌طوری‌که، آن به‌عنوان نظامی از ارزش‌ها، درجهت کاهش مشکلات و تنش‌های بین افراد عمل کرده و آن‌ها را ملزم می‌سازد که مسؤولیت اجتماعی داشته و شهروندان شایسته‌ای باشند (محمدی، 1379).

مطابق با دیدگاه شناختی، رشد اخلاقی در افراد به رشد اجتماعی (چگونگی ارتباط با دیگران) و رشد شناختی (چگونگی قضاوت درباره رفتار خود و دیگران) وابسته است. با رشد شناختی، فرد به‌تدریج تصویری از خویش‌تن در میان دیگران و در ارتباط با دیگران پیدا می‌کند که این تصور، یکی از پایه‌های شکل‌دهنده مناسبات اجتماعی و اخلاقی با دیگران به شمار می‌آید (سانتراک³، 2001). لذا، رشد اجتماعی و تصویر فرد از خود، که در تعاملات اجتماعی او با دیگران شکل می‌گیرد، عاملی در جهت ارتقاء رفتار اخلاقی می‌شود.

نکته اینکه، اخلاق به دو حوزه اخلاق نظری و کاربردی تقسیم می‌شود و اخلاق کاربردی حوزه‌های متعدد از قبیل پزشکی، زیست محیطی، کاری،

اخلاق متشکل از مجموعه قوانین حاکم بر چگونگی رفتار مردم با یکدیگر است که افراد متعقل، برای تأمین منافع متقابلشان بر سر پذیرش آن توافق کرده‌اند، مشروط بر این‌که سایرین نیز از آن قواعد تبعیت کنند (هابز¹، 1651؛ نقل از ریچلز²، 1389). رفتار اخلاقی عبارت است از، مجموعه‌ای از اعمال و رفتار خاص موردپذیرش جامعه که از طریق پاداش - که به دنبال آن اعمال و رفتار آمده است - فرا گرفته شده باشند. جامعه نیز بنا به ضرورت حیات خود، رفتارهای خاص و ارزش‌های ویژه‌ای را به‌عنوان رفتارها و ارزش‌های اخلاقی معین می‌کند (کریمی، 1387).

به‌تعبیری، اخلاق شکل اجتماعی دارد. هیچ اخلاقی مخصوص یک فرد نیست، چراکه اخلاق، حاصل فعالیت کسانی است که ارتباط فکری و اعتقادی معینی با یکدیگر دارند. به همین جهت ارتباط متقابل بین فرد و جامعه دارای اهمیت است. در واقع، اخلاق به‌وسیله افراد به‌وجود می‌آید اما حاصل فعالیت اخلاقی این افراد، در تأثیرات متقابل اجتماعی تغییر شکل می‌یابد. از سویی، اخلاق مثل همه معیارهای دیگری که در جامعه وجود دارد بر رفتار و آگاهی فرد اثر گذاشته و به درک اجتماعی او خدمت می‌کند. به این معنا، اخلاق را می‌توان یک مفهوم اجتماعی دانست. چراکه؛ انسان نمی‌تواند بدون فهم اخلاق به‌صورت فردی فعال در روابط اجتماعی

1. Hobbes

2. Rachels

3. Santrock

می‌گذارد. از طرفی، در نظریه قلمرو اجتماعی - شناختی⁴ (نظریه قلمرویی)، اخلاق براساس تعاملات دو سویه فرد - محیط تعریف می‌شود. این نظریه اخلاق را یکی از چند محور دانش اجتماعی رو به رشد فرد می‌داند که مبتنی بر، ناهمگنی و همزیستی جهت‌گیری‌های اجتماعی، انگیزه‌ها و اهداف اجتماعی مختلف در افراد است؛ از این رو اهتمام به موضوعاتی از قبیل عدالت، سعادت و حقوق (امور اخلاقی)، با اهتمام نسبت به مرجع اقتدار، آداب و رسوم و هنجارهای اجتماعی (امور اجتماعی عرفی) و اهتمام نسبت به حوزه فردی، کنترل و کمال جسمانی و مجموعه نامحدودی از انتخاب‌ها و ترجیحات (امور شخصی) همراه است. براساس نظریه قلمرویی، هر یک از این حوزه‌ها، یک نظام سازمان یافته یا قلمرویی از معرفت اجتماعی⁵ را تشکیل می‌دهند که از تجارب فرد درخصوص نظم محیط‌های اجتماعی مختلف، ناشی شده است (توریل⁶، 1983).

در حقیقت، جهت‌گیری اجتماعی به این معنی است که، فرد به برقراری ارتباط با دیگران تمایل داشته، حقوق دیگران را رعایت کند و فاقد رفتارهای کناره‌گیرانه و شخصیت ضد اجتماعی باشد (واینر⁷، 1980). به تعبیری، جهت‌گیری اجتماعی حاکی از روابط بین فردی مؤثر با دیگران و رعایت ضوابط اجتماعی در جامعه است، به طوری که، جهت‌گیری اجتماعی مثبت، به رعایت حقوق دیگران

