

Scientific mapping and intelligent structuring of ethics-based organizational culture studies with a scientometric approach

Alireza Ahmadi

Department of Public Administration, Qa.C.,
Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Toraj Mojibi *

Department of Management, Fi.C., Islamic Azad
University, Firoozkooh, Iran.

Seyed Mehdi Alvani

Department of Public Administration, Faculty of
Management and Accounting, Allameh Tabataba'i
University, Tehran, Iran.

Abstract

Studies on ethical organizational culture have been a focal point of discourse for researchers in public administration, governance, and organizational behavior over the past two decades. However, there is a perceived lack of comprehensive research that systematically and intelligently reveals the intellectual structure, thematic evolution, and emerging trends in this field. The present study was conducted with the aim of scientific mapping and intelligent structuring of studies in the field of ethical organizational culture, utilizing a scientometric approach. In terms of its purpose, the research is applied, and methodologically, it is a scientometric study based on a systematic literature review. The statistical population comprised internationally indexed articles, and the sample included 311 articles indexed in Scopus from 2000 to 2026. For data analysis, VOSviewer and Biblioshiny software were utilised, along with techniques for keyword co-occurrence analysis, thematic mapping, and bibliometric analysis. The findings indicate that the trend of scientific output in this field has grown exponentially, with a peak in publications recorded in 2025. The United States, the United Kingdom, and Spain have held the largest shares in the production of knowledge in this area. The co-word network analysis revealed four main clusters: 1-Ethical culture centred on ethical leadership and organisational justice, 2-Public sector and corruption with an emphasis on accountability and transparency, 3-Ethical decision-making and unethical behaviour, and 4-Business ethics and social responsibility. The thematic map revealed that Artificial Intelligence and ethical infrastructure, as driving themes, outline the future research frontiers. The results indicate that this field has moved away from a sole focus on normative discussions towards interdisciplinary studies in the realms of digital governance and sustainability.

Keywords: Ethical organisational culture, Scientometrics, Co-occurrence analysis, intelligent structuring, Science mapping

How to Cite: Ahmadi,A , Mojibi,T and Alvani,S M . (2026). Scientific mapping and intelligent structuring of ethics-based organizational culture studies with a scientometric approach. Journal of Intelligent Strategic Management .5(3), 433-464.
doi: 10.87453/bumara.2026.373601.0103



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author: torajmojibi@iau.ac.ir

نگاشت علمی و ساختاردهی هوشمند مطالعات فرهنگ سازمانی اخلاق مدار با رویکرد علم سنجی

علیرضا احمدی

گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

تورج مجیبی *

گروه مدیریت دولتی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران.

سید مهدی الوانی

گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چکیده

مطالعات فرهنگ سازمانی اخلاق مدار در دو دهه اخیر کانون گفتمان محققان حوزه مدیریت دولتی، حکمرانی و رفتار سازمانی بوده است، با این حال فقدان مطالعه جامعی که ساختار فکری، روندهای تحول موضوعی و جریانهای نوظهور این حوزه را آشکار سازد، احساس می شود. پژوهش حاضر با هدف نگاشت علمی و ساختاردهی هوشمند مطالعات حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار با رویکرد علم سنجی انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث روش، یک مطالعه علم سنجی مبتنی بر مرور نظام مند ادبیات است. جامعه آماری مقالات نمایه شده بین المللی بوده و نمونه مورد مطالعه شامل ۳۱۱ مقاله نمایه شده در پایگاه اسکوپوس در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۶ است. برای تحلیل داده ها از نرم افزارهای ویوس و یور و بیبلوشاینی و تکنیک های تحلیل هم رخدادی کلیدواژه ها، نقشه موضوعی و تحلیل استنادی استفاده شد. یافته ها نشان می دهد روند تولیدات علمی این حوزه رشد تصاعدی داشته و اوج انتشارات در سال ۲۰۲۵ ثبت شده است. ایالات متحده، انگلستان و اسپانیا بیشترین سهم را در تولید دانش این حوزه داشته اند. تحلیل شبکه هم واژگانی چهار خوشه اصلی را آشکار ساخت: ۱- فرهنگ اخلاقی با محوریت رهبری اخلاقی و عدالت سازمانی، ۲- بخش عمومی و فساد با تأکید بر پاسخگویی و شفافیت، ۳- تصمیم گیری اخلاقی و رفتار غیر اخلاقی و ۴- اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی. نقشه مضامین نشان داد که هوش مصنوعی و زیرساخت اخلاقی به عنوان مضامین پیشران، جبهه های پژوهشی آینده را ترسیم می کنند. نتایج نشان می دهد این حوزه از تمرکز صرف بر مباحث هنجاری فاصله گرفته و به سمت مطالعات میان رشته ای در قلمروهای حکمرانی دیجیتال و پایداری حرکت کرده است.

کلیدواژه ها: فرهنگ سازمانی اخلاق مدار، علم سنجی، تحلیل هم واژگانی، ساختاردهی هوشمند، نگاشت علمی

استناد به این مقاله: احمدی، علیرضا و مجیبی، تورج و الوانی، سید مهدی. (۱۴۰۵). نگاشت علمی و ساختاردهی هوشمند مطالعات فرهنگ سازمانی اخلاق مدار با رویکرد علم سنجی. مدیریت استراتژیک هوشمند، ۵(۳)، ۴۶۴-۴۳۳.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین المللی کپی رایت کامنز با شرایط انتساب- غیرتجاری ۴.۰ منتشر می شود.

© نویسندگان

* نویسنده مسئول: torajmojibi@iau.ac.ir

مقدمه

در عصر کنونی که پیچیدگی‌های فزاینده محیطی، فشارهای اخلاقی چندلایه و انتظارات اجتماعی روزافزون، نظام‌های دولتی را با چالش‌های بی‌سابقه‌ای مواجه ساخته است، دیگر کارایی صرفاً فنی یا ساختارهای بوروکراتیک سنتی پاسخگوی نیازهای حکمرانی نیست (شی و لیو، ۲۰۲۶). مطالعات نوین مدیریت عمومی آشکار می‌سازد که فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار با تأکید بر اصول بنیادینی چون عدالت، صداقت، مسئولیت‌پذیری و شفافیت به یکی از مؤلفه‌های راهبردی و تفکیک‌ناپذیر نظام‌های حکمرانی اثربخش تبدیل شده است (سهانویچ و همکاران، ۲۰۲۶). نیروی پنهان اما تعیین‌کننده فرهنگ، مسیر رفتارها، تصمیم‌گیری‌ها و کارکردهای کارکنان را رقم زده و مجموعه‌ای از الگوهای رفتاری و باورهای مشترک را میان آنان ایجاد می‌نماید (اردستانی رستمی و همکاران، ۱۴۰۳؛ بوفونو و همکاران، ۲۰۲۴). در بستر سازمان‌های دولتی که مستقیماً با حقوق شهروندی، اعتماد عمومی و عدالت اجتماعی سروکار دارند، غیبت یا ضعف عناصر اخلاقی در ساختار فرهنگی می‌تواند به بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه، فساد اداری سیستماتیک، تصمیم‌گیری‌های غیراصولی و در نهایت کاهش سرمایه اجتماعی منجر شود (خلیل زاده و اردکانی، ۱۴۰۲؛ روس و آرنولد، ۲۰۲۶). در سازمان‌های دولتی، فشار فزاینده‌ای برای پاسخگویی، شفافیت و پایبندی به استانداردهای اخلاقی وجود دارد و درک عمیق از عواملی که رفتار اخلاقی را شکل می‌دهند، یک ضرورت انکارناپذیر است. تحقیقات اخیر در زمینه تصمیم‌گیری اخلاقی بر اهمیت اخلاق سازمانی در برآورده کردن انتظارات ذینفعان و ترویج شیوه‌های کسب‌وکار پایدار تأکید دارند. با این وجود، شیوع رفتار غیراخلاقی در سازمان‌ها همچنان یک چالش مهم با پیامدهای منفی است (سهانویچ و همکاران، ۲۰۲۶).

فرهنگ سازمانی مبتنی بر اخلاق تأثیرگذارترین و پایدارترین عامل هدایت رفتارهای اخلاقی کارکنان و مدیران است (روی و همکاران، ۲۰۲۴). فرهنگ اخلاقی، ریشه در فرضیات بنیادین، ارزش‌های مشترک و هنجارهای نهادینه شده دارد و چارچوبی پایدار برای تصمیم‌گیری اخلاقی است. تحقیقات اخیر نشان داده است که فرهنگ اخلاقی قوی

¹ Shi & Liu² Sehanovich et al.³ Bufono et al.⁴ Ross and Arnold⁵ Sehanovitch et al⁶ Roy et al.

نه تنها از تخلفات اداری و فساد سیستماتیک جلوگیری می‌کند، بلکه مستقیماً با رفاه کارکنان رابطه دارد است (کاپتین، ۲۰۲۳؛ سهانوویچ و همکاران، ۲۰۲۶). برعکس، یک فرهنگ ضعیف می‌تواند به فرسودگی شغلی، کاهش سرمایه اجتماعی و در نهایت تضعیف مشروعیت نهادهای دولتی منجر شود.

در دو دهه گذشته، مفهوم «فرهنگ سازمانی اخلاق مدار» از یک ایده حاشیه‌ای در حوزه اخلاق کسب‌وکار به یکی از دغدغه‌های اصلی نظریه‌پردازان مدیریت عمومی، حکمرانی و رفتار سازمانی تبدیل شده است (بیان و وانگ، ۲۰۲۵؛ روی و همکاران، ۲۰۲۴). افزایش بی‌سابقه انتظارات عمومی از نهادهای دولتی، بحران‌های مکرر فساد بوروکراتیک، کاهش سرمایه اجتماعی و ضرورت پاسخگویی و شفافیت، پژوهشگران را بر آن داشته است تا نقش ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی را نه به عنوان یک ویرین سازمانی، بلکه به عنوان زیرساخت مشروعیت و اثربخشی سازمان‌های بخش دولتی بازتعریف کنند (موساگولوا و همکاران، ۲۰۲۵؛ شفافیت بین‌الملل، ۲۰۲۵). در این زمینه، فرهنگ سازمانی اخلاق مدار بستری برای نهادینه کردن رفتارهای مسئولانه، احیای اعتماد عمومی و بهبود عملکرد سازمانی شناخته می‌شود (خرایم، ۲۰۲۶؛ کاپتین، ۲۰۲۳). اگرچه در متون نظری، اخلاق و فرهنگ سازمانی ریشه‌های مفهومی متمایزی دارند (ولاسکز و همکاران، ۲۰۲۱؛ شاین، ۲۰۱۰)، اما در عمل، پیوندی جدایی‌ناپذیر بین این دو وجود دارد. از یک سو، اخلاق مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اصول و معیارهای قضاوت در مورد درست و نادرست است که چارچوبی برای تصمیم‌گیری مسئولانه فراهم می‌کند (مورهد و گریفین، ۲۰۲۱) و به عنوان مجموعه‌ای از دانش در مورد فضایل و رذایل انسانی، با هدف راهنمایی به سوی رفتار مطلوب، در نظر گرفته می‌شود. از سوی دیگر، فرهنگ سازمانی، به عنوان شخصیت سازمان، از فرضیات، باورها و الگوهای رفتاری مشترک و زیربنایی تشکیل شده است که نحوه ادراک و رفتار اعضای سازمان را شکل می‌دهد (گارننگو و بتو، ۲۰۲۴). در تقاطع این دو مفهوم، «فرهنگ سازمانی اخلاق مدار» مفهومی است که تروینو و همکاران^۷ (۱۹۹۸) آن را مجموعه‌ای از شرایط، ارزش‌ها و انتظارات سازمانی می‌دانند که رفتارهای اخلاقی را تشویق کرده و رفتارهای غیراخلاقی را محدود می‌کند. در چنین فرهنگی،

^۱ Bian & Wang

^۲ Mussagulova et al

^۳ Velasquez et al

^۴ Schein

^۵ Moorhead & Griffin

^۶ Garengo & Betto, 2024

^۷ Treviño et al

صداقت، انصاف، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری به هنجارهای غالب تبدیل می‌شوند (روی و همکاران، ۲۰۲۴).

