



Academy of Organizational
Behavior Management

Organizational Behavior Studies Quarterly

Print ISSN: 2322-1518
Online ISSN: 3456-6452

Summer 2022 (Serial No. 42), Vol. 11, No. 2

Proactive Behavior, A New Concept in Organization's Behavior Dimension in Iran's Organizations

(Identifying Antecedent Of Proactive Behavior using Systematic Review)

Sara Kahrobaei¹

Saeed Mortazavi (Ph. D.)²

Ali Shirazi (Ph. D.)³

Alireza Khorakian (Ph. D.)⁴

Abstract

New features of today's organizations have led to the emergence of a new organizational structure called proactive behavior and to be considered as one of the important organizational behaviors. The reason for this importance is the effect that this structure has had on increasing individual, team and organizational effectiveness. Despite the proliferation of studies related to this structure, they are scattered and lack the necessary integration. In relation to reducing this gap, the present study, using a systematic review method and referring to scientific texts published in the time domain (1985-2019) has tried to clarify the conceptual concept of pioneering behavior, to count the antecedents related to this behavior. Findings led to the introduction of three types of individual, motivational and contextual antecedents with moderating variables of the intermediate group. Also, enumerating group and organizational antecedents as factors affecting individual behavior and affected by it and examining pioneering behavior in the form of longitudinal studies to reinforce the findings of this study were proposed as future directions of research.

Keywords: *Proactive Behavior; Antecedent; Systematic Review.*

1. Ph.D. Student, Behavioral management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

2. Professor, Department of Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran (Corresponding Author), mortazavi@um.ac.ir

3. Associate Professor, Department of Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

4. Associate Professor, Department of Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.



بررسی و تحلیل ساختار فکری مطالعات جهانی «اخلاق مدیریت» مبتنی بر مفاهیم پر کاربرد در سه دهه اخیر

فاطمه براتلو*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۹

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۱۲/۲۵

چکیده

هدف پژوهش توصیفی-تحلیلی حاضر، شناخت و تحلیل ساختار فکری مطالعات «اخلاق مدیریت» بر مبنای شناسایی واژگان مرتبط، به تفکیک حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در پایگاه استنادی وب.آو. ساینس طی سه دهه اخیر است. بر این اساس رویکرد پژوهش علم‌سنجی بوده و با روش‌هایی چون تحلیل محتوا، فنون تحلیل هم‌واژگانی و تحلیل شبکه اجتماعی و با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده شامل هیست‌سایت، بایب‌اکسل، گفنی و نیز نرم‌افزار وی‌اواس و یوئر و اس‌پی‌اس‌اس به انجام رسیده است. طبق نتایج مطالعات «اخلاق مدیریت» با میانگین نرخ رشد ۱۵,۵۹ درصد در سال، ماهیتی میان‌رشته‌ای داشته است. بیشترین مشارکت در تولید آثار علمی به ترتیب مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب‌وکار با شش خوشه، علوم اجتماعی با پنج خوشه، روان‌شناسی با هفت خوشه، علوم زیست‌محیطی با شش خوشه و مدیریت دولتی با چهار خوشه است. بررسی چگونگی نقش‌آفرینی کلیدواژگان نشان داد بیشترین مرکزیت درجه مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، تبادل رهبر و عضو و پایداری است. کلیدواژه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان، رهبری انتقالی و پایداری بیشترین مرکزیت نزدیکی و مسئولیت اجتماعی شرکت، معنابخشی و پایداری دارای بیشترین مرکزیت بینایی بوده و مهم‌ترین مفاهیمی هستند که حوزه مطالعات اخلاق مدیریت را رقم زده‌اند. همچنین طبق یافته‌ها، حوزه اقتصاد کسب‌وکار و علوم اجتماعی دارای بیشترین موضوعات مشترک با ۴۰۷ مورد، از ۹۸,۳ درصد همپوشانی برخوردارند. پنج حوزه موردبررسی، به لحاظ تعداد استنادات دریافتی و تعداد تولیدات علمی نیز تفاوت معنی‌داری دارند.

کلیدواژه: ساختار فکری؛ اخلاق مدیریت؛ تحلیل هم‌واژگانی؛ تحلیل شبکه اجتماعی؛ میان‌رشته.

مقدمه و بیان مسئله

دو معنا از اخلاق فهم می‌شود؛ در نخستین معنا، چگونگی رفتار افراد و بایدها و نبایدها، وظایف و تکالیف، درست‌ها و نادرست‌ها و در دومین معنا ارزش و ارزش‌مندی، مطلوب و خوب، مطرح است (پرودفوت و لیزی^۱، ۲۰۱۰: ۱۲۵). در فلسفه غرب، دو واژه اخلاق یا ائیکس یا اتیک^۲ و رفتار اخلاقی یا مورالیتی^۳ در اصل، معنای (حذف کاربرد دارند. این واژه نسبتاً یکسانی دارند، با این تفاوت که ریشه لغوی اولین واژه، یونانی و دومی، لاتینی است. همچنین در هر دو واژه، معنای منش یا خلق^۴ هم وجود دارد؛ با این تفاوت که در ریشه مورالیتی علاوه بر منش و خلق، معنای عادت و شیوه نیز هست (آناس^۵، ۲۰۰۱: ۴۸۵). به همین ترتیب، وقتی سخن از بحث فلسفی و نظری درباره مسائل اخلاقی در میان باشد، از واژه اخلاق یا اتیک استفاده می‌شود و هرگاه سرشت عملی و رفتار مورد توجه قرار گیرد، رفتار اخلاقی و مورالیتی استفاده خواهد شد (پرودفوت و لیزی، ۲۰۱۰: ۲۶۵).

اخلاق مدیریت^۶ شاخه‌ای از اخلاق کاربردی^۷ است و در مقابل فرااخلاق یا اخلاق فلسفی (بیدو^۸، ۲۰۰۱: ۸۱-۸۰)، به هر نوع تفکر یا عمل اخلاقی در حوزه‌های خاص اشاره دارد. از حیث معرفت‌شناختی، اخلاق به‌طور عام، ریشه در مطالعات فلاسفه و نیز در رویکردهای عالمان دینی و منتقدان اجتماعی ریشه داشته (قراملکی، ۱۳۸۳) و به تدریج به مباحث کاربردی تغییر مکان داده و با سازمان‌های امروزی، قابل انطباق شده است. مواجهه سازمان‌ها با مسئله اخلاق در تنگناهای شایع تصمیم‌گیری و اقدام است که در آن تصمیم‌گیرندگان دولتی / خصوصی در سازمان‌های بزرگ / کوچک، ... ناگزیر باید یک ارزشی اخلاقی را بر دیگری ارجح بدانند (برینکمن^۹، ۲۰۰۵؛ تافلر^{۱۰}، ۱۹۸۶) مانند برخورد عادلانه با کارکنان در مقابل دغدغه امنیت شغلی کارکنان که نشان از تقابل دو یا چند ارزش پیش روی یک تصمیم‌گیرنده دارد و در

1. Proudfoot&Lacey
2. Ethics/ ethic
3. Morals /morality
4. Character
5. Annas
6. Management ethics
7. Applied ethics
8. Bedau
9. Brinkmann
10. Toffler

آن هر اقدامی به ارزش اخلاقی دیگر لطمه خواهد زد (بانک جهانی^۱، ۲۰۱۸، ماکلاگان^۲، ۲۰۰۳).

