

اخلاق

فصلنامه علمی - ترویجی در حوزه اخلاق

سال هفتم، شماره ۲۶، پیاپی ۴۸، تابستان ۱۳۹۶

صفحات ۱۱۱-۱۳۴

AKHLAGH
Religious Extension Quarterly
No.26/ SUMMER 2017/Seventh Year

رابطه هوش اخلاقی با ابعاد اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی قم

سیف‌اله فضل‌الهی قمشی،* حسین کریمیان**

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه هوش اخلاقی با ابعاد اعتمادآفرینی مدیران و روش آن از نظر هدف‌های کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش مدیران دانشگاه آزاد اسلامی قم و نمونه آماری ۸۴ نفر بودند که بر اساس جدول مورگان، به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها دو پرسش‌نامه استاندارد هوش اخلاقی لینک و کیل با چهار مؤلفه درستکاری، مسئولیت‌پذیری، گذشت و دلسوزی، با پایایی ۰/۸۶ و پرسش‌نامه اعتمادآفرینی (اسماعیلی و همکاران) با ابعاد اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار و اعتماد متقابل با پایایی ۰/۸۲ بر اساس آلفای کرانباخ بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس روش‌های آمار توصیفی و استنباطی در حد آزمون همبستگی گشتاوری پیرسون و T برای معنی‌داری رابطه دو متغیر نشان داد: ۱. بین هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه در سطح ۰.۹۹ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ ۲.

* استادیار و دکتری تخصصی برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم.

fazlollahigh@qom-iau.ac.ir.

** گروه علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم.

hosein.karimian1346@yahoo.com.

تاریخ تأیید: ۱۳۹۵/۰۶/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۴/۲۲



بین هوش اخلاقی و اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار و اعتماد متقابل رابطه مثبت و معنی داری در سطح اطمینان ۰/۹۹ وجود دارد. برخورداری مدیران دانشگاه‌ها از هوش اخلاقی، زمینه‌ساز اعتمادآفرینی و موجب بهبود مزیت رقابتی و اطمینان خاطر در افزایش رضایت و در نتیجه ماندگاری بیشتر و افزایش کارایی می‌شود.

واژگان کلیدی

هوش اخلاقی، اعتمادآفرینی، مدیران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم.

مقدمه

دانشگاه یکی از ساختارهای مهم تخصصی جامعه برای تولید علم و عرضه خدمات‌های فرهنگی و اجتماعی است. دانشگاه به عنوان رکن توسعه پایدار با تأثیرگذاری بر توسعه فرهنگی برای داشتن انسان‌های سالم از نظر فکری و جسمی و نیز متخصص، زمینه را برای توسعه همه جانبه و شکل‌گیری عدالت اجتماعی مهیا ساخته است. همچنین، دانشگاه نقش سازمان پیشرو را در تحول‌های فرهنگی بر عهده دارد. این نهاد با بهره‌گیری از منابع اصلی خود، یعنی نیروی انسانی متخصص و اطلاعات سعی می‌کند، در جهت‌دهی فعالیت‌های اجتماعی و تربیتی نقش مؤثری داشته باشند. دانشگاه به خصوص از جهات اخلاقی سعی می‌کند، جوانان و نسل‌های آتی را به اخلاق اجتماعی متخلق کرده و از طریق ساختن انسان‌ها به تعالی جامعه کمک کند و با نشان دادن وجهه غالب خود، یعنی وجهه اخلاقی، به پیشبرد اهداف خود پردازد.

هس مرطی بررسی چندین سازمان به این نتیجه رسید که سازمان‌هایی که رفتار کارکنان آن اخلاقی است، نسبت به سازمان‌هایی که رفتارهای کارکنان غیر اخلاقی و غیرصادقانه است، شانس موفقیت بیشتری دارند (هس مر، ۱۳۸۲، ص ۳۶). در چنین وضعیتی مدیران باید از نظر اخلاقی جوی سالم برای کارکنان به وجود آورند تا آنان بتوانند با



تمام توان و بهره‌وری هرچه بیشتر کار کنند. سازمان‌ها برای تحقق این هدف، نیازمند رهبری با هوش اخلاقی زیاد، توانایی درک درست از خلاف، داشتن باورهای اخلاقی قوی و عمل به آن‌هاست. رهبران با هوش اخلاقی سرشار، کارها را درست انجام می‌دهند. اعمال آن‌ها پیوسته با ارزش‌ها و عقایدشان هماهنگ است و عملکرد خوبی دارند و همیشه کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند که این ویژگی، خود زمینه‌ساز اعتمادآفرینی مدیران در سازمان می‌شود. رهبران با داشتن هوش اخلاقی می‌توانند اعتماد ایجاد کنند و به تبع موجب بهبود سودآوری و مزیت رقابتی در سازمان و اطمینان خاطر در کسب و کار شوند. از طرف دیگر، پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش کارهای غیراخلاقی، غیرمنصفانه و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری توجه مدیران را به بحث‌های اعتمادآفرینی که مبرم‌ترین نیاز سازمان‌هاست و همچنین هوش اخلاقی که می‌تواند مرز بین نوع‌دوستی و خودپرستی را خوب توصیف کند، معطوف ساخته است (نک: اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۰).

دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نقش بسیار مهمی در اشاعه فرهنگ در جامعه دارند و نگاه‌های بسیاری معطوف به فعالیت‌ها، موفقیت‌ها و دستاوردهای آن‌ها می‌باشد. دانشگاه به‌عنوان یک نهاد پیچیده فرهنگی و یک کانون هنجارپرست به انتظام بخشی اخلاقی و اجتماعی جامعه کمک می‌کند و در جهت بهبود کیفیت زندگی و حفظ پویایی و نشاط در جامعه برای خود مسئولیت‌هایی قائل است. این نهاد بزرگ اجتماعی، همچنین به‌عنوان هسته پیش‌تاز تحولات عمل‌نموده، از طریق رصد کردن تغییرات اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه در عرصه علم و فناوری، جامعه را برای تسلط بر رویدادهای مبهم آینده توانمند و مهیا می‌کند (ذاکرسالاحی، ۱۳۸۳). یکی دیگر از کارکردهای دانشگاه، علاوه بر تولید دانش، فرهنگ‌سازی و ارائه خدمات و توسعه فرهنگ عمومی جامعه است (کاشانی، ۱۳۸۴، ص ۱۶).