مرور ادبیات نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی، عدالت سازمانی، شفافیت، پاسخگویی، اعتماد سازمانی و فشارهای نهادی از مهم‌ترین پیشایندهای شکل‌دهنده فرهنگ اخلاقی هستند (خریم، ۲۰۲۶؛ کابانا و کاپتین، ۲۰۲۴). در سطح پیامدها نیز، شواهد تجربی حاکی از آن است که استقرار فرهنگ اخلاق‌مدار در سطوح فردی (افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی، کاهش رفتارهای انحرافی)، سازمانی (بهبود عملکرد، نوآوری، کاهش فساد اداری) و اجتماعی (ارتقای اعتماد عمومی، مشروعیت نهادی، سرمایه اجتماعی) آثار مثبت و معناداری به دنبال دارد (اختر و همکاران، ۲۰۲۳؛ شی و لیو، ۲۰۲۶). در این بین، پژوهش‌های داخلی (معتد و همکاران، ۱۴۰۴؛ محمدی و صیدمحمدی، ۱۴۰۴؛ جلالی، ۱۴۰۲) عمدتاً بر نقش رهبری اخلاقی، شفافیت ساختاری، عدالت سازمانی و آموزش‌های اخلاقی به‌عنوان پیشران‌های کلیدی تأکید داشته‌اند و یکپارچگی تبیین نگاشت علمی برای مطالعات حوزه فرهنگ اخلاق‌مداری دیده نمی‌شود. با وجود انباشت مطالعات، بررسی عمیق‌تر ادبیات نشان می‌دهد که پژوهش‌های موجود عمدتاً دچار چند محدودیت اساسی است. اولاً، بخش قابل توجهی از مطالعات به بررسی روابط خطی میان متغیرها محدود شده و کمتر پژوهشی به دنبال ترسیم شبکه‌های معنایی و ساختار فکری حاکم بر این حوزه است. ثانیاً، علی‌رغم رشد فزاینده تولیدات علمی در این حوزه (به‌ویژه از سال ۲۰۲۰ به بعد)، هیچ مطالعه علم‌سنجی جامعی که بتواند روندهای تحول موضوعی، جریان‌های فکری، کشورها و مجلات پیشرو و نیز نقاط داغ پژوهشی را به‌صورت کمی و بصری آشکار سازد، وجود ندارد. ثالثاً، اغلب پژوهش‌های پیشین بر سطح سازمانی یا فردی متمرکز بوده و پیوندهای میان‌رشته‌ای این مفهوم با حوزه‌های حکمرانی دیجیتال، هوش مصنوعی، پایداری و گزارشگری تخلف کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این شکاف‌های نظری و روش‌شناختی، ضرورت انجام پژوهشی را ایجاب می‌کند که بتواند با تلفیق دو رویکرد علم‌سنجی و مرور نظام‌مند، تصویری کلان، قابل اعتماد و به‌روز از ساختار، پویایی و مسیرهای آینده این حوزه ارائه دهد. بر این اساس، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از تحلیل‌های علم‌سنجی شامل تحلیل هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها، نقشه موضوعی، تحلیل استنادی و نقشه سه‌میدانی و با استفاده از پایگاه معتبر اسکوپوس، در پی پاسخگویی به پرسش‌های است که: روند زمانی و ساختار تولید علم در حوزه فرهنگ سازمانی

اخلاق‌مدار چگونه است؟ شبکه مفهومی و ساختار فکری این حوزه بر اساس تحلیل هم‌واژگانی از چه خوشه‌های موضوعی تشکیل شده و هر یک از این خوشه‌ها دارای چه مرکزیت و تراکمی هستند؟ مضامین پایه، پیشران، تخصصی و نوظهور در مطالعات فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار کدامند و هر یک در نقشه راهبردی موضوعی چه جایگاهی دارند؟ جریان‌های نوپدید پژوهشی تا چه حدی در شبکه دانشی فرهنگ اخلاق‌مدار نفوذ کرده‌اند؟ پاسخ به این پرسش‌ها، افزون بر ترسیم «اطلس دانش» فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار، می‌تواند نقشه‌راهی برای پژوهشگران، سیاست‌گذاران و مدیران دولتی باشد تا ضمن آگاهی از وضعیت موجود، شکاف‌های پژوهشی را شناسایی کرده و گام‌های مؤثری در جهت نهادینه‌سازی اخلاق در نظام اداری بردارند. بدین‌سان، مقاله حاضر در گام نخست به تبیین مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌پردازد، سپس روش‌شناسی علم‌سنجی را تشریح می‌کند، در ادامه یافته‌های حاصل از تحلیل‌های کمی و شبکه‌ای را به تفصیل ارائه می‌دهد و با بحث و نتیجه‌گیری، ضمن پاسخ به پرسش‌های پژوهش، پیشنهاد‌های سیاستی و پژوهشی را مطرح می‌سازد.

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در دو دهه اخیر یکی از کانون‌های اصلی گفتمان در مدیریت دولتی، حکمرانی و رفتار سازمانی است (بیان و وانگ، ۲۰۲۵)؛ موساگولوا و همکاران، ۲۰۲۵). فرهنگ اخلاق‌مدار به مثابه زیرساختی نهادی برای درونی‌سازی رفتارهای مسئولانه، بازتولید سرمایه اجتماعی و ارتقای اثربخشی سازمانی شناخته می‌شود (خرایم، ۲۰۲۶). برای فهم این سازه، تبیین دو مقوله اخلاق و فرهنگ سازمانی ضروری است. اخلاق عبارت است از نظامی از ارزش‌ها، اصول و معیارهایی که قضاوت درباره درستی یا نادرستی کنش‌های انسانی را ممکن می‌سازد (ولاسکز و همکاران، ۲۰۲۱). از منظر مطالعات مدیریتی، اخلاق چارچوبی هنجاری برای تصمیم‌گیری مسئولانه و پاسخگو فراهم می‌آورد و کنشگران را نسبت به پیامدهای اقدامات خود در برابر گروه‌های ذی‌نفع آگاه می‌سازد (مورهد و گریفین، ۲۰۲۱). اخلاق دانشی ناظر بر فضایل و رذایل انسانی قلمداد می‌شود که هدف غایی آن هدایت فرد به سوی کنش‌های مطلوب و مسئولانه است. در مقابل، فرهنگ سازمانی به مجموعه عمیق و تا حدی ناآگاهانه‌ای از ارزش‌ها، باورها، مفروضات بنیادین و الگوهای رفتاری مشترک اطلاق می‌شود که چگونگی ادراک، تفکر و عمل اعضای سازمان را شکل می‌دهد (گارنگو و بتو، ۲۰۲۴). این مفهوم از طریق

سازوکارهای جامعه‌پذیری، روایت‌های نهادی، نمادهای مشترک و رویه‌های مدیریتی به اعضا منتقل می‌گردد (بوفونو و همکاران، ۲۰۲۴). نظریه‌پردازانی چون شاین، هافستد^۱ و دنیسون^۲ استدلال کرده‌اند که فرهنگ سازمانی رفتار کارکنان را هدایت کرده و بنیان شکل‌گیری نگرش‌ها، تصمیمات و روابط درون‌سازمانی است (روس و آرنولد، ۲۰۲۶). در امتداد این مبانی، مفهوم فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار شاخه‌ای از ادبیات فرهنگ سازمانی است و تروینو و همکاران (۱۹۹۸) این سازه را متشکل از آن دسته از شرایط، ارزش‌ها و انتظارات سازمانی تعریف می‌کند که رفتارهای اخلاقی را تشویق و رفتارهای غیراخلاقی را باز می‌دارند. از دیدگاه روی و همکاران (۲۰۲۴)، فرهنگ اخلاق‌مدار نظامی از ارزش‌ها و باورهای اشتراکی است که جهت‌گیری اخلاقی اعضای سازمان را تعیین می‌کند. در بستر چنین فرهنگی، صداقت، عدالت رویه‌ای و توزیعی، پاسخگویی، احترام به حقوق ذی‌نفعان و مسئولیت‌پذیری به هنجارهای مسلط و غیرقابل انعطاف سازمان بدل می‌شوند.

اگرچه اخلاق و فرهنگ سازمانی از مبانی نظری نسبتاً متمایزی برخوردارند، اما در عرصه عمل پیوندی دیالکتیکی و ناگسستگی میان آن دو برقرار است. فرهنگ سازمانی بستر اجتماعی و ساختاری لازم برای نهادینه شدن ارزش‌های اخلاقی را پدید می‌آورد و در مقابل، اخلاق جهت‌گیری ارزشی و محتوای هنجاری فرهنگ را تعیین می‌نماید (بوفونو و همکاران، ۲۰۲۴). به عبارت دقیق‌تر، پژوهشگران معتقدند فرهنگ سازمانی می‌تواند به عنوان تسهیل‌گر یا بازدارنده رفتارهای اخلاقی عمل کند؛ به نحوی که ارزش‌های حاکم بر سازمان، سبک تصمیم‌گیری مدیران، شیوه پاسخگویی کارکنان و کیفیت تعامل با ذی‌نفعان همگی تحت تأثیر ویژگی‌های فرهنگی قرار می‌گیرند (کابانا و کاپیتان، ۲۰۲۴). مطالعات تروینو و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد سازمان‌هایی که از رهبری اخلاقی، ارزش‌های شفاف و نظام‌های پاداش مبتنی بر معیارهای اخلاقی برخوردارند، سطوح پایین‌تری از رفتارهای غیراخلاقی و تخلفات سازمانی را تجربه می‌کنند. ادبیات نظری این حوزه، شکل‌گیری فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار را تابع تعاملی پیچیده از پیشایندهای فردی، مدیریتی، سازمانی و نهادی می‌داند. رهبری اخلاقی، عدالت سازمانی، پاسخگویی عمودی و افقی، شفافیت اطلاعاتی، حمایت مدیریتی، نظارت مؤثر، اعتماد سازمانی و فشارهای هم‌روند نهادی از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که بر توسعه این فرهنگ اثر

¹ Hofstede

² Denison

می‌گذارند (خرایم، ۲۰۲۶). رهبران اخلاقی از طریق ایفای نقش الگویی، انتقال صریح ارزش‌های اخلاقی و تقویت رفتارهای مسئولانه، سهم تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری هنجارهای اخلاقی دارند. افزون بر این، عدالت سازمانی و سازوکارهای پاسخگویی با تقویت ادراک کارکنان از مشروعیت و انصاف حاکم بر سازمان، زمینه را برای پذیرش درونی ارزش‌های اخلاقی فراهم می‌آورند (گارنگو و بتو، ۲۰۲۴). بر پایه آنچه گفته شد، فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار را می‌توان سازه‌ای چندبعدی و بین‌رشته‌ای دانست که از تعامل پویای عوامل ارزشی، مدیریتی، ساختاری و نهادی شکل می‌گیرد. این سازه از طریق تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، قضاوت‌های اخلاقی و الگوهای رفتاری کارکنان، پیامدهای عمیق و دامنه‌داری برای افراد، سازمان‌ها و جامعه در پی دارد.

پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی:

مرور ادبیات نشان می‌دهد که مفهوم فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در دهه‌های اخیر به یکی از حوزه‌های مهم پژوهش در مدیریت دولتی، رفتار سازمانی و مطالعات حکمرانی تبدیل شده است. گسترش چالش‌هایی نظیر فساد اداری، کاهش اعتماد عمومی، پیچیدگی‌های تصمیم‌گیری در بخش عمومی و افزایش مطالبات شهروندان برای پاسخگویی و شفافیت، موجب شده است که پژوهشگران به بررسی عوامل شکل‌دهنده و پیامدهای فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها توجه ویژه‌ای نشان دهند. بررسی مطالعات انجام‌شده بیانگر آن است که پژوهش‌ها عمدتاً در دو مسیر اصلی توسعه یافته‌اند: نخست، شناسایی پیشایندهای مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ اخلاقی و دوم، تبیین پیامدهای فردی، سازمانی و اجتماعی ناشی از استقرار این فرهنگ.

