رابطهٔ هوش اخلاقی با سرمایه اجتماعی

طاهره عطاللهی[1*]، دکترعلی ربیعی[1]، محمد تقی امینی[2]

1. **گروه رسانه و ارتباطات، دانشکده مدیریت رسانه و ارتباطات، دانشگاه پیام نور**
2. **گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور**

(تاریخ دریافت 93/5/11، تاریخ پذیرش 93/8/17)

چکیده

زمینه: قضاوت افراد در مورد اخلاقی بودن و یا غیراخلاقی بودن کارها بر کمیت و کیفیت کار آنان و در نتیجه موفقیت سازمانی تأثیر قابل توجهی دارد. با توجه به وابسته بودن سرمایه اجتماعی به روابط بین افراد و تأثیر انکارناپذیر نقش هوش اخلاقی بر نحوه شکل‌گیری روابط بین فردی در این پژوهش رابطه بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها بررسی می‌شود.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که بین دو متغیر هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

روش: روش تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را مدیران و کارکنان داستگاه‌های اجرایی (637 نفر) تشکیل می‌دهند که 252 نفر از طریق نمونه‌گیری تصادفی به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسش نامه‌های هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی بود. برای آزمودن فرضیات از آزمون پیرسون و تحلیل مسیر و آزمون فریدمن استفاده گردید.

نتیجه‌گیری: یکی از عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی، هوش اخلاقی است و هوش اخلاقی بر تمام مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است. براین اساس پیشنهادهای کاربردی برای راهنمایی مدیران و کارکنان سازمانی ارائه می‌گردد.

کلیدواژگان: *سرمایه اجتماعی، مدیریت اخلاقی، هوش اخلاقی*

سرآغاز

در دنیای پر رقابت امروز، مسئله توسعه و پیشرفت سازمان‌ها اهمیت بسیاری دارد. یکی از شاخصه‌های اصلی پیشرفت و نماد تعالی سازمان‌ها رعایت اصول اخلاقی[1] است(1). بیشتر سازمان‌ها راستی و درستی را خط مشی محوری خود قرار داده‌اند. قضاوت افراد در مورد اخلاقی بودن و یا غیراخلاقی بودن کارها بر کمیت و کیفیت کار آنان و در نتیجه موفقیت سازمانی تأثیر قابل توجهی دارد(2). عدم توجه به اخلاق در مدیریت می‌تواند معضلات بزرگی برای سازمان‌ها به وجود آورد (3). هوش اخلاقی[2] توانایی درک درست از نادرست و داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنهاست و مدیران و کارکنانی که هوش اخلاقی داشته باشند کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند(4).

هوش اخلاقی هوشی است که قواعد پایدار و پویا را ساختاردهی و فعالیت فرد را در محیط شناسایی می‌کند (5). هوش اخلاقی نشان دهندهٔ ظرفیت ذهنی انسان برای تعیین اینکه چگونه اصول جهانشمول[3] انسانی را به ارزش‌ها، اهداف و اقدامات خود مرتبط نماید می‌باشد(6). بنابراین، مدیران بایستی بالاترین استانداردهای اخلاقی را در سازمان خود مورد توجه قرار دهند(4). همچنین، این نوع هوش نشان دهندهٔ اشتیاق و توانایی فرد برای قرار دادن معیارهایی برتر و فراتر از منافع خود و حتی موضوعاتی نظیر

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Taherehataallahi @ yahoo.com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

اثربخشی در کانون واکنش‌های فردی است (7). هوش اخلاقی، نه تنها چارچوبی قوی و قابل دفاع برای فعالیت انسان‌ها فراهم می‌کند، بلکه کاربردهای فراوانی در دنیای حقیقی دارد (8). در واقع، این هوش تمام انواع دیگر هوش انسان را در جهت انجام کارهای ارزشمند هدایت می‌کند(7).

بر طبق پژوهش‌های انجام شده هوش اخلاقی می‌تواند در موارد فوق بر عملکرد و موفقیت سازمان‌ها تأثیر گذار باشد:باعث شکل‌گیری کارهای تیمی قوی و افزایش بهره‌وری می‌شود(4). مانع انجام اعمال مجرمانه می‌شود(9). دستورالعمل‌های اخلاقی را وارد تصمیم‌گیری‌ها می‌کند(10). برنامه‌ای برای ارزیابی جاری نیازمندی‌های اخلاقی تدوین می‌کند(11). باعث به وجود آمدن تصویری مثبت از سازمان در ذهن مردم می‌شود(12). سبب به وجود آمدن شناخت و حساسیت نسبت به مسائل اخلاقی می‌شود(9). باعث می‌شود سازمان در زمان بحران عملکرد اخلاقی خود را حفظ نماید(13). توجه به مسائل هوش اخلاقی در سازمان باعث بهبود اساسی اوضاع برخی جوامع شده است (14). به ایجاد محیطی شاد در سازمان کمک می‌نماید(4). افزایش رضایت شغلی را سبب می‌شود(15).

صاحبنظران مؤلفه‌هایی را برای هوش اخلاقی ذکر کرده‌اند اما چون تقسیم بندی دو محقق از همه جامع تر است بنابراین در این پژوهش از اصول آنها استفاده شده است(16). محققینی هوش اخلاقی را توانایی تشخیص درست از اشتباه می‌دانند که با اصول جهانی سازگار است. به نظر آنان، ده اصل هوش اخلاقی زیر برای موفقیت مداوم سازمانی و شخصی ضروری است:

1. عمل کردن مبتنی بر اصول، ارزش‌ها و باورها :یعنی ایجاد هماهنگی بین آنچه که افراد به آن باور دارند و آنچه که به آن عمل می‌کنند. انجام آنچه که می‌دانند درست است و عمل کردن به آن در تمام زمان‌ها(17).
2. راستگویی :انجام آنچه که افراد می‌دانند درست است و گفتن حرف راست در تمام زمان‌ها(4).
3. استقامت و پافشاری برای حق (ایستادگی به خاطر حقیقت) :بر اساس باورها و ارزش‌های خود به خاطر حقیقت بر امور پافشاری کردن.
4. وفای به عهد :داشتن صداقت کامل به معنای این است که آنچه را افراد نمی‌توانند انجام دهند، قول ندهند و وفای به عهد در تمام زمان‌ها(18).
5. مسئولیت پذیری[4] برای تصمیمات شخصی :مسئولیت اعمال و پیامدهای آن اعمال را در هر صورت پذیرفتن(1).
6. اقرار به اشتباهات و شکست‌ها: پذیرفتن مسئولیت اشتباهات و شکست‌های خود.
7. قبول مسئولیت برای خدمت به دیگران:قبول مسئولیت و توجه به دیگران مطابق ارزش‌ها و باورها در هر صورت و در هر زمان(19).
8. فعالانه علاقمند بودن به دیگران (اهمیت دادن خود جوش به دیگران): آنچه که افراد برای دیگران انجام می‌دهند نه براساس دستور و یا دریافت پاداشی باشد.
9. توانایی در بخشش اشتباهات خود:آگاهی از عیوب خود و توانایی بخشش خود در قبال اشتباهات(20).
10. توانایی در بخشش اشتباهات دیگران: قبول افراد همان گونه که هستند و تحمل اشتباهات آنان و بخشش آن(21).

از سوی دیگر، با گسترش پدیده جهانی شدن[5]، بحث ارزش یا سرمایه‌ای که سازمان‌ها به لحاظ اقتصادی از آن برخوردار شوند، اهمیت فراوانی یافته است(22). صاحبنظری، قرن بیست‌ویکم را قرن اقتصاد دانشی[6] معرفی می‌کند(23). در این اقتصاد دارایی‌های فکری خصوصا سرمایه‌های انسانی جزو مهم‌ترین دارایی‌های سازمان محسوب می‌شوند و موفقیت سازمان‌ها ریشه در توانایی‌های فکری آن‌ها دارد(24). سرمایه انسانی[7] به‌عنوان یک دارایی ارزشمند محسوب می‌شود که می‌تواند موفقیت آن‌ها را به‌طور فزاینده‌ای تحت تأثیر قرار دهد(25). امروزه سازمان‌هایی که قابلیت‌های سرمایه انسانی بالاتری دارند می‌توانند از مزایای ارتباطات در شبکه اجتماعی[8] یا سرمایه اجتماعی[9] برخوردار شوند(26).

در تعریف از سرمایهٔ اجتماعی صاحبنظری می‌گوید :سرمایهٔ اجتماعی، مجموعهٔ هنجارهای[10] موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه می‌شود و سطح هزینه‌ها ی تبادلات و ارتباطات را کاهش می‌دهد (27). محققی، سرمایهٔ اجتماعی را ارتباط بین افراد، شبکه‌های اجتماعی

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

و هنجارهای متقابل و اعتمادی می‌داند که از آنها بر می‌خیزد(28). سرمایهٔ اجتماعی را کالای عمومی‌دانسته که به آسانی مبادله نمی‌شود. دارایی شخصی هیچ یک از افرادی نیست، که از آن سود می‌برند. نتیجهٔ فرعی فعالیت‌های دیگری است و معمولاً شخص خاصی آن را به وجود نمی‌آورد. سرمایهٔ اجتماعی در صورت استفادهٔ بیشتر، نه فقط مستهلک نمی‌شود، بلکه افزایش می‌یابد (29). سرمایه اجتماعی ترکیبی از منابع ناملموس و پیوندهای اجتماعی است که تنها از طریق این ارتباطات و کسب مهارت و هدایت اجتماعی قابل دسترسی است(32،31،30و33). به عبارت دیگر، مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و وجود روابط خوب میان اعضای سازمان به‌عنوان منبعی باارزش است که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق هدف‌ها اعضا می‌شود(34).

در متون مختلف به موارد گوناگونی از اثرگذاری سرمایه اجتماعی در زندگی فردی، اجتماعی و سازمانی اشاره شده است که برخی از آنها به قرار زیر است: سرمایهٔ اجتماعی، هزینه‌های هماهنگی را کاهش می‌دهد (35). سطح سرمایهٔ اجتماعی نشان داد که سرمایهٔ اجتماعی با میزان جرایم خشونت آمیز، همبستگی منفی دارد. سرمایهٔ اجتماعی، می‌تواند به موفقیت شغلی کمک کند (36). سرمایهٔ اجتماعی، به اعضای گروه اقتدار بیشتری می‌بخشد. سرمایهٔ اجتماعی، به کارایی نهادهای دولتی و حکومتی کمک می‌کند(29). وجود سرمایهٔ اجتماعی سبب می‌شود تا دولتمردان و سیاستمداران، همکاری بهتری باهم داشته باشند(37). صاحبنظری معتقد است، همبستگی روشن و مثبتی بین متغیرهای سلامت و سرمایه اجتماعی، همچنین رابطهٔ قوی و منفی بین شاخص سرمایهٔ اجتماعی و نرخ مرگ‌ومیر وجود دارد(38).

