

Explaining the Relationships between Facial Attractiveness, Antisocial Behavior, and Moral Justification of Financial Fraud

R. Razizadeh¹, B. Banimahd Ph.D.^{1*}, S.H. Hosseini Ph.D.¹, M. Moradzadeh Fard Ph.D.¹

1. Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran.

Abstract

Background: Fraud in financial reporting is one of the unethical behaviors in the decision-making process of firms' managers. Ethicalizing and justifying fraud is a more reprehensible act than committing fraud. Studies show that facial features are an important sign in detecting unethical behaviors in individuals. Therefore, the purpose of this paper is to study the relationships between facial attractiveness of managers, antisocial behavior, and ethicalizing financial fraud.

Method: The research method is applied in terms of purpose and descriptive and correlational in terms of data collection. The statistical population includes employees and branch managers of Karafarin Bank. A sample of 486 people was selected from this population. The sampling method is also random. The instrument used to measure variables is questionnaire. Data analysis was performed based on descriptive statistics and structural equations.

Results: The results of this study show that facial attractiveness, measured by the ratio of facial width to height, has a positive and significant relationship with antisocial behavior and moral justification of financial fraud. Evidence also confirms that antisocial behavior has a positive and significant effect on the moral justification of financial fraud.

Conclusion: Unethical behaviors can be identified based on the facial features of individuals. With an increase in the ratio of facial width to height, individuals are more inclined to engage in unethical behaviors.

Keywords: *Facia Attractiveness, Antisocial Behavior, Moral Justification, Fraud*

***Corresponding Author:** B. Banimahd, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. Email: banimahd@iau.ac.ir

How to cite: Razizadeh R, Banimahd B, Hosseini S.H, Moradzadeh Fard M. Explaining the relationships between facial attractiveness, antisocial behavior, and moral justification of financial fraud. *Ethics in Science and Technology*. 2025,20(2): 144-150.



Copyright © 2025 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

تبیین روابط میان جذابیت چهره، رفتار ضد اجتماعی و توجیه اخلاقی تقلب مالی

رضا راضی زاده^۱، دکتر بهمن بنی مهد^{۱*}، دکتر سید حسین حسینی^۱، دکتر مهدی مرادزاده فرد^۱
۱. گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸)

چکیده

زمینه: تقلب در گزارشگری مالی یکی از رفتارهای غیراخلاقی در فرایند تصمیم گیری مدیران شرکت ها است. اخلاقی جلوه دادن تقلب و توجیه اخلاقی آن، عملی ناپسندتر از انجام تقلب است. مطالعات نشان می دهند که ویژگی های چهره، نشانه ای مهم در تشخیص رفتارهای های غیر اخلاقی در افراد است. از این رو، هدف این پژوهش آن است تا روابط میان جذابیت چهره مدیران، رفتار ضد اجتماعی و اخلاقی جلوه نمودن تقلب مالی را مورد مطالعه قرار دهد.

روش: روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ جمع آوری داده ها توصیفی و از نوع تحلیل مسیر است. جامعه آماری شامل شامل کارکنان و رؤسای شعب بانک کارآفرین می باشد. از این جامعه، نمونه ای شامل ۲۸۸ نفر انتخاب گردید. روش نمونه گیری نیز از نوع تصادفی است. ابزار مورد استفاده برای اندازه گیری متغیرها پرسش نامه می باشد. تجزیه و تحلیل داده ها بر اساس آمار توصیفی و معادلات ساختاری انجام شده است.

یافته ها: نتایج این پژوهش نشان می دهد جذابیت چهره که از طریق نسبت عرض به ارتفاع صورت اندازه گیری می شود، رابطه ای مثبت و معنی دار با رفتار ضد اجتماعی و توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد. هم چنین شواهد تایید می نمایند که رفتار ضد اجتماعی تاثیر مثبت و معنی داری بر توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد.

نتیجه گیری: رفتارهای غیر اخلاقی را می توان بر اساس ویژگی های چهره افراد تشخیص داد. با افزایش نسبت عرض به ارتفاع صورت، افراد تمایل بیشتری به انجام رفتارهای غیر اخلاقی دارند.