در حوزه مطالعات داخلی، پژوهش‌ها عمدتاً بر شناسایی سازوکارهای نهادی و مدیریتی مؤثر بر توسعه فرهنگ اخلاقی متمرکز بوده‌اند. معتمد و همکاران (۱۴۰۴) با بهره‌گیری از روش فراترکیب، چارچوبی برای فرهنگ اخلاقی در سازمان‌های عمومی ارائه کردند و نشان دادند که رهبری اخلاقی، شفافیت ساختاری و ارزش‌های اجتماعی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده این فرهنگ هستند. در همین راستا، محمدی و صیدمحمدی (۱۴۰۴) در بررسی سازمان تأمین اجتماعی، شفافیت اطلاعاتی، عدالت سازمانی، آموزش‌های اخلاقی و توانمندسازی کارکنان را از پیشران‌های کلیدی استقرار شفافیت سازمانی اخلاق‌مدار معرفی نمودند. همچنین جلالی و همکاران (۱۴۰۲) در سازمان‌های نظامی نشان دادند که فرهنگ اخلاقی نقش میانجی مؤثری در رابطه میان رهبری اخلاقی و توانمندسازی

کارکنان ایفا می‌کند. نتایج مطالعات بیک‌زاد و رزمجو (۱۴۰۴) و فتحعلی‌زاده و همکاران (۱۴۰۴) نیز مؤید آن است که فرهنگ اخلاق‌مدار می‌تواند به‌عنوان سازوکاری واسطه‌ای، آثار مثبت شایستگی‌های اخلاقی، مدیریت ارزش‌محور و خودکارآمدی را بر آمادگی برای تغییر و عملکرد مسئولانه تقویت کند. به‌طور کلی، پژوهش‌های داخلی بر نقش متغیرهای مدیریتی، آموزشی و ارزشی در شکل‌گیری فرهنگ اخلاقی تأکید داشته‌اند.

در سطح بین‌المللی، مطالعات از منظرهای متنوع‌تری به این موضوع پرداخته‌اند. روی و همکاران (۲۰۲۴) با فراترکیب ۸۹ پژوهش علمی نشان دادند که ارزش‌های مشترک، هنجارهای اخلاقی، باورهای سازمانی و رهبری اخلاقی، هسته اصلی فرهنگ اخلاقی را تشکیل می‌دهند و پیامدهایی همچون افزایش تعهد سازمانی، ارتقای نوآوری و کاهش رفتارهای غیراخلاقی را به دنبال دارند. کابانا و کاپتن (۲۰۲۴) نیز با تمرکز بر سطح تیمی، دریافتند که اثربخشی برنامه‌های اخلاقی سازمانی تا حد زیادی به میزان نهادینه‌شدن فرهنگ اخلاقی در گروه‌های کاری وابسته است. یافته‌های آنان نشان داد که وضوح معیارهای اخلاقی، الگو بودن رهبران و فراهم بودن شرایط انجام رفتارهای اخلاقی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتارهای اخلاقی کارکنان دارد.

مطالعات انجام‌شده در بخش عمومی نیز اهمیت زمینه‌های سازمانی و نهادی را برجسته ساخته‌اند. بیان و وانگ (۲۰۲۵) در پژوهشی در سازمان‌های دولتی چین نشان دادند که فرهنگ سازمانی حمایت‌کننده، نگرش‌های مثبت کارکنان و حمایت ادراک‌شده سازمانی تأثیر مستقیمی بر نیت رفتار اخلاقی دارند. موساگولوا و همکاران (۲۰۲۵) نیز با مطالعه تطبیقی سازمان‌های دولتی موفق در استرالیا و نیوزیلند، چارچوبی چندبعدی برای توسعه فرهنگ درستکاری ارائه کردند که شامل مقررات رسمی، آموزش‌های اخلاقی، استخدام مبتنی بر ارزش‌ها، رهبری اخلاقی و روابط غیررسمی مبتنی بر اعتماد بود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که شکل‌گیری فرهنگ اخلاقی در بخش عمومی مستلزم تعامل هم‌زمان سازوکارهای رسمی و غیررسمی سازمانی است.

در بخش دیگری از ادبیات، پژوهشگران به تبیین مبانی نظری و فلسفی فرهنگ اخلاقی پرداخته‌اند. هرستهاوس و همکاران (۲۰۲۳) با تأکید بر رویکرد فضیلت‌گرایی، استدلال کردند که فضایل فردی نظیر صداقت، عدالت، شجاعت و مسئولیت‌پذیری، زیربنای شکل‌گیری رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها را تشکیل می‌دهد. همچنین اودی‌تی و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که تلفیق رویکردهای وظیفه‌گرایانه و نتیجه‌گرایانه در

مدیریت دولتی می‌تواند به ارتقای پاسخگویی، بهبود کیفیت خدمات عمومی و افزایش مشروعیت سازمانی منجر شود. این دسته از مطالعات بیانگر آن است که فرهنگ اخلاقی صرفاً یک پدیده مدیریتی نیست، بلکه ریشه در مبانی فلسفی و ارزشی دارد که بر رفتارهای فردی و جمعی اثرگذار هستند.

پژوهش‌های جدیدتر، دامنه مطالعات فرهنگ اخلاقی را به حوزه‌های نوظهوری همچون پایداری، عملکرد زیست‌محیطی و مدل‌های چندسطحی گسترش داده‌اند. شی و لیو (۲۰۲۶) نشان دادند که فرهنگ اخلاقی از طریق تقویت نوآوری سبز و کاهش هزینه‌های نمایندگی، عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی سازمان‌ها را بهبود می‌بخشد. روس و آرنولد (۲۰۲۶) نیز با مرور نظام‌مند ۱۵۵ مطالعه، مدلی چندسطحی از فرهنگ اخلاقی ارائه کردند که بر تعامل عوامل فردی، گروهی، سازمانی و نهادی در شکل‌گیری این فرهنگ تأکید دارد. نتایج پژوهش تاجودین و همکاران (۲۰۲۶) نیز نشان داد که فرهنگ اخلاقی سازوکار اصلی انتقال اثر رهبری اخلاقی به تعهد سازمانی است و اعتماد کارکنان می‌تواند این رابطه را تقویت کند. همچنین سهانویچ و همکاران (۲۰۲۶) ارتباط مثبت فرهنگ اخلاقی با رضایت شغلی و کاهش قصد ترک خدمت را تأیید کردند و خرایم (۲۰۲۶) نقش تعدیل‌گر فرهنگ اخلاقی را در رابطه میان عدالت سازمانی و رفتارهای کارکنان مورد تأیید قرار داد.

مجموع یافته‌های پژوهش‌های داخلی و خارجی بیانگر آن است که رهبری اخلاقی، عدالت سازمانی، شفافیت، پاسخگویی، اعتماد، آموزش اخلاقی و فشارهای نهادی از مهم‌ترین پیشایندهای فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار محسوب می‌شوند. همچنین پیامدهای این فرهنگ در سطوح مختلف فردی، سازمانی و اجتماعی شامل افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی، رفتار شهروندی، نوآوری، اثربخشی سازمانی، کاهش فساد، افزایش اعتماد عمومی و تقویت مشروعیت نهادی گزارش شده است. با وجود این، بخش قابل توجهی از مطالعات موجود بر بررسی روابط محدود میان چند متغیر متمرکز بوده‌اند و کمتر پژوهشی کوشیده است با رویکردی جامع و مبتنی بر تحلیل علم‌سنجی و مرور نظام‌مند ادبیات، تصویری یکپارچه از پیشایندها و پیامدهای فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در نظام دولتی ارائه دهد. این خلأ پژوهشی ضرورت انجام پژوهش حاضر را آشکار می‌سازد؛ پژوهشی که تلاش دارد با تلفیق دو رویکرد علم‌سنجی و مرور نظام‌مند، چارچوبی جامع برای تبیین

عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و پیامدهای فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در نظام دولتی ارائه کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، یک مطالعه علم‌سنجی^۱ مبتنی بر مرور ادبیات نظری است که با هدف ترسیم ساختار مفهومی، شناسایی جریان‌های فکری، تحلیل روندهای تحول موضوعی و تبیین شبکه‌های علمی حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار انجام شده است. علم‌سنجی یکی از رویکردهای نوین تحلیل دانش محسوب می‌شود که با بهره‌گیری از شاخص‌های کمی و ابزارهای تحلیل شبکه، امکان مطالعه ساختار، پویایی و تکامل حوزه‌های علمی را فراهم می‌سازد (چن و سونگ، ۲۰۱۹). این رویکرد با استخراج و تحلیل فراداده‌های پژوهشی، الگوهای پنهان تولید دانش، بازیگران علمی اثرگذار، روابط میان مفاهیم و مسیرهای تحول پژوهش را آشکار می‌کند (لی و همکاران، ۲۰۲۵). جامعه مورد مطالعه پژوهش شامل تمامی مقالات علمی نمایه‌شده در پایگاه داده اسکوپوس^۲ در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار است. پایگاه اسکوپوس به دلیل پوشش گسترده مجلات معتبر بین‌المللی، کیفیت بالای نمایه‌سازی، غنای فراداده‌های استنادی و قابلیت استخراج شاخص‌های کتاب‌سنجی، یکی از معتبرترین و پرکاربردترین منابع برای انجام مطالعات علم‌سنجی و تحلیل‌های کتاب‌سنجی است (ورما و کومار، ۲۰۲۵). فرایند بازیابی داده‌ها در اردیبهشت ۱۴۰۵ انجام شد و بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۶ را دربر گرفت. به منظور دستیابی به جامعیت مفهومی، راهبرد جستجو بر اساس کلیدواژه اصلی فرهنگ اخلاق‌مدار^۳ و مجموعه‌ای از واژگان مرتبط با اخلاق سازمانی، رهبری اخلاقی، فرهنگ سازمانی، اخلاق کسب‌وکار، رفتار اخلاقی طراحی شد. جستجو در فیله‌های «عنوان، چکیده و کلیدواژه‌ها»^۴ انجام گرفت و تنها مقالات پژوهشی منتشرشده در مجلات علمی و به زبان انگلیسی در دامنه تحلیل قرار گرفتند. پس از پالایش داده‌ها و حذف اسناد نامرتبط، تعداد ۳۱۱ مقاله واجد شرایط برای تحلیل نهایی انتخاب شد. فرایند تحلیل داده‌ها در چند مرحله متوالی انجام گرفت. در مرحله نخست، تحلیل عملکرد علمی^۵ به منظور بررسی روند رشد تولیدات علمی، توزیع زمانی انتشارات، حوزه‌های موضوعی، کشورهای پیشرو، نویسندگان اثرگذار، مؤسسات فعال و منابع انتشار صورت گرفت. این

^۱ Scientometric Study

^۲ Scopus

^۳ Ethical Culture

^۴ TITLE-ABS-KEY

^۵ Performance Analysis

بخش تصویری کلان از وضعیت تولید دانش در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار ارائه داده است. در مرحله دوم، تحلیل ساختار علمی^۱ با استفاده از تکنیک‌های شبکه‌ای انجام شد. برای این منظور از تحلیل هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها^۲ به منظور شناسایی ساختار مفهومی و روابط میان مضامین پژوهشی استفاده گردید. این روش با بررسی الگوی هم‌ظهوری واژگان در مقالات، خوشه‌های دانشی و حوزه‌های موضوعی غالب را آشکار می‌سازد. همچنین نقشه موضوعی^۳ برای شناسایی مضامین پایه، پیشرانها، مضامین تخصصی و مضامین نوظهور یا افول‌کننده ترسیم شد. افزون بر این، تحلیل سه‌میدانی^۴ به منظور بررسی ارتباط میان کشورها، کلیدواژه‌ها و منابع انتشار یافته مورد استفاده قرار گرفت که امکان شناسایی جریان‌های اصلی تولید دانش و مسیرهای انتشار علمی را فراهم می‌کند. در تحلیل شبکه‌های علمی، معیارهای مرکزیت^۵ و تراکم^۶ برای ارزیابی جایگاه و میزان بلوغ خوشه‌های موضوعی به کار گرفته شد. مرکزیت بیانگر میزان اهمیت و ارتباط یک خوشه با سایر بخش‌های شبکه دانش است و تراکم نشان‌دهنده انسجام و توسعه درونی خوشه‌ها است. ترکیب این دو شاخص تفسیر وضعیت تکاملی حوزه‌های مختلف پژوهشی را نشان می‌دهد. به منظور پردازش و تحلیل داده‌ها از دو نرم‌افزار تخصصی علم‌سنجی ویوس^۷ و یور^۸ برای ترسیم شبکه‌های هم‌رخدادی، خوشه‌بندی مفاهیم و تجسم ساختارهای دانشی و بایلیوشینی^۹ به عنوان رابط گرافیکی بسته بایلیومتریک^۹ در محیط بسته نرم افزاری R، برای تحلیل شاخص‌های عملکرد علمی، تحلیل روندهای موضوعی و نقشه‌های راهبردی مورد استفاده قرار گرفت. به منظور تبیین قابلیت اعتمادپذیری نتایج، از راهبرد اعتبارسنجی روش شناختی مبتنی بر همگرایی یافته‌ها^{۱۰} استفاده شد؛ بدین معنا که نتایج حاصل از تحلیل عملکرد علمی، شبکه‌های هم‌رخدادی، نقشه‌های موضوعی و تحلیل سه‌میدانی به صورت تلفیقی تفسیر گردیدند. این رویکرد موجب افزایش دقت در شناسایی ساختار مفهومی، روندهای تحول موضوعی و کانون‌های اصلی پژوهش در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار شده است.