ایکسیان‌مینگ (۲۰۰۶) بر این باور است که آموزش عالی در طی بیست سال گذشته، تغییرات چشمگیری را تجربه کرده است که به دنبال چالش‌های جدید و محیط در حال تغییر، موضوع رهبری و مدیریت آموزش عالی را بیش از پیش نمایان ساخته است. به اعتقاد وی هماهنگی با این تغییرات نیازمند این است که پدیده‌های متغیر،



رقابت‌پذیری، عدم‌ثبات و افزایش خطر افول سازمانی مورد بررسی و درنهایت، راهکارهایی برای واکنش در برابر آن‌ها در نظر گرفته شود. لذا پدیده جهانی شدن آموزش عالی، ایجاد رشته‌های مشترک در کشورهای مختلف، مبادله استاد و دانشجو، تلاش برای جذب دانشجوی خارجی و رقابت در بازار برای تأمین بودجه می‌طلبد که دانشگاه‌ها با تغییرات محیط پیرامون، چه در داخل و چه در خارج از کشور هماهنگ شده و برای تداوم حیات، از شیوه‌های نوین مدیریت و رهبری بهره‌جویند.

رشد و گسترش مؤسسه‌های متنوع آموزش عالی، انجام تحقیقات توسط مؤسسه‌های مختلف و تولید علم در خارج از سیستم دانشگاهی، همگی نشان‌دهنده این واقعیت است که علم، امروزه در انحصار دانشگاه‌ها نیست و بسیاری از فعالیت‌های علمی و آموزش نیروی انسانی، خارج از نظام آموزش عالی انجام می‌پذیرد. در چنین محیطی، دانشگاه‌ها برای ماندگاری، در صورتی می‌توانند پایدار، پیشرو و موفق باشند که رهبران آن‌ها بتوانند در تولید دانش، پرورش هوش جمعی تیم‌های خود، حفظ همسویی، ایجاد انرژی در اعضا و تلاش برای خشنودی ارباب رجوع موفق باشند (زارع محمدآبادی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۵۸). با بهره‌گیری از هوش اخلاقی و استفاده از خصایصی، مانند درستکاری، مسئولیت‌پذیری، دلسوزی، نه تنها زمینه‌ساز اعتمادآفرینی و ایجاد بسترهای همدلی برای حرکت در جهت اهداف، بلکه با زبان بی‌زبانی به پرورش فرهنگ جامعه و نهادینه کردن آن بین نسل جوان و آینده‌ساز جامعه و تثبیت آن پردازند.

دانشگاه‌های اسلامی که با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی بیشتر عجين هستند و هدف آن‌ها هدف‌های اسلامی و دینی و ارکان آن را نیروهای مؤمن و متعهد تشکیل می‌دهند (زراعت، ۱۳۷۶، ص ۵۴) می‌توانند با استفاده از هوش اخلاقی که ریشه در فرهنگ اسلامی دارد، به عنوان متمایزترین ویژگی در عرصه رقابت پیش بیفتند و به استقلال آن کمک نموده، از طریق تربیت انسان‌های سالم و متخصص بر توسعه فرهنگی و همه‌جانبه و تعالی جامعه بیفزایند و با به‌کارگیری هوش اخلاقی رهبران و اعتمادآفرینی در بین اعضای هیئت علمی، کارکنان و به‌ویژه دانشجویان از افزایش کارهای غیراخلاقی، غیرمنصفانه و غیرمسئولانه در محیط‌های آموزشی عالی پیشگیری نمایند.





نتایج مطالعات فضل‌الهی و ملکی توانا (۱۳۹۳) نشان داد، بین میزان هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هوش اخلاقی می‌تواند با افزایش اعتمادآفرینی مدیران زمینه را برای افزایش کارایی در دانشگاه فراهم نماید. به نظر می‌رسد، رهبران با داشتن هوش اخلاقی می‌توانند اعتماد ایجاد کنند که این امر موجب بهبود سودآوری، مزیت رقابتی و اطمینان خاطر در فعالیت می‌شود و هرچه بیشتر به سوی واقعیت فراگیر وابستگی متقابل پیش می‌رویم، اهمیت اعتماد هم بیشتر و هم حیاتی‌تر می‌شود. بی‌اعتمادی چه به دلیل رفتار غیراخلاقی و چه به دلیل رفتار اخلاقی، ولی غیرحرفه‌ای به وجود آید، موجب بروز برخورد و اصطکاک می‌شود (کووی استفن، ۱۳۸۸، ص ۱۹). با گسترش پدیده جهانی‌سازی، اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است؛ به طوری که اکثر صاحب‌نظران در علوم مختلف به اهمیت نقش اعتماد در سازمان‌ها اشاره کرده‌اند. اعتماد برای موفقیت سازمانی، انجام تغییرات مداوم در نقش‌ها و تکنولوژی‌ها و همچنین طراحی مشاغل و مسئولیت‌ها ضروری می‌باشد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۶۰).

یکی از ویژگی‌های برجسته مدیران امروزه، توانایی اعتمادآفرینی و پاسداری از آن می‌باشد. راه اعتمادآفرینی، اخلاق می‌باشد و مدیران همیشه بایستی بالاترین استانداردهای اخلاقی را در سازمان خود مدنظر قرار دهند. از طرفی دیگر، هوش اخلاقی توانایی درک درست از خلاف و داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آن‌هاست و مدیرانی که هوش اخلاقی داشته باشند، کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۱). اخلاقیات در سازمان به عنوان سیستمی از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که براساس آن، نیک و بد‌های سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. بنابراین، سازمان‌ها ناچار به انجام فعالیت‌های گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجهه غالب آن‌ها نشان دادن وجهه اخلاقی کارهای سازمان است.



هوش اخلاقی^۱ ظرفیت و توانایی درک مسائل خوب از مسائل بد است. از دیدگاه هوش عملی، این ظرفیت‌ها در یک فرایند آموزشی به ارزش‌ها و اخلاقیات تبدیل می‌شوند (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۱). هوش اخلاقی شامل گستره‌ی فراشناختی یا فراعملی است که واکنش شناخت‌ها، نگرش‌ها و فعالیت‌های اخلاقی را فقط در چارچوب سیستم‌های ارزشی فردی امکان‌پذیر می‌سازد. هوش اخلاقی قادر است مسئولیت انتخاب‌ها و فعالیت‌ها را از نظر اخلاقی برعهده گیرد. محققان هوش اخلاقی را وابسته به هفت ارزش عمده می‌دانند: همدلی، وجدان، خودکنترلی، احترام، مهربانی، تحمل و انصاف. سه اصل اول، همدلی و وجدان و خودکنترلی، هسته‌ی اخلاقی هوش اخلاقی را نشان می‌دهند (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۰).