اخلاق به عنوان مجموعه‌ای از باورهای مشترک درباره درست و غلط‌های جاری در تعاملات از مهم‌ترین مزایای رقابتی برای سازمان‌هاست که به دلایلی چون به‌سربردن در عصر بحران اخلاقی (استونر، ۱۳۷۹؛ زاهدی، ۱۳۷۹ و اسلامی ندوشن، ۱۳۸۰ به نقل از فقیهی و رضایی منش، ۱۳۸۴) اهمیتی روزافزون یافته است^۳. علم مدیریت ناگزیر از تفکری ژرف درباره «اخلاق» است، هر چند پیچیدگی‌های شناختی این مفهوم بر دشواری‌های درک اخلاق مدیریت افزوده است (برتی^۴ و دیگران، ۲۰۲۱). در این حال، هرگونه شناختی از مطالعات در این حوزه راهگشا و ارزشمند بوده و به شناسایی عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر بر اخلاق‌مندی سازمان‌ها و نیز فهم موضوعات و گفتمان‌های آن جهت استفاده و کاربرد در سازمان و مدیریت منجر خواهد شد. در همین راستا، در سال‌های اخیر «ترسیم نقشه دانش»^۵، «ترسیم نقشه علم»^۶ «مصورسازی دانش»^۷ و «مصورسازی علم»^۸ کاربرد وسیعی یافته و ترسیم «ساختار فکری»^۹ به عنوان یکی از مهم‌ترین وجوه مطالعات سنجش علم، برای حوزه‌های مختلف علمی اهمیت بسیاری پیدا کرده است (سهیلی، شعبانی و خاصه، ۱۳۹۵). به بیان دیگر، ارائه تصویر کلان از حوزه علمی «اخلاق مدیریت» از طریق استخراج و پردازش مفاهیم و موضوعات مطالعات انجام شده در این حوزه و کسب آگاهی از چگونگی رشد و توسعه آن طی زمان، از طریق ترسیم ساختار فکری دانش محقق می‌شود (نوروزی چاکلی، ۱۳۹۱).

یکی از روش‌های پر کاربرد برای ترسیم و تحلیل ساختار دانش در حوزه‌های مختلف، هم‌رخدادی واژگان است. این روش از دهه ۱۹۸۰ میلادی مبتنی بر این ایده رشد کرده که واژگان کلیدی مشترک میان مدارک، آثار و تولیدات علمی دلیلی بر نزدیکی آنها به یکدیگر است؛ پس بر مبنای شاخص‌هایی چون نزدیکی و شباهت می‌توان به ترسیم ساختار فکری حوزه‌ها و زمینه‌های علمی آنها پرداخت (وایتاگر^{۱۰}،

1. World Bank

2. Maclagan

3. See: Wray-Bliss, E (Wray-Bliss, Edward (2011). Ethics and organizational practice: Questioning the moral foundations of management, ORGANIZATION STUDIES, Volume: 32, Issue: 6, Pages: 853-856, DOI: 10.1177/0170840611410830.

4. Berti

5. Mapping Knowledge

6. Mapping Science

7. Visualization of Knowledge / Visualizing the Knowledge

8. Visualization of Science / Visualizing the Science

9. Intellectual structure

10. Whittaker

۱۹۸۹؛ احمدی و عصاره، ۱۳۹۶). به بیان دیگر، با توجه به ضرورت کاربست اخلاق مدیریت و افزایش پیچیدگی‌های مرتبط با این موضوع از یک سو و با در نظر داشتن اینکه ترسیم ساختار فکری به عنوان یکی از مهم‌ترین وجوه مطالعات علم سنجشی، اهمیت بسیاری در حوزه‌های مختلف در راستای شناسایی الگوهای پنهان و برجسته، تعیین روابط درونی و بیرونی میان مفاهیم (عصاره و همکاران، ۱۳۹۴)، آشکارسازی رویدادهای در حال ظهور، تعیین روابط سلسله‌مراتبی مفاهیم در هستان‌شناسی‌های حوزه‌های علمی و زمینه‌های دانش تخصصی، خوشه‌بندی مفاهیم حوزه‌های علمی و سیاست‌گذاری علم و دانش کسب کرده است (جعفری، فرشید و مصطفوی، ۱۳۹۹)، مسئله پژوهش حاضر، شناخت و تحلیل ساختار فکری مطالعات «اخلاق مدیریت» بر مبنای شناسایی واژگان مرتبط به تفکیک حوزه‌های علمی مختلف مشارکت‌کننده در این مطالعات بر اساس فنون هم‌رخدادی واژگان و تحلیل شبکه اجتماعی است. بر این اساس، پرسش‌های زیر مورد توجه قرار گرفته است:

۱. مطالعات اخلاق مدیریت چه ویژگی‌هایی داشته و گرایش‌های موضوعی آن به تفکیک حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در پایگاه وب.آو.ساینس کدام است؟
۲. چه میزان شباهت موضوعی میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده وجود دارد؟
۳. آیا میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در مطالعات اخلاق مدیریت به لحاظ تعداد استنادات و تعداد رکوردهای تولیدشده تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟
۴. نقشه‌های علمی^۱ مطالعات اخلاق مدیریت کدام است و تجزیه و تحلیل آنها بیانگر چه یافته‌هایی است؟

چارچوب نظری

فرایند نگاشت یا ترسیم نقشه‌های موضوعی علوم در نگاه بورنر و همکاران (۲۰۰۳) شامل شش مرحله است. نخستین گام، استخراج اطلاعات مناسب با استفاده از راهبردهای مختلف جستجو است. تعداد مدارک می‌تواند از چند صد تا چند هزار مدرک باشد. کیفیت نقشه‌ها به این اطلاعات وابسته است. مرحله دوم انتخاب واحد تحلیل با توجه به سؤال تحقیق است. رایج‌ترین‌شان شامل آثار/مدارک، نویسندگان، واژگان

و سایر اصطلاحات توصیف کننده‌ای است که هر یک با برجسته ساختن جنبه‌ای از حوزه مورد مطالعه، امکان تحلیل مختلفی را فراهم می‌آورد. مرحله سوم کاربرد واژه‌های فنی است که به عنوان شاخص شناسایی شباهت بین مقاله‌ها با پیشوندهای Co- و Inter- ساخته می‌شوند، مانند Intercitation, Interdocument, Co-word. محاسبه شباهت‌ها به روش‌های مختلف مانند ارتباطات استنادی یا ارجاعی^۱، شباهت‌های هم‌رخدادی^۲ در مرحله چهارم قرار دارد. پس از آن، دسته‌بندی است که به روش‌های مختلفی صورت می‌پذیرد، از مهم‌ترینشان می‌توان به تحلیل خوشه‌ای^۳ اشاره داشت. مرحله آخر استفاده از فنون نمایش و مصورسازی اطلاعات به صورت دیداری با کمک انواع پالایش‌های اطلاعات^۴، روش‌های مختلف بزرگ‌نمایی^۵ و تغییر زاویه دید^۶ است (بورنرو همکاران، ۲۰۰۳؛ به نقل از رمضان و همکاران، ۱۳۹۳؛ دانش و نعمت‌الهی، ۱۳۹۹؛ عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

پس از ترسیم، تفسیر نقشه‌ها بسیار مهم خواهد بود. از آنجا که نقشه‌های علمی دارای ساختاری مشابه با شبکه‌های اجتماعی است، می‌توان در تحلیل از فنون تحلیل شبکه‌های اجتماعی^۷ استفاده کرد (شکفته و حریری، ۱۳۹۲؛ الهی و همکاران، ۱۳۹۱؛ سهیلی و عصاره، ۱۳۹۲). در پژوهش توصیفی-تحلیلی حاضر نیز که با استفاده از روش‌های علم‌سنجی و به‌طور مشخص تحلیل هم‌رخدادی واژگان‌ها به عنوان پرکاربردترین روش ترسیم نقشه‌های مفهومی و مناسب‌ترین راه برای کشف ارتباط میان حوزه‌های پژوهشی علم انجام شده، سه معیار درجه (رتبه)^۸، بینایی^۹ و نزدیکی^{۱۰} که به سنجه‌های مرکزیت فریمن مشهورند در تحلیل به کار گرفته شده است. مرکزیت، در واقع چگونگی روابط برقرار شده میان اعضای شبکه را نشان می‌دهد (کیولار و همکاران، ۲۰۱۶)، مرکزیت، درجه میزان پیوندهای میان یک گره با دیگر گره‌های موجود در شبکه (چنگ و همکاران، ۲۰۱۸)، سنجه بینایی به بررسی میزان قدرت و تأثیر گذاری یک گره در شبکه (سهیلی و منصور، ۱۳۹۳) و مرکزیت نزدیکی فاصله یک گره با گره‌های دیگر موجود در شبکه و