مهندسی، پژوهش، حرفه‌ای و اخلاق آموزش را شامل می‌شود (فرهود، 1386). همین امر، حاکی از آن است که اخلاق براساس جهت‌گیری اجتماعی بیانگذاری می‌شود. به عبارتی، رفتار اخلاقی در بستر ورود شخص به تعاملات اجتماعی معنی پیدا می‌کند، از این رو تصمیم افراد برای برقراری تعاملات بین فردی، زمینه ظهور فعل اخلاقی را مهیا می‌کند (توریل¹، 2002). بنابراین، جلوه‌گاه ظهور فعل اخلاقی، مناسبات اجتماعی است (هافمن²، 2002). از نظر برگسون³، اخلاق بر مبنای دو عامل و به دو صورت متبلور می‌شود: اخلاق ایستا و بسته، اخلاق متحرک و باز. در اخلاق ایستا، اخلاق ناشی از راه و رسمی است که جامعه به صورت عادت بر افراد تحمیل می‌کند تا به واسطه آن، ساختار جامعه محفوظ بماند و انحرافات اخلاقی آن را به سقوط و نابودی نکشاند. لذا، اخلاقیات به صورت رابطه‌ای در می‌آید که پیوند اعضاء جامعه را به نحو مطلوبی حفظ می‌کند. به عبارتی، این نوع اخلاق که براساس الزامات جامعه بر فرد تحمیل می‌شود، نوعی اخلاق ایستا و بسته است. درحالی که، اخلاق متحرک و باز از تأثیر افکار و شخصیت انسان‌های والا و صاحب فکر بر تحولات اخلاقی یک جامعه ناشی می‌شود (نقل از مدرسی، 1371). لذا، نوع جهت‌گیری اجتماعی فرد مبتنی بر اجتماعی بودن، تمایل به برقراری ارتباط با دیگران، مسئولیت‌پذیری، رعایت حقوق دیگران و ... بر نحوه عملکرد اخلاقی او در روابط بین فردی تأثیر

4. social cognitive domain theory

5. social knowledge

6. Turiel

7. Weiner

1. Turiel

2. Huffman

3. Bergson

دارای ارزش نیستند، بلکه ارزش آن‌ها وابسته به نقشی است که در زندگی اجتماعی ایفا می‌کنند. در این بین، ویگوتسکی⁹ (1962) در نظریه خود از خاستگاه اجتماعی کنش اخلاقی صحبت می‌کند. از دید وی، رشد اخلاق الزاماً براساس بافت خاص اجتماعی، فرهنگی و تاریخی محقق می‌شود و تفاوت اشخاص در توانایی استدلال، تحت تأثیر خاص و متمایز محیط اجتماعی - فرهنگی در کنش‌های ذهنی است (ورش¹⁰، 1991؛ نقل از کیلن¹¹ و اسمتانا¹²، 1389). یافته‌های دامون¹³ (2000؛ نقل از کیلن و اسمتانا، 1389) نیز نشان داد که، چارچوب انتخاب‌های اخلاقی، بر مبنای رشد خود اجتماعی در فرد ساخته می‌شود.

از سویی، در بیان رابطه معنویت و اخلاق، بسیاری بر این عقیده‌اند که معنوی بودن با اعتقاد عملی به رعایت ارزش‌های اخلاقی یکسان است. بدین ترتیب به نظر می‌رسد که معنوی بودن را بتوان معادل اخلاقی زیستن و انسانی عمل کردن دانست. چنین انسانی به دلیل تابعیت از اصول و مبانی اخلاقی/معنوی همواره قادر است از لذت‌های آنی و سطحی و غیراخلاقی بگذرد. کسی که با تابعیت از اخلاقیات و معنویت زندگی می‌کند در زندگی خود، حاضر به از دست دادن اصول اخلاقی و معنوی خود به هیچ قیمتی نیست (ملکیان، 1384).

و مسئولیت‌پذیری فرد نسبت به وظایف اجتماعی خویش در جامعه، منجر گردیده و مانع رفتارهای ضد اجتماعی او در جامعه می‌شود.

مطابق با نظریه تعامل‌گرایی، کنش متقابل با دیگران باعث می‌شود که فرد در پاسخ به انتظارات دیگران، اجتماعی شود (استرایکر¹، لیندزی² و ارونسون³، 1376) و این اجتماعی شدن عاملی در شکل‌گیری جهت‌گیری اجتماعی مثبت و رفتارهای موافق اجتماعی می‌گردد. از سویی، در نظریه کنش ارتباطی⁴، اخلاق از مقوله فردی به حوزه اجتماعی کشانده شده است. مبتنی بر این دیدگاه، کنش‌گران برای رسیدن به یک درک مشترک از طریق استدلال، با یکدیگر ارتباط متقابل برقرار می‌کنند و در این ارتباط، اخلاق، در تعامل و کنش با دیگری و از طریق گفتگو به وجود می‌آید (هابرماس⁵، 1384).

علاوه بر این، در کتاب "تبار انسان" که در سال 1871 منتشر شد، داروین⁶ (1871) به این نتیجه رسید که ارتباط متقابل، سنگ‌بنای اخلاق است. وی معتقد بود که اصل ارتباط متقابل⁷ یکی از ویژگی‌های محوری اخلاق است. همچنین، دیویی⁸ (1966) اخلاق را امری اجتماعی می‌داند و آن را در موقعیت تعریف می‌کند. به عقیده وی، فضایل اخلاقی مانند درستکاری، شرافت و عفت، به خودی خود

-
1. Stryker
 2. Lindzy
 3. Aronson
 4. communication action
 5. Habermas
 6. Darwin
 7. reciprocity principle
 8. Dewey

9. Vygotsky
10. Wretch
11. Killen
12. Smetana
13. Damon

از نظر کوک⁵ (2004) معنویت، آفرینش یک پتانسیل ممتاز و یک بعد جهانی از تجربه فردی است که هم آگاهی درونی فرد را افزایش می‌دهد، و هم موجب ترقی ارتباط بین گروه‌های اجتماعی، رسوم و سنن می‌شود. معنویت ممکن است به‌عنوان ارتباط با آنچه که ذات اصلی و شخصی خود، در ارتباط با دیگران نامیده می‌شود، تعریف شود و یا این که ارتباط با کل معنی شود که فراتر از خود است. این تجربه به‌عنوان عامل بنیادی و غایی با هدف و معنای زندگی، حقیقت و ارزش‌ها در ارتباط است. این تعریف از کوک به روشنی بیان‌کننده نقش بارز معنویت در ارتباطات بین فردی، زندگی اجتماعی و کل هستی است. در حقیقت، در تعریف معنویت دو رویکرد در نظر گرفته شده است: رویکرد بنیادی و رویکرد کارکردی. در رویکرد بنیادی بر اثرات درونی معنویت که شامل خود آگاهی و غایت زندگی می‌باشد، تأکید شده است. در حالی که، در رویکرد کارکردی به اثرات بیرونی و قابل مشاهده معنویت که شامل ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، ارتباط با محیط و ارتباط با یک قدرت برتر می‌باشد، تأکید می‌شود (کاواناگ⁶، 1999). این تبیین به روشنی مشخص‌کننده تحت تأثیر قرار داشتن جهت‌گیری‌های اجتماعی فرد و روابط او با دیگران با شاخص معنویت است.