^۱ Science Mapping

^۲ Keyword Co-occurrence Analysis

^۳ Thematic Mapping

^۴ Three-Fields Plot

^۵ Centrality

^۶ Density

^۷ VOSviewer

^۸ Biblioshiny

^۹ Bibliometrix

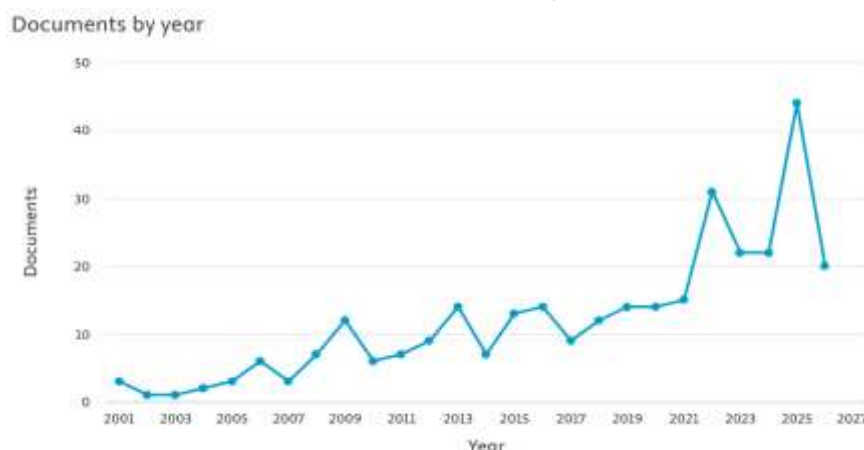
^{۱۰} Methodological Triangulation

یافته های پژوهش

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل علم‌سنجی ۳۱۱ مقاله منتشر شده در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۶ در پایگاه داده اسکوپوس ارائه شده است. یافته‌ها شامل تحلیل روند زمانی انتشارات، شناسایی نویسندگان برتر، کشورهای پیشرو و مجلات تخصصی برتر در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار است.

روند زمانی انتشارات در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار:

نمودار (۱) روند زمانی انتشارات در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس) است. تحلیل روند زمانی انتشارات نشان‌دهنده رشد قابل توجه پژوهش‌های مرتبط با فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۶ است. تعداد مقالات منتشر شده در این حوزه از سال ۲۰۰۰ با نوساناتی همراه بوده اما به طور کلی روندی صعودی داشته است. در سال‌های ابتدایی، تعداد انتشارات بسیار محدود بود به طوری که در سال ۲۰۰۳ تنها یک مقاله منتشر شد. از سال ۲۰۰۵ به بعد، رشد تدریجی آغاز گردید و در سال ۲۰۰۹ به ۱۲ مقاله رسید. دهه ۲۰۱۰ شاهد نوساناتی در تعداد انتشارات بود به طوری که در سال ۲۰۱۴ تعداد مقالات به ۷ مورد کاهش یافت اما مجدداً در سال ۲۰۱۶ به ۱۴ مقاله افزایش پیدا کرد. مهم‌ترین جهش علمی از سال ۲۰۲۰ به بعد رخ داده است به طوری که در سال ۲۰۲۲ با رشد چشمگیر به ۳۱ مقاله رسید. اوج انتشارات در این بازه زمانی مربوط به سال ۲۰۲۵ با ۴۴ مقاله است. این افزایش چشمگیر در سال‌های اخیر نشان‌دهنده توجه روزافزون جامعه علمی به مقوله فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار و نقش آن در مدیریت سازمان‌ها به ویژه نظام دولتی می‌باشد.

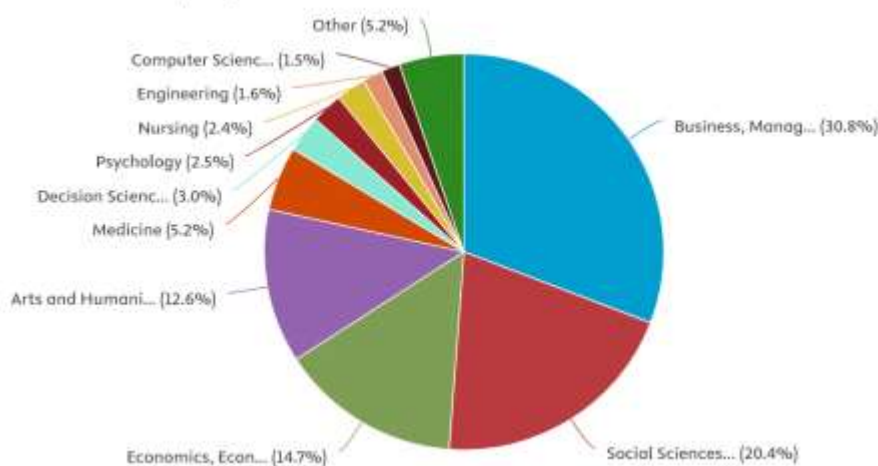


نمودار ۱: روند زمانی انتشارات در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس)

توزیع موضوعی مقالات بر اساس حوزه‌های علمی:

بر اساس یافته‌های علم‌سنجی، مقالات حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در حوزه‌های علمی گوناگونی توزیع شده‌اند که نشان‌دهنده ماهیت میان‌رشته‌ای این مفهوم است. حوزه کسب‌وکار، مدیریت و حسابداری با ۲۰۶ مقاله بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است که بیانگر جایگاه محوری این موضوع در مطالعات مدیریتی و سازمانی است. علوم اجتماعی با ۱۳۶ مقاله در رتبه دوم قرار دارد که حاکی از توجه جامعه‌شناسان و پژوهشگران اجتماعی به ابعاد فرهنگی و هنجاری اخلاق در سازمان‌ها است. اقتصاد، اقتصادسنجی و مالی با ۹۸ مقاله در جایگاه سوم قرار گرفته و نشان‌دهنده اهمیت فرهنگ اخلاقی در عملکرد اقتصادی و مالی سازمان‌ها می‌باشد. هنر و علوم انسانی با ۸۴ مقاله و پزشکی با ۳۵ مقاله به ترتیب در رتبه‌های چهارم و پنجم قرار دارند. حضور چشمگیر مقالات در حوزه پزشکی بیانگر توجه ویژه به مسائل اخلاقی در نظام سلامت و مراقبت‌های بهداشتی است. سایر حوزه‌های علمی شامل علوم تصمیم‌گیری با ۲۰ مقاله، روانشناسی با ۱۷ مقاله، پرستاری با ۱۶ مقاله، مهندسی با ۱۱ مقاله، علوم کامپیوتر و علوم محیط زیست هر کدام با ۱۰ مقاله در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. این توزیع گسترده نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی، اخلاق‌مدار فراتر از یک مفهوم مدیریتی، به عنوان یک مقوله میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، اجتماعی، سلامت و فناوری مورد توجه قرار گرفته است. نمودار (۲) توزیع موضوعی مقالات را بر اساس حوزه‌های علمی بصورت درصد نشان می‌دهد.

Documents by subject area

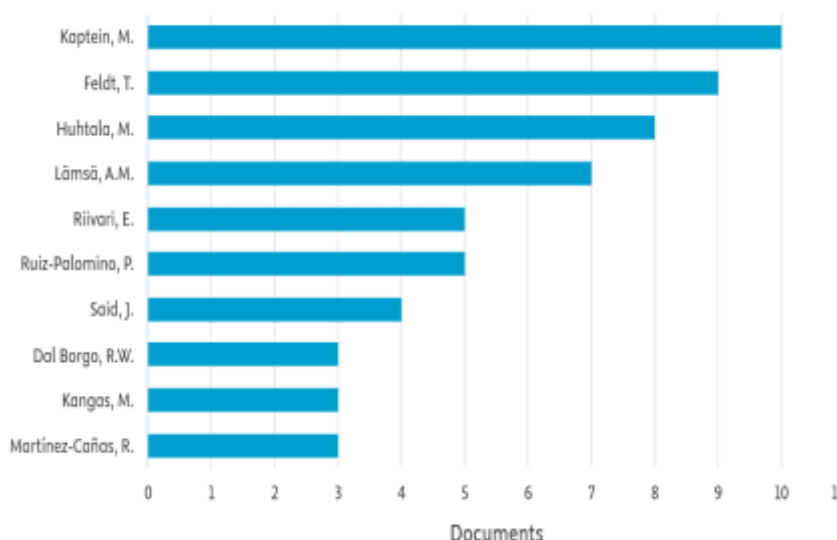


نمودار ۲: توزیع موضوعی مقالات را بر اساس حوزه‌های علمی (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس)

پرکارترین نویسندگان در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار

نمودار (۳) ده نویسنده برتر را از نظر تعداد مقالات منتشر شده در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌های علم‌سنجی، کاپتین با ۱۰ مقاله در جایگاه نخست قرار دارد که نشان‌دهنده سهم چشمگیر این پژوهشگر در توسعه ادبیات فرهنگ اخلاقی است. فلدت^۱ با ۹ مقاله در رتبه دوم و هووتالا^۲ با ۸ مقاله در رتبه سوم قرار گرفته‌اند. لامسا^۳ با ۷ مقاله و ریواری^۴ با ۵ مقاله به ترتیب در رتبه‌های چهارم و پنجم هستند. رویز-پالومینو و سعید هر کدام با ۵ و ۴ مقاله در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همچنین دال بورگو^۵ کانگاس^۶ و مارتینز-کاناس^۷ هر کدام با ۳ مقاله در جمع ده نویسنده برتر حضور دارند. حضور پررنگ نویسندگان فنلاندی نظیر فلدت، هووتالا، لامسا و ریواری نشان‌دهنده پیشگامی پژوهشگران این کشور در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مداری است.