1. Citation Linkages
2. Co-occurrence Similarities
3. Cluster Analysis
4. Filtering
5. Zooming
6. Distortion
7. Social network analysis
8. Degree
9. Betweenness
10. Closeness

میانگین طول کوتاه‌ترین مسیر میان آن گره و سایر گره‌های موجود در شبکه (عباسی، حسین و لیدسدورف، ۲۰۱۲) را محاسبه می‌کند. به‌عنوان نمونه، در اینجا مرکزیت درجه کلیدواژگان اخلاق مدیریت نشان‌دهنده نقش تأثیرگذار آنها در تسهیل جریان بین گره‌هاست. گره در اینجا کلیدواژگانند، گره‌های دارای بینایی بالا در شبکه از جایگاهی مرکزی برخوردار بوده و در گردش اطلاعات نقش مهمی ایفا می‌کنند. اما سنجه بینایی کمک می‌کند تا موقعیت مفاهیم به کار گرفته شده در موضوع اخلاق مدیریت در شبکه دانش مورد مطالعه را برحسب توانایی آن مفاهیم در ایجاد ارتباط با سایر مفاهیم ارزیابی کنیم. مقدار مرکزیت بینایی همواره عددی بین صفر و یک است (عباسی، حسین و لیدسدورف، ۲۰۱۲)؛ در حالت صفر با حذف گره هیچ اتفاق خاصی در شبکه پیش نیامده و همه گره‌ها به هم متصل باقی می‌مانند و حتی فواصل کوتاه میانشان از بین نمی‌رود، اما در حالت یک، گره در موقعیتی راهبردی چون یک نقطه عطف، از موقعیتی منحصر به فرد برخوردار است.

مروری بر پیشینه‌های پژوهش

پژوهشگران زیادی از تحلیل هم‌رخدادی واژگان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای بررسی شبکه مفهومی و مطالعه ساختار فکری دانش در حوزه‌های مختلفی چون تعهد سازمانی (اکرات، ۲۰۱۹)، مدیریت دانش (صدیقی و جلالی منش، ۲۰۱۴) و توسعه نوآوری (الهی، نقی‌زاده، قاضی‌نوری و منطقی، ۱۳۹۱) استفاده شده و نتایج قابل توجهی هم به‌دست داده‌اند. در ادامه، برخی از این تحقیقات، گزارش شده است.

جدول ۱. جدول پیشینه تحقیقات داخلی / خارجی

محقق (سال)	موضوع	روش گردآوری و تحلیل داده	یافته‌های تحقیق
جعفری‌فر (۱۳۹۳)	بررسی تولیدات علمی در حوزه «اخلاق کاربردی»	علم‌سنجی	پس از بررسی تولیدات علمی (۱۷۶۳ مدرک) در حوزه «اخلاق کاربردی» در پایگاه استنادی وب.آو.ساینس، یافته‌ها نشان داد در مجموع ۶۱ کشور در تولید اثر علمی در حوزه اخلاق کاربردی در سطح جهانی نقش داشته‌اند که از این میان کشورهای آمریکا، انگلستان، کانادا در رتبه‌های اول تا سوم و ایران در مرتبه ۴۲ قرار داشتند.

محقق (سال)	موضوع	روش گردآوری و تحلیل داده	یافته‌های تحقیق
عابد جعفری و حسین زاده (۱۳۹۱)	ترسیم نقشه دانش اخلاق مدیریت و سازمان در ایران	علم‌سنجی	در پژوهشی به ترسیم نقشه دانش اخلاق مدیریت و سازمان در ایران با بهره‌گیری از روش علم‌سنجی پرداختند. نتایج به‌دست آمده حاکی از وجود شش هسته شامل اخلاق، اخلاق کار، کدهای اخلاقی، اخلاق مدیریت، اخلاق سازمانی و عدالت توزیعی در کل مطالعات است. هسته‌های ذکر شده در سه بخش هسته بنیادی (عدالت توزیعی)، هسته‌های محتوایی (اخلاق، اخلاق مدیریت و اخلاق کار) و هسته‌های ساختاری (اخلاق سازمانی و کدهای اخلاقی) دسته‌بندی شدند.
تونکای و یاگز (۲۰۲۰)	بررسی مقالاتی با موضوع سوت‌زنی	کتاب‌سنجی	محققان به بررسی ۷۷ مقاله سوت‌زنی به روش کتاب‌سنجی اقدام نمودند. طبق یافته‌ها بیشترین مقالات در سال‌های اخیر و در رشته‌های مختلفی مانند مدیریت، امور مالی، آموزش، بهداشت، ارتباطات، حقوق، مدیریت بازرگانی و آموزشی منتشر شده که نشان می‌دهد سوت‌زنی یک مفهوم چندرشته‌ای است. همچنین نتایج نشان داد سوت‌زنی بیشتر ذیل عنوان جو اخلاقی و فرهنگ سازمانی مورد مطالعه قرار گرفته است. بیشترین تمرکز در مقاله‌های سوت‌زنی بر اخلاق، فرهنگ، عدالت سازمانی و تعهد سازمانی است.
والستر و همکاران (۲۰۱۹)	بررسی جوانب و ابعاد اخلاق در متون مرتبط با کارآفرینی	علم‌سنجی	در پژوهشی جوانب و ابعاد اخلاق در متون مرتبط با کارآفرینی را بررسی نموده و ۳ خوشه اصلی شامل اخلاق در رفتار، اخلاق در عملکرد و اخلاق در مدیریت و سازمان را که دارای بیشترین هم‌رخدادی بوده‌اند، معرفی نموده‌اند
گوردون (۲۰۱۸)	ترسیم نقشه رفتارهای اخلاقی در مدیریت خدمات عمومی	علم‌سنجی	این تحقیق با ترسیم نقشه رفتارهای اخلاقی در مدیریت خدمات عمومی، سه خوشه اخلاق مبتنی بر ارزش، اخلاق خنثی و نسبی و اخلاق بدون ارزش را شناسایی کرده است.
چو (۲۰۱۱)	اخلاق بازاریابی	علم‌سنجی	محقق با هدف بررسی ساختار فکری به‌علاوه تحول موضوعی در حوزه اخلاق بازاریابی در پایگاه داده SSCI و SCI بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۹ به شناسایی چهار موضوع اصلی تحقیق در اخلاق بازاریابی در دوره ۱۹۹۰-۱۹۹۹ با عناوین مدل‌های پیشنهادی / آزمایشی، مطالعات مبتنی بر نظرسنجی، نظریه‌های اخلاق بازرگانی / بازاریابی، و اخلاق بازاریابی اولیه دست یافته است. این عناوین در دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۰۹ به مضامین تحقیقی خاص تری مانند تصمیم‌گیری اخلاقی، ارزش‌های اخلاقی شخصی و رفتار و داوری اخلاقی تغییر یافته‌اند

بدین ترتیب، مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد استفاده از رویکرد علم‌سنجی و فن هم‌رخدادی واژگان در حوزه‌های مشابه داخلی و خارجی رایج و در سال‌های اخیر نیز پرطرفدار بوده و دستاوردهای متعددی همراه داشته، اما تاکنون پژوهش مستقلی با استفاده از فن هم‌رخدادی واژگان در مطالعات بین‌المللی با موضوع اخلاق مدیریت به تفکیک حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده انجام نشده است. به بیان دیگر، نوآوری پژوهش حاضر در استفاده از رویکرد علم‌سنجی و تحلیل وضعیت کلان مطالعات مرتبط براساس موضوعات پرکاربرد به تفکیک حوزه‌های علمی مختلفی است که در مطالعات نامبرده مشارکت داشته‌اند.