میت رف⁷ و دنتون¹ (1999) چهار سازه را به‌عنوان مؤلفه‌های معنویت معین نموده و اذعان

فارو¹ (1984) معتقد است که معنویت به‌عنوان یکی از نیازهای درونی انسان، متضمن بالاترین سطوح رشد شناختی، اخلاقی، عاطفی و فردی است. بیوچمپ² و چایلدرس³ (1999) معتقدند که، اخلاق بر شیوه‌های مختلف فهم و مطالعه زندگی معنوی اثر گذار است. از طرفی، مطهری (1383) از نوعی معنویت اخلاقی صحبت می‌کند که تبیین‌کننده تأثیر معنویت بر اخلاق است. از دید مطهری (1366) معنویت اخلاقی به‌معنای از بین رفتن انسانیت و منیت است که به‌موجب آن، جان‌ها با یکدیگر متحد می‌شود و به‌نوعی وحدت و اتحاد در امور می‌انجامد. به عقیده افلاطون، اخلاقی شدن یعنی، زیبایی روحی و معنوی کسب کردن. همچنین، کانت⁴ در نظرات خود در مورد اخلاق بیان می‌کند که پرداختن به اخلاق درحقیقت راهی است به‌طرف دنیای معنوی، و در واقع جنبه اخلاقی انسان همان جنبه معنوی وجود او است (نقل از رهنما، 1386). مولانا جلال‌الدین در این رابطه از نوعی تخلق به اخلاق الله سخن می‌گوید و آن را همان مقام فنای سالک و بقای به الله می‌داند (فروزانفر، 1384). در تصوف اسلامی، نوعی اخلاق عرفانی معنوی وجود دارد که حاکی از تحت تأثیر گذاشتن معنویات بر اخلاق است. به تعبیری، در تصوف، سلوک عرفانی دارای منازل و مراحل می‌باشد به غایت اخلاقی منتهی می‌شود.

5. Cook
6. Cavanagh
7. Mitroff

1. Farrow
2. Beauchamp
3. Childress
4. Kant

از دید ملکیان (1386) مراد از معنویت، «تدین متعلقانه» است؛ یعنی دیانتی که عقلانی شده است؛ یا به تعبیر بهتر، فهم عقلانی از دین؛ مراد از معنویت، خودسازی است، و پرورش معنویت بیشتر یک مقوله اخلاقی است تا عرفی؛ بدین معنی که وقتی انسانی رو به سمت معنویت می‌رود، در واقع به سمت خودسازی، رضا ندادن به وضع موجود و در طلب یک وضع مطلوب درونی پیش می‌رود. از دیدگاه وی، انسان معنوی حائز ویژگی‌هایی از قبیل خودمختاری، عشق به انسان‌ها، جدیت، انضباط درونی و صداقت است و مبتنی بر این ویژگی‌ها مسیر تعاملات خویش با دیگران را ترسیم کرده و یک زندگی توأم با اخلاق را تحقق می‌بخشد.

پژوهش‌های اخیر، حاکی از تحت تأثیر قرار داشتن اخلاق براساس جهت‌گیری اجتماعی و معنویت در افراد است. در یک بررسی، ساندرسون⁹ و سیگال¹⁰ (1988) به تبیین رابطه بین مهارت‌های اجتماعی و خطاهای اخلاقی و عرفی در کودکان پرداختند. این محققان، قضاوت‌های کودکان 4 و 5 ساله‌ای را که از سوی همسالان، اهل بحث، محبوب، متوسط، فراموش شده و مطرود نامیده شده بودند، درمورد خطاهای اخلاقی و عرفی ارزیابی کردند. نتایج این بررسی نشان‌داد که، کودکان اهل بحث، نسبت به همسالان محبوب خود، خطاهای اخلاقی را قابل تنبیه‌تر دانستند. در واقع، از آنجا که کودکان اهل بحث از لحاظ بین فردی ماهرتر از سایرین هستند،

داشته‌اند که این مؤلفه‌ها منطبق با ابعاد چهارگانه وجود انسان بوده که از یک طرف به ابعاد بیرونی انسان (ارتباط میان فردی² و برون فردی³) و از طرف دیگر به ابعاد درونی انسان (ارتباط فرافردی⁴ و درون فردی⁵) توجه می‌کند. معنویت در بعد میان فردی به‌صورت ارتباط فرد با دیگری و در بعد برون فردی به‌صورت ارتباط فرد با محیط تجلی می‌یابد. از سویی، پیدمنت⁶ (1999) معتقد است که، معنویت به‌نوعی حس پیوند⁷ منجر می‌گردد که براساس آن، فرد خود را بخشی از یک کل می‌بیند که ماحصل آن، نوعی حس یکی بودن با دیگران است. این حس در جهت‌گیری‌های بین فردی، تأثیر تسهیل‌کننده بر اخلاق داشته که به‌موجب آن، نوعی بینش در فرد معنوی به‌وجود می‌آید و به او اجازه عملی خلاف اخلاق نمی‌دهد، چراکه، چنین فردی در می‌یابد که، هر عمل غیراخلاقی، به علت مرتبط بودن انسان‌ها به هم، بر روی تک‌تک انسان‌ها اثر گذار است. برخی معتقدند که معنویت درباره خودآگاهی و یکی شدن با دیگران است (هووارد⁸، 2002). این تبیین نشان می‌دهد که، رشد ویژگی‌های معنوی در انسان‌ها در تعاملات اجتماعی اثر می‌گذارد و این، عاملی درجهت تسهیل عمل اخلاقی خواهد بود.