هوش اخلاقی توانایی ذهنی برای شناسایی این موضوع است که چگونه اصول انسانی، مانند قانون طلایی باید در ارزش‌ها و هدف‌ها و کارکردهای فردی ما به کار گرفته شود (لینک و کیل، ۲۰۰۵، ص ۵-۷). قانون طلایی بسیاری از تمدن‌ها را در مدت قرن‌ها هدایت و راهنمایی کرده است و سخن پیامبر اسلام ﷺ نیز هست [که] با دیگران همان‌گونه رفتار کنید که می‌خواهید با شما رفتار شود و تلاش کنید این اصل، قانون اساسی اخلاقی سازمان شما باشد (مختاری پور و سیادت، ۱۳۸۸، ص ۳۲-۳۱).

هوش اخلاقی توصیف‌کننده‌ی تمایل و توانایی فرد در پیشبرد اهداف غیرشخصی و مسائلی به‌غیر از مسائل شخصی است (تروئرو براچ فیلنر، ۲۰۰۹، ص ۱). هوش اخلاقی هوشی است که قواعد پویا و پایدار را ساختاردهی می‌کند و فعالیت فرد را در محیطش شناسایی می‌کند. هوش اخلاقی ظرفیت خود را با اضافه کردن ارزش و نفوذ خود بر محیط و دیگران و نیز مدیریت زمان خود مشخص می‌سازد. هوش اخلاقی دارای چهار عنصر اصلی است:

۱. درستکاری: انجام آنچه که درست است، نه تنها برای خود، بلکه برای دیگران

(اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۱).

1. Moral Intelligence.



به عبارت دیگر، درستکاری یعنی ایجاد هماهنگی بین آنچه که به آن باور داریم و آنچه که به آن عمل می‌کنیم، انجام آنچه که می‌دانیم درست است و گفتن حرف راست در تمام زمان‌ها. کسی که هوش اخلاقی بالایی دارد، به شیوه‌ای که با اصول و عقایدش سازگار باشد، عمل می‌کند (مختاری پور و سیادت، ۱۳۸۸، ص ۳۰).

۲. مسئولیت‌پذیری: پاسخ‌گوبودن در برابر اعمال و پیامدهای ناشی از اقدامات (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۱).

کسی که هوش اخلاقی بالایی دارد، مسئولیت اعمال و پیامدهای آن اعمال، همچنین اشتباهات و شکست‌های خود را نیز می‌پذیرد (سیادت و مختاری پور، ۱۳۸۸، ص ۳۰).

۳. دلسوزی: توجه به دیگران که دارای تأثیر متقابل است. اگر نسبت به دیگران مهربان و دلسوز بودیم، آنان نیز در زمان نیاز با ما همدردی می‌کنند و مهربان خواهند بود (سیادت و مختاری پور، ۱۳۸۸، ص ۳۰).

۴. گذشت: گذشت یعنی آگاهی از عیب‌های خود و تحمل خطاهای دیگران (لینک و کیل، ۲۰۰۵) و تحمل اشتباه‌ها و کاستی‌های خود و دیگران که به معنی کاهش استانداردهای اخلاقی نیست (ازبورن، ۲۰۱۱، ص ۲).

اخلاق در مدل دیگری هفت ویژگی اصلی دارد که فرد می‌تواند از طریق توافق و هماهنگی با سطح هوش اخلاقی خود، آن را گسترش دهد. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: کنترل مهارکننده، همدلی، پایداری و ثبات، انصاف، مسئولیت‌پذیری، همکاری و منطق.

هوش اخلاقی فقط برای رهبری اثربخش اهمیت ندارد. هوش اخلاقی «هوش حیاتی» برای همه انسان‌هاست؛ به دلیل اینکه هوش اخلاقی، شکل‌های دیگر هوش را به انجام کارهای ارزشمند هدایت می‌کند. هوش اخلاقی به زندگی ما هدف می‌دهد. ما بدون هوش اخلاقی قادر به انجام کارها و رویدادهای تجربه‌شده هستیم؛ اما آن‌ها فاقد معنی هستند. ما بدون هوش اخلاقی نمی‌دانیم آنچه انجام می‌دهیم، چرا انجام می‌دهیم و یا حتی چه چیزهایی وجود ما را در نظام خلقت از برخی موجودات متفاوت می‌سازد (لینک



وکیل، ۲۰۰۵، ص ۴۰). هوش اخلاقی رفتار مناسب را تقویت می‌کند و قادر است پایداری زندگی اجتماعی را در طول زمان فراهم سازد تا حدی که هوش اخلاقی شانس بقا را افزایش می‌دهد و حتی به طول عمر افراد می‌افزاید. بدون هوش اخلاقی زندگی اجتماعی دوامی نخواهد داشت و بقای این گروه در معرض خطر است (دی نورسیا، ۲۰۱۰، ص ۱۶).

هوش اخلاقی نشان‌دهنده این واقعیت است که ما اخلاقی یا غیراخلاقی به دنیا نمی‌آییم؛ بلکه ما باید یاد بگیریم که چگونه می‌شود خوب باشیم. آنچه که ما احتیاج داریم، روش‌هایی هوشمندانه برای انجام کارهای درست است و این چیزی است که ما به آن هوش اخلاقی می‌گوییم و این نتیجه آموزشی است که چگونه می‌توان با دیگران رفتار کرد (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۲). هوش اخلاقی شامل ترکیبی از دانش و تمایل اراده است. این هوش شامل روشی است که ما فکر و احساس می‌کنیم و عمل تشخیص درست از اشتباه به تنهایی ممکن نیست احساسات، مهارت‌ها یا اعمال ما را تغییر دهد (رودنی کلارکن، ۲۰۱۰، ص ۱-۵).