روش‌شناسی

پژوهش کاربردی حاضر با رویکردی میان‌رشته‌ای، از نوع توصیفی-تحلیلی است. مبنای کار در گردآوری اطلاعات، جستجو و بازیابی آثار و مدارک علمی مورد مطالعه از طریق پایگاه استنادی وب.آو.ساینس بوده، از این رو، درزمره پژوهش‌های علم‌سنجی نیز قرار می‌گیرد؛ در تحلیل محتوای آثار علمی، از فنون تحلیل شبکه اجتماعی و هم‌رخدادی موضوعات که یکی از روش‌های تحلیل محتواست، استفاده شده است. در این پژوهش از هر دو روش کمی و کیفی تحلیل محتوا به صورت تلفیقی استفاده شده است. برلسون، معتقد است تحلیل محتوای کمی برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی به کار می‌رود؛ این درحالی است که مسیر حرکت در تحلیل محتوای کیفی عمدتاً از متن به سمت بیرون کشیدن مقولات و ایجاد مدل‌ها و نقشه‌های مفهومی است (حسن‌زاده و جعفری باقی‌آبادی، ۱۳۹۶). قلمروی موضوعی پژوهش نیز تمام مطالعات مرتبط با اخلاق مدیریت است که در وب.آو.ساینس از سال ۱۹۹۰ تا تاریخ بازیابی آثار و مدارک یعنی ۱۳۹۹/۱۲/۱۲ نمایه شده است.

ابتدا به کمک منابع اطلاعاتی نظیر مقالات، کتب و اصطلاح‌نامه‌های تخصصی، نظرات مشورتی خبرگان و صاحب‌نظران، اصطلاح‌نامه اولیه در دو حوزه «اخلاق» و «مدیریت و سازمان» ساخته شد. پس از آن کلیدواژه‌های مشابه، یکسان، متشابه و حالت‌های جمع و مفرد، ادغام و کلیدواژه‌های غیرتخصصی حذف و در نهایت کنترل و یکدست‌سازی کلیدواژه‌ها انجام گرفت. در این مرحله بیش از ۲۰۰ عبارت ترکیبی و تخصصی با استفاده از صورت‌های مختلف واژگانی Organization, morals, Ethics, Administration, Institution, Public Administration, Government, Leadership, management.

Work, Environment, Conduction, Business در بخش مجموعه هسته وب.آو.ساینس^۱ با استفاده از عملگر OR و AND در فیلد موضوع^۲ (شامل عنوان، چکیده، کلمات کلیدی و متن)، مورد جستجو قرار گرفته و ۷۱۸۸ مدرک یا اثر علمی بازیابی شد.

در مرحله بعد با توجه به اینکه در بیش از نود درصد از این مطالعات، تنها پنج حوزه علمی شامل اقتصاد کسب و کار، علوم اجتماعی، روان‌شناسی، علوم محیطی و مدیریت دولتی مشارکت جدی داشتند، بنابراین مطالعات به تفکیک حوزه‌های اقتصاد کسب و کار با ۴۸۸۲ رکورد، علوم اجتماعی با ۳۱۸۵ رکورد، روان‌شناسی با ۶۳۰ رکورد، علوم محیطی با ۲۴۱ رکورد و مدیریت دولتی با ۱۹۶ رکورد با فرمت متن ساده^۳ بازیابی شد. از آنجا که کلریویت آنالیتیکز^۴ سقف تعداد رکوردهای دانلودی را ۵۰۰ رکورد تعیین کرده است، بنابراین در حوزه‌های پژوهشی که تعداد رکوردهای آنها بیش از ۵۰۰ رکورد بود، استخراج داده‌ها در دو یا سه مرحله بسته به تعداد رکوردهای موجود صورت گرفت. پس از بازیابی رکوردهای مرتبط و یکپارچه‌سازی داده‌ها، براساس مسئله پژوهش در تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار هیست سایت^۵؛ نرم‌افزار اکسل و بایب‌اکسل^۶؛ نرم‌افزار بصری گفی^۷ و اس‌پی‌اس‌اس^۸ و به‌طور خاص برای ترسیم ساختار فکری موردنظر و شبکه‌واژگان از نرم‌افزار وی‌اواس ویوئر^۹ (نسخه ۱۰، ۶، ۱) استفاده شد.

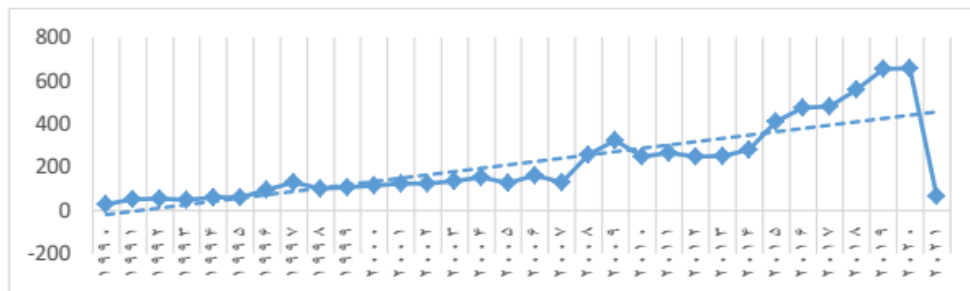
یافته‌های پژوهش

پاسخ به سؤال اول پژوهش. روند مطالعات اخلاق در دانش مدیریت چگونه است؟
مشخصه‌های توصیفی این مطالعات چیست؟

با جستجو در وب.آو.ساینس به واسطه نرم‌افزار هیست‌سایت که یک روش داده‌کاوی بر مبنای تحلیل پیوندهای اسنادی بین مدارک مختلف بوده و امکان ترسیم بافتار موضوعات مختلف را فراهم می‌آورد،

1. Web of Science Core Collection
2. Topic
3. Plain Text
4. Clarivate Analytics
5. HistCite
6. Bibexcel
7. Gephi
8. Spss
9. VosViewer

مشخص شد تعداد ۷۱۸۸ مدرک مرتبط در موضوع مورد مطالعه طی سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۲۰ میلادی توسط ۱۱۴۹۴ نویسنده از ۱۱۳ حوزه پژوهشی در این پایگاه نمایه شده است. شکل (۱) توزیع انتشار این مطالعات را به تفکیک سال نشان می‌دهد.



شکل ۱. روند انتشار مطالعات اخلاق در دانش مدیریت به تفکیک سال

سال ۲۰۲۰ با ۶۵۵ مطالعه (۹/۱ درصد) و سال ۱۹۹۰ با ۲۷ اثر (۰/۴ درصد) به ترتیب بیانگر بیشترین و کمترین مطالعات ثبت شده در این بازه زمانی است. روند صعودی در تصویر ۱، روند رو به افزایش انجام و نشر این مطالعات را نشان می‌دهد. میانگین نرخ رشد سالانه^۱ انتشار این مطالعات ۱۴,۲٪ بوده است. مطالعات یادشده در قالب‌های متنوعی منتشر شده است. بیشترین وضعیت، انتشار به صورت مقاله^۲ به میزان ۷۹,۵٪ بوده است. مقالات پذیرفته شده در همایش و یا کنفرانس و مقالات ارائه شده در مجموعه مقالات همایشی و کنفرانسی^۳ با فراوانی ۴,۷٪ ثبت شده‌اند. مقالات مروری^۴ که بیشتر به بررسی ادبیات پژوهش موجود در یک حیطه خاص می‌پردازد. این ادبیات پژوهش معمولاً برگرفته از مقالاتی هستند که درباره یک مشکل و زمینه خاص انجام شده و خود بر سه دسته مرور ادبیات، مرور نظام‌مند و فراتحلیل قابل تقسیم هستند با ۴,۲٪، ۴٪ به مرور کتاب^۵ اختصاص دارد. مرور کتاب در بسیاری از مقالات معتبر و علمی جهان با هدف فراهم کردن بینشی درباره کتاب یا کتاب‌های خاص از حیث اهمیت یا تازگی نشر

1. Annual Average Growth Rate
2. Article
3. Article/ Proceedings Paper
4. Review articles
5. Book Review

به چاپ می‌رسد و سایر مقالات شامل سخن سردبیر^۱ و مقالات زودآیند^۲ با ۶,۴٪ بخش قابل توجه این آثارند. ۷,۶٪ به سایر موارد شامل فصلی از کتاب^۳، اخبار^۴ و... اختصاص دارد. سایر اطلاعات توصیفی مربوط به آثار نشر یافته در جامعه مورد مطالعه طبق جدول (۱) به دست آمده است.