-
1. Denton
 2. interpersonal
 3. interpersonal
 4. super-personal
 5. intrapersonal
 6. Piedmont
 7. a sense of connectedness
 8. Howard

9. Sanderson

10. Siegel

در مسلمانان براساس پارسایی تعریف می‌شود (محمود، 2005). در این رابطه، مل⁴ (2005) دریافت که هسته ارزش‌های معنوی، ارزش‌های اخلاقی در افراد است. پژوهش او نشان داد که، بین تقوا و معنویت با ارزش‌های اخلاقی رابطه تنگاتنگی وجود دارد.

علاوه براین، در پژوهش دیگری که توسط فرهنگی و رستگار (1385) صورت گرفت، مشخص شد که میان معنویت و ارتباطات بین فردی رابطه وجود دارد. این مطالعه بر روی 285 نفر از کارمندان دانشگاه تهران برای بررسی تأثیر معنویت بر انگیزش صورت گرفت که نتایج نشان داد معنویت به‌عنوان نیرویی برای جهت و معنادگی با کل، موجب همزیستی و هم‌آغوشی فرد با محیط می‌شود. همچنین، در یک بررسی توسط خشک‌ناب (1386) تأثیر سفرهای زیارتی، بر مهارت‌های اجتماعی بیماران اسکیزوفرنی بررسی شد. نتایج این مطالعه نشان داد که، معنویت بر مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی این بیماران تأثیر به‌سزایی داشته است. لذا، مداخله در بعد معنوی باعث اثرگذاری در بعد اجتماعی و روابط بین فردی می‌شود.

از طرفی، پژوهش‌ها حاکی از آن است که، دلبستگی معنوی و یا یک باور قوی به خداوند ممکن است ارتباط‌های اجتماعی، سازمانی و هنجارهای نوجوانان پرورش یافته در خانواده‌های از هم گسسته و جوامع ناهمگون را مستحکم‌تر کند (هوسلر⁵،

لذا از لحاظ اخلاقی رشد یافته‌ترند. شوئدر و کالج¹ (1987) معتقدند که بین فرهنگ و رشد اخلاقی در واحدی که آن را تئوری ارتباط اجتماعی می‌نامند، رابطه وجود دارد. این پژوهشگران، این‌طور استدلال می‌کنند که اخلاقیات یک ملت ممکن است جزئی از اخلاقیات جهانی باشد. گرچه باید بین اخلاقیات جهانی و عرفی تمایز قائل شد، چرا که اخلاقیات عرفی می‌تواند برگرفته از فرهنگ، اجتماع و تعاملات اجتماعی باشد. این محققان در پژوهشی به مقایسه کودکان آمریکایی و هندی پرداخته و دریافتند که، کودکان آمریکایی بین اخلاق عرفی و اخلاق اجتماعی تمایز قائل شده درحالی که، کودکان هندی بین این دو تمایزی قائل نمی‌شوند (نقل از کیلن و اسمتانا، 1389).

گال² و دو³ (2004) دریافتند که معنویت می‌تواند مبنایی برای هدایت اخلاقی در کسب و کار باشد. در جایی که معنویت وجود ندارد، افراد قادر به درک این موضوع نخواهند بود که همه افراد در یک کل، عمیقاً به هم متصل هستند. این پژوهش نشان‌دهنده ارتباط بین معنویت و جهت‌گیری اجتماعی است که در اخلاق کاری تجلی پیدا می‌کند. درحقیقت، معنوی بودن، موجب برانگیختگی تصاویر و نگرش‌های اخلاقی در افراد شده و درک عمیق مسائل اخلاقی را ممکن می‌سازد. از سویی، در پژوهشی که در رابطه با تأثیر معنویت و مذهب روی اخلاقیات صورت گرفت، مشخص شد که اخلاقیات

1. Colleagues

2. Gull

3. Doha

4. Melee

5. Hustler

هدف این پژوهش تعیین روابط ساختاری بین این سه متغیر بوده تا روشن شود که آیا جهت‌گیری اجتماعی قادر است به واسطه تجارب معنوی بر رفتار اخلاقی تأثیر گذار باشد؟

روش

جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه تبریز در سال تحصیلی 1390_91 بودند. از این جامعه که تعداد آن بالغ بر 15000 نفر بود، 407 نفر با توجه به راهنمای جدول مورگان به روش خوشه‌ای تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. به این صورت که، از کل دانشکده‌ها چند دانشکده و از هر دانشکده یک کلاس انتخاب گردید و داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه‌های رفتار اخلاقی، معنویت و جهت‌گیری اجتماعی جمع‌آوری شد. همچنین، برای تحلیل داده‌ها از روش همبستگی، رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شد.

ابزار های پژوهش

پرسشنامه رفتار اخلاقی: این پرسشنامه توسط لوزیر⁷ در سال 1993 ابداع شده است که حاوی 20 ماده بوده و در یک مقیاس 4 درجه‌ای لیکرت (کاملاً درست است، اغلب این‌گونه است، گاهی این‌گونه است، به ندرت چنین است، هیچ وقت این‌گونه نیست) نمره گذاری می‌شود. نحوه نمره‌گذاری در این پرسشنامه به این صورت است که افراد در پاسخ به سؤالات، از طیف کاملاً درست تا هرگز این‌گونه نیست، به ترتیب

اگون¹ و بلکنی²، (2003). به‌علاوه، معنویت نقش به‌سزایی در روابط متقابل ایفا می‌کند مثلاً، مشاهدات میلیمن³، کازاپلوسکی⁴ و فرگوسن⁵ (2003) نشان داد که معنویت در محیط‌های کاری رواج بسیاری داشته و در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی مطرح است. در این میان بررسی معنویت در سازمان‌ها نشان داده است که، معنویت در یک سازمان موجب برقراری روابط مؤثر با دیگران می‌شود. معنویت در محیط کار در برگیرنده تلاش و جستجو جهت یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به‌منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکارانش و دیگر افرادی است که به‌نحوی در کارش مشارکت دارند (میتروف و دنتون، 1999).