به دلیل وجود رویکردهای مختلف از سرمایه اجتماعی و نیز ماهیت چند بعدی این مفهوم، مدل‌های مختلفی از سرمایه اجتماعی وجود دارد(39). در این پژوهش از ابعاد فوق برای بررسی سرمایه اجتماعی استفاده شده است:1- ارزش زندگی[11] :همان هدف ما از زندگی در این دنیاست. 2- پیش فعالی[12]: فعالیت و اشتیاق شهروندان در فعالیت‌های جامعه (یعنی قبل از اینکه از آنها خواسته شود تا در فعالیت‌ها شرکت نمایند آن‌ها خود مشتاقانه فعالیت‌ها را انجام می‌دهند). 3- شرکت در جامعه محلی: حضور در مراسم‌ها و انجمن‌های محلی که فرد در آن زندگی می‌کند. 4-احساس اعتماد و امنیت: یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی است که در صورت وجود آن میان افراد و اجتماعات، روابط میان اعضای خانواده، دوستان، همسایگان، همکاران و به‌طورکلی اعضای جامعه موثرتر خواهد بود. 5- شبکه‌های همسایگی: ساختاری اجتماعی است که از گروه همسایگان تشکیل می‌شود که دارای تعاملات رودرروی قابل ملاحظه‌ای میان خود هستند. 6- ارتباطات خانوادگی و دوستان: به مجموعه تعاملاتی که افراد با اعضای خانواده و دوستان دارند، گفته می‌شود. 7- تحمل اختلاف/ تنوع[13]: پذیرش افراد نسبت به انواع تفاوت‌های ظاهری و باطنی افراد. 8- شبکه‌های کاری[14]: ساختاری اجتماعی است که از گروه همکاران تشکیل می‌شود و از طریق یک یا چند نوع وابستگی به هم متصل‌اند(38).

سرمایه گذاری سازمان‌ها در توسعه سرمایه اجتماعی، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرآیند ارتباطات و تعاملات میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی همگی موجب توسعه سرمایه اجتماعی سازمان و حرکت سازمان به سمت رعایت اصول هوش اخلاقی را تسریع خواهد کرد(42،41،40 ،43و 44). اصول اخلاقی به‌عنوان نظام بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر طبق آن عمل خوب از بد متمایز می‌گردد (45). وجود سرمایه اجتماعی در سازمان و تعاملات اثربخش میان افراد سازمان موجب تسهیل تضارب بیشتر آرا و رعایت اصول هوش اخلاقی در سازمان می‌شود(46). در این میان، توجه به اخلاق، روحیه کار تیمی را قدرت بخشیده و به اجتناب از اعمال مجرمانه (رشوه، سرقت و...) در سازمان کمک می‌کند(47).

با توجه به وابسته بودن سرمایه اجتماعی به روابط بین افراد و تأثیر انکارناپذیر نقش هوش اخلاقی بر نحوه شکل‌گیری روابط بین فردی در این پژوهش تلاش شده است تا نشان داده شود که چگونه هوش اخلاقی در سازمان رایج و تأثیرگذار است و عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی در سازمان شناسایی شوند.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

جدول 1:ضریب همبستگی پیرسون

متغیر		میزان درآمد	مدت زمان زندگی	میزان تحصیلات	سن	سرمایه اجتماعی
هوش اخلاقی	ضریب همبستگی	/142.	/042.	/241.	/732.	/732.
	سطح معناداری	/028.	/042.	/000.	/000.	/000.
سرمایه اجتماعی	ضریب همبستگی	/369.	/240.	/287.	/193.	
	سطح معناداری	/000.	/166.	/000.	/03.	

بررسی رابطه متغیرهای هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی می‌تواند به پیشنهادهای کاربردی در راستای موفقیت و توسعه سازمان‌ها منجر شود. لذا هدف این پژوهش مطالعه و بررسی چگونگی رابطه هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی در سازمان است.

روش

روش تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را مدیران و کارکنان دستگاه‌های اجرایی تشکیل می‌دهد. حجم جامعه آماری از 32 سازمان حدود 637 نفر برآورد شد و نمونه آماری 252 نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، پرسش نامه استاندارد هوش اخلاقی محققین در طیف پنج درجه‌ای (هرگز، به ندرت، گاهی اوقات، اغلب و تمام اوقات) و پرسش نامه استاندارد محققین استفاده گردید(و). بعد از توزیع پرسش نامه‌ها تعداد 242 پرسش نامه جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روایی صوری و محتوایی و هماهنگی درونی مؤلفه‌های آن توسط متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. پایایی هوش اخلاقی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ با r= /862. و سرمایه اجتماعی r= /947. شد. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از ضریب همبستگی پیرسون (به منظور بررسی تأثیر مؤلفه‌های هوش اخلاقی کارکنان بر سرمایه اجتماعی) رگرسیون، تحلیل واریانس یک متغیره (به منظور بررسی تفاوت بین هوش اخلاقی کارکنان و سرمایه اجتماعی اعضا برحسب ویژگی‌های دموگرافیک) و آزمون فریدمن استفاده شده است. کلیه تجزیه و تحلیل‌های آماری به وسیله نرم افزار spss انجام شد.

یافته‌ها

با توجه به جدول توزیع فراوانی، از مجموع 242 پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی 65/3 یا 158 نفر، هوش اخلاقی زیادی دارند و کمترین نسبت یعنی 33/9 درصد یا 82 نفر، هوش اخلاقی متوسطی دارند، 2 نفر نیز، به سؤالات پاسخ نداده‌اند. داده‌ها حاکی از آن است، از مجموع 242 پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی 66/9درصد یا 162 نفر سرمایه اجتماعی متوسط و کمترین نسبت یعنی 12/4درصد یا 30 نفر، سرمایه اجتماعی زیادی دارند همچنین20/7 درصد یا 50 نفر نیز سرمایه اجتماعی کمی دارند.

طبق ضریب همبستگی پیرسون، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، بین سن و هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبتی وجود دارد یعنی با افزایش سن، هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی نیز، افزایش می‌یابد. شدّت این همبستگی ضعیف است. طبق ضریب همبستگی پیرسون، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، بین تحصیلات و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبتی وجود دارد یعنی با افزایش میزان تحصیلات، سرمایه اجتماعی نیز، افزایش می‌یابد و بالعکس. شدّت این

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

جدول2: مدل رگرسیونی

مدل	رگرسیون چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	برآورد خطای استاندارد
	/905.	/818.	/810.	/19925.