پژوهشگران نشان دادند که شرکت‌هایی که عملکرد بالایی دارند، رهبرانی داشتند که هوش اخلاقی را در سراسر سازمان خود ترویج دادند؛ زیرا آن‌ها بر این باورند که کار درست را باید انجام داد (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۲). رهبران اخلاقی یک تعهد درازمدت به آرمان‌های اخلاقی دارند که احترام به بشر از نمونه‌های آن است. آن‌ها عمیقاً به اعتقادات اخلاقی خود توجه داشته و ظرفیت مادام‌العمر برای آموختن از دیگران دارند که این ناشی از وسواس یا دقت زیاد آن‌ها در فعالیت‌هایشان است (مک گرگور، ۲۰۱۰، ص ۳-۸). بنابراین، هوش اخلاقی کارکنان و مدیران بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد (ویسکاتو همکاران، ۲۰۱۰، ص ۲۹۲). رویکرد بوربا برای کمک به رشد هوش اخلاقی افراد مبتنی بر سه مفهوم است:

۱. توانایی تشخیص درست و نادرست؛

۲. ایجاد و حفظ اعتقادات اخلاقی قوی؛



۳. تمایل به عمل بر اساس این اعتقادات با روشی شرافتمندانه (بوربا، ۲۰۰۱، ص ۷).
 هوش اخلاقی می‌تواند بر عملکرد و موفقیت سازمان در زمینه‌هایی تأثیر گذارد:
۱. توجه به منافع ذی‌نفعان: علاوه بر سهام‌داران گروه‌های دیگری نیز وجود دارند که از اقدامات سازمان تأثیر می‌پذیرند و دارای منافع مشروعی در سازمان هستند. از جمله این گروه‌ها می‌توان به مشتریان، تأمین‌کنندگان مواد اولیه، دولت و جامعه اشاره کرد.
۲. افزایش سود و مزیت رقابتی: توجه به تمام افراد و گروه‌هایی که ذی‌نفع هستند، میزان سود شرکت‌ها را در بلندمدت افزایش خواهد داد؛ زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی، اعتماد مردم و کاهش جرائم می‌شود.
۳. افزایش تنوع‌طلبی: متخصصان پیش‌بینی می‌کنند که نیروی کار، به‌گونه‌ی روزافزون، متنوع‌تر خواهد شد و شرکت‌هایی که بتوانند نیازهای این افراد متنوع را درک کرده و از این تنوع، به‌خوبی بهره‌گیرند، موفق خواهند بود.
۴. کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل: ترویج خودکنترلی در سازمان، به‌عنوان یکی از مکانیزم‌های اصلی کنترل، از جمله مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزش‌های فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش هزینه‌های ناشی از روش‌های کنترل مستقیم شده و موجب افزایش سود می‌شود.
۵. بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات: یکی از نتایج رعایت اخلاق کار در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به‌نوبه خود، باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه‌ها شده، عملکرد تیمی را بهبود می‌بخشد.
۶. افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان: اخلاق بر فعالیت انسان‌ها تأثیر قابل‌توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان است. مدیریت ارزش‌های اخلاقی در محیط کار موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویت می‌کند، اعتماد روابط بین افراد و گروه‌ها را بهبود می‌بخشد.
۷. افزایش مشروعیت سازمان: امروزه در شرایط جهانی شدن و گسترش شبکه‌های اطلاعاتی، از سازمان‌ها انتظار می‌رود در برابر مسائل محیط‌زیست، رعایت منافع جامعه،

حقوق اقلیت‌ها و... حساسیت داشته، واکنش نشان دهند. موفق‌ترین سازمان‌ها دارای فرهنگی هستند که همسوی ارزش‌های قوی اخلاقی‌اند. رفتار غیر اخلاقی، محیط کسب و کار را برضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می‌شود. وجود توجیهات اخلاقی برای اقداماتی که سازمان‌ها در داخل خود انجام می‌دهند و نشان دادن تعهدات اخلاقی سازمان به افکار عمومی، بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیت‌های سازمان‌ها برای بهبود عملکرد و کسب موفقیت است (مختاری پور و سیادت، ۱۳۸۸، ص ۳۱).

مفهوم اعتماد

اعتماد نظیر هواست. همه انسان‌ها وقتی به آن توجه دارند که وجود ندارد. همچنین، اعتماد متاعی گذرا درون هر سازمان است و باید برای خدمت و رشد به طور مستمر ساخته و نوسود (هو، کان، تارتر، ۲۰۰۴: ۲۵۹-۲۵۰). در موقعیت‌های مخاطره آمیز، این اعتماد است که باعث می‌شود کارکنان سیاست‌ها و خواست‌های سازمان که تأثیرات مثبتی بر آن دارد را بپذیرند و راجع به آن سیاست‌ها در خودشان انتظارات مثبتی ایجاد کنند (لیوکا و دیگران، ۱۹۹۷، ص ۴۲۸-۴۵۹).

فرایند اعتماد

فرایند اعتماد معمولاً در سه مرحله شکل می‌گیرد:

۱. اعتماد به عنوان باور: شامل مجموعه‌ای از عقیده‌ها برای یکپارچه کردن دیگر شرکاست؛ به طوری که فرد می‌تواند تصور کند، عمل شریک نتایج مثبتی دارد؛
۲. اعتماد به عنوان تصمیم: یعنی تصمیم بگیریم که به دیگری اعتماد کنیم. در موقعیت واقعی دو انتظار وجود دارد: یکی انتظار وجود رفتار قابل اعتماد و دیگری تمایل به عمل کردن. دودسته بندی در این زمینه بیان شده است: ۱. رفتارهای اتکامحور؛ به عنوان مثال کنترل مدیر بر تصمیم و بررسی اعمال زیردستان؛ ۲. رفتارهای مربوط به آشکار سازی داده‌ها و شریک کردن دیگران در آن.

۳. اعتماد به عنوان عمل: در این مرحله فرد قصد انجام کاری را دارد که بر اساس

اعتماد است.



نقش هوش اخلاقی در اعتماد آفرینی

- موفقیت از اخلاق حرفه‌ای سرچشمه می‌گیرد.
- اخلاق حرفه‌ای از اعتماد آفرینی ایجاد می‌شود.
- اعتماد آفرینی از پیش‌بینی رفتار ایجاد می‌شود.
- پیش‌بینی رفتار از مستمر و قانونمند بودن رفتار سرچشمه می‌گیرد.
- مستمر بودن و قانونمندی از مسئولیت ناشی می‌شود.
- مسئولیت از قانون و باورهای فرد شکل می‌گیرد (قراملکی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۳).