همچنین طبق یافته‌ها دانشگاهیان ایالات متحده ۳۶٪ از کل محتوای تولید شده در این حوزه از مطالعات را به خود اختصاص داده و بیشترین اختلاف را با سایر کشورها دارند. پس از آن انگلستان با ۱۰,۵٪، چین با ۷٪، کانادا و استرالیا با ۶,۸٪ و ۶,۶٪ برترین کشورهایی هستند که در موضوع اخلاق مدیریت به تولید اثر پرداخته‌اند. ایران در میان کشورهای مشارکت کننده با ۴۲ اثر علمی رتبه ۳۲ را از آن خود کرده است.

جدول ۱. جدول توصیفی مطالعات اخلاق مدیریت از حیث شاخه‌های پیشرو و کلیدواژه‌های پربسامد

شاخه‌های مطالعاتی پیشرو (تعداد، درصد)	۱. اقتصاد کسب و کار ^۵ (۶۷۰, ۴۸۸۲)	۲. علوم اجتماعی ^۶ (۴۴۰, ۳۰۲۴)	۳. روان‌شناسی ^۷ (۸۰۷, ۶۳۰)	۴. علوم زیست محیطی - بوم‌شناسی ^۸ (۳۰۵, ۳۴۶)	۴. مدیریت دولتی ^۹ (۲۰۷, ۱۹۶)
کلیدواژه‌های پربسامد (تعداد)	اخلاق کسب و کار ^{۱۰} ۲۲۹۸	رهبری اخلاقی ^{۱۱} ۱۱۵۸	اخلاق ^{۱۲} ۹۰۶	رفتار ^{۱۳} ۷۴۰	عملکرد ^{۱۴} ۶۷۸

بر اساس جدول (۱) از میان ۱۱۳ حوزه علمی، اقتصاد کسب و کار با ۴۸۸۲ اثر، بیشترین سهم را به میزان ۶۸٪ در تولید محتوا داشته است. ۴۴٪ از این مطالعات در حوزه علوم اجتماعی انجام گرفته است. این دو حوزه فعال‌ترین‌های تولید و نشر محتوا با موضوع اخلاق مدیریتند. همچنین پربسامدترین کلیدواژه، اخلاق

1. Editorial Material
2. Article; Early Access
3. Article; Book Chapter
4. News Item
5. Business economics
6. Social sciences other topics
7. Psychology
8. Environmental sciences ecology
9. Public administration
10. Business ethics
11. Ethical leadership
12. Ethics
13. Behavior
14. Performance

کسب و کار است. کلیدواژه‌های بعدی شامل رهبری اخلاقی و اخلاق، رفتار و عملکرد می‌باشد.
پاسخ به سؤال دوم پژوهش. تحلیل هم‌واژگانی به شکل‌گیری چه خوشه‌ها و موضوعاتی براساس سنجه‌های مرکزیت در حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در موضوع اخلاق در دانش مدیریت منجر شده است؟

در این مرحله برای ترسیم و تحلیل ساختار فکری مطالعات اخلاق مدیریت در پنج شاخه پیشرو، تمامی مطالعات بازبینی شده از وب.آو.ساینس به تفکیک حوزه‌های علمی با کمک نرم‌افزار وی‌اواس و یونتر پردازش شد. ساختار فکری به دست آمده برای هر حوزه و کلیدواژه‌های برتر آن براساس سنجه‌های مرکزیت در ادامه آمده است.

الف) حوزه اقتصاد کسب و کار. نقشه مفاهیم به دست آمده در این حوزه طبق شکل (۲) می‌باشد. بزرگی مستطیل‌ها نشان‌دهنده کاربرد بیشتر مفاهیم و رنگ‌ها نشان‌دهنده تعداد خوشه‌های شش‌گانه آن مفاهیم است. همچنین دوری و نزدیکی کلیدواژه‌ها نشان‌دهنده میزان ارتباط مفاهیم با یکدیگر است.



شکل ۲. نقشه هم‌رخدادی واژگان مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه اقتصاد کسب و کار

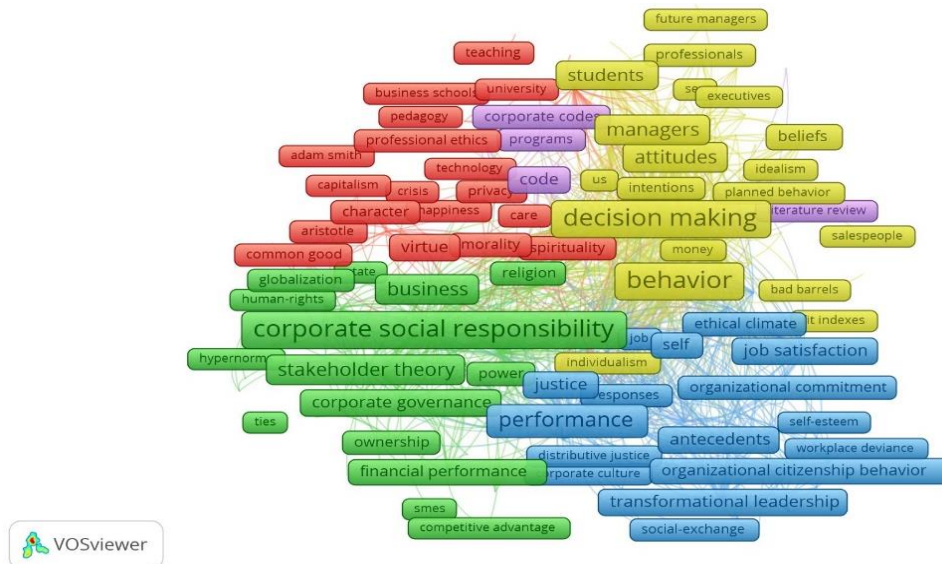
در ادامه، مبتنی بر ارتباطات شبکه‌ای به دست آمده میان کلیدواژه‌ها، کلیدواژه‌های مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه اقتصاد کسب و کار بر اساس سنجه‌های مرکزیت تحلیل و نتایج آن طبق جدول (۲) به دست آمد.

جدول ۲. پنج کلیدواژه برتر مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه اقتصاد کسب و کار

کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینابینی
مسئولیت اجتماعی سازمان	۱۳۲	مسئولیت اجتماعی سازمان	۰.۷۵	مسئولیت اجتماعی سازمان	۶۵۷.۲۷۷۴
پایداری	۷۲	پایداری	۰.۶۱	پایداری	۱۳۲.۳۴۱۵
ارزش‌ها	۶۸	ارزش‌ها، اعتماد	۰.۶	عدالت	۱۲۸.۲۹۹۳
اعتماد	۶۶	حکمرانی سازمانی، عدالت، نظریه ذی‌نفعان ^۱	۰.۵۹	ارزش‌ها	۱۲۸.۰۹۶۹
حکمرانی سازمانی	۶۴	فساد	۰.۵۸	اعتماد	۱۰۶.۶۲۷۳

بر اساس جدول (۲) مفاهیمی که از بالاترین میزان مرکزیت درجه برخوردارند، شامل مسئولیت اجتماعی سازمان، پایداری، ارزش‌ها، اعتماد و حکمرانی سازمانی در ساخت این شبکه فکری دانش نقش اساسی دارند. تفاوت میزان درجه مسئولیت اجتماعی قابل تأمل است. گواينکه، مهم‌ترین عنصر در این شبکه دانش تلقی می‌شود. مبتنی بر نتایج مربوط به سنجه مرکزیت نزدیکی پنج کلیدواژه حائز بیشترین مقدار مرکزیت درجه، در این بخش هم تکرار شده است. مسئولیت اجتماعی سازمان در این سنجه هم بیشترین تفاوت را با مقادیر بعدی نشان می‌دهد. عدالت و فساد نیز به دلیل بالابودن میزان شاخص مرکزیت نزدیکی، به عنوان یک مزیت ساختار در شبکه دانش مورد بحث، دارای قدرتند. نظریه ذی‌نفعان نیز در همین مجموعه نقش آفرینی می‌کند. همچنین بر اساس نتایج حاصل از مقایسه مرکزیت بینابینی مسئولیت اجتماعی سازمان با فاصله قابل توجهی از پایداری، عدالت، ارزش‌ها و اعتماد دارای بیشترین مرکزیت بینابینی است. اینها از مفاهیم واسط قدرتمندی‌اند که علاوه بر موقعیت مطلوب و مستحکمی که در این شبکه دانش دارند، بر جریان دانش هم بسیار تأثیر گذارند.