از سوی دیگر، مطالعات مارکوس نشان داد که، معنویت در کار، تجربه‌ای از ارتباط و اعتماد متقابل در میان افرادی است که در یک فرایند کاری مشارکت می‌کنند و به‌وسیله خوش‌بینی و حسن نیت فردی، ایجاد شده و به ایجاد فرهنگ سازمانی انگیزشی و افزایش عملکرد کلی منجر می‌شود که در نهایت تعالی سازمانی پایدار را به همراه دارد (مارکوس⁶، 2006).

مبتنی بر این پیشینه نظری و پژوهشی، چنین به نظر می‌رسد که جهت‌گیری اجتماعی به واسطه تجربیات معنوی بر رفتار اخلاقی تأثیر می‌گذارد و لذا

1. Egon
2. Blakeney
3. Milliman
4. Kazaplewski
5. Ferguson
6. Marques

7. Lussier

سؤالات 4، 6 و 7 این حالت، معکوس انجام می‌گیرد. برای ارزیابی پایایی این پرسشنامه، این ابزار روی 32 نفر اجرا شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی آن 0/7 بدست آمد که حاکی از مناسب بودن آن از نظر شاخص‌های روان‌سنجی است.

مقیاس جهت‌گیری اجتماعی¹: این پرسشنامه در سال 2001 توسط هاریسون² در طی مطالعات اجتماعی بر روی سربازان بازگشته از جنگ ساخته شده است. این پرسشنامه از 26 ماده تشکیل شده که در یک طیف لیکرتی 5 درجه‌ای (اصلاً درست نیست، کمی درست است، بعضی مواقع درست است، اکثراً درست است، کاملاً درست است) نمره‌گذاری می‌شود. نحوه نمره‌گذاری این پرسشنامه به این صورت است که، کمترین نمره برای گزینه "اصلاً درست نیست" با نمره 1، و بیشترین نمره برای گزینه "کاملاً درست" به صورت نمره 5 در نظر گرفته می‌شود. هاریسون جهت بررسی پایایی این پرسشنامه، از روش دو نیمه کردن استفاده نمود. تحلیل داده‌ها نشان داد که، همبستگی بین دو نیمه برابر با 0/76 است که از نظر معیار روان‌سنجی در حد مطلوبی است. از سویی، برای بررسی روایی این پرسشنامه، همبستگی آن با داده‌های به دست آمده از پرسشنامه حمایت اجتماعی دوک³ (1989) مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، ضریب همبستگی این پرسشنامه برابر با 0/72

نمره 1 تا 4 می‌گیرند. البته ترتیب این نمره‌گذاری در سؤالات 1، 12 و 13 معکوس است. در راستای بررسی ابعاد روان‌سنجی این پرسشنامه، لوزیر آن را در بین 129 نفر اجرا نموده است که ضریب پایایی آن، در دوبار اجرا با استفاده از روش آزمون - بازآزمون 0/81 به دست آمده است. از طرفی، وی، جهت بررسی روایی آن، همبستگی داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه را با داده‌های پرسشنامه معمای اخلاقی کلبرگ به دست آورده است، که بر مبنای آن، ضریب 0/79 به دست آمد که نشانگر روایی مطلوب این پرسشنامه در سنجش رفتار اخلاقی است.

پرسشنامه معنویت: برای ارزیابی معنویت از پرسشنامه محقق ساخته، براساس نظریه معنویت و عقلانیت ملکیان (1386) استفاده شد. این پرسشنامه حاوی 13 سؤال برای اندازه‌گیری تجارب معنوی است که به صورت: خودمختاری، بی‌اعتنایی به قضاوت‌های دیگران درباره خود، عدم مقایسه خود با دیگران، فهم تفاوت‌های خود با دیگران، عشق به انسان‌ها، رضا دادن به تغییر ناپذیرها، اینجایی و اکنونی بودن، رهایی از قید و بندهای گذشته، انضباط درونی، جدیت، صداقت، کوشش برای فهم مسائل سودمند، و سکوت تظاهر پیدا می‌کند. این پرسشنامه در یک طیف لیکرتی 5 درجه‌ای (کاملاً درست است، اغلب این‌گونه است، گاهی این‌گونه است، به ندرت چنین است، هیچ‌وقت این‌گونه نیست) نمره‌گذاری می‌شود که در آن، پاسخ آزمودنی به ترتیب، برای "گزینه کاملاً درست" نمره 4 و برای "هیچ وقت این‌گونه نیست" صفر داده می‌شود. البته، برای

1. interpersonal orientation scale

2. Harrison

3. Duck

به دست آمد که از نظر شاخص‌های روان‌سنجی میانگین و انحراف استاندارد رفتار اخلاقی، معنویت و جهت‌گیری اجتماعی در جدول 1 نشان داده شده است.

یافته‌ها

جدول 1. شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه

شاخص متغیر	تعداد آزمودنی	میانگین	انحراف استاندارد
رفتار اخلاقی	407	56/92	7/29
معنویت	407	20/99	6/45
جهت‌گیری اجتماعی	407	80/42	23/13

مندرجات جدول 1 نشان می‌دهد که متغیرهای سه‌گانه برخوردارند. آزمودنی‌های مورد مطالعه از پراکندگی مطلوبی در

جدول 2. ماتریس همبستگی متغیرهای پیش‌بین و ملاک

متغیر	معنویت	جهت‌گیری اجتماعی	P
رفتار اخلاقی	0/54 0/44		0/001
معنویت	- 0/21		0/01

همچنین، ملاحظه می‌شود که رابطه جهت-گیری اجتماعی و معنویت با $r=0/21$ در سطح $P<0/01$ معنی‌دار بوده و این رابطه مستقیم و مثبت است. به این معنی که، با افزایش جهت‌گیری اجتماعی بر میزان معنویت افزوده می‌شود.