همبستگی ضعیف است. طبق ضریب همبستگی پیرسون، با 5 درصد خطا و 95 درصد اطمینان، بین درآمد و هوش اخلاقی، همبستگی مثبتی وجود دارد یعنی با بالارفتن درآمد، هوش اخلاقی نیز، افزایش می‌یابد و بالعکس. همچنین با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان بین درآمد و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبتی وجود دارد به این معنی که با افزایش درآمد، سرمایه اجتماعی نیز، افزایش می‌یابد و بالعکس. شدّت این همبستگی‌ها ضعیف است. طبق ضریب همبستگی پیرسون، با 5 درصد خطا و 95 درصد اطمینان، بین مدت زندگی در این محل و هوش اخلاقی، همبستگی وجود ندارد. همچنین، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، بین مدت زندگی در این محل و سرمایه اجتماعی همبستگی مثبتی وجود دارد، یعنی با افزایش مدّت زندگی در این محل، سرمایه اجتماعی نیز، افزایش می‌یابد. شدّت این همبستگی، ضعیف است. طبق ضریب همبستگی پیرسون، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبتی وجود دارد یعنی با افزایش هوش اخلاقی، سرمایه اجتماعی نیز، افزایش می‌یابد. شدّت این همبستگی قوی است.

برای به دست آوردن تأثیر متغیرهای مستقل روی متغیر وابسته با توجه به اینکه سطح سنجش داده‌ها شبه‌فاصله‌ای است از رگرسیون چندگانه به روش توأم استفاده شد. طبق جدول، ضریب رگرسیون برابر با 905/. و ضریب تعیین برابر با 818/ است. این مقدار نشان می‌دهد که 8/81 درصد تغییرات در سرمایه اجتماعی را ابعاد هوش اخلاقی بررسی شده تبیین می‌کنند. البته با توجه به اینکه ضریب تعیین تعدیل شده برابر با 81/0 است قدرت تبیین مدل به 81 درصد کاهش پیدا می‌کند.

جدول3: ضرایب تعیین

مدل	ضرایب تعیین استاندارد نشده		ضرایب تعیین استاندارد شده	T	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا		
عرض از مبدأ	-1/579	/274.		-5/758	/000.
عمل کردن مبتنی بر اصول، ارزش‌ها و باورها	/056 .	/069.	/057.	/809 .	/419.
راستگویی**	/458 .	/046.	/406.	10/053	/000.
استقامت و پافشاری برای حق	/049 -.	/063.	/041 -.	/779 -.	/437.
وفای به عهد	/047 -.	/048.	/065 -.	/976 -.	/330.
سئولیّت پذیری برای تصمیمات شخصی**	/219 .	/058.	/182 .	3/748	/000.
اقرار به اشتباهات و شکست‌ها**	/586 .	/074.	/767 .	7/974	/000.
قبول مسئولیّت برای خدمت به دیگران	/021-	/044.	/020 -.	/462 -.	/644.
فعّالانه علاقمند به دیگران	/081 .	/072.	/056 .	1/131	/259.
توانایی در بخشش اشتباهات خود	/132 -.	/077.	/080 -.	-1/719	/087.
توانایی در بخشش اشتباهات دیگران	/082 -.	/054.	/077 -.	-1/515	/131.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

به‌طورکلی این ضریب گویای نقش بالای هوش اخلاقی در برآورد سرمایه اجتماعی است.

جدول4: رتبه بندی ابعاد هوش اخلاقی

ابعاد	رتبه کل
عمل کردن مبتنی بر اصول،	6/28
راستگویی	6/87
استقامت و پافشاری برای حق	4/01
وفای به عهد	7/33
مسئولیّت‌پذیری برای تصمیمات شخصی	3/41
اقرار به اشتباهات و شکستها	5/07
قبول مسئولیّت برای خدمت به دیگران	4/95
فعّالانه علاقمند به دیگران	7/30
توانایی در بخشش اشتباهات خود	6/00
توانایی در بخشش اشتباهات دیگران	3/77

جدول 5: آزمون فریدمن هوش اخلاقی

هوش اخلاقی	کل
فراوانی	240
X^2	542/290
درجه آزادی	9
سطح معناداری	0/000

طبق معادلهٔ رگرسیونی، مؤثرترین بعد متغیر مستقل در این معادله، اقرار به اشتباهات و شکست‌ها هستند. با توجه به اینکه ضریب بتای آن برابر0/767 است به ازای هر یک واحد تغییر در انحراف معیار اقرار به اشتباهات و شکست‌ها، به اندازه 767/. در انحراف معیار سرمایه اجتماعی(متغیر وابسته) تغییر ایجاد می‌گردد. به عبارت دیگر با افزایش اقرار به اشتباهات و شکست‌ها، میزان سرمایه اجتماعی نیز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس. بعد از اقرار به اشتباهات و شکست‌ها، راستگویی قویترین بعد هوش اخلاقی (متغیر مستقل) است که، دارای جهت مثبت است. ضریب بتای این متغیر 406/. است که نشان می‌دهد به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار راستگویی، به اندازه 406/. در انحراف معیار سرمایه اجتماعی (متغیر وابسته) تغییر ایجاد می‌گردد. توضیحی که می‌توان در این رابطه داشت این است که افرادی که راستگوتر هستند، سرمایه اجتماعی بالاتری دارند و بعد دیگری که نقش تعیین کننده‌ای در تبیین سرمایه اجتماعی دارد، مسئولیّت‌پذیری برای تصمیمات شخصی است که به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار مسئولیّت پذیری برای تصمیمات شخصی، به اندازه 182/. در انحراف معیار سرمایه اجتماعی (متغیر وابسته) تغییر ایجاد می‌گردد. با توجه به اینکه سطح معناداری ابعاد دیگر هوش اخلاقی بالاتر از 05/. است رابطه علی این هفت متغیر معنادار نیست.

طبق آزمون انجام شده فریدمن، به میزان 542/29و درجهٔ آزادی 9 با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، تفاوت معناداری بین رتبه‌ها وجود دارد، وفای به عهد و فعالانه علاقمند به دیگران، بالاترین رتبه‌ها (به ترتیب 7/33 و 7/30) و مسئولیّت‌پذیری برای تصمیمات شخصی و توانایی در بخشش اشتباهات دیگران، پایینترین رتبه‌ها (به ترتیب 3/41و 3/77) را به خود اختصاص داده اند.