مزایای اعتماد در سازمان‌ها

مزایای متعددی برای سازمان‌های با سطح بالایی از اعتماد، عنوان شده که این مزایا به این شرح است:

۱. تسهیم بهتر دانش، به خاطر روابط اعتمادگونه، مراجع مشترک، اهداف مشترک؛
۲. کاهش هزینه‌های مبادله به خاطر سطح بالای اعتماد و روحیه همکاری.
۳. کاهش نرخ جابه‌جایی در سازمان و کاهش هزینه‌های تفکیک، آموزش و استخدام، اجتناب از گسیختگی‌های مرتبط با تغییرات دائمی کارکنان و حفظ اطلاعات با ارزش سازمان و...؛
۴. همبستگی بسیار در عمل، به دلیل ثبات سازمانی و درک مشترک (حسن پورو نیاکان، ۱۳۸۶، ص ۴۲).

انواع اعتماد در سازمان

سه نوع اعتماد در سازمان‌ها شناسایی شده است:

۱. اعتماد سازمانی: اعتمادی که به موجب آن خط‌مشی‌های سازمان، به‌طور منصفانه اداره می‌شود؛
۲. اعتماد استراتژیکی: اعتماد در مأموریت، استراتژی سازمان و توانایی برای کسب موفقیت؛





۳. اعتماد شخصی: اعتمادی که زبردستان به مدیرانشان دارند تا علاقه آنان بی طرفانه در نظر گرفته شود (کالفورد دراپیا، ۲۰۰۷، ص ۲۵۹-۲۵۰).

در این تحقیق هوش اخلاقی، به عنوان متغیر پیش بین و اعتماد آفرینی، به عنوان متغیر ملاک (وابسته) مورد مطالعه قرار گرفته است. از عوامل مهمی که می تواند به برقراری یک ارتباط خوب و سازنده کمک کند، اعتماد آفرینی است (عبدالباقی و دلوی، ۱۳۸۶، ص ۲۷). سازمان محتاج اعتماد آفرینی در همه عناصر محیط می باشد و شامل پنج مؤلفه به نام اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار، اعتماد متقابل است (قراملکی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۳). از طرفی، هوش اخلاقی نشان دهنده این واقعیت است که ما اخلاقی و غیر اخلاقی به دنیا نمی آیم. در حقیقت، آنچه که ما احتیاج داریم، استفاده از روش های هوشمندانه برای انجام کارهای درست است (اسماعیلی طرزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۲). همچنین، هوش اخلاقی توانایی تشخیص درست از اشتباه است که با تکیه بر اعتماد آفرینی، التزام اخلاقی ویژه ای را برای هر عضو به وجود می آورد که این کار نیازمند رهبری با هوش اخلاقی بالاست و شامل چهار اصل درستکاری، مسئولیت پذیری، گذشت و دلسوزی است (لینک و کیل، ۲۰۰۵، ص ۴۰). همچنین، ایجاد اعتماد شرط لازم برای تشریک مساعی در سازمان است.

همچنان که نتایج مطالعات مختاری پور و سیادت (۱۳۸۸) نشان داد، رهبران با هوش اخلاقی زیاد، کار درست را درست انجام می دهند، اعمال آنها پیوسته با ارزش ها و باورهایشان هماهنگ است، عملکرد خوبی دارند و همیشه کارها را با اصول اخلاقی پیوند می زنند. آراسته و همکاران (۱۳۸۹) نیز نشان دادند، بین مؤلفه های هوش اخلاقی تفاوت معنی داری وجود دارد. همچنین، نتایج آزمون همبستگی بر رابطه مثبت و معنی داری میان سن و سطح تحصیلات و هوش اخلاقی دلالت داشت. ولیخانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند، هوش اخلاقی و مؤلفه های آن از سرمایه های اجتماعی سازمان هستند و از بین این مؤلفه ها مسئولیت پذیری با ۲۵/۵ درصد، بیشترین قدرت تبیین سرمایه اجتماعی را دارد و در مرتبه دوم، دلسوزی با ۷/۸ درصد و در مرتبه سوم، صداقت

با ۳/۳ درصد سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند و در مجموع، ۳۶/۷ درصد سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند و بخشش پیش‌بینی‌کننده معنی‌دار سرمایه اجتماعی نیست و از مدل پیش‌بینی حذف شده است. بنابراین، هرچه مدیران از هوش اخلاقی بیشتری برخوردار باشند، سرمایه‌های اجتماعی ارزشمندی برای سازمان هستند.

بهرامی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند، اعضای هیئت علمی و کارکنان در مؤلفه‌های درستکاری و بخشش و مسئولیت‌پذیری وضعیت خیلی خوبی دارند و در مؤلفه دلسوزی، به ترتیب دارای وضعیت خیلی خوب و خوب هستند. اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند، بین هوش اخلاقی و میزان اعتمادآفرینی مدیران رابطه معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد و بین هوش اخلاقی و اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار و اعتماد متقابل رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. فریدونی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند، بین سطح هوش اخلاقی استادان با نوع سبک تدریس آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین ابعاد هوش اخلاقی، شامل درستکاری، مسئولیت‌پذیری، گذشت و دلسوزی با سبک تدریس آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و می‌توان سبک تدریس آنان را از روی هوش اخلاقی آنان پیش‌بینی کرد. فضل‌الهی و ملکی‌توانا (۱۳۹۳) نیز نشان دادند، بین میزان هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بین ابعاد درستکاری، گذشت، دلسوزی و مسئولیت‌پذیری هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و هوش اخلاقی پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای اعتمادآفرینی مدیران است.