از سویی، در راستای بررسی این که آیا جهت‌گیری اجتماعی و معنویت قادرند به‌صورت ترکیبی رفتار اخلاقی را پیش‌بینی کنند از روش تحلیل رگرسیون چندگانه (مدل همزمان) استفاده شد. داده‌های مربوط به این تحلیل در جدول 3 درج شده است:

مندرجات جدول 2 نشان می‌دهد که رابطه معنویت و رفتار اخلاقی با $r=0/54$ در سطح $P<0/001$ معنی‌دار بوده و این رابطه مستقیم و مثبت است. به این معنی که، با افزایش معنویت بر میزان رفتار اخلاقی افزوده می‌شود.

به‌علاوه، مبتنی بر این جدول رابطه جهت‌گیری اجتماعی و رفتار اخلاقی با $r=0/44$ در سطح $P<0/001$ معنی‌دار بوده و این رابطه مستقیم و مثبت است. به این معنی که، با افزایش جهت‌گیری اجتماعی، بر میزان رفتار اخلاقی افزوده می‌شود.

تورج هاشمی و همکاران: نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت

جدول 3. ضریب پیش‌بین اثرات ترکیبی متغیرهای پیش‌بین در تغییرات رفتار اخلاقی براساس مدل همزمان

مدل	R	R ²	خطای استاندارد برآورد	F	df ₁	df ₂	سطح معنی‌داری
همزمان	0/45	0/20	6/81	30/29	4	402	0/001

مندرجات جدول 3 نشان می‌دهد که متغیرهای معنویت و جهت‌گیری اجتماعی به صورت ترکیبی قادرند 20 درصد ($R^2=0/20$) از تغییرات رفتار اخلاقی را به طور معنی‌دار پیش‌بینی کنند.

جدول 4. ضریب پیش‌بین اثرات تفکیکی متغیرهای پیش‌بین در تغییرات رفتار اخلاقی براساس مدل گام به گام

مدل (گام به گام)	R	R ²	خطای استاندارد برآورد	df ₁	df ₂	F	سطح معنی‌داری
گام 1	0/34	0/11	6/878	1	405	51/3	0/001
گام 2	0/36	0/13	6/816	1	404	30/292	0/001

همچنین، مندرجات جدول 4 نشان می‌دهد که در پیش‌بینی تغییرات رفتار اخلاقی، نقش معنویت 11 درصد و جهت‌گیری اجتماعی 13 درصد است. از سویی، جهت بررسی روابط ساختاری بین رفتار اخلاقی، معنویت و جهت‌گیری اجتماعی از

روش تحلیل مسیر براساس روابط رگرسیون بین متغیرهای مذکور استفاده شد. داده‌های مربوط به این تحلیل در جدول 5 درج شده است:

جدول 5. ضرایب تعیین و ضرایب پیش‌بین استاندارد متغیرهای پیش‌بین در مدل

متغیر گام	متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بین	متغیر میانجی	R ²	F
1	رفتار اخلاقی	جهت‌گیری اجتماعی	معنویت	0/37	30/29**
		B=0/14*	B=0/36**		
2	معنویت	جهت‌گیری اجتماعی	-	0/17	11/91**
		B= -0/17**	-		

** P < 0/001 , * P < 0/05

مندرجات جدول 5 نشان می‌دهد که:

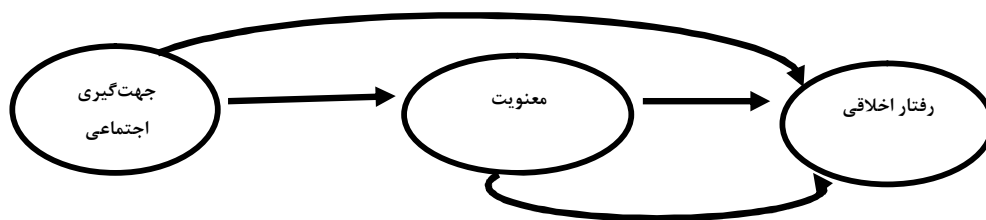
لذا می‌توان نتیجه گرفت که اثر کلی جهت‌گیری اجتماعی بر اخلاق $0/14-0/06=0/80$ است.

(1) جهت‌گیری اجتماعی از دو راه بر رفتار اخلاقی تأثیر می‌گذارد:

(2) اثر کلی معنویت بر اخلاق $B=0/36$ می‌باشد.

مبتنی بر روابط مستقیم و غیرمستقیم بین این سه متغیر، مسیرهای اثرگذاری جهت‌گیری اجتماعی و معنویت بر رفتار اخلاقی به شکل زیر است (شکل 1):

الف) از راه مستقیم با ضریب بتای $B=0/14$
 ب) از راه غیر مستقیم با میانجی‌گری معنویت
 $0/36 * (-0/17) = -0/06$



شکل 1. مسیر اثر گذاری جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی معنویت

بحث و نتیجه‌گیری

در افراد پرورش می‌دهند، در پیشبرد و بهبود عمل اخلاقی مؤثر می‌باشد. از این رو هرچه بعد معنوی فرد بالا باشد، این پدیده موجب نیل به عمل اخلاقی بهینه خواهد بود؛ چراکه، معنویت پیش زمینه‌ای برای خودسازی فردی است (ملکیان، 1386). در واقع، یکی از اثرات معنویت در انسان، دستیابی به نوعی ارتباط درون فردی است که آن، نوع ارتباط انسان با خویشتن خویش را نشان می‌دهد. این ارتباط موجب دگرگونی در منش رفتاری فرد می‌شود. در این شرایط، خود دگرگون‌سازی موجب قرار گرفتن فرد در مسیری می‌گردد که در آن، چیزهای نامطلوب به شکل مطلوب جلوه‌گر می‌شود (ملکیان، 1384). به تعبیری معنویت، باعث راسخ‌تر شدن ارزش‌های اخلاقی در فرد شده و او را به سمت انجام عمل اخلاقی براساس خیر همگانی در روابط بین فردی سوق می‌دهد. در این میان، پژوهش‌های گال و دو (2004) نشان دهنده ارتباط بین معنویت و جهت‌گیری اجتماعی است که در اخلاق کاری تجلی پیدا می‌کند.