کلید واژگان: جذابیت چهره، رفتار ضد اجتماعی، توجیه اخلاقی و تقلب.

سرآغاز

توجیه یک رفتار غیر اخلاقی^۱ مثلاً مشارکت در تقلب های مالی^۲، با انگیزه های متفاوتی انجام و تحت تاثیر عوامل مختلفی است. روانشناسان اعتقاد دارند این موضوع ریشه در ویژگی های روانشناختی افراد دارد (۱). مطالعات در این زمینه تایید می نمایند که ویژگی های شخصیتی، برونگرایی، به طور مثبت و معناداری بر رفتار غیراخلاقی تاثیر می گذارند، در حالی که ویژگی های شخصیتی، توافق پذیری و گشودگی به تجربه، رابطه منفی و معناداری با رفتار غیراخلاقی دارند (۲). در پژوهشی دیگر نشان داده شد که خودخواهی تاثیر مثبتی بر توجیه اخلاقی^۳ دارد.

هم چنین در این پژوهش نشان داده شد که توجیه اخلاقی، به عنوان یک متغیر واسطه ای می تواند خودخواهی و تمایل به تقلب مالی را به هم مرتبط سازد (۳). پژوهشگران دریافته اند خودشیفتگی مدیران یکی از متغیرهای روانشناختی مهم و تاثیرگذار بر گزارشگری مالی متقلبان است (۴). هم چنین مطالعات نشان داده است جو اخلاقی^۴ حاکم بر سازمان می تواند منجر به تقویت کنترل های داخلی شود و وقوع تقلب در سازمان را محدود نماید (۵). عده ای دیگر از نویسندگان اعتقاد دارند عدالت و انصاف، صداقت و درستکاری، مسئولیت پذیری و رعایت اخلاق حرفه ای^۵ از جمله ارزش های اخلاقی تاثیرگذار بر بهبود کیفیت گزارشگری مالی است (۶).

نتایج در حوزه فرهنگ نیز نشان می دهد ویژگی های فرهنگی فاصله قدرت رابطه معنادار و مثبتی با گرایش افراد به جرایم مالی دارند. همچنین فردگرایی و اجتناب از عدم اطمینان رابطه معنادار و منفی با رفتارهای مالی غیراخلاقی دارند. اما سایر متغیرهای فرهنگی مانند جهت گیری بلندمدت، مردسالاری و سهل انگاری رابطه معناداری با رفتارهای مالی غیراخلاقی ندارند (۷). یکی از متغیرهایی که می تواند منجر به بروز رفتارهای غیر اخلاقی در افراد گردد و در متون اخلاق به آن کمتر پرداخته شده است، رفتار ضد اجتماعی^۶ است. رفتار ضد اجتماعی نوعی اختلال شناختی است که افراد را به دستیابی به قدرت، سلطه و طمع هدایت می نماید. این رفتار عدالت، همدلی و فضیلت^۷ را در انسان کاهش و در نهایت رفتارهای غیر اخلاقی را در او بر می انگیزاند. مطالعات در این زمینه نشان داده است رفتار ضد اجتماعی، مدیران را به رفتارهای ناکارآمد سازمانی از جمله تقلب در راستای افزایش منافع شخصی هدایت می نماید (۸). طی یک بررسی یافته ها نشان داد که رفتار ضد اجتماعی موجب ظاهر سازی و توجیه اخلاقی در افراد می شود (۹). نتایج یک بررسی نشان می دهد رفتار ضد اجتماعی بر رفتار غیر اخلاقی تأثیر مثبت و معناداری دارد (۱۰). رفتار ضد اجتماعی موجب کاهش همدلی عاطفی می شود و این موضوع باعث تقویت قضاوت های اخلاقی^۸ فایده گرایانه و توجیه اخلاقی قضاوت ها می شود (۱۱). در مطالعه ای دیگر نشان داده شد رفتار ضد اجتماعی موجب کاهش رهبری اخلاقی و در نتیجه موجب تشویق تقلب در گزارشگری مالی می شود (۱۲).