Documents by author



نمودار ۳: ده نویسنده برتر در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس)

¹ Feldt

² Hohutala

³ Lamsa

⁴ Riivari

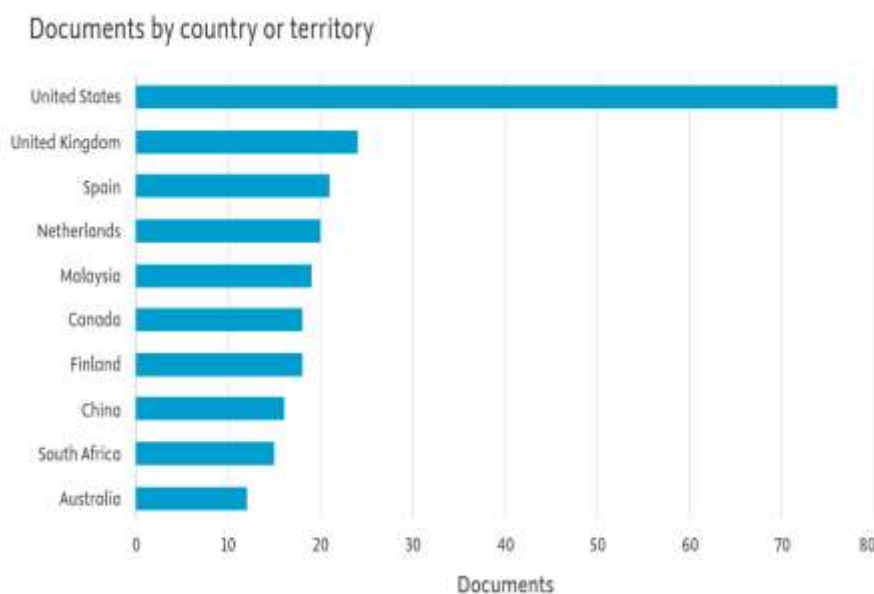
⁵ Dal Borgo

⁶ Kangas

⁷ Martinez-Canas

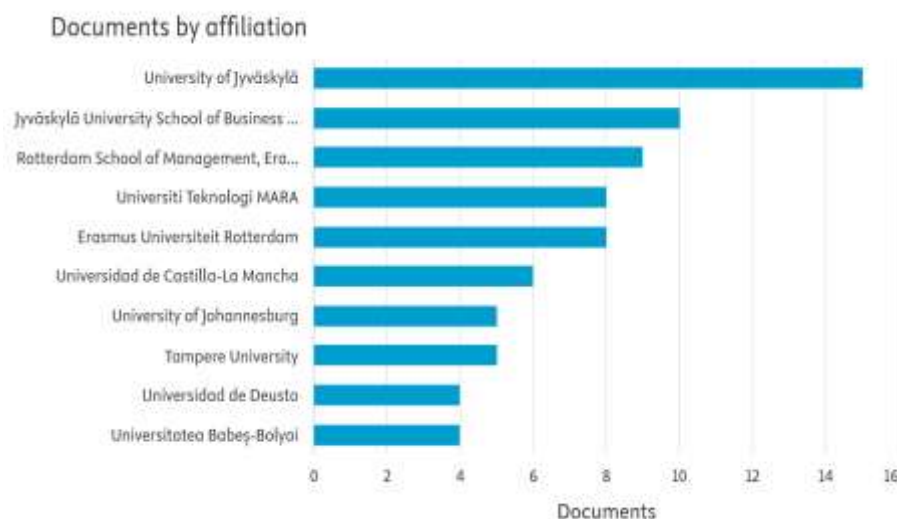
کشورهای پیشرو در تولید علم حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار

تحلیل توزیع جغرافیایی مقالات که در نمودار (۴) آمده است؛ نشان می‌دهد که ایالات متحده آمریکا با ۷۶ مقاله بیشترین سهم را در تولید دانش مرتبط با فرهنگ سازمانی اخلاق مدار دارد و به عنوان قطب اصلی این حوزه شناخته می‌شود. پس از آمریکا، انگلستان با ۲۴ مقاله در رتبه دوم قرار دارد. اسپانیا با ۲۱ مقاله و هلند با ۲۰ مقاله به ترتیب در رتبه‌های سوم و چهارم هستند. مالزی با ۱۹ مقاله در جایگاه پنجم قرار گرفته است. کانادا و فنلاند هر کدام با ۱۸ مقاله در رتبه ششم مشترک هستند. چین با ۱۶ مقاله، آفریقای جنوبی با ۱۵ مقاله و استرالیا با ۱۲ مقاله به ترتیب رتبه‌های هشتم تا دهم را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین هند با ۱۰ مقاله، پاکستان با ۹ مقاله و آلمان با ۷ مقاله از دیگر کشورهای فعال در این حوزه محسوب می‌شوند. جمهوری اسلامی ایران نیز با ۵ مقاله در میان کشورهای تولیدکننده علم در این حوزه حضور دارد که نشان‌دهنده توجه رو به رشد پژوهشگران ایرانی به موضوع فرهنگ سازمانی اخلاق مدار است.



نمودار ۴: ده کشور پیشرو در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس)

مؤسسات علمی و دانشگاهی برتر در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار بر اساس یافته‌های علم‌سنجی، مؤسسات علمی متعددی به تولید دانش در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار پرداخته‌اند که در نمودار (۵) ده مؤسسه برتر بر اساس تعداد مقالات منتشر شده ارائه شده است. دانشگاه یوواسکیلا^۱ با ۱۵ مقاله در رتبه نخست قرار دارد که نشان‌دهنده تمرکز بالای این مرکز علمی بر موضوع فرهنگ اخلاقی است. مدرسه کسب و کار و اقتصاد دانشگاه یوواسکیلا با ۱۰ مقاله در رتبه دوم و مدرسه مدیریت روتردام^۲ با ۹ مقاله در رتبه سوم قرار گرفته‌اند. دانشگاه تکنولوژی مارا^۳ با ۸ مقاله و دانشگاه اراسموس روتردام^۴ با ۸ مقاله به ترتیب در رتبه‌های چهارم و پنجم هستند. دانشگاه کاستیا-لامانچا^۵ با ۶ مقاله در رتبه ششم قرار دارد. دانشگاه‌های ژوهانسبورگ^۶، تمپره^۷ و دئوستو^۸ هر کدام با ۵ مقاله در رتبه‌های هفتم تا نهم مشترک قرار گرفته‌اند. همچنین دانشگاه بابش-بولیای^۹ با ۴ مقاله در رتبه دهم واقع شده است. حضور پررنگ دانشگاه‌های فلاند و هلند در این فهرست نشان‌دهنده پیشگامی این کشورها در پژوهش‌های مرتبط با فرهنگ سازمانی اخلاق مدار می‌باشد.



نمودار ۵: ده مؤسسه علمی و دانشگاهی برتر در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار (خروجی از پایگاه داده اسکوپوس)

¹ University of Jyväskylä

² Rotterdam School of Management

³ Mara University of Technology

⁴ Erasmus University Rotterdam

⁵ University of Castile-La Mancha

⁶ Johannesburg

⁷ Tampere

⁸ Deusto

⁹ Babes-Bolyai University

تحلیل علم سنجی فرهنگ اخلاق مدار

شکل (۶) نقشه سه‌میدانی^۱ روابط کشورهای تولیدکننده دانش، کلیدواژه‌های پژوهشی و مجلات منتشرکننده مقالات حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق مدار را نمایش می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که ایالات متحده آمریکا، فنلاند، اسپانیا، مالزی، چین، هلند و بریتانیا مهم‌ترین کانون‌های تولید دانش در این حوزه هستند و بیشترین سهم را در شکل‌دهی به ادبیات پژوهش داشته‌اند. در بخش کلیدواژه‌ها، مفاهیم فرهنگ اخلاقی^۲، اخلاق، رهبری اخلاقی^۳ و اخلاق کسب و کار^۴ بیشترین فراوانی و پیوند را با سایر موضوعات نشان می‌دهند که بیانگر جایگاه محوری این مفاهیم در شبکه دانش است. همچنین مفاهیم نوظهور «مسئولیت اجتماعی شرکتی»، «حکمرانی شرکتی»، «بخش عمومی»، «گزارشگری تخلف» و «کیفیت حسابرسی» در پیرامون هسته اصلی دانش قرار گرفته‌اند که نشان‌دهنده گسترش دامنه مطالعات از مباحث سنتی اخلاق کسب و کار به حوزه‌های حکمرانی، پاسخگویی و مدیریت دولتی است. از منظر منابع انتشار یافته، مجله «اخلاق کسب و کار»^۵ به عنوان مهمترین و تأثیرگذارترین مجرای انتشار پژوهش‌های این حوزه شناخته می‌شود و بیشترین پیوند را با کلیدواژه‌های اصلی دارد. پس از آن، مجلات «بین‌المللی اخلاق و نظام‌ها»، «مجله مسئولیت اجتماعی»^۶، «مجله اخلاق دانشگاهی»^۷، «مجله مدیریت و سازمان»^۸ و «فصلنامه اخلاق کسب و کار»^۹ قرار دارند که هر یک بخشی از جریان‌های تخصصی دانش در حوزه اخلاق سازمانی، رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری سازمانی را پوشش می‌دهند. نتایج نشان می‌دهد که ادبیات فرهنگ سازمانی اخلاق مدار حول مفاهیم فرهنگ اخلاقی، اخلاق و رهبری اخلاقی شکل گرفته و عمده‌تاً توسط کشورهای توسعه‌یافته و از طریق مجلات تخصصی اخلاق کسب و کار و مدیریت سازمانی هدایت می‌شود.

¹ Three-Fields Plot

² Ethical Culture

³ Ethical Leadership

⁴ Business Ethics

⁵ Journal of Business Ethics

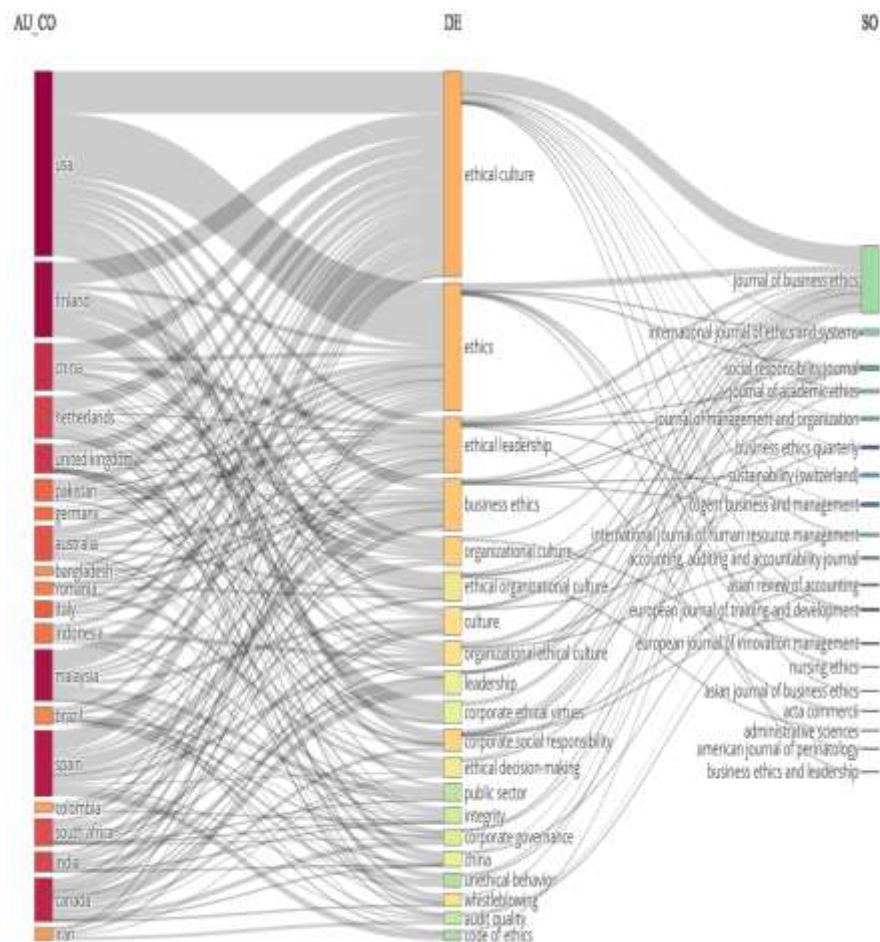
⁶ International Journal of Ethics and Systems

⁷ Social Responsibility Journal

⁸ Journal of Academic Ethics

⁹ Journal of Management and Organization

¹ Business Ethics Quarterly



شکل ۶: نقشه سه‌میدانی روابط کشورهای خلق دانش، کلیدواژه‌های پژوهشی و مجلات منتشرکننده (خروجی بیبلوشایینی)

تحلیل سال‌نامه استنادی^۱ (RPYS) با هدف شناسایی آثار بنیادین و تأثیرگذار در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار انجام شده است. این روش با بررسی الگوی توزیع استنادات در بازه زمانی طولانی، قله‌های استنادی را که نشان‌دهنده انتشار آثار کلیدی و نقطه‌عطف در تکامل دانش این حوزه هستند، آشکار می‌سازد.