از طرفی، می‌توان در تأیید اثر گذاری معنویت بر اخلاقیات به تعبیر بک¹ (1992) از انسان معنوی

در شکل‌گیری و بسط عمل اخلاقی عوامل عدیده‌ای نقش ایفا می‌کنند، بدین معنی که آن، ماحصل تأثیر متقابل این عوامل است. به تعبیری، تبلور رفتار اخلاقی، ناشی از اثر تلفیقی عوامل بین فردی، روان‌شناختی (جهت‌گیری اجتماعی) و ادراکی (معنویت) بر فرد بوده و اخلاق در رابطه با دیگران و وابستگی متقابل با آن‌ها و همچنین، با در نظر گرفتن نیازهای دیگران معنی می‌یابد. از طرفی، معنویت عاملی است که، موجب می‌شود فرد در تعاملات خود با دیگری، بر مبنای جهت‌گیری اجتماعی مثبت عمل کرده و همین خصیصه او را به سمت احترام به حقوق فردی، رعایت الزامات جامعه و مسئولیت‌پذیری در قبال دیگران سوق می‌دهد. براین مبنای یافته‌های این پژوهش نشان داد که، معنویت به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده بین جهت‌گیری اجتماعی و اخلاق عمل می‌کند، به طوری که افزایش معنویت در بستر روابط بین فردی، موجب سوق دادن افراد به عمل اخلاقی می‌گردد. از این رو، جهت‌گیری اجتماعی به‌عنوان عاملی که تمایل فرد را به برقراری ارتباط با دیگران و رعایت هنجارهای اجتماعی نشان می‌دهد، در شکل‌گیری عمل اخلاقی تأثیر گذار است. از طرفی، معیارهای معنوی که ارزش‌های اخلاقی را

1. Beck

شیوه‌های انضباطی والدین و نقش آن‌ها در درونی‌سازی رفتارهای مثبت اخلاقی استفاده کرده است.

در این بین، بررسی‌های ساندرسون و سیگال (1988) نشان داد که بین مهارت‌های اجتماعی و خطاهای اخلاقی و عرفی در کودکان رابطه وجود دارد. همچنین، تحقیقات شوئدر و کالج (1987) گویای ارتباط اخلاقیات عرفی و تعاملات اجتماعی است (نقل از کیلن و اسمتانا، 1389).

از طرفی، تحقیقات میلین، کازاپلوسکی و فرگوسن (2003) نشان داد که، معنویت نقش به‌سزایی در روابط متقابل ایفا می‌کند. از سویی، مقوله اخلاق زیستی گویای اجتماعی بودن اخلاقیات بوده که به موجب آن، کلیه جنبه‌های حیات بشری تحت تأثیر قرار می‌گیرد. به عبارتی، اخلاقی زیستن، در یک بستر اجتماعی تحقق می‌یابد که آن امری گسترده بوده و به کلیه مؤلفه‌های زیستی ملتزم است (ملکیان، 1384). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که اخلاق در متن اجتماع شکل می‌گیرد و ویژگی‌های شخصیتی فرد از جمله اجتماعی بودن عاملی در تسهیل فعل اخلاقی نقش ایفا نموده و در این بین، تجارب معنوی فرد در رهگذر روابط بین فردی باعث تجلی رفتار فرد بر مبنای خصایل اخلاقی می‌شود.

پرداخت. بک (1992) در تعریف ویژگی‌های انسان معنوی به‌مواردی از قبیل: شهود و درک، ارتباط معنی‌دار با هستی و انسان‌ها، ارتباط با خدا، تجربه عرفانی، بهت و حیرت در مقابل عظمت ربوبی، جوانمردی و شکرگزاری اشاره می‌کند (بک، 1992؛ نقل از غباری و راقبیان، 1387). مبتنی بر این توصیفات معنویت به‌عنوان خصیصه برجسته انسانی مورد توجه قرار گرفته که در فرهنگ دینی به‌عنوان پدیده اخلاق از آن یاد می‌شود. توضیح این که نقش معنویت به‌عنوان میانجی بین جهت‌گیری اجتماعی و اخلاق، از این نظر حائز اهمیت است که، معنویت به نوعی حس پیوند (پیدمنت، 1999) منجر می‌گردد که براساس آن، فرد خود را بخشی از یک کل می‌بیند که ماحصل آن، نوعی حس یکی بودن با دیگران است. این حس یگانگی، در جهت‌گیری‌های بین فردی، عامل تسهیل‌کننده بر اخلاق خواهد بود که به موجب آن، نوعی بینش در فرد معنوی به‌وجود می‌آید که به او اجازه عملی خلاف اخلاق نمی‌دهد، چراکه، چنین فردی در می‌یابد، هر عمل غیراخلاقی به‌علت مربوط بودن انسان‌ها به هم، بر روی تک‌تک انسان‌ها اثر گذار است. از سوی دیگر، هافمن (1970؛ نقل از کیلن و اسمتانا، 1389) نقش جهت‌گیری‌های اجتماعی را در بروز رفتار اخلاقی براساس رفتارهای اجتماعی تبیین می‌نماید و برای بررسی اخلاق از

منابع

طهوریان؛ محمدتقی منشی طوسی. مشهد: انتشارات آستانه قدس رضوی.