در سال های اخیر مطالعات گسترده ای درباره ارتباط میان ویژگی ها و جذابیت چهره و رفتارهای ضد اجتماعی و غیر اخلاقی انجام شده است. در این مطالعات، جذابیت چهره^۹ افراد براساس نسبت عرض به ارتفاع صورت اندازه گیری می شود. این نسبت در افراد بالغ نشان دهنده ترشح سطح هورمون تستوسترون می باشد. تستوسترون بالا باعث می شود تا استخوان های فک قوی تر و عرض صورت افزایش یابد. بنابراین، هورمون تستوسترون نقش با اهمیتی در ایجاد تفاوت های ظاهری چهره دارد. پژوهشگران بر این باور هستند که با افزایش نسبت عرض به ارتفاع صورت، رفتارهای غیراخلاقی، ضد اجتماعی، تقلب، خود محوری، حس قدرت^{۱۰} در افراد افزایش می یابد (۱۳). نتایج برخی از پژوهش ها نشان می دهند چهره افراد، عامل تعیین کننده مهمی در تشخیص صداقت در افراد است. چهره جذاب در مقایسه با چهره های معمولی، در قضاوت افراد درباره قابل اعتماد بودن^{۱۱} صاحب چهره تاثیرگذاری بیشتری دارد (۱۴).

در مطالعه ای دیگر پژوهشگران بر این نکته تاکید دارند که از روی چهره افراد می توان به ویژگی های مختلفی از جمله رفتارهای ضد اجتماعی، متقلب بودن، انگیزه پیشرفت، برون گرایی و قابل اعتماد بودن و امثالهم پی برد.

افرادی که نسبت عرض به ارتفاع صورت بزرگتری داشتند، صرف نظر از شرایط صداقت، جنسیت یا قومیت، بیشتر احتمال داشت که به طور نادرست به عنوان دروغگو و مرتکب تقلب شوند (۱۱) و (۱۵). طی پژوهشی نشان داده شد مدیران عاملی که نسبت عرض به ارتفاع صورت بالاتری دارند ریسک پذیری^{۱۲} بیشتری دارند و این ویژگی باعث می شود تا به منظور افزایش سودآوری شرکت، رفتارهای متقلبانه^{۱۳} در آن ها افزایش یابد (۱۶). نویسندگان معتقدند اگر نسبت عرض به ارتفاع صورت در اشخاص بالا باشد در آن صورت این نسبت با مجموعه ای از رفتارها مانند بی پروایی، جاه طلبی، خودمحوری، ریسک پذیری و تمایل بیشتر به حفظ جایگاه اجتماعی مرتبط است. بر این اساس، نتایج یک مطالعه بیانگر آن است که چنین رفتارهایی منجر به گزارشگری مالی متقلبانه می شود. مدیران عاملی که نسبت عرض به ارتفاع صورت در آن ها بالا است، از طریق بکارگیری رویه های حسابداری غیر محافظه کارانه، تمایل به بیش نمای سود به شیوه ای متقلبانه دارند (۱۷). هم چنین در تایید این موضوع، مطالعه دیگر نشان می دهد حضور زنان در تیم های مدیریت ارشد با کاهش موارد تقلب شرکتی^{۱۴} مرتبط است. زیرا زنان در مقایسه با مردان، نسبت عرض به ارتفاع صورت کمتری دارند (۱۸).