جدول 6: رتبه بندی ابعاد سرمایه اجتماعی

ابعاد	رتبه کل
ارزش زندگی	7/02
پیش فعّالی	5/57
شرکت در جامعه محلی	2/67
احساس اعتماد و امنیّت	2/67
شبکه های همسایگی	3/62
ارتباطات خانوادگی و دوستان	6/40
تحمل اختلاف /تنوع	3/74
شبکه‌های کاری	4/31

جدول 7: آزمون فریدمن سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی	کل
فراوانی	242
X^2	501/793
درجه آزادی	7
سطح معناداری	0/000

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

طبق آزمون انجام شده، فریدمن، به میزان 793/50 و درجه آزادی 7 با 99 درصد اطمینان و 1 درصد خطا، تفاوت معناداری بین رتبه‌ها وجود دارد، ابعاد ارزش زندگی و ارتباطات خانوادگی و دوستان بالاترین رتبه‌ها (به ترتیب 7/02و 6/40) و شرکت در جامعه محلی و احساس اعتماد و امنیّت، پایینترین رتبه‌ها (2/76) را به خود اختصاص داده‌اند.

بحث

براساس یافته‌های این پژوهش بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که این نتایج با تحقیق محققانی که نشان دادند که چگونه رهبران با هوش اخلاقی بالا می‌توانند موفقیت سازمان خود را تضمین کنند، همسو است(48). همچنین برخی دیگر از محققان در کار پژوهشی خود نشان دادند که بسیاری از رفتارهای مدیران تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی است. به همین دلیل قضاوت افراد در مورد درستی و نادرستی کارها بر کیفیت و کمیت کاری آنان تأثیر دارد(2). صاحبنظران دیگری نیز در بررسی‌های خود بیان داشتند که اعمال و رفتارهای اخلاقی و ارزشی کارکنان مانند راستگویی،مسئولیت‌پذیری (مؤلفه‌های هوش اخلاقی) بر میزان تعهد و وفاداری کارکنان و اعتماد و رضایت آنان(مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی)تاثیر گذار است(49).

نتایج این تحقیق مبین آن است که بین متغیر درآمد و هوش اخلاقی، همبستگی مثبتی وجود دارد. حال آنکه محققان در مقاله خود نشان دادند که هوش اخلاقی تأثیر زیادی بر عملکرد مالی سازمان دارد(50). همچنین محققی دیگر در تحقیق خود نشان داد که میزان درآمد بر قضاوت اخلاقی افراد تاثیری ندارد(51). در مورد رابطه درآمد با هوش اخلاقی باید با احتیاط صحبت کرد. شاید در اینجا و جود این رابطه به این علت باشد که اکثر مردم تصور می‌کنند افراد پول دار هوش بالایی در تمام زمینه‌ها دارند.

این تحقیق نشان داد که متغیر سن بر هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی تأثیر گذار است. این رابطه به این علت است که افراد با افزایش سن تجارب و مهارت‌های گوناگونی کسب می‌کنند. لذا در طول زمان می‌آموزند که چگونه در جامعه تأثیر گذار باشند و میزان پایبندی ان‌ها به اصول اخلاقی و رعایت قوانین نیز بیشتر می‌شود. این نتیجه با نتایج محققانی که در مقاله خود نتیجه گرفتند که متغیر سن رابطه معنی دار آماری با سطح هوش اخلاقی داشت، مطابقت دارد(52).

در این تحقیق معلوم شد که میزان تحصیلات با هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی همبستگی مثبتی دارد. افرادی که از سطح سواد بیشتری برخوردارند هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی بالاتری دارند و شاید به این علت باشد که افراد در ضمن تحصیل در مدرسه و دانشگاه می‌آموزند که باید اصول اخلاقی و سرمایه اجتماعی را رعایت نمایند(53). افراد تحصیل کرده بیشتر تعاملاتشان با سایر هم نوعان خود است که آن‌ها نیز به این اصول پایبندند. یکی از محققان نیز در مطالعات خود پی برد که هر چه افراد از نظر میزان تحصیلات رشد می‌کنند خود را بیشتر ملزم به رعایت اصول اخلاقی می‌کنند(54). صاحبنظران دیگری نیز در مقاله خود به این نتیجه رسیدند که تحصیلات رابطه مستقیمی با افزایش سرمایه اجتماعی دارد(55).

این پژوهش بیان می‌کند که مدت زندگی در محل با هوش اخلاقی همبستگی ندارد اما با سرمایه اجتماعی همبستگی دارد. چون انسان هر چه در یک محل بیشتر زندگی کند تعاملاتش با همسایگان و افراد محله بیشتر می‌شود. صاحبنظری در پژوهش خود به این نتیجه رسید که طول مدت زندگی افراد در یک محله با میزان ارتباط آنان با همسایگان و ارتباطات آن‌ها در جامعه رابطه مستقیم دارد(56).

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که در این پژوهش، در سرمایه اجتماعی ابعاد ارزش زندگی و ارتباطات خانوادگی و دوستان بالاترین رتبه و شرکت در جامعه محلی و احساس اعتماد و امنیت پایین ترین رتبه‌ها را دارند. بالا بودن میزان ارزش زندگی و ارتباطات خانوادگی و دوستان ریشه در فرهنگ و عقاید مذهبی ما ایرانیان را دارد و از آنجا که احساس اعتماد و امنیت در جامعه پایین است بنابراین افراد در جوامع محلی کمتر مشارکت می‌کنند. محققانی در کار پژوهشی خود بیان داشتند که متغیرهای شبکه اجتماعی، اعتماد و هنجارهای مشترک در سازمان بر عملکرد سازمان از مناظر مختلف تاثیرگذار است ولی