ب) حوزه علوم اجتماعی: در نتیجه تحلیل هم‌واژگانی تولیدات علمی در این حوزه، ۵ خوشه از واژگان و مفاهیم شناسایی شد. شکل (۳) نقشه مفاهیم مطالعات اخلاق مدیریت را در حوزه علوم اجتماعی نشان می‌دهد.



شکل ۳. نقشه هم‌رخدادی واژگان مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه علوم اجتماعی

در حوزه علوم اجتماعی نیز براساس ارتباطات شبکه‌ای به‌دست آمده میان کلیدواژه‌های حاصل از مرحله قبل، کلیدواژه‌های پر کاربرد در مطالعات اخلاق مدیریت براساس سنجش‌های مرکزیت به شرح جدول زیر به‌دست آمد.

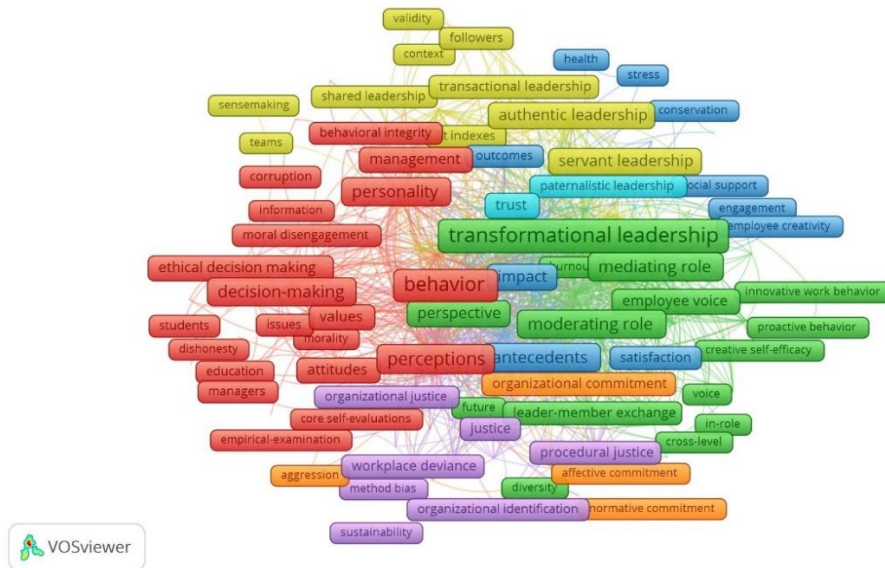
جدول ۳. کلیدواژه‌های برتر مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه علوم اجتماعی

کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینایی
مسئولیت اجتماعی سازمان	۱۰۲	مسئولیت اجتماعی سازمان	۰.۷۱۰۷۴۴	مسئولیت اجتماعی سازمان	۴۶۹.۲۷۷۷
تصمیم‌گیری اخلاقی	۵۸	تصمیم‌گیری اخلاقی	۰.۶۰۱۳۹۹	تصمیم‌گیری اخلاقی	۱۶۳.۲۲۲۱

کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینابینی
فساد	۵۶	فساد	۰.۵۹۷۲۲۲	فضائل اخلاقی ^۱	۱۱۴.۷۵۴۹
ارزش‌ها، فضائل اخلاقی	۵۴	ارزش‌ها، فضائل اخلاقی	۰.۵۹۳۱۰۳	فساد	۱۰۸.۰۲۰۲
نظریه ذینفعان	۵۲	نظریه ذینفعان، عدالت	۰.۵۸۹۰۴۱	ارزش‌ها	۱۰۵.۴۶۶۴

در جدول (۳) که حاوی مهم‌ترین مفاهیم به کار رفته با موضوع اخلاق مدیریت در حوزه علوم اجتماعی است، مفاهیمی که از مرکزیت درجه بالایی برخوردارند، مفاهیم مهمی‌اند که حافظه دانش اخلاق مدیریت در حوزه علوم اجتماعی را رقم زده‌اند. در واقع، مسئولیت اجتماعی سازمان، تصمیم‌گیری اخلاقی، فساد، ارزش‌ها، فضائل اخلاقی نقش آفرینان اصلی‌اند. در این بین، نظریه‌ذی‌نفعان از مشهورترین، معتبرترین و بانفوذترین نظریه‌های استفاده‌شده در این باره است. مسئولیت اجتماعی سازمان، پرننگ‌ترین مفهومی است که کنشگران حوزه علوم اجتماعی با استفاده از آن به مسئله اخلاق مدیریت پرداخته‌اند. این مفهوم با مرکزیت نزدیکی بالای ۰٫۷، در بیش از ۷۰٪ در آثار علمی مورد بررسی به کار گرفته شده است. همچنین مرکزیت بینابینی بالای این مفهوم نشان از اهمیت بالای آن دارد. بیشترین فاصله میان مفهوم مسئولیت اجتماعی و مفاهیم بعدی که با شاخص مرکزیت بینابینی ثبت شده است، نشان می‌دهد در این دامنه، مفهوم مسئولیت اجتماعی به‌تنهایی توانسته شبکه‌ای از مفاهیم را گرد هم آورد. مفهوم بعدی که با نیمی از فراوانی مفهوم قبل در ۶۰٪ از آثار علمی بررسی شده در این قلمرو حضور چشمگیری دارد، هر چند به موجب یافته‌ها در ایجاد شبکه و برقراری پیوند میان مفاهیم در این شبکه از دانش، قدرت مفهوم مسئولیت اجتماعی را ندارد. مفاهیم فساد، فضائل اخلاقی، ارزش‌ها، عدالت، نظریه ذی‌نفعان در مراتب بعدی قرار دارند.

ج) حوزه روان‌شناسی: با تحلیل هم‌واژگانی آثار علمی در این حوزه، ۷ خوشه از واژگان و مفاهیم شناسایی و بازنمایی شد. شکل (۴) نقشه مفاهیم مربوط به مطالعات اخلاق مدیریت را در حوزه روان‌شناسی نشان می‌دهد.



شکل ۴. نقشه هم‌رخدادی واژگان مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه روان‌شناسی

براساس ارتباطات و شبکه اجتماعی به دست آمده میان کلیدواژه‌ها، مهم‌ترین کلیدواژه‌های مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه روان‌شناسی براساس سنجش‌های مرکزیت به ترتیب زیر به دست آمدند.

جدول ۴. پنج کلیدواژه برتر مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه روان‌شناسی

کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینایی
تبادل رهبر - عضو ^۱	۳۴	رهبری انتقالی	۰.۵۳۰۴۸۸	معنابخشی ^۲	۲۷۱.۲۷۵۴
رهبری انتقالی	۳۲	رفتار غیراخلاقی	۰.۵۲۴۰۹۶	سکوت سازمانی ^۳	۲۳۵.۶۷۹۴
رفتار غیراخلاقی ^۴	۲۸	انگیزه اجتماعی	۰.۵۱۴۷۹۳	رهبری انتقالی	۲۱۶.۱۰۸۹