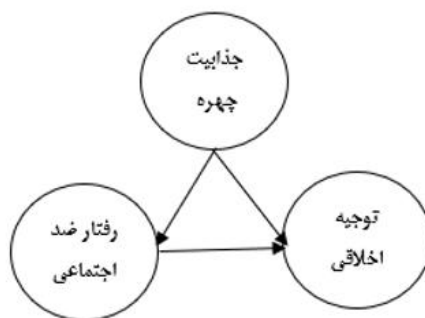
با توجه به این که موضوع تقلب در گزارشگری مالی برای قانون گذاران از جمله مقامات مالیاتی^{۱۵} و سازمان بورس اوراق بهادار از اهمیت ویژه ای برخوردار است و علی رغم انجام پژوهش های داخلی مختلف در زمینه عوامل اثرگذار بر گزارشگری مالی متقلبانه، می توان استدلال نمود شکاف های علمی و پژوهشی در این زمینه، هم چنان وجود دارد. یکی از شکاف های علمی موجود در متون حسابداری و گزارشگری مالی، موضوع جذابیت چهره افراد و نقش جذابیت در گرایش افراد به رفتارهای غیر اخلاقی از جمله تقلب های مالی است. از این رو، هدف اصلی این پژوهش آن است تا روابط میان جذابیت چهره مدیران، رفتار ضد اجتماعی و اخلاقی جلوه نمودن تقلب مالی را مورد بررسی قرار دهد. با توجه به مبانی نظری و هدف پژوهش فرضیه های پژوهش به صورت زیر تدوین می شود:

فرضیه اول: جذابیت چهره اثر مثبت و معنی داری بر رفتار ضد اجتماعی دارد.

فرضیه دوم: رفتار ضد اجتماعی اثر مثبت و معنی داری بر توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد.

فرضیه سوم: جذابیت چهره اثر مثبت و معنی داری بر توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد.

مدل پژوهش نیز به صورت نگاره شماره ۱ نوشته می شود:

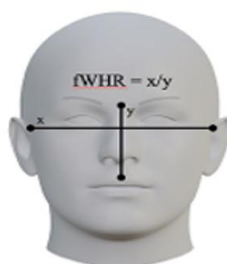


نگاره ۱: مدل مفهومی تحقیق

روش

این متغیر بر اساس پرسش نامه اندازه گیری می شود (۱۹). متغیر مستقل نیز جذابیت چهره است. این متغیر بر اساس نسبت عرض به ارتفاع صورت بر اساس عکس ۳×۴ بر اساس نرم افزار پردازش تصویر اندازه گیری می شود. این شیوه اندازه گیری در مطالعات مختلف مورد استفاده قرار گرفته است (۱۵) و (۱۶) و (۱۷). دسترسی به عکس مشارکت کنندگان در پژوهش نیز بر اساس شماره پرسنلی بر اساس آرشیو بانک کارآفرین به دست آمده است.

این پژوهش، از نظر روش توصیفی و داده ها و مبانی نظری آن بر اساس مطالعات کتابخانه ای جمع آوری شده است. جامعه آماری در مطالعه حاضر، شامل کارکنان و رؤسای شعب بانک کارآفرین می باشد. از آن جایی که حداقل حجم نمونه برای مدل یابی حاصل از معادلات ساختاری طبق نظر پژوهشگران برابر ۲۰۰ مشاهده می باشد، در این پژوهش ۲۸۸ نمونه از جامعه آماری به طور تصادفی انتخاب شده است. در این مطالعه، متغیر وابسته تمایل به توجیه اخلاقی تقلب مالی است.



نگاره ۲: نسبت عرض به ارتفاع صورت

هستند. بنابراین پایایی پرسشنامه در سطح مطلوبی قرار داشته و تایید می شوند. هم چنین میانگین واریانس استخراج شده برای متغیرهای پژوهش بیش از ۵۰ درصد است. این موضوع نیز اعتبار متغیرها را تایید می نماید.

متغیر واسطه ای نیز رفتار ضد اجتماعی است. این متغیر بر اساس پرسش نامه اندازه گیری می شود (۲۰). پایایی متغیرها به کمک سه شاخص ضریب آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و شاخص rho_A مورد بررسی قرار گرفته و در جدول شماره ۱ ارائه شده است. نتایج این جدول نشان می دهد که مقادیر این شاخص ها بیش از ۷۰ درصد جدول ۱: آماره های مربوط به اعتبار و پایایی متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده
توجیه اخلاقی تقلب	۰/۹۱۱	۰/۹۱۲	۰/۹۳۸	۰/۷۹۰
جذابیت چهره	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰
رفتار ضد اجتماعی	۰/۸۹۱	۰/۸۹۷	۰/۹۱۱	۰/۵۳۴

برای آزمون روابط میان متغیرها و پاسخ به سؤالات پژوهش از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شده است.