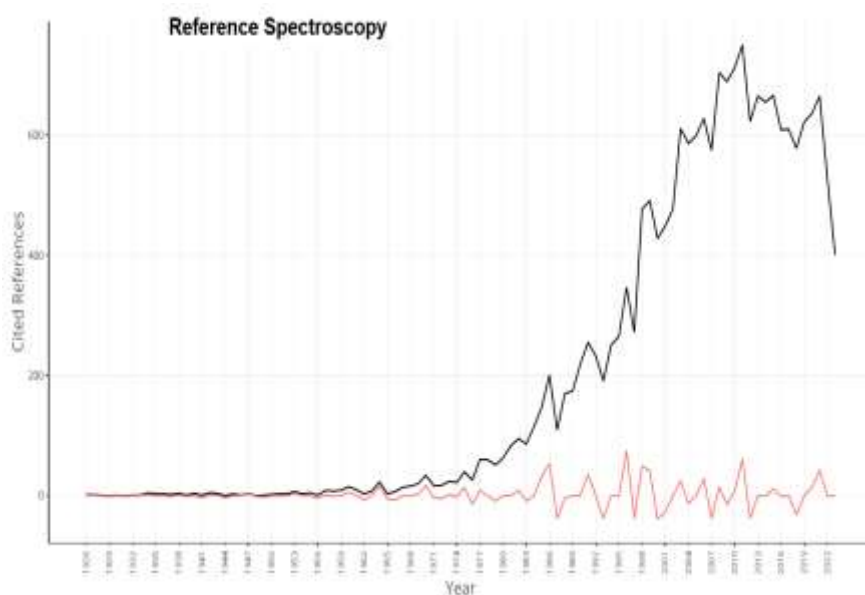
نتایج حاصل از این تحلیل در قالب نمودار خطی (۷) ارائه شده که در آن محور افقی بیانگر سال‌های انتشار آثار از ۱۹۲۶ تا ۲۰۲۶ و محور عمودی نشان‌دهنده میزان استنادات دریافتی در هر سال است. بررسی روند کلی نمودار نشان می‌دهد که حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار ریشه در آثار کلاسیک فلسفه اخلاق و نظریه‌های سازمانی دارد، اما جهش

^۱ Reference Publication Year Analysis (RPYS)

اصلی استنادات از دهه ۱۹۸۰ به بعد آغاز شده و با شدت بیشتری در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ ادامه یافته است. قله‌های استنادی قابل توجهی در سال‌های ۱۹۹۰، ۱۹۹۴، ۱۹۹۸، ۲۰۰۱ و ۲۰۱۰ مشاهده می‌شود که هر یک نشان‌دهنده انتشار آثار محققان برجسته است که به عنوان نقطه عطف در مسیر توسعه مفهومی و نظری این حوزه محسوب می‌شوند.

از سال ۲۰۱۰ به بعد، نوسانات استنادی همچنان ادامه داشته و قله‌های متعددی در سال‌های ۲۰۱۳، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۹ قابل مشاهده است که نشان می‌دهد این حوزه همچنان پویا و در حال تکامل است. پراکندگی استنادات در بازه زمانی گسترده از دهه ۱۹۲۰ تا ۲۰۲۶ حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار یک حوزه میان‌رشته‌ای با ریشه‌های عمیق در سنت‌های فکری فلسفه، روانشناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت است و آثار بنیادین هر یک از این حوزه‌ها همچنان بر پژوهش‌های معاصر تأثیر می‌گذارند.

به طور خاص، افزایش چشمگیر استنادات از اواخر دهه ۱۹۸۰ به بعد را می‌توان همزمان با تحولات نظری در حوزه فرهنگ سازمانی و اخلاق کسب‌وکار و همچنین افزایش دغدغه‌های اخلاقی در مدیریت دولتی و سازمان‌های عمومی دانست.



نمودار ۷: تحلیل سال‌نامه استنادی آثار بنیادین و تأثیرگذار در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار (خروجی بیلوشاینی)

تحلیل شبکه هم‌واژگانی پژوهش‌های فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار با هدف شناسایی ساختار فکری و روابط مفهومی میان کلیدواژه‌های پرتکرار در این حوزه انجام شده است. نتایج این تحلیل به صورت یک نقشه شبکه‌ای ترسیم شده که در آن هر گره نمایانگر یک کلیدواژه و ضخامت یال‌ها نشان‌دهنده شدت هم‌رخدادی مفاهیم است. بر اساس یافته‌های علم‌سنجی (شکل ۸)، شبکه دانشی این حوزه از چندین خوشه موضوعی مجزا اما به هم پیوسته تشکیل شده است.

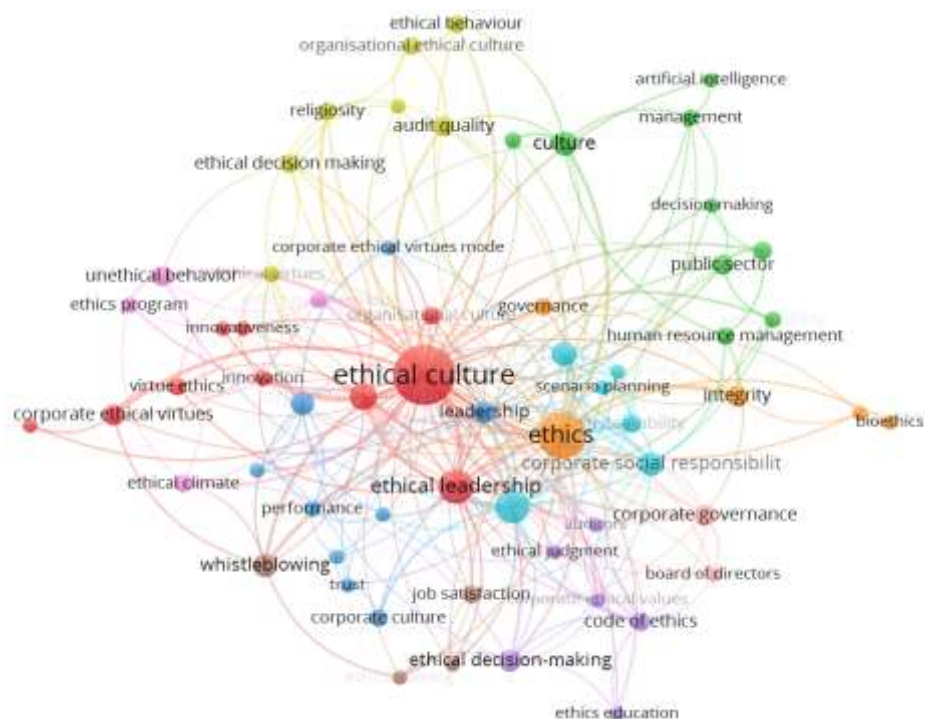
۱- بزرگترین و مرکزی‌ترین خوشه با محوریت مفهوم فرهنگ اخلاقی شکل گرفته است. این خوشه شامل مفاهیم اخلاق، فرهنگ سازمانی، رهبری اخلاقی، یکپارچگی، عدالت سازمانی و تعارض اخلاقی است. قرارگیری این مفاهیم در کنار یکدیگر نشان می‌دهد که پژوهش‌های این حوزه عمدتاً بر تعامل میان ارزش‌های اخلاقی، سبک رهبری و ساختارهای فرهنگی در سازمان متمرکز بوده است.

۲- خوشه دوم با محوریت بخش عمومی و فساد شکل گرفته است. این خوشه شامل کلیدواژه‌های حاکمیت شرکتی، پاسخگویی، شفافیت، دولت محلی و حسابرسی می‌شود. تشکیل این خوشه مستقل بیانگر آن است که پژوهش‌های فرهنگ اخلاقی در نظام دولتی به عنوان یک جریان پژوهشی متمایز با دغدغه‌های خاص خود مانند کنترل فساد و ارتقای پاسخگویی در حال توسعه است.

۳- خوشه سوم با محوریت تصمیم‌گیری اخلاقی و رفتار غیراخلاقی شکل گرفته است. مفاهیم مرتبط با این خوشه شامل اخلاق حسابداری، کیفیت حسابرسی، تقلب و گزارش تخلف می‌شود. این خوشه نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از پژوهش‌ها به فرآیندهای شناختی و رفتاری مرتبط با قضاوت‌های اخلاقی و پیامدهای آن در سازمان‌ها اختصاص یافته است.

۴- خوشه چهارم با محور اخلاق کسب‌وکار و مسئولیت اجتماعی شرکتی شکل گرفته است. مفاهیم عملکرد، نوآوری، تعهد سازمانی و رضایت شغلی در این خوشه قرار دارند. تشکیل این خوشه حاکی از آن است که پژوهشگران به دنبال بررسی پیامدهای فرهنگ اخلاقی بر شاخص‌های عملکردی و رفتاری بوده‌اند.

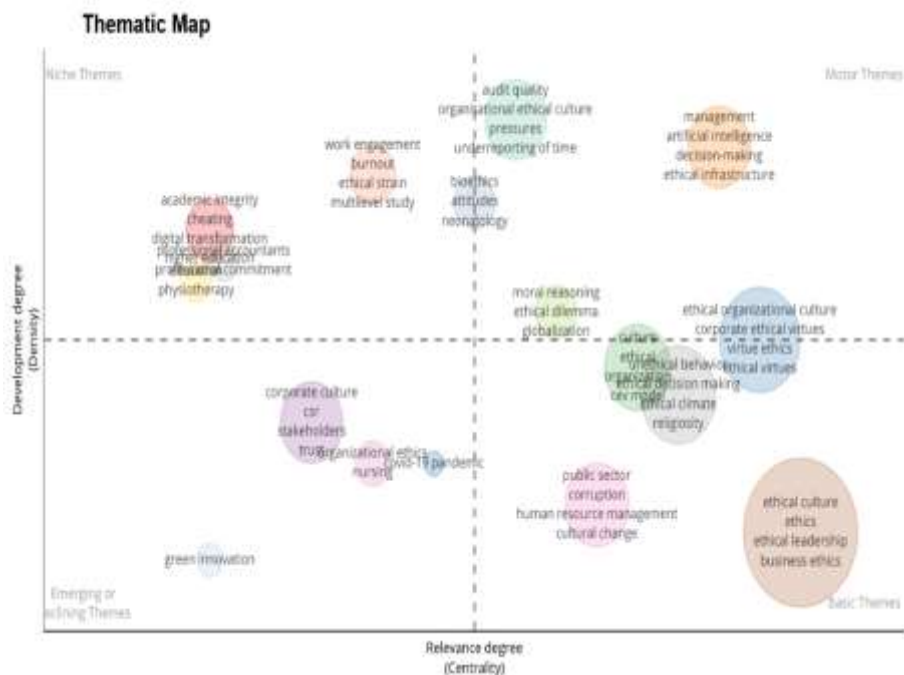
شبکه هم‌واژگانی نشان می‌دهد که حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار از انسجام نظری قابل قبولی برخوردار است و مفاهیم بنیادین آن حول محورهای رهبری اخلاقی، تصمیم‌گیری اخلاقی، حکمرانی عمومی و پاسخگویی ساختار یافته است.