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

در مجموع منجر به توسعه و موفقیت سازمان در بلند مدت می‌شوند(57). صاحبنظری در پژوهش خود بیان می‌کند که یکی از اصول رهبری بهره مندی کارکنان از هوش بالاست و آن‌ها با این خصوصیت می‌توانند به توسعه اعتماد بپردازند(58). محققی دیگر در تحقیق خود به این نتیجه رسید که اعتماد متقابل شرط لازم برای تشریک مساعی است و تثبیت این اعتماد یک التزام اخلاقی ویژه‌ای برای هر عضو سازمان به وجود می‌آورد و این عمل نیازمند رهبری با هوش اخلاقی بالاست که بتواند سهم مهمی را در ایجاد این اعتماد داشته باشد که با نتایج این تحقیق کاملا مشابه است(59). مسئولیت‌پذیری برای تصمیمات شخصی و توانایی در بخشش اشتباهات دیگران پایین ترین رتبه‌ها را دارند. پایین بودن مسئولیت‌پذیری برای تصمیمات شخصی به این علت است که ما اغلب اشتباهات و خطاهایمان را به عوامل بیرونی نسبت می‌دهیم تا عوامل درونی. در نتیجه به سختی مسئولیت تصمیمات اشتباه خودمان را به عهده می‌گیریم. در مورد پایین بودن بعد توانایی در بخشش اشتباهات دیگران قضیه برعکس است، ما اشتباهات دیگران را به عوامل درونی نسبت می‌دهیم تا عوامل بیرونی. در این تحقیق مؤلفه اعتماد در سرمایه اجتماعی رتبه پایینی داشت. در هوش اخلاقی ابعاد وفای به عهد و فعالانه علاقمند به دیگران بودن بالاترین رتبه‌ها را دارند. بالا بودن وفای به عهد به این علت است که ما همواره تصور داریم نسبت به عهدی که می‌بندیم، وفاداریم و بالا بودن علاقمندی جهت کمک به دیگران ریشه در حس نوع دوستی ما ایرانیان دارد. صاحب‌نظران در تحقیق خود اشاره کردند که از بین اصول عمومی هوش اخلاقی به اصول هوشیاری، توجه و احترام، خود کنترلی[15]، مهربانی و انصاف اهمیت بیشتری داده شده و از بین 4 اصل اختصاصی هوش اخلاقی سه اصل درست کاری، مسئولیت‌پذیری و بخشش بیشتر مورد توجه قرار گرفته است(60).

بنابراین توصیه می‌شود که حتی الامکان موارد زیر در سازمان‌ها رعایت شود:

- توجه به عامل سابقه و تجربه هم در به کارگیری نیروهای جدید و هم جلوگیری از خروج و ریزش نیروهای قبلی، چون عامل سابقه به روش‌های مختلف در افزایش هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی کاملا موثر بوده است.
- اعتماد باید از بالا به پایین جریان یابد و باید در همه جا احساس شود. راهکارهایی به منظور افزایش اعتماد عمومی :
- رفع ابهام‌ها و کاهش پنهان‌سازی بین سطوح مختلف
- کمک به پیگیری مسائل و مشکلات مالی، رفاهی و استخدامی
- روشن‌سازی علل خروج کارکنان و. ..
- شبکه ارتباطی از دیگر عوامل افزایش سرمایه اجتماعی است، از همین رو تشکیل گروه‌های غیر رسمی ورزشی، علمی و مذهبی و برگزاری اردوهای تفریحی و کوه پیمایی‌ها، برنامه سفر با کارکنان و مدیران و حتی خانواده‌های کارکنان و بازنشستگان می‌تواند در تقویت شبکه‌های ارتباطی و تبادل تجارب و کاهش تنش‌ها کمک موثری باشد.
- استفاده از بسترهایی مانند : نشریه داخلی یا وب سایت داخلی که در آن کارکنان از روز تولد، سالگرد ازدواج و. .. از یکدیگر باخبر شوند و به‌طور دسته جمعی به یکدیگر تبریک بگویند، روابط گرمی را در سازمان به وجود می‌آورد.
- به کارگیری کارکنان تمام وقت و تامین مالی آن‌ها موجب ارتقای سطح سرمایه اجتماعی می‌شود. چون درگیری‌های شغلی و دوشغله بودن آن‌ها از عوامل فرسایش سرمایه اجتماعی است.
- استفاده نادرست از کارهای رقابتی به جای همکاری موجب کاهش سرمایه اجتماعی می‌شود. بنابراین پیشنهاد می‌شود معیارهای ارزیابی کارکنان از عوامل کمی به عوامل کیفی تغییر کند.
- جهت افزایش سطح سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود پرداخت‌ها مرتبط با میزان مشارکت کارکنان در گروه‌ها و کمیته‌های تخصصی و ارتباط با جوامع علمی و پژوهشی شود.
- پیشنهاد می‌شود برای افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان از ساختار تخت و یا شبکه‌ای که اختیار کافی بر تصمیم‌گیری نهایی در آن‌ها وجود دارد، استفاده شود چون

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

ساختار سلسله مراتبی به خاطر ماهیت ضد مشارکتی آن موجب کاهش اعتماد و در نتیجه سرمایه اجتماعی می‌شود.

- تشویق گروهی و واحدی را جایگزین تشویق فردی نمایند. این عمل سبب تشویق کارکنان به فعالیت‌های اجتماعی می‌شود.
- برای تقویت فراموشی مدیران باید بخشش کارکنانی که کار اشتباه انجام داده‌اند مورد توجه مدیران قرار گیرد و دادن بازخورد منفی باید به شیوه‌ای مودبانه انجام گیرد.
- تغییر در آموزش‌های ضمن خدمت و افزودن دوره‌های خاص به منظور تقویت هوش اخلاقی به‌عنوان عامل آموزش پذیر.
- در سازمان از مدیرانی استفاده شود که دارای روحیه همکاری، مثبت اندیشی، پذیرش اشتباهات و استفاده از نظرات کارکنان در تصمیم‌گیری باشند.
- باید در سازمان شرایطی ایجاد شود که کارکنان بتوانند به راحتی اظهار نظر کنند و به افکار و پیشنهادهای آنان در سطوح مختلف سازمان احترام بگذارند.
- افزایش خودآگاهی[16] و شناخت نقاط قوت و ضعف کارکنان

نتیجه‌گیری

هوش اخلاقی در سازمان‌ها، فرهنگ سازمان و تعهد کارکنان را نسبت به سازمان تحت تأثیر قرار می‌دهد. توجه به تمام افراد و گروه‌های برخوردار میزان سود سازمان‌ها را در بلند مدت افزایش خواهد داد زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی، اعتماد مردم و نیز کاهش جریمه‌ها می‌شود. در این میان سرمایه اجتماعی نیز باعث افزایش اعتماد و کاهش هزینه‌ها می‌شود. حال اگر سازمان‌ها به‌عنوان واحدهای اجتماعی بتوانند سرمایه اجتماعی ایجاد نمایند، قادر به فعالیت بهتر و بیشتر خواهند شد.