در جدول شماره ۲ آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش آورده شده است. نزدیک بودن میانگین و میانه متغیرهای پژوهش نشان دهنده نرمال بودن متغیرهای پژوهش می باشد.

جدول ۲: آمار توصیفی

آماره	توجیه اخلاقی تقلب	رفتار ضد اجتماعی	جذابیت چهره
میانگین	۱۰/۸۶	۱۸/۵۷	۱/۵۹۹
میانه	۱۱	۱۹	۱/۵۹۰
انحراف معیار	۴/۲۵۶	۴/۰۱۴	۰/۷۰۵
حداقل	۵	۷	۱/۴۲
حداکثر	۲۰	۳۰	۱/۹۰

در جدول شماره ۳ نتایج آزمون فرضیه های پژوهش ارائه شده است. از آن جایی که سطح معنی داری مسیرها برابر صفر و کمتر از ۵ درصد

جدول ۳: مسیرهای مستقیم مورد بررسی در مدل و معنی داری آنها

فرضیه	مسیرها	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره t	معنی داری
اول	جذابیت چهره -> رفتار ضد اجتماعی	۰/۲۱۷	۰/۰۵۴	۳/۹۸۷	۰/۰۰۰
دوم	رفتار ضد اجتماعی -> توجیه اخلاقی تقلب مالی	۰/۲۰۳	۰/۰۴۰	۵/۰۶۰	۰/۰۰۰
سوم	جذابیت چهره -> توجیه اخلاقی تقلب مالی	۰/۲۰۷	۰/۰۴۲	۴/۹۵۶	۰/۰۰۰

بحث

این پژوهش به دنبال آن بود تا روابط میان جذابیت چهره مدیران، رفتار ضد اجتماعی و توجیه اخلاقی تقلب مالی را مورد بررسی قرار دهد. نتایج این مقاله نشان داد جذابیت چهره که از طریق نسبت عرض به ارتفاع صورت اندازه گیری می شود، رابطه ای مثبت و معنی دار با رفتار ضد اجتماعی و توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد. هم چنین شواهد تایید می نمایند که رفتار ضد اجتماعی تاثیر مثبت و معنی داری بر توجیه اخلاقی تقلب مالی دارد. این نتایج با نتایج پژوهش های قبلی و مبانی نظری مطابقت دارد (۱۹)، (۱۵)، (۱۷) و (۱۱).

شواهد این مطالعه نشان داد از روی چهره افراد، می توان به صداقت، قابل اعتماد بودن، رفتارهای ضد اجتماعی، متقلب بودن و رفتارهای غیر اخلاقی افراد پی برد. افرادی که نسبت عرض به ارتفاع صورت بزرگتری دارند، بیشتر درگیر رفتارهای های ضد اجتماعی و ضد اخلاقی می شوند. دلیل این موضوع آن است که با افزایش هورمون تستوسترون در افراد، استخوان بندی صورت افراد قوی تر و مردانه تر می شود و نسبت عرض به ارتفاع صورت نیز افزایش می یابد. از طرف دیگر، افزایش سطح هورمون مذکور، ریسک پذیری در تصمیم گیری ها را در افراد افزایش می دهد و این امر منجر به اتخاذ تصمیم های مالی پر ریسک از جمله رفتارهای غیر اخلاقی و تقلب می شود (۱۶).