شکل ۸: هم‌واژگانی در حوزه فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار بر اساس علم سنجی (خروجی نرم افزار ویواس ویور)

تحلیل نقشه مضمونی بر اساس دو شاخص مرکزیت و تراکم، چهار ربع اصلی را در پژوهش‌های فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار شناسایی کرده است. در ربع مضامین پایه، خوشه‌های «فرهنگ اخلاقی»، «اخلاق»، «رهبری اخلاقی» و «اخلاق کسب‌وکار» بزرگ‌ترین و مرکزی‌ترین خوشه‌های پژوهشی را تشکیل می‌دهند که نشان می‌دهد این موضوعات بنیان نظری حوزه را شکل داده و بیشترین ارتباط را با سایر موضوعات دارند. همچنین خوشه «بخش عمومی»، «فساد»، «مدیریت منابع انسانی» و «تغییر فرهنگی» در این ربع قرار گرفته که بیانگر توجه روزافزون پژوهشگران به کاربرد فرهنگ اخلاقی در مدیریت دولتی و کنترل فساد اداری است. در ربع مضامین پیشران، خوشه‌ای متشکل از «مدیریت»، «تصمیم‌گیری»، «هوش مصنوعی» و «زیرساخت اخلاقی» قرار دارد که هم از انسجام نظری برخوردارند و هم نقش مهمی در جهت‌دهی به تحقیقات آینده دارند. حضور

هوش مصنوعی در این بخش نشان‌دهنده شکل‌گیری نسل جدیدی از مطالعات اخلاق سازمانی متمرکز بر چالش‌های فناوری‌های نوین و حکمرانی دیجیتال است. همچنین خوشه «فرهنگ اخلاقی سازمانی»، «کیفیت حسابرسی»، «گزارشگری تخلف» و «فشارهای سازمانی» در بخش بالایی نقشه قرار گرفته که بیانگر بلوغ نسبی این حوزه‌ها و اهمیت آن‌ها در مطالعات مرتبط با پاسخگویی و کنترل‌های سازمانی می‌باشد. در ربع مضامین تخصصی، مفاهیم «صداقت علمی»، «تقلب»، «تحول دیجیتال»، «حسابداران حرفه‌ای» و «فیزیوتراپی» مشاهده می‌شوند که اگرچه در حوزه‌های تخصصی توسعه یافته‌اند، اما ارتباط محدودی با جریان اصلی ادبیات دارند. در ربع مضامین نوظهور یا افول‌کننده، موضوعات «نوآوری سبز»، «اخلاق سازمانی»، «همه‌گیری کووید-۱۹»، «مسئولیت اجتماعی شرکت»، «ذی‌نفعان» و «اعتماد» قرار گرفته‌اند که بسته به روند پژوهش‌های سال‌های اخیر، برخی از آن‌ها در حال گذار به حوزه‌های نوظهور و میان‌رشته‌ای هستند. نتایج نقشه موضوعی (شکل ۹) نشان می‌دهد که پژوهش‌های فرهنگ سازمانی اخلاق مدار از تمرکز سنتی بر اخلاق کسب‌وکار و رهبری اخلاقی به سمت موضوعات نوین حکمرانی عمومی، زیرساخت‌های اخلاقی، فناوری‌های هوشمند و هوش مصنوعی در حال حرکت است که بیانگر گسترش دامنه مفهومی فرهنگ اخلاقی از سطح سازمان به سطوح نهادی، فناورانه و اجتماعی می‌باشد.



شکل ۹: تحلیل تماتیک واژگان در حوزه فرهنگ اخلاق مدار بر اساس علم سنجی (خروجی نرم افزار ویواس ویور)

شکل (۱۰) نقشه چگالی واژگان حاصل از تحلیل هم‌واژگانی، نقاط داغ پژوهشی حوزه فرهنگ اخلاق‌مدار را نشان می‌دهد. در این نقشه، هرچه رنگ به سمت زرد و قرمز متمایل باشد، بیانگر تراکم بیشتر واژگان، فراوانی بالاتر و اهمیت بیشتر آن موضوع در ادبیات پژوهش است. مطابق با یافته‌ها، واژه «فرهنگ اخلاقی» در مرکز نقشه و در متراکم‌ترین ناحیه قرار گرفته است که نشان‌دهنده نقش محوری این مفهوم در ساختار مفهومی حوزه مورد نظر می‌باشد.

پیرامون این مفهوم، واژگانی نظیر «رهبری اخلاقی»، «فرهنگ سازمانی»، «اخلاق»، «تعهد سازمانی» و «حاکمیت شرکتی» قرار گرفته‌اند. همچنین حضور واژگان «تصمیم‌گیری اخلاقی»، «یکپارچگی»، «جو اخلاقی»، «اخلاق فضیلت» و «استدلال اخلاقی» نشان می‌دهد که پژوهشگران توجه ویژه‌ای به ابعاد شناختی، ارزشی و رفتاری اخلاق در سازمان‌ها داشته‌اند.

از سوی دیگر، مفاهیم «بخش عمومی»، «فساد اداری»، «کیفیت حسابرسی» و «فضایل اخلاقی شرکتی» بیانگر گسترش کاربردهای فرهنگ اخلاقی در حوزه‌های حکمرانی عمومی، مبارزه با فساد، حسابرسی و ارزیابی عملکرد سازمانی است. همچنین ارتباط واژگان «نوآوری»، «عملکرد»، «رضایت شغلی» و «دلبستگی کاری» با هسته مرکزی نقشه نشان می‌دهد که مطالعات اخیر بیش از گذشته به پیامدهای سازمانی و عملکردی فرهنگ اخلاق‌مدار توجه کرده‌اند.

نتایج تحلیل حاکی از آن است که ادبیات پژوهش فرهنگ اخلاق‌مدار از تمرکز صرف بر مباحث هنجاری و اخلاق فردی فاصله گرفته و به سمت بررسی نقش آن در بهبود عملکرد سازمانی، ارتقای حکمرانی، افزایش مشارکت کارکنان و پیشگیری از رفتارهای غیراخلاقی حرکت کرده است.



شکل ۱۰: تحلیل نقاط داغ پژوهشی در حوزه فرهنگ اخلاق مدار بر اساس علم سنجی (خروجی نرم افزار ویواس ویور)

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف نگاشت علمی و ساختاردهی هوشمند مطالعات فرهنگ سازمانی، اخلاق مدار انجام شد و با بهره‌گیری از روش‌های علم‌سنجی، روندهای تحول دانش، کانون‌های فکری، مضامین محوری و جهت‌گیری‌های نوظهور این حوزه را شناسایی کرد. یافته‌ها نشان داد که ادبیات فرهنگ سازمانی اخلاق مدار طی دو دهه اخیر رشد فزاینده‌ای را تجربه کرده و از یک موضوع محدود در حوزه اخلاق کسب‌وکار به یک قلمرو میان‌رشته‌ای در حوزه‌های مدیریت، حکمرانی عمومی، مسئولیت اجتماعی، حسابداری، سلامت و فناوری‌های نوین تبدیل شده است. تفسیر یافته‌ها در سه محور اصلی قابل ارائه است.

محور نخست تثبیت فرهنگ سازمانی اخلاق مدار به عنوان هسته مرکزی دانش اخلاق سازمانی است. نتایج تحلیل هم‌واژگانی و نقشه موضوعی نشان داد که مفاهیم «فرهنگ اخلاقی»، «اخلاق»، «رهبری اخلاقی»، «فرهنگ سازمانی» و «اخلاق کسب و کار» در مرکز شبکه دانشی قرار دارند و بیشترین میزان مرکزیت و پیوند را با سایر مفاهیم دارا هستند. این یافته نشان می‌دهد که ادبیات این حوزه، فرهنگ اخلاقی را نه یک متغیر مستقل، بلکه

به عنوان زیرساخت نهادی رفتارهای اخلاقی و مکانیزم اصلی انتقال ارزش های اخلاقی در سازمان ها تلقی می کند. این نتیجه با مطالعات داخلی معتمد و همکاران (۱۴۰۴)، محمدی و صیدمحمدی (۱۴۰۴) و جلالی و همکاران (۱۴۰۲) همسو است که رهبری اخلاقی، عدالت سازمانی و شفافیت را مؤلفه های بنیادین شکل دهنده فرهنگ اخلاقی معرفی کرده اند. در سطح بین المللی نیز نتایج حاضر با یافته های روی و همکاران (۲۰۲۴)، کاپتن (۲۰۲۳)، تروینو و همکاران (۲۰۲۳) و روس و آرنولد (۲۰۲۶) همخوانی دارد که فرهنگ اخلاقی را بستر نهادینه سازی ارزش ها، هنجارها و انتظارات اخلاقی در سازمان می دانند. از منظر نظری، این یافته مؤید دیدگاه شاین (۲۰۱۰) است که فرهنگ را نظامی از مفروضات بنیادین مشترک می داند که رفتار اعضای سازمان را هدایت می کند. در واقع، یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که اخلاق زمانی به رفتار پایدار سازمانی تبدیل می شود که در لایه های عمیق فرهنگ سازمانی نهادینه گردد و از سطح مقررات رسمی فراتر رود؛ بنابراین، استقرار فرهنگ اخلاقی مستلزم تغییر در نظام ارزش ها، الگوهای رهبری، فرآیندهای تصمیم گیری و سازوکارهای اجتماعی سازمان است.

محور دوم گذار مطالعات فرهنگ اخلاقی از سطح سازمانی به حوزه حکمرانی، پاسخگویی و بخش عمومی است. دومین یافته مهم پژوهش، ظهور و گسترش خوشه ای مستقل پیرامون مفاهیم «بخش عمومی»، «فساد»، «پاسخگویی»، «حاکمیت شرکتی»، «شفافیت» و «کیفیت حسابرسی» بود. این الگو نشان می دهد که پژوهش های جدید دیگر فرهنگ اخلاقی را صرفاً در سطح رفتار کارکنان یا عملکرد سازمانی بررسی نمی کنند، بلکه آن را به عنوان یکی از زیرساخت های حکمرانی مطلوب و کنترل فساد مورد مطالعه قرار می دهند. این یافته با مطالعات داخلی بیک زاد و رزمجو (۱۴۰۴)، فتحعلی زاده و همکاران (۱۴۰۴) و همچنین پژوهش های حوزه شفافیت و حکمرانی در نظام اداری ایران همسو است. در سطح بین المللی نیز نتایج با یافته های بیان و وانگ (۲۰۲۵)، موساگولوا و همکاران (۲۰۲۵)، اودی تتی و همکاران (۲۰۲۲) و شی و لیو (۲۰۲۶) مطابقت دارد که فرهنگ اخلاقی را پیش شرط تحقق پاسخگویی عمومی، اعتماد اجتماعی و حکمرانی اثربخش معرفی کرده اند. از منظر تفسیری، شکل گیری این خوشه را می توان بازتاب افزایش بحران های اخلاقی، رسوایی های سازمانی و گسترش مطالبات عمومی برای شفافیت دانست. در چنین شرایطی، فرهنگ اخلاقی نقش یک سازوکار غیررسمی کنترل را ایفا می کند که مکمل قوانین و مقررات رسمی است. به بیان دیگر، هرچه سطح

نهادینه شدن ارزش‌های اخلاقی در سازمان‌های دولتی بیشتر باشد، وابستگی سازمان به کنترل‌های بیرونی کاهش یافته و ظرفیت خودتنظیمی اخلاقی افزایش می‌یابد.