سال‌ها تلاش و تجربه در محیط‌های فرهنگی و آموزشی و به‌ویژه مدیریت در دانشگاه این دیدگاه را در محقق شکل داد که مدیران باید بتوانند اعتمادآفرینی کرده و بر اعضای هیئت علمی و کارکنان و دانشجویان تأثیرگذار باشند و در مقابل، از کارکنان خود انتظار وفاداری داشته باشند. براین اساس، به نظرمی‌رسد ویژگی‌هایی، مانند گذشت، درستکاری، مسئولیت‌پذیری و دلسوزی در محیط‌های دانشگاهی و به‌ویژه در دانشگاه اسلامی، می‌تواند منجر به اعتمادآفرینی در مدیران شود. ازاین‌رو، در این تحقیق رابطه



بین هوش اخلاقی و ابعاد اعتمادآفرینی مدیران در دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، به عنوان یکی از دانشگاه‌های بزرگ اسلامی بررسی می‌شود. سؤال اصلی در این پژوهش این است که آیا بین هوش اخلاقی با اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی قم رابطه وجود دارد؟ و آیا بین هوش اخلاقی و ابعاد گوناگون اعتمادآفرینی مدیران، یعنی اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار و هوش اخلاقی با اعتماد متقابل، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؟ براین اساس، هدف تحقیق تعیین وجود رابطه بین میزان هوش اخلاقی و مؤلفه‌های اعتمادآفرینی مدیران، یعنی اعتماد راسخ، اعتماد مبتنی بر صداقت، اعتماد فراگیر، اعتماد پایدار و هوش اخلاقی با اعتماد متقابل است.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق از نظر اهداف، کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری، شامل تمامی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم است که در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۳ در رده‌های گوناگون مدیریتی، اعم از مدیریت گروه‌های آموزشی و مدیریت‌های ستادی و معاونان مشغول انجام وظیفه بودند. براساس اعلام مسئولان این افراد حدود ۱۲۰ نفر بودند که براساس جدول مورگان و کرجسی (اقتباس از حسن‌زاده، ۱۳۸۲، ص ۱۳۳) ۹۲ نفر از آنان به شیوه تصادفی ساده، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پس از بررسی و از رده خارج کردن پرسش‌نامه‌های ناقص و غیرقابل بررسی ۸۴ نفر تجزیه و تحلیل شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات دو پرسش‌نامه استاندارد هوش اخلاقی لنینک و کیل، حاوی ۲۰ سؤال بسته پاسخ از نوع مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت با پایایی معادل ۰/۸۶ مطابق آلفای کرانباخ و پرسش‌نامه استاندارد اعتمادآفرینی (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۵) با پایایی ۰/۸۲. براساس آلفای کرانباخ است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها علاوه بر آمار توصیفی از آمار استنباطی در حد آزمون همبستگی گشتاوری پیرسون و T برای معنی‌داری دو متغیر استفاده شد.



یافته‌ها

در این بخش یافته‌ها براساس داده‌های جمع‌آوری شده درخصوص فرضیه‌های مطالعه شده در قالب جدول‌های زیر ارائه شده است:

جدول ۱. آماره‌های مربوط به رابطه هوش اخلاقی با اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4.402	4.381	84	0.664	8.041	2/390	82
اعتمادآفرینی							

مطابق اطلاعات جدول میانگین هوش اخلاقی مدیران ۴/۴۰۲ و اعتمادآفرینی آنان ۴/۳۸۱ و همبستگی بین این دو متغیر براساس آزمون همبستگی پیرسون ۰/۶۶۴ محاسبه شده است که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان ۰/۹۹ و درجه آزادی $DF=82$ (۰.۲۵۶) معنی دار است. همچنین، براساس آزمون T برای معنی‌داری همبستگی بین دو متغیر، چون T محاسبه (۸/۰۴۱) از T بحرانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ و $\alpha=0.01$ و درجه آزادی ۸۲ (۲/۳۹۰) بزرگ‌تر است؛ پس فرضیه صفر رد می‌شود. با توجه به معنی‌دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان ۰/۹۹ می‌توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی مدیران در دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲. آماره‌های مربوط به رابطه هوش اخلاقی و اعتماد راسخ مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4.402	4.354	84	0.369	3.599	۲/۳۹۰	82
اعتماد راسخ							

مطابق اطلاعات جدول میانگین هوش اخلاقی مدیران ۴/۴۰۲ و اعتماد راسخ آنان ۴/۳۵۴ و همبستگی بین این دو متغیر براساس آزمون همبستگی پیرسون ۰/۳۶۹ محاسبه شده که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان ۰/۹۹ و درجه



آزادی $DF=82$ (0.256) معنی دار است. همچنین، براساس آزمون T برای معناداری همبستگی بین دو متغیر، چون T محاسبه $(8/0.41)$ از T بحرانی در سطح اطمینان $0/99$ و $\alpha=0/01$ و $DF=82$ ($2/390$) بزرگ تر است؛ پس فرضیه صفر رد می شود. با توجه به معنی دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان $0/99$ می توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی و اعتماد راسخ مدیران دانشگاه آزاد اسلامی قم، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

جدول ۳. آماره های مربوط به رابطه هوش اخلاقی با اعتماد مبتنی بر صداقت مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4.402	4.292	84	0.484	5.014	2/390	82
اعتماد مبتنی بر صداقت							

مطابق اطلاعات جدول، میانگین هوش اخلاقی مدیران $4/402$ و اعتماد مبتنی بر صداقت آنان $4/292$ و همبستگی بین این دو متغیر براساس آزمون همبستگی پیرسون $0/484$ محاسبه شده که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان $0/99$ و درجه آزادی $DF=82$ (0.256) معنی دار است. همچنین، براساس آزمون T برای معنی داری همبستگی بین دو متغیر، چون T محاسبه $(5/0.14)$ از T بحرانی در سطح اطمینان $0/99$ و $\alpha=0/01$ و $DF=82$ ($2/390$) بزرگ تر است؛ پس فرضیه صفر رد می شود. با توجه به معنی دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان $0/99$ می توان نتیجه گرفت که بین میزان هوش اخلاقی و اعتماد راسخ مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.