1. Leader-member exchange
2. Sense making
3. Employee silence
4. Unethical behavior

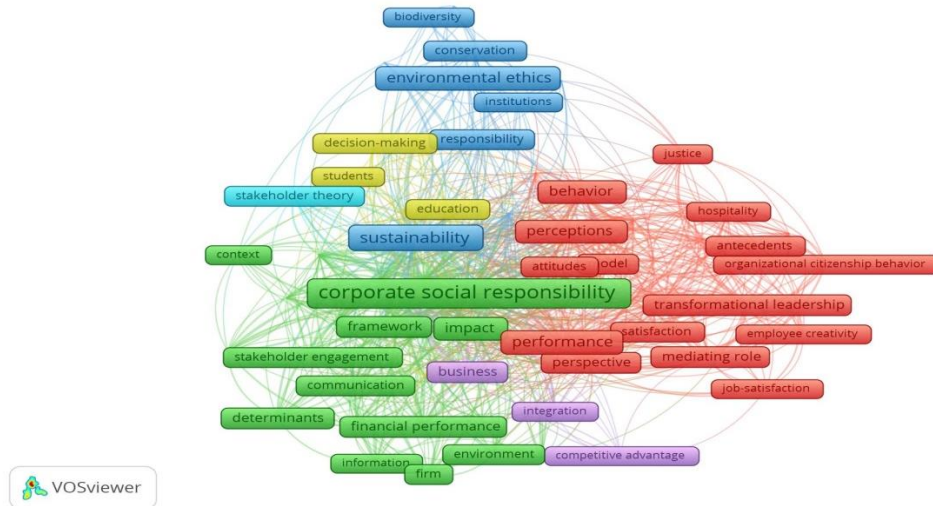
کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینابینی
رهبری تحول آفرین ^۱ ، انگیزه اجتماعی ^۲ ، رضایت شغلی	۲۴	رضایت شغلی	۰.۴۹۷۱۴۳	رفتار غیر اخلاقی	۱۹۶.۷۴۹۳
خود کارآمدی ^۳	۲۲	خلع ید اخلاقی	۰.۴۹۴۳۱۸	تبادل رهبر - عضو	۱۸۸.۸۷۹۴

جدول (۴) حاوی مهم ترین مفاهیم کار شده با موضوع اخلاق مدیریت در حوزه روان شناسی است. مفاهیمی که درجه بالایی دارند، در واقع نقش آفرینان اصلی اند. تبادل رهبر - عضو، رهبری انتقالی، رفتار غیر اخلاقی، رهبری تحول آفرین و خود کارآمدی از ارکان این حوزه مطالعاتی اند. به تعبیری، این مفاهیم معرف این شبکه دانشند. همچنین مبتنی بر نتایج مربوط به سنجه مرکزیت نزدیکی رهبری انتقالی، رفتار غیر اخلاقی، انگیزه اجتماعی و رضایت شغلی که همزمان از کلیدواژه حائز بیشترین مقدار مرکزیت درجه نیز هستند، در کنار خلع ید اخلاقی به دلیل بالابودن میزان شاخص مرکزیت نزدیکی قابل توجهند. در محاسبه بیشترین میزان برای سنجه مرکزیت بینابینی علاوه بر رهبری انتقالی و رفتار غیر اخلاقی که در دوشاخص قبلی هم قابل توجه بودند، دو مفهوم با بالاترین میزان از شاخص بینابینی مشاهده می شود شامل معنابخشی و سکوت سازمانی است که بر جریان دانش بسیار تأثیر گذارند.

د) حوزه علوم زیست محیطی: به دنبال تحلیل هم واژگانی در آثار علمی مورد مطالعه، ۶ خوشه از واژگان و مفاهیم شناسایی شد. شکل (۵) نقشه مفاهیم مطالعات اخلاق مدیریت را در حوزه علوم زیست محیطی در قالب خوشه ها نشان می دهد.

در این مطالعات و در قلمرو علوم زیست محیطی، در آثاری که به موضوع اخلاق مدیریت پرداخته اند؛ دو مفهوم اخلاق محیطی و پایداری در یک خوشه (آبی رنگ)، تصمیم گیری (خوشه زرد)، مسئولیت اجتماعی شرکتها (خوشه سبز) حضور پررنگ تری دارند (شکل ۵).

1. Transformational leadership
2. Prosocial motivation
3. Self-efficacy



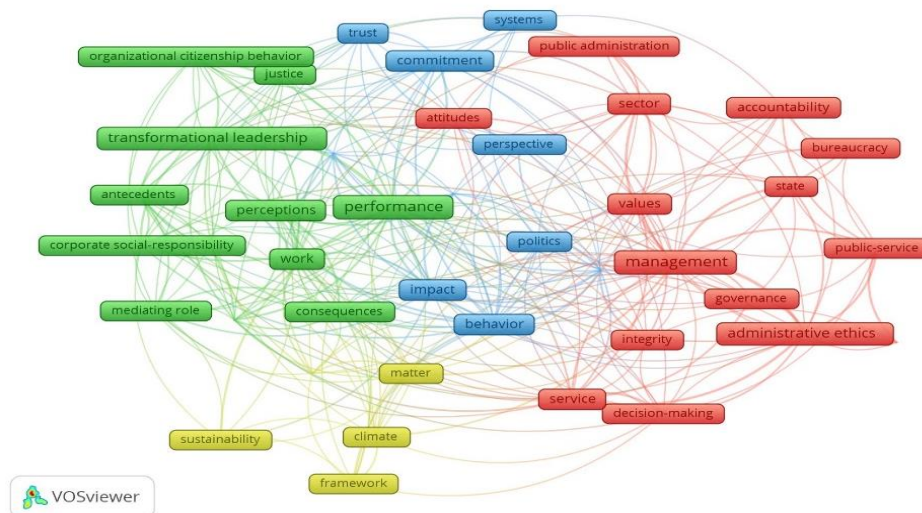
شکل ۵. نقشه هم‌رخدادی واژگان مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه علوم زیست‌محیطی

جدول ۵. کلیدواژه‌های برتر مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه علوم زیست‌محیطی

بینایی	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	درجه	کلیدواژه
۳۳۴۷.۱۹۷	پایداری	۰.۵۷۴۷۱۳	پایداری	۷۰	پایداری
۲۱۴۹.۷۰۲	مسئولیت اجتماعی سازمان	۰.۵۲۰۸۳۳	مسئولیت اجتماعی سازمان، توسعه پایدار	۶۲	مسئولیت اجتماعی سازمان
۱۷۲۱.۷۷	توسعه پایدار	۰.۴۴۶۴۲۹	اخلاق محیطی	۴۸	توسعه پایدار
۱۳۶۶.۱۷۴	اخلاق محیطی	۰.۴۳۸۵۹۶	مسئولیت سازمانی	۴۲	اخلاق محیطی
۵۹۱.۶۰۳۷	ارزش‌ها	۰.۴۳۴۷۸۳	ارزش‌ها	۲۸	ارزش‌ها

اما براساس سنجش‌های مرکزیت (هر سه شاخص) مفهوم پایداری، مسئولیت اجتماعی سازمان در کنار مفهوم توسعه پایدار و مفهوم اخلاق محیطی و بعد مفهوم ارزش‌ها همگی مفاهیمی‌اند که مرکزیت‌های بالایی دارند (جدول ۵).

۵) **حوزه مدیریت دولتی:** به دنبال تحلیل هم‌واژگانی تولیدات علمی این حوزه، ۴ خوشه از واژگان و مفاهیم شناسایی شد. شکل (۶) نقشه مفاهیم مطالعات اخلاق مدیریت را در حوزه مدیریت دولتی نشان می‌دهد.



شکل ۶. نقشه هم‌رخدادی واژگان مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه مدیریت دولتی

شکل (۶) نشان می‌دهد اخلاق اداری، تصمیم‌گیری، حکمرانی، بوروکراسی، پاسخگویی در یک خوشه (به رنگ قرمز)، سیاست‌ها، رفتار، سیستم، دیدگاه، اعتماد در یک خوشه دیگر (به رنگ آبی)، رفتار شهروندی سازمان، عدالت، پاسخگویی اجتماعی شرکت‌ها، نقش میانجی، کار و ادراک در یک خوشه (به رنگ سبز) دارای بیشترین حجم مفهومی‌اند. بین حوزه‌ها در اینجا تراکم مفاهیم در پایین‌ترین میزان است. براساس تحلیل شبکه مبتنی بر سنجه‌های مرکزیت به دست آمده میان کلیدواژه‌های مربوط به مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه مدیریت دولتی (جدول ۶)، مسئولیت دارای بیشترین فراوانی با تفاوتی محسوس از کلیدواژه‌های بعدی شامل مسئولیت اجتماعی سازمان، سیاست عمومی، ارزش‌ها، توسعه پایدار، رفتار سازمانی و مزیت رقابتی، از آن صلاحیت اخلاقی و همچنین مسئولیت اجتماعی مفاهیم مؤثری در این دامنه از مطالعاتند. همچنین مبتنی بر نتایج مربوط به سنجه مرکزیت نزدیکی مسئولیت و مسئولیت اجتماعی

سازمان علاوه بر آن صلاحیت اخلاقی، ارزش‌ها و رفتار سازمانی به دلیل مرکزیت نزدیکی بالا از مفاهیم قدرتمند و محل توجه است. در بررسی مرکزیت بینایی علاوه بر مسئولیت، صلاحیت اخلاقی، مزیت رقابتی، رهبری امور عمومی، مسئولیت اجتماعی سازمان و سیاست‌های عمومی به‌طور خاص در ایجاد جریان دانش و شکل‌گیری این شبکه مطالعاتی، نقش مهمی دارند.