محور سوم ظهور جریان‌های نوین پژوهشی در پیوند با فناوری‌های هوشمند و حکمرانی دیجیتال است. یافته‌های نقشه تماتیک نشان داد که مفاهیمی نظیر «هوش مصنوعی»، «تصمیم‌گیری»، «زیرساخت اخلاقی»، «مدیریت» و «فرهنگ سازمانی اخلاقی» در ربع مضامین پیشران قرار گرفته‌اند. قرارگیری این موضوعات در ناحیه دارای مرکزیت و تراکم بالا نشان می‌دهد که این حوزه‌ها در حال تبدیل شدن به مهم‌ترین جبهه‌های پژوهشی آینده هستند. این یافته از یک سو با نتایج پژوهش‌های اخیر شی و لیو (۲۰۲۶) در زمینه پایداری و فناوری و از سوی دیگر با مطالعات روس و آرنولد (۲۰۲۶) درباره مدل‌های چندسطحی فرهنگ اخلاقی همسو است. همچنین با روندهای جهانی حکمرانی دیجیتال، الگوریتم‌های تصمیم‌یار و اخلاق هوش مصنوعی سازگاری دارد. تفسیر این یافته نشان می‌دهد که تحول دیجیتال سازمان‌ها، چالش‌های جدیدی در حوزه اخلاق ایجاد کرده است. الگوریتم‌های تصمیم‌گیری، کلان‌داده‌ها، اتوماسیون و هوش مصنوعی می‌توانند منبعی برای سوگیری، تبعیض و کاهش پاسخگویی باشند؛ از این رو فرهنگ اخلاقی دیگر صرفاً ناظر بر رفتار کارکنان نیست، بلکه باید چارچوب اخلاقی برای طراحی، استقرار و استفاده مسئولانه از فناوری‌های نوین را نیز فراهم سازد؛ بنابراین می‌توان انتظار داشت در سال‌های آینده، مفهوم فرهنگ اخلاقی به سمت «زیرساخت اخلاقی حکمرانی دیجیتال» تکامل یابد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار از هسته‌های اصلی دانش مدیریت و حکمرانی تبدیل شده و در سال‌های اخیر از محدوده سنتی اخلاق کسب‌وکار فراتر رفته است. ساختار مفهومی این حوزه حول سه محور اصلی رهبری و ارزش‌های اخلاقی، حکمرانی و پاسخگویی عمومی و فناوری‌های نوین و زیرساخت‌های اخلاقی شکل گرفته است. همچنین نتایج بیانگر آن است که فرهنگ اخلاقی نه تنها یک متغیر فرهنگی، بلکه یک سازوکار نهادی برای ارتقای مشروعیت، اعتماد عمومی، کنترل فساد، بهبود عملکرد و تحقق حکمرانی مطلوب محسوب می‌شود. از این رو، توسعه فرهنگ اخلاق‌مدار باید به عنوان یک راهبرد کلیدی در اصلاحات اداری و تحول نظام حکمرانی مورد توجه قرار گیرد.

بنابراین پیشنهادهای کاربردی زیر مطرح می‌شوند:

- استقرار نظام مدیریت اخلاق دستگاه‌های دولتی مبتنی بر رهبری اخلاقی، منشور ارزش‌ها و کدهای رفتاری.
- طراحی سازوکارهای یکپارچه شفافیت، پاسخگویی و حمایت از گزارشگری تخلفات به منظور تقویت زیرساخت‌های فرهنگ اخلاقی.
- ادغام شاخص‌های اخلاقی در نظام ارزیابی عملکرد مدیران و کارکنان بخش عمومی.
- توسعه برنامه‌های آموزشی مستمر در زمینه تصمیم‌گیری اخلاقی، مسئولیت‌پذیری و حکمرانی مطلوب.
- تدوین چارچوب‌های اخلاقی برای کاربرد هوش مصنوعی و فناوری‌های هوشمند در سازمان‌های دولتی.
- نهادینه‌سازی فرهنگ اخلاقی از طریق اصلاح فرآیندهای جذب، ارتقاء و جانشین‌پروری مبتنی بر شایستگی‌های اخلاقی.
- علاوه بر این پیشنهادهای پژوهشی زیر مطرح می‌شوند:
- طراحی و اعتبارسنجی مدل بومی فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار در نظام اداری ایران.
- بررسی روابط علی میان فرهنگ اخلاقی، اعتماد عمومی و کیفیت حکمرانی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری.
- مطالعه نقش فرهنگ اخلاقی در موفقیت تحول دیجیتال و حکمرانی هوشمند.
- مطالعات تطبیقی میان سازمان‌های دولتی و خصوصی در زمینه سازوکارهای شکل‌گیری فرهنگ اخلاقی.
- تحلیل شبکه‌های همکاری علمی و تکامل موضوعی فرهنگ اخلاقی در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی.

منابع:

- اردستانی رستمی، محمدرضا، گیلانی نیای صومعه سرائی، بهنام، صمدی لرگانی، محمود و پورعلی، محمدرضا. (۱۴۰۳). تحلیل اثر اخلاق حرفه‌ای بر کیفیت حسابرسی داخلی با تأکید بر نقش میانجی فرهنگ سازمانی. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۹ (۲)، ۱۴۰-۱۴۷.
- جلالی، عبدالعلی. (۱۴۰۲). تبیین رابطه رهبری اخلاقی و توانمندسازی کارکنان نظامی با توجه به نقش مداخله‌گر فرهنگ اخلاقی سازمان. فصلنامه مطالعات علوم مدیریت دریایی، ۳ (۴)، ۵-۲۲.
- بیک‌زاد، جعفر و رزمجو، مریم. (۱۴۰۴). تبیین نقش میانجی خودکارآمدی شغلی در تأثیر مدیریت جهادی و فرهنگ اخلاق مدار بر آمادگی برای تغییر سازمانی. مدیریت اسلامی، ۳۳ (۲)، ۱۸۹-۲۱۷.
- بیک‌زاد، مریم و رزمجو، مریم. (۱۴۰۴). تبیین نقش میانجی خودکارآمدی شغلی در تأثیر مدیریت جهادی و فرهنگ اخلاق مدار بر آمادگی برای تغییر سازمانی. فصلنامه مدیریت اسلامی، ۳۳ (۲)، ۱۸۹-۲۱۷.
- فتحعلی زاده، هادی، حیدری، مجتبی و عیسوی، هیرو. (۱۴۰۴). بررسی نقش میانجی فرهنگ سازمانی اخلاق محور در رابطه با شایستگی‌های اخلاقی و عملکرد مسئولانه سازمان (مورد مطالعه: منطقه آزاد تجاری صنعتی ماکو). اولین همایش ملی اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدیریت و علوم مالی با رویکرد اسلامی، ارومیه.
- محمدی، اسفندیار و صیدمحمدی، جعفر. (۱۴۰۴). طراحی الگوی پیشران‌های شفافیت سازمانی اخلاق مدار با استفاده از تحلیل مضمون در سازمان تامین اجتماعی. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۲۳ (۷۸)، ۴۷۹-۴۹۵.
- Akhtar, M. W., Garavan, T., Javed, M., Huo, C., Junaid, M., & Hussain, K. (2023). Responsible leadership, organizational ethical culture, strategic posture, and green innovation. *The Service Industries Journal*, 43(7-8), 454-474.
- Ardichvili, A., Jondle, D., Kowske, B., Cornachione, E., Li, J., & Thakadipuram, T. (2015). Ethical cultures in large business organizations in Brazil, Russia, India, and China. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 851-866.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool For Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal Of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/J.Joi.2017.08.007>
- Bian, X., & Wang, B. (2025). Understanding public sector employees' ethical engagement in the digital era: Evidence from China. *European Journal of Management Issues*, 33(1), 3-13.

- Boufounou, P. V., Orfanidou, K., Djukic, M., El Khoury de Paula, A., Wroblewski, A., Bartosiewicz-Niziolek, M., Lamarque, D., & Orlando, N. (2024). The key horizontal principles in the evaluation practice: From necessity to culture. In P. E. Petrakis, P. V. Boufounou & P. C. Kostis (Eds.), *The political economy of evaluation in Greece* (pp. 39-72). Palgrave Macmillan.
- Cabana, G. C., & Kaptein, M. (2024). Team ethical culture as a coupling mechanism between a well-implemented organizational ethics program and the prevention of unethical behavior in teams. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 33(3), 451-469.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing And Changing Organizational Culture: Based On The Competing Values Framework* (3rd Ed.). Jossey-Bass.
- Chen, C., & Song, M. (2019). Understanding the evolution of knowledge management research: A bibliometric analysis. *Journal of Information Science*, 45(3), 345-360.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate Culture And Organizational Effectiveness*. John Wiley & Sons.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How To Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines. *Journal Of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Garengo, P., & Betto, F. (2024). The role of organisational culture and leadership style in performance measurement and management: A longitudinal case study. *Production Planning & Control*, 35(2), 151-169.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions And Organizations Across Nations* (2nd Ed.). Sage Publications.
- Hursthouse, R., & Pettigrove, G. (2023). Virtue ethics. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2023 ed.). Stanford University.
- Kaptein, M. (2008). Developing And Testing A Measure For The Ethical Culture Of Organizations: The Corporate Ethical Virtues Model. *Journal Of Organizational Behavior*, 29(7), 923-947. <https://doi.org/10.1002/job.520>
- Kaptein, M. (2011). Understanding Unethical Behavior By Unraveling Ethical Culture. *Human Relations*, 64(6), 843-869. <https://doi.org/10.1177/0018726710390536>

- Kaptein, M. (2017). When organizations are too good: Applying Aristotle's doctrine of the mean to the corporate ethical virtues model. *Business Ethics: A European Review*, 26(3), 300-311.
- Kaptein, M. (2023). Developing A Framework For Determining When A Company Should Introduce A New Ethical Norm. *Business And Society Review*, 128(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/Basr.12297>
- Kaptein, M. (2023). The moral entrepreneur: How leaders can shape ethical climates. *Journal of Business Ethics*, 186, 317-334.
- Khraim, H. (2026). The impact of organizational justice on hotel employees' social loafing behavior: The moderating role of organizational ethical culture. *Problems and Perspectives in Management*, 24(2), 1-11. [https://doi.org/10.21511/ppm.24\(2\).2026.01](https://doi.org/10.21511/ppm.24(2).2026.01)
- Li, J., Zhang, Y., & Wang, X. (2025). Scientometric analysis in management research: Methods and applications. *Journal of Management Studies*, 62(1), 45-78.
- Mussagulova, A., & Goodwin, S. (2025). Building a pro-integrity culture in the public sector: A review of promising practices. ANZSOG.
- Odei-Tettey, K. (2022). Deontological and consequential ethics for quality standards: Blurring the boundaries to secure accountability in policy compliance for public administration practices. *Journal of Public Administration and Governance*, 12(3), 45-62.
- Organisation For Economic Co-Operation And Development. (2024). *Oecd Public Integrity Outlook 2024*. Oecd Publishing. <https://doi.org/10.1787/4a5d8f5f-En>
- Ross, R., & Arnold, D. (2026). Rethinking Organizational Ethical Culture: A Critical Examination of the Conceptual Domain, Assessment of Levels of Analysis, and a Revised Theoretical Model. *Business Ethics Quarterly*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1017/beq.2025.10099>
- Roy, A., Newman, A., Round, H., & Bhattacharya, S. (2023). Ethical Culture In Organizations: A Review And Agenda For Future Research. *Business Ethics Quarterly*, 33(4), 613-648. <https://doi.org/10.1017/Beq.2022.35>
- Roy, A., Newman, A., Round, H., & Bhattacharya, S. (2024). Ethical culture in organizations: A review and agenda for future research. *Business Ethics Quarterly*, 34(1), 97-138.
- Sehanovic, A., Sehanovic, L., Hadziahmetovic, N., Sehanovic, A., Kohlmann, S., & Fountis, A. (2026). From Managing Humans to Keeping Humans: How Ethical Culture and Team Support Drive

- Retention in Healthcare. *Administrative Sciences*, 16(1), Article 4. <https://doi.org/10.3390/admsci16010004>
- Shi, Z., & Liu, S. (2026). How Does Compliance Management Improve Corporate ESG Performance? Empirical Evidence from Annual Report Textual Information. *Sustainability*, 18(8), Article 3911. <https://doi.org/10.3390/su18083911>
- Tajudin, Triatmanto, B., & Arifin, S. (2026). Ethical leadership and organizational commitment: The roles of ethical culture and trust through PLS-SEM, NCA, and fuzzy TOPSIS. *Social Sciences and Humanities Open*, 13, Article 102446. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102446>
- Transparency International. (2025). Corruption Perceptions Index 2025. Transparency International. <https://www.transparency.org>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software Survey: Vosviewer, A Computer Program For Bibliometric Mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/S11192-009-0146-3>
- Verma, R., & Kumar, A. (2025). A Comprehensive Bibliometric Analysis Of Research Trends In Sustainable Inclusive Economic Growth Within The Sdg 8 Framework From 2015 To 2025 Using Biblioshiny And Vosviewer. *Discover Sustainability*, 6, 1221. <https://doi.org/10.1007/S43621-025-02124-6>
- World Bank. (2024). Enhancing Government Effectiveness And Transparency: The Fight Against Corruption. World Bank Publications.