جدول ۴. آماره‌های مربوط به رابطه هوش اخلاقی و اعتماد فراگیر مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4.402	4.425	84	0.441	4.444	2/390	82
اعتماد فراگیر							

مطابق اطلاعات جدول، میانگین هوش اخلاقی مدیران ۴/۴۰۲ و اعتماد فراگیر آنان ۴/۴۲۵ و همبستگی بین این دو متغیر بر اساس آزمون همبستگی پیرسون ۰/۴۴۱ محاسبه شده که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان ۰/۹۹ و درجه آزادی $DF=82$ (۰.۲۵۶) معنی دار است. همچنین، بر اساس آزمون T برای معنی داری همبستگی بین دو متغیر، چون T محاسبه (۴/۴۴۴) از T بحرانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ و $\alpha=0.01$ و $DF=82$ (۲/۳۹۰) بزرگ تر است؛ پس فرضیه صفر رد می‌شود. با توجه به معنی دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان ۰/۹۹ می‌توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی و اعتماد فراگیر مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

جدول ۵. آماره‌های مربوط به رابطه هوش اخلاقی با اعتماد پایدار مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4.402	4.43	84	0.439	4.418	2/390	82
اعتماد پایدار							

مطابق اطلاعات جدول، میانگین هوش اخلاقی مدیران ۴/۴۰۲ و اعتماد پایدار آنان ۴/۴۳ و همبستگی بین این دو متغیر بر اساس آزمون همبستگی پیرسون ۰/۴۴۱ محاسبه شده که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان ۰/۹۹ و درجه آزادی $DF=82$ (۰.۲۵۶) معنی دار است. همچنین، بر اساس آزمون T برای معنی داری همبستگی



بین دو متغیر، چون T محاسبه (۴/۴۱۸) از T بحرانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ و $\alpha=0/01$ و $DF=82$ (۲/۳۹۰) بزرگ تر است؛ پس فرضیه صفر رد می شود. با توجه به معنی دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان ۰/۹۹ می توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی و اعتماد پایدار مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

جدول ۶. آماره های مربوط به رابطه هوش اخلاقی با اعتماد متقابل مدیران دانشگاه

متغیر	\bar{X}	\bar{Y}	N	r_{XY}	T	$T_{\alpha(0.01)}$	df
هوش اخلاقی	4402	4433	84	0.467	4.776	2/390	82
اعتماد متقابل							

مطابق اطلاعات جدول، میانگین هوش اخلاقی مدیران ۴/۴۰۲ و اعتماد پایدار آنان ۴/۴۳ و همبستگی بین این دو متغیر بر اساس آزمون همبستگی پیرسون ۰/۴۶۷ محاسبه شده که در مقایسه با همبستگی جدول در سطح اطمینان ۰/۹۹ و درجه آزادی $DF=82$ (۰.۲۵۶) معنی دار است. همچنین، بر اساس آزمون T برای معنی داری همبستگی بین دو متغیر، چون T محاسبه (۴/۷۷۶) از T بحرانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ و $\alpha=0/01$ و $DF=82$ (۲/۳۹۰) بزرگ تر است؛ پس فرضیه صفر رد می شود. با توجه به معنی دار شدن همبستگی بین دو متغیر با اطمینان ۰/۹۹ می توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی با اعتماد متقابل مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتیجه

اغلب رفتارها و تصمیم های کارکنان و مدیران دانشگاه ها، تحت تأثیر ارزش های اخلاقی آن هاست. از آنجاکه نیروی انسانی، چه به صورت فردی و چه به صورت گروهی و در تعامل با دیگران، همچنان مهم ترین عامل مزیت رقابتی به شمار می آید، قضاوت افراد درباره



درستی یا نادرستی کارها برکمیت و کیفیت عملکرد آنان و به تبع آن، عملکرد سازمان و در نتیجه موفقیت آن به شدت تأثیر می‌گذارد. از این رو، توجه به اصول اخلاقی برای سازمان‌ها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اخلاق کار می‌تواند از راه تنظیم بهتر روابط، کاهش اختلاف و تعارض و افزایش جو تفاهم و همکاری و نیز کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل، عملکرد را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین، هوش اخلاقی موجب افزایش تعهد و ایجاد اعتماد و مسئولیت‌پذیری بیشتر در کارکنان شده و به بهبود کارایی فردی و گروهی می‌انجامد. رعایت اخلاقیات در برخورد با ذی‌نفعان داخلی و بیرونی، باعث افزایش مشروعیت اقدامات سازمان و استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی شده و سرانجام موجب بهبود سودآوری و مزیت رقابتی می‌شود. نتایج این تحقیق با هدف بررسی رابطه هوش اخلاقی با ابعاد اعتماد آفرینی مدیران دانشگاه نشان داد:

• بین هوش اخلاقی و اعتماد آفرینی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این یافته با یافته‌های اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) و فضل‌الهی و ملکی توانا (۱۳۹۳) مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار بین هوش اخلاقی و اعتماد آفرینی، کاملاً توافق دارد.

• بین هوش اخلاقی با اعتماد راسخ مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این یافته با نتایج اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) تناسب دارد.

• بین هوش اخلاقی و اعتماد فراگیر مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این یافته با نتایج اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) تناسب دارد.

• بین هوش اخلاقی و اعتماد پایدار مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این یافته با نتایج اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) تناسب دارد.

• بین هوش اخلاقی و اعتماد متقابل مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این یافته با نتایج اسماعیلی طرزی و همکاران (۱۳۹۲) تناسب دارد.



بر اساس نتایج تحقیق، هوش اخلاقی پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه‌هاست. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند با برنامه‌ریزی و تدبیر مناسب، ضمن ارتقای هوش اخلاقی مدیران و کارکنان خود، زمینه را برای افزایش اعتمادآفرینی مدیران در ابعاد گوناگون اعتماد متقابل، اعتماد پایدار، اعتماد فراگیر، اعتماد راسخ فراهم ساخته و اثربخشی و کارایی دانشگاه‌ها را از طریق سرمایه‌های اجتماعی خودشان بهبود بخشند. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند با خلق موقعیت‌های جدید و مدیریت بهینه دانش، نوآوری و خلاقیت سازمانی خود را در ابعاد علمی و اجتماعی به‌عنوان سازمان فرهنگ‌ساز پیشرو توسعه دهند. به نظر می‌رسد، آنچه در ارتقای هوش اخلاقی و اعتمادآفرینی، بسیار اساسی است، عبارت است از: توسعه رسالت و آرمان و ارزش‌های انسانی از طریق اجرای برنامه‌های آموزش اخلاق برای مدیران و کارکنان دانشگاه‌ها و تلفیق اهداف کارکنان و مدیران با دیدگاه‌های ارزشی و نیز ایجاد اعتماد و اطمینان و مسئولیت‌پذیری بین مدیران دانشگاه.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