شواهد پژوهش حاضر تایید می نماید که معیارهای روانشناختی از جمله جذابیت چهره، جزء لاینفک رفتارهای انسان است. این مقاله نشان داد ویژگی های چهره مدیران شرکتها احتمالاً نقش مهمی در توجیه اخلاقی رفتارهای متقلبانانه دارد. از این رو، این مقاله می تواند پژوهشگران و سیاست گذاران را از نقش جذابیت چهره در انگیزش

مدیران به انجام رفتارهای غیر اخلاقی آگاه نماید. این مقاله به عنوان یک پژوهش میان رشته ای موجب وسعت یافتن سطح بینش و عمق فکری پژوهشگران خواهد شد و آن ها را به تحلیلی نو از موضوعات اخلاقی و غیر اخلاقی خواهد رساند. طبق یافته های این مقاله به حسابرسان پیشنهاد می گردد درباره قضاوت در مورد ریسک تقلب در کنار تجربه و تخصص در رسیدگی های خود به ویژگی های چهره کارکنان حسابداری و مدیران مالی نیز توجه داشته باشند.

محدودیت اصلی این پژوهش تعمیم نتایج آن به نمونه های دیگر است که باید با احتیاط صورت پذیرد. در پژوهش های آتی، پژوهشگران می توانند از نمونه های متنوع دیگری از جمله افراد با مشاغل و درآمد های مختلف، موضوع ارتباط میان ویژگی های چهره و رفتارهای غیر اخلاقی را مورد مطالعه قرار دهند.

نتیجه گیری

پژوهش های انجام شده درباره توجیه اخلاقی رفتارهای غیر اخلاقی از جمله تقلب مالی، تایید می نمایند که این موضوع ریشه در ویژگی های روانشناختی دارد. این توجیه معمولاً برای کاهش احساس گناه و عذاب وجدان برای تطبیق رفتار غیر اخلاقی با معیارهای اخلاقی است (۱) و (۲). مطالعات روانشناسی نشان می دهند چهره افراد معیاری برای تشخیص قابلیت اعتماد و صداقت افراد است. در تصدیق این مسئله، پژوهش حاضر نشان داد که اخلاقی جلوه دادن پدیده تقلب مالی را می توان از روی چهره افراد تشخیص داد. یافته ها در این مقاله اذعان دارند که افراد با نسبت عرض به ارتفاع صورت بالا، حس قدرت بالاتری در

واژه نامه

1. Unethical Behavior	رفتار غیر اخلاقی
2. Financial Fraud	تقلب مالی
3. Ethical Justification	توجیه اخلاقی
4. Ethical Climate	جو اخلاقی
5. Professional Ethics	اخلاق حرفه ای
6. Antisocial behavior	رفتار ضد اجتماعی
7. Virtue	فضیلت
8. Moral judgments	قضاوت های اخلاقی
9. Facial attractiveness	جذابیت چهره
10. Sense of power	حس قدرت
11. Trustworthiness	قابل اعتماد بودن
12. Risk-taking	ریسک پذیری
13. Fraudulent behaviors	رفتارهای متقلبانه
14. Corporate Fraud	تقلب شرکتی
15. Tax authorities	مقامات مالیاتی

مقایسه با دیگران دارند و در نتیجه ریسک پذیری در آن ها افزایش و بیشتر درگیر رفتارهای ضد اجتماعی از جمله تقلب و فریبکاری می شوند و به دنبال توجیه آن هستند.

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون: سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندانگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته اند.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله از همکاری و مساعدت تمام مشارکت کنندگان در این پژوهش، کمال تشکر و قدردانی را دارند.