- استرایکر، ش؛ لیندزی، گ. و ارونسون، ا. (1376). مبانی روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه جواد

- رهنما، ا. (1386). نقد تطبیقی تربیت اخلاقی از دیدگاه کانت و خواجه نصیرالدین طوسی. تهران: نشر آبیژ.
- ریچلز، جیمز. (1389). فلسفه اخلاق. ترجمه آرش اخگری، تهران: انتشارات حکمت.
- صادقی، م.ر. (1371). پایه اجتماعی اخلاق. تهران: نشر اشاره.
- غباری بناب، ب. و راقیبان، ر. (1387). کودک، نوجوان و معنویت. تهران: انتشارات یسطرون.
- فروزانفر، ب.ا. (1384). فیه ما فیه. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- فرهنگی، ع.ا.؛ رستگار، ع.ع. (1385). (ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت کارکنان). ماهنامه علمی - پژوهشی دانشگاه شاهد، 13، 20.
- فرهود، د. (1386). (مروری بر تاریخچه اخلاق همراه با گردآوری زمینه‌های گوناگون اخلاق). اخلاق در علوم و فناوری، 1 و 2.
- فلاحتی، خ. (1386). (تأثیر تفریح درمانی بر وضعیت روانی بیماران اسکیزوفرنی مزمن). فصلنامه علمی - پژوهشی روان پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران، 3، انسیتو روان پزشکی ایران.
- قانع، م. (1388). اخلاق در نگاه مولانا: چیستی و هستی. تهران: انتشارات نگاه معاصر.
- Beauchamp, T.L. & Childress, J.F. (1999). *Principles of biomedical ethics* (4th Ed). Oxford, England: Oxford university press.
- Cavanagh, G. (1999). (Spirituality for managers: context & critique). *Journal of*
- کریمی، ی. (1387). روان‌شناسی اجتماعی: نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها. چاپ ششم. تهران: نشر اسبازان.
- کیلن، م. و اسمتانا، ج. (1389). رشد اخلاقی. جلد 1 و 2. ترجمه محمدرضا جهانگیرزاده، علیرضا شیخ شعاعی و رحیم راستی تبار. تهران. پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- محمدی، م. (1379). اخلاق رسانه‌ها. تهران: انتشارات نقش و نگار.
- مدرسی، م.ر. (1371). فلسفه اخلاق: پژوهش در بنیان‌های زبانی، فطری، تجربی، نظری، و دینی اخلاق. تهران: انتشارات سروش.
- مطهری، م. (1366). فلسفه اخلاق. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، م. (1383). مجموعه آثار. جلد 22. تهران: انتشارات صدرا.
- ملکیان، م. (1386). مشتاقی و مهجوری. تهران: انتشارات نگاه معاصر.
- ملکیان، م. (1384). مهر ماندگار: مقالاتی در اخلاق شناسی. تهران: انتشارات نگاه معاصر.
- هابرماس، ی. (1384). نظریه کنش ارتباطی. ترجمه کمال پولادی، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
- Cook, C.C.H. (2004). (Addiction and spirituality). *Addiction*, 99, 539-551.

- Dewey, J. (1966). *Democracy and Education*. New York: Macmillan Company.
- Darwin, C. (1871). *The descent of man*. New York: Prometheus Books.
- Duke, A.G. (1989). (Interpersonal relationship and social problem solving). *Journal of social psychology*, 9, 126-133.
- Farrow, G. (1984). (Spirituality and self-awareness). *The friends, quarterly*, 23, 317- 318.
- Gull, G.A. & Doha, J. (2004). (The “transmutation” of the organization: Towards a more spiritual workplace). *Journal of Management Inquiry*, 13(2), 128-139.
- Harrison, B.E.(2001). *New Approach to social problems in veterans at 1975-1995*. New York, Williams press.
- Hoffman, M.L.(2002). *Empathy and Moral development*. Cambridge UK University press.
- Howard, S. (2002). A spiritual perspective on Learning in the workplace. *Journal of Managerial psychology*, 17(3), 230-242.
- Husler, G.; Egon, W. & Blakeney, R.F. (2003). *Morbidity and comorbidity in a swiss sample of youth at risk*. Report to the Bundesamt für Gesundheit, Bern, Switzerland.
- Lussier, R.N. (1993). *Human Relations in organizations: A skill Building Approach*, (2nded.). Homewood, Irwin, 297.
- Mahmoud, S. (2005). *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. Princeton: Princeton University Press.
- Marques, J.F. (2006).(The spiritual worker). *Journal of Management Development*, 25,9,884-95.
- Mele, D. (2005). (Ethical education in accounting: Integrating rules, values and virtues). *Journal of Business Ethics*, 57, 97-109.
- Milliman, J.; Kazaplewski, A.J. & Ferguson, J. (2003). (Workplace Spirituality and Employee Work Attitudes). *Journal of Organizational Change Management*, 16 (4), 426-447.
- Mitroff, I.A. & Denton, E.A. (1999). *A Spirituality audit of corporate America: A hard look at spirituality, religion, and values in the work place*, Jossey-Bass, Son Francisco, C.A.
- Piedmont, R.L. (1999). (Dose spirituality represent the sixth of personality? Spiritual transcendence and the five-factor model). *Journal of personality*, 7(6), 985-1013.
- Santrock, J.W. (2001). *Child development*. 6th Edition. Toronto: McGraw Hill.
- Turiel, E. (1983). *The development of social knowledge: Morality and convention*. Cambridge, UK: Cambridge university press.
- Turiel, E. (2002). *The culture of morality*. Cambridge: Cambridge university press.
- Weiner, B. (1980). (A cognitive (attribution) emotion-action model of motivated behavior: An analysis helping). *Journal of personality and social psychology*, 39,186-200.