منابع

۱. آراسته، حمیدرضا و دیگران؛ «بررسی هوش اخلاقی دانشجویان»؛ فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۱۰ و ۱۱ (۱۳۸۹)، ص ۲۰۱-۲۱۴.
۲. اسماعیلی طرزی، زهرا و دیگران؛ «رابطه هوش اخلاقی با میزان اعتمادآفرینی مدیران»؛ فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هشتم، شماره ۱ (۱۳۹۲)، ص ۷۰-۸۴.
۳. بهرامی، محمدامین و دیگران؛ «سطح هوش اخلاقی اعضای هیأت علمی و کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد»؛ مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، دوره پنجم، شماره ۶ (۱۳۹۱)، ص ۷۶-۸۸.
۴. حسن پور، اکبر و نازیلا نیاکان، «سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار»؛ ماهنامه تدبیر، شماره ۱۸۳ (۱۳۸۶)، ص ۴۲.
۵. دانایی فرد، حسن و دیگران؛ «ارتقاء اعتماد درون سازمانی در بخش دولتی و بررسی نقش شایستگی مدیریتی مدیران»؛ مجله پژوهش های مدیریت؛ سال دوم، شماره ۴ (۱۳۸۸)، ص ۶۰.
۶. زارع محمدآبادی، حسین و دیگران؛ «بررسی میزان کاربست مؤلفه های دانشگاه یاددهنده از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه ها»؛ فصلنامه مطالعات تربیتی و روان شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، سال سوم، شماره ۱۰ (۱۳۸۸)، ص ۱۰۵-۱۲۶.
۷. زراعت، عباس؛ «راه های اسلامی کردن دانشگاه ها»؛ فصلنامه دانشگاه اسلامی، شماره ۱ (۱۳۷۶)، ص ۵۱-۶۴.
۸. عبدالباقی، عبدالمجید و محمدرضا دلوی؛ «اعتماد کلید ثروت های نامرئی»؛ ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۰ (۱۳۸۶)، ص ۲۷.
۹. فضل الهی قمشی، سیف اله و منصوره ملکی توانا؛ «بررسی رابطه بین ابعاد هوش اخلاقی با اعتمادآفرینی مدیران دانشگاه»؛ مجموعه مقالات نخستین همایش ملی علوم تربیتی و روانشناسی، مؤسسه اندیشه سازان مروودشت، آذرماه ۱۳۹۳.



۱۰. فریدونی، محمد و دیگران؛ بررسی رابطه بین سطح هوش اخلاقی اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه؛ مجله دانشکده پرستاری و مامایی ارومیه، دوره یازدهم، شماره ۱۱ (۱۳۹۲)، پی در پی ۵۲، ص ۸۵۴-۸۶۲.
۱۱. قراملکی، احد فرامرز؛ درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای؛ چ ۲، بی جا: انتشارات سرآمد، ص ۱۰۳، ۱۳۸۸.
۱۲. کاشانی، مجید؛ «تحلیل راهکارهای مصوب آموزش عالی برای تحقق فضای اسلامی دانشگاه‌ها»؛ فصلنامه دانشگاه اسلامی، شماره ۲۶ و ۲۵ (۱۳۸۴)، ص ۱۳-۴۶.
۱۳. کووی، استفن؛ سرعت اعتماد؛ آنچه همه چیز را دگرگون می‌کند؛ ترجمه رضوان صدقی نژاد؛ چ ۱، بی جا: انتشارات علم، ۱۳۸۸.
۱۴. مختاری پور، مرضیه و سیدعلی سیادت؛ «مدیریت با هوش اخلاقی»؛ ماهنامه تدبیر، شماره ۲۰۵ (۱۳۸۸)، ص ۳۱-۳۲.
۱۵. هس، مرات؛ اخلاق در مدیریت؛ ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی؛ تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۲.
۱۶. ولیخانی، ماشاله و دیگران؛ بررسی میزان هوش اخلاقی مدیران و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی سازمان (مطالعه موردی: مدیران بانک‌های دولتی شهر اصفهان)؛ فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، سال ششم، شماره ۱۸ (۱۳۹۱)، ص ۱۷۱-۱۹۸.
17. Lennick, D., & Kiel. (2005). moral intelligence the key to enhancing business Performance and leader shipsuccess. Wharton school publishing an imprint of Pearson education p7-5, -18-17, 23, 29, and 45.
18. Thorhauer, Y. & Blachfellner, S., (2009). "BusinessIntelligence Meets Mossral Intelligence". InternationalReview of Information Ethics. 1 (2), P. 1.





۱۹. Osborn, N., (2011). "Moral Intelligence". TeamInternational, 11107 Wurzbach Road. Suite 102. SanAntonio. P.20
www.teaminternational.net.
۲۰. DI Norcia, v, PhD, (2010). Moral intelligence and the social brain
Ethics and Sustainability Consultant Lecturer in Classics, Georgian
College, Barrie Lecturer in Sustainability, Ryerson University, Toronto
294 Cundles Rd West Barrie, Ontario, Canada L4Np: 16.
21. Coles, R. (1997). the moral intelligence of children: How to raise a
moral Child. New York: NAL/Dutton.
22. Rodney., H. clarken, (2010). Moral intelligence, Northern
Michigan University education, paper presented at the annual meeting
of the, school of American Educational research Association, Denver,
co, April 30-May4, and p: 1, 5, and 6-14-15-Batstone.
23. McGregor, L.T., (2010). "Consumer Moral Leadership" Mount
Saint Vincent University. Canada. PP. 3-8.
24. Waskitho1, N.T., Arif, S.S., Maksum, M. & Susanto, S., (2010).
"Study on Amortization in Irrigation Technology System, Proceedings
of the Third International Conference on .Mathematics and Natural
Sciences, P. 292.
25. Borba, M, (2001). The step-by-step plan to building moral
Intelligence. Available from; URL; www.parentingbookmark.
com/Pages/7virtues.htm.
26. Hoy, W.Kand C.J. Tarter, (2004). Organizational justice in
schools: No Justice without trust. Int. J. Educ. Manage., 18: 250-259.

27. Lewicki, R. J., McAllister, D. J., & Bies, R. J. (1998). Trust and distrust: New Relationships and realities. *The Academy of Management Review*, vol. 23 No.3, pp.428-459.
28. Galford, R. And A. Drapeau, (2007). *The Trusted Leader*; Available at: www.quickmba.com. *Proposal of Management*; Vol. 18, No. A, pp. 250-259.
29. Xianming, Xiang.(2006). Academic Management and Administration System Reform in Higher Education Institutions. *Journal of Frontiers of Education in china*, Vol 1, No1, pp10-78.