References

- Ahmadi E. Creativity and untruthfulness: justification of an unethical behavior. *Developmental Psychology: Iranian Psychologists*. 2014; 41(1):31-41. (In Persian).
- Sabah W, Bremang MO. The relationship between love of money, peer influence and personality traits on unethical behavior of graduate accounting students, *International Journal of Ethics and Systems*. 2024; Advance online publication. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJOES-04-2023-0075>
- Collaku L, Ramushi A, Aliu M. Fraud intention and the relationship with selfishness: the mediating role of moral justification in the accounting profession. *International Journal of Ethics and Systems*. 2024; Advance Online Publication. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2023-0220>
- Aymar F, Garkaz M. The personality traits of followers & the willingness to comply with managers' unethical requests for fraud. *Ethics in Science and Technology*, 2020; 14 (4) :131-138 , Dor: [20.1001.1.22517634.1398.14.4.18.3](https://doi.org/10.1001.1.22517634.1398.14.4.18.3) (In Persian).
- Ghahramani B. Analyzing the relationship between internal control systems and accounting information with company success: the mediating role of organizational ethics in non-financial reporting. *Ethics in Science and Technology* 2024; 19 :84-90 (In Persian).
- Khodabandeh A, Rezaei F, Kurdestani G, Biglar K. Modeling the Ethical Behavior of Managers in Order to Increase the Quality of Financial Reporting. *Ethics in Science and Technology*, 2025; 20 (1): 14. Doi: [10.22034/ethicsjournal.20.1.106](https://doi.org/10.22034/ethicsjournal.20.1.106) Moammar M, Banimahd B, Shokri A. The Effect of National Culture on the Level of Compliance with Financial Ethics. *Int. J. Ethics Soc* 2024; 6 (3) :58-63. Doi: [10.22034/ijethics.6.3.58](https://doi.org/10.22034/ijethics.6.3.58)
- Kirrane M, Farqan A, Cloak E. Exploring a paradox: Psychopathy, Morality and Organisational Citizenship Behaviour. *Journal of Business Ethics*, 2025; 197: 873–892. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05736-6>
- Yu Y, Zhang Y. The relationship between dark personality traits and moral hypocrisy: the mediating role of moral disengagement. *Psychology Research and Behavior Management*, 2025; 18(1): 551-561. Doi: <https://doi.org/10.2147/PRBM.S484993>
- Jalalian N, Dowlat A. The relationship between social irresponsibility and deviant behavior in the workplace: the mediating role of moral anger. *Int. J. Ethics Soc*. 2025; 7 (1) :45-52 Doi: <https://doi.org/10.22034/ijethics.7.1.45>
- Takamatsu R, Takai J. With or without empathy: Primary psychopathy and difficulty in identifying feelings predict utilitarian judgment in sacrificial dilemmas. *Ethics & Behavior*. 2019; 29(1): 71-85. <https://doi.org/10.1080/10508422.2017.1367684>
- Zangiabadi M, Nasirzadeh F. Ethical leadership style and the dark personality dimensions of effective person in earnings management. *Int. J. Ethics Soc* 2020; 2 (3): 47-58. Doi: <http://dx.doi.org/10.52547/ijethics.2.3.47>
- Jia Y, Van Lent L, Zeng Y. Masculinity, testosterone, and financial misreporting. *Journal of Accounting Research*. 2014; 52(5): 1195-1246. Doi: <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12065>
- Sofer C, Dotsch R, Oikawa M, Oikawa H, Wigboldus D, Todorov A. For your local eyes only: culture-specific face typicality influences perceptions of trustworthiness. *Perception*. 2017; 46: 914-928. Doi: <https://doi.org/10.1177/0301006617691786>
- Matsumoto D, Hwang H.C. Facial width-to-height ratios and deception skill, Personality and Individual Differences. 2021; 174, 110683 <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110683>
- Kim H, Park J, Shin H. CEO facial masculinity, fraud, and ESG: Evidence from South Korea , *Emerging Markets Review*. 2022; 53, 100917 , <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2022.100917>
- Amin K, Feng C, Gue P, You H. CEO facial masculinity and accounting conservatism, *Accounting and Business Research*, 2024; 54(2): 224-254 <https://doi.org/10.1080/00014788.2022.2116384>
- Xu Y, Gupta K, Xue S. Female management representation and corporate financial fraud: do local gender norms play a role? *Journal of Business Ethics*,

- 2025; Online. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-025-05930-0>
18. Oboh CS. Emotional intelligence and fraud tendency: a survey of future accountants in Nigeria. [European Journal of Management Studies](#), 2023; 28(1):3-22. <https://doi.org/10.1108/EJMS-05-2022-0038>
19. Moshagen M, Hilbig B, Zettler I. The dark core of personality. *Psychological Review*. 2018; 125(5): 656. Doi: <https://doi.org/10.1037/rev0000111>