سازمان‌ها برای مدیریت اثربخش هوش اخلاقی خویش می‌بایست به تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد متقابل[17] در میان کارکنان خویش بپردازند. سرمایه گذاری سازمان‌ها در توسعه سرمایه اجتماعی، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرآیند ارتباطات و تعاملات میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی همگی موجب توسعه سرمایه اجتماعی سازمان و حرکت سازمان به سمت رعایت اصول هوش اخلاقی را تسریع خواهد کرد.

با این حال در توسعه و مدیریت هوش اخلاقی سازمانی عوامل و اخلاق حرفه‌ای از اهمیت زیادی برخوردار است. چنانچه سازمان‌ها بخواهند هوش اخلاقی را در سازمان خویش توسعه دهند و آن را به کار برند، باید علاوه بر بهبود ارتباطات و تعاملات اثربخش میان اعضا سازمان و شبکه‌ها و گروه‌های سازمانی، زیر ساخت‌های ضروری شامل فرآیندها، سیستم‌ها و فنّاوری‌های لازم را برای کسب، نگهداشت و بکارگیری هوش اخلاقی فراهم آورند.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است و سایر اصول اخلاق علمی همچون رازداری رعایت شده است.

سپاسگزاری

نویسندگان این مقاله بر خود لازم می‌دانند تا از تمامی شرکت‌کنندگان در این پژوهش تشکر و قدردانی نمایند.

واژه نامه

اصول اخلاقی	1. Moral Principles
هوش اخلاقی	2. Moral Intelligence
اصول جهانشمول	3. Universal Principles
مسئولیت پذیری	4. Responsibility
جهانی شدن	5. Globalization
اقتصاد دانشی	6. Knowledge Economy
سرمایه انسانی	7. Human Capital
شبکه اجتماعی	8. Social Network
سرمایه اجتماعی	9. Social Capital
هنجارها	10. Norms

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

11. Life Value	ارزش زندگی
12. Preactive	پیش فعالی
13. Diversity Tolerance	تحمل اختلاف/تنوع
14. Network Working	شبکه‌های کاری
15. Self-control	خود کنترلی
16. Self-awareness	خود آگاهی
17. Mutual trust	اعتماد متقابل

منابع

1. Abtahi Cyrus. (2007). A Vision of ethical. Qom: Imam Khomeini Education and Research Institute Publications,302. (In Persian).
2. Gharamaleki Faramarz. (2010). Professional ethics. Qom: Majnoon Publication,148. (In Persian).
3. Abdullahzadeh F. et al. (2009). Ethics in management. Tehran: Taha Publication Institute. P. 44. (In Persian).
4. Borba M. (2005). The step by step plan to building moral intelligence, nurturing kids hearts& souls. San Francisco: National Educator Awards, National Council of Self Steam. P. 1-25
5. Belohlavek P. (2007). The unicist of ontology of ethical intelligence. Led-Blue Eagle Group. p. 8
6. Petti J, Charles B. (2008). Salesperson perceptions of ethical behaviors their influence on job satisfaction and turnover intention. Journal of Business Ethics; 4(78): 547-557
7. Beheshtifard I, Nekoeimoqadam B. (2011). The effect of moral intelligence on leadership. 1-7. (In Persian).
8. Tuana N. (2006). Moral literacy and ethical leadership. Paper presented at the 2nd Annual Rock Ethics Institute/Donald J, Willower Foundation Moral Literacy Colloquium.
9. Baling R. (2012). Surveyor's perspectives on ethics in organizational culture. Engineering, Construction and Architectural Management; 11(4): 34– 44.
10. Nolet B. (2009). Developing moral literacy in classroom. Journal of Educational Administration; 45(4): 514-320
11. Turner N, Barling J. (2012). Transformational leadership and moral reasoning. J Applied Psychol; 87(2): 304-310.
12. Katen JS. (2012). Moral reasoning capacity of management students and practitioners: an empirical study in Australia. J Manag Psychol; 66(8): 414-340.
13. Sabori D. (2010). Ethical behavior associated with the consumption behavior of managers in state agencies. Garmsar: Islamic Azad University. (In Persian).
14. Lennick D, Kiel F. (2005). Moral intelligence: enhancing business performance & leadership success. Pearson Education: Wharton School Publishing.
15. Etensberge M. (2011). Managers and professional ethics. Journal of Business Ethics; 12-30.
16. Golman D. (2005). The emotionally intelligent workplace: how to select for measure and improve emotional intelligence in individuals, groups and organizations. Francisco: San, Jossey-Bass. P. 27-44
17. Abaszadeh R. (2006). Preliminary study of gardener's multiple intelligence theory, in curriculum topics and students compatibility. Journal of Educational Innovations; 6(11):173. (In Persian).
18. Langlois, L, Lapointe C. (2010). Ethical leadership in Canadian school organizations. Educ Manag Admin Leadership; 35(2):240-260.
19. Lin J, Zehange J. (2011). When morality opposes justice: conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize. Social Justice Research; 20(98):143-155.
20. Nolet A. (2002). Ethical performance evaluation (EPE) in business practices framework and case illustrations. European Business Review; 19(5): 82-98.
21. Lennick D, Kiel F. (2008). Moral intelligence: enhancing business performance & leadership success. Pennsylvania: Wharton School Publishing.
22. Alagheband M. (2010). An introduction to social capital. Tehran: Your Season Magazine; (5). (In Persian).
23. Alison T. (2007). Health promotion and social capital. National University of Ireland International Evidence for the Impact of Capital on Well being, Galway. P. 12-34.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

24.Lien F, Johnmoson S. (2007). Social capital renewal and the academic performance of international students in Australia. The Journal of Socio-Economics; 37:331.