جدول ۶. پنج کلیدواژه برتر مطالعات اخلاقی مدیریت در حوزه مدیریت دولتی

کلیدواژه	درجه	کلیدواژه	نزدیکی	کلیدواژه	بینایی
مسئولیت	۱۲	مسئولیت	۰.۴۷۸۸۷۳	مسئولیت	۲۶۸.۰۹۵۲
مسئولیت اجتماعی سازمان، سیاست عمومی، ارزش‌ها	۸	صلاحیت اخلاقی	۰.۴۳۰۳۸	صلاحیت اخلاقی	۷۳.۲۵۲۳۸
توسعه پایدار	۶	مسئولیت اجتماعی سازمان	۰.۴۰۹۶۳۹	مزیت رقابتی، اداره امور عمومی	۶۶
رفتار سازمانی ^۱	۴	ارزش‌ها	۰.۳۹۰۸۰۵	مسئولیت اجتماعی سازمان	۴۷.۱۶۶۶۷
مزیت رقابتی ^۲	۴	رفتار سازمانی	۰.۳۸۲۰۲۲	سیاست عمومی	۳۰.۳۷۶۱۹

پاسخ به سؤال سوم پژوهش. چه میزان شباهت موضوعی میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده وجود دارد؟

مقایسه تولیدات علمی و خوشه‌های موضوعی پنج حوزه نشان می‌دهد که برخی تولیدات و موضوعات میان پنج حوزه مشترک می‌باشند؛ در این راستا به‌منظور تعیین دقیق شباهت موضوعی پنج حوزه فوق از شاخص دربردارندگی (شمول) استفاده شد که نتایج آن در ادامه آمده است (جدول ۷).

1. Organizational behavior
2. Competitive advantage

جدول ۷. همپوشانی حوزه‌های اقتصاد کسب و کار، علوم اجتماعی، روان‌شناسی،

علوم محیطی و مدیریت دولتی

شبهات موضوعی حوزه B نسبت به حوزه A	شبهات موضوعی حوزه A نسبت به حوزه B	موضوعات مشترک	تولیدات علمی مشترک (نسبت به کل حوزه A، نسبت به کل حوزه B)	حوزه B	حوزه A
۶۳.۲ درصد	۹۸.۳ درصد	۴۰۷	۲۷۱۴ (۸۵،۵۵/۵)	علوم اجتماعی	اقتصاد کسب و کار
۳۱.۵ درصد	۸۷.۵ درصد	۲۰۳	۳۳۵ (۵۳،۶/۸)	روان‌شناسی	اقتصاد کسب و کار
۷.۹ درصد	۶۳.۷۵ درصد	۵۱	۸۲ (۳۴،۱/۶)	علوم محیطی	اقتصاد کسب و کار
۶.۵ درصد	۸۹ درصد	۴۲	۷۲ (۳۶/۷، ۱/۱)	مدیریت دولتی	اقتصاد کسب و کار
۳۴ درصد	۶۲ درصد	۱۴۴	۶۷ (۱۰، ۲/۱)	روان‌شناسی	علوم اجتماعی
۱۷.۶ درصد	۹۱.۲ درصد	۷۳	۵۰ (۲۰، ۱/۵)	علوم محیطی	علوم اجتماعی
۹.۶ درصد	۸۵.۱ درصد	۴۰	۹ (۴/۵، ۰/۲۸)	مدیریت دولتی	علوم اجتماعی
۲۱.۷ درصد	۶۳.۷ درصد	۵۱	(۰، ۰)	علوم محیطی	روانشناسی
۱۳.۷ درصد	۶۸ درصد	۳۲	۱ (۰/۵، ۰/۱۶)	مدیریت دولتی	روانشناسی
۳۶.۲ درصد	۶۱.۷ درصد	۲۹	۵ (۲/۵، ۲)	مدیریت دولتی	علوم محیطی

براساس جدول (۷)، در میان حوزه‌های علمی مورد بررسی، بیشترین تعداد آثار مشترک (۲۷۱۴ اثر) و همچنین بالاترین میزان شبهات موضوعی مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی (۴۰۷ کلیدواژه مشترک) است. حوزه‌های روان‌شناسی و علوم محیطی بدون داشتن اثر مشترک، در مقایسه با حوزه‌هایی که دارای مطالعات مشترک هستند، همپوشانی موضوعی نسبتاً بیشتری دارند. نکته جالب در مورد جدول فوق آن است که هر چند حوزه‌های روان‌شناسی و علوم محیطی و روان‌شناسی و مدیریت

دولتی کمترین آثار مشترک را داشته‌اند، اما کمترین شباهت موضوعی مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و مدیریت دولتی (۴۲ کلیدواژه مشترک) با ۷۲ اثر مشترک و اقتصاد کسب و کار و علوم محیطی (۵۱ کلیدواژه مشترک) با ۸۲ اثر مشترک است.

پاسخ به سؤال چهارم پژوهش و آزمون فرضیه؛ آیا میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در مطالعات اخلاق در دانش مدیریت به لحاظ تعداد استنادات و تعداد رکوردهای تولیدشده تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

برای بررسی تفاوت میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در مطالعات اخلاق در دانش مدیریت به-لحاظ تعداد استنادات دریافتی و تعداد تولیدات علمی هر حوزه از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. آمار توصیفی مربوط به تعداد استنادات جهانی دریافتی هر یک از حوزه‌ها در جدول (۸) گزارش شده است.

جدول ۸. آمار توصیفی استنادات جهانی دریافتی حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در حوزه‌ها

حوزه . آمار	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
اقتصاد کسب و کار	۴۳۸۴.۵۹	۲۸۶۷.۰۲۰	۴۸	۱۱۸۷۲
علوم اجتماعی	۲۶۶۷.۳۱	۱۷۱۲.۱۴۳	۲۵	۶۹۶۹
روان‌شناسی	۷۷۰.۸۱	۷۸۸.۰۱۵	۰	۲۳۶۹
علوم محیطی	۹۴.۲۳	۱۱۱.۲۶۲	۰	۴۰۰
مدیریت دولتی	۸۰.۰۰	۶۶.۳۴۷	۲	۲۰۸
مجموع	۱۶۲۸.۲۴	۲۲۸۰.۸۱۲	۰	۱۱۸۷۲

همان‌طور که جدول بالا نشان می‌دهد، میانگین دریافت استنادات در حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی طی سال‌های مختلف از سایر حوزه‌های علمی بیشتر بوده است. بیشترین میزان استناد دریافتی نیز مربوط به حوزه‌های فوق است. در بخش آمار استنباطی مربوط به بررسی تفاوت معنی‌داری در دریافت استنادهای حوزه‌های مختلف از آزمون آنوای یک سویه^۱ یا تحلیل واریانس استفاده شد. در جدول (۹)، نتیجه آزمون آنوا گزارش شده است.

1. ANOVA (one-way)

جدول ۹. آمار استنباطی استنادات دریافتی حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در حوزه‌ها

معنی‌داری	آماره F	مربع میانگین	درجه آزادی	مجموع مربعات	نوع . آمار
۰.