25.Luckley F. (2005). Social capital of economic clusters: towards a network-based conception of social resources. Journal of Economic and Social Geography (TESG); 100(2): 60-70.

26.Medison S. (2011). Corporate social capital: results of empirical research in a financial institution. Journal of Procedia Social and Behavioral Science; 10: 302-315.

27.Fukuyama F. (1999). Social capital and civil society. Conference on Second Generation Reforne.

28.Putnam RD. (2002). Democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society. Oxford University Press.

29.Tavassoli GA, Mousavi L. (2006). Social capital and its maintenance. Tehran: Shiraz Publication.

30.Guidice MR, Joyce TH, Sheng Wang. (2009). The indirect relationship between organizational level knowledge worker turn over and innovation. An Integrated Application of Related Literature the Learning Organization; 16(2):143-167.

31.Laman P. (2011). Measuring social capital in five communities. Journal of Applied Behavior Science; 36 (1) : 23-42.

32.Grootaert C, Van BT. (2002). Understanding and measuring social capital: a synthesis of finding and recommendations from the social capital initiative. Word Bank: Forum Series on the Role of Institutions in Promoting Growth.

33.Barown P. (2009). Social capital, innovation and competitiveness. In: Baron S. (ed), Social Capital: Critical Perspectives. Oxford: Oxford University Press.

34.Kurdestani GHR. (2008). Human capital measurement and reporting. Audit; (41). (In Persian).

35.Sarookhani M. (1989). Review of social capital. Tehran: Tarbiat Modarres University Press. (In Persian).

36.Mohammadi MA. (2007). Social capital and its measurement. Publication of the Faculty of Rehabilitation Medicine. (In Persian).

37.Sharepour M. (2007). Study of social problems of Iran. Tehran: Iranian Sociological Association & Agah Publication. (In Persian).

38.Bullen P, Onyx J. (1998,2005). Measuring social capital in five communities in NSW, a practitioner's guide. Australia: Management Alternatives Pty Ltd. P. 2034.

39.Orangen Y. (2001). the role of social capital in a common property resource system in coastal areas: a case study of community –based coastal resource management in Fiji. SPC Traditional Marine Resource Management and Knowledge Information Bulletin; 544-558.

40.Ghaffari GH. (2007). Theoretical explanation of social capital: social capital and development conferences in Iran. Institute of Research and Management; 45-54. (In Persian).

41.Kavossi E. (2008). Evaluation of organizational social capital in service organizations in Isfahan. Applied Sociology; 1: 19. (In Persian).

42.Coleman J. (1989). Foundations of social theory. Translated by: Sabori M. Tehran: Ney Publication. P. 175. (In Persian).

43.Blaserk E. (2012). The formation of social capital. Canadian Journal of Policy Research; 2(1): 63.

44.Kianian B. (2010). Ethics in the postmodern world. Reflection of Thought; (10): 16. (In Persian).

45.Foladian MJ. (2009). Formation of social capital and meta-analysis of effective factors on it. Publication of Social Science; (28): 92-139. (In Persian).

46.Parsaei S. (2011). The study of work ethic and personal and social factors. Management Studies; (16). (In Persian).

47.Prosac D. (2000). Social capital: empirical meaning and measurement validity. Australian Institute of Family Studies; 27.

48.Terner A, Estansfield J. (2010). The dynamics of business ethics: a function of time and culture-cases and models. Management Decision;4: 110-131.

49.Hejka-Ekins A. (2011). Ethics in in-service training, In: Cooper TL (ed). Handbook of Administrative Ethics. New York: Mercel Dekker Inc. p. 79-103.

50.Daniel E, Benjamin AM. (2008). Validation of the moral competency inventory measurement instrument. Content, construct, convergent and discriminate approaches. California State University; 15(1): 1626.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]

51.Bahrami MA. (2012). Moral intelligence level of medical sciences faculty and staff of Yazd University of Sadoqhi. Journal of Ethics and History Medicine; 5(7). (In Persian).

52.Turani H. (2011). Leadership and trust development. Journal of Principles of Management; 9(8): 14-15. (In Persian).

53.Wimalasiri JS. (2001). Moral reasoning capacity of management students and Practitioners: An empirical study in Australia. Journal of Managerial Psychology; 66(8): 614-34.

54.Mokhtaripour M, Seiyadat SA. (2009). Comparative study of moral intelligence of the scholars of Islam and the Quran. Journal of Islamic Studies and Psychology; 3(4): 97-118. (In Persian).

55.Brown ME, Trevino LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: a social learning perspective for construct development and testing. Behavior and Human Decision Process; 97: 111-134.

56.Afjeh SAA, Mohmoudzadeh SM. (2011). The pattern of the impact of social capital on the performance of companies in Irankhodro industrial group. Journal of Management Studies and Technology Development; (2). (In Persian).

57.Behshtifard M, Nekoeimoqhadam H. (2010). Managers moral relationship with staff job satisfaction. Ethical Issues in Science and Technology; 13: 67.

58.Feizi T, Abedin S. (2009). Relationship between emotional intelligence and social capital. Journal of Business Economics; 1:43-58. (In Persian).

59.Golman D. (2007). Primal leadership: realizing the power of emotional intelligence. Boston: Harvard Business School Press. p. 55.

60.Mokhtaripour F, Seiyadat M. (2009). A word about ethics, in honor of professor Hekmat H. Publication of Academy of Medical Sciences. (In Persian).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.3.4.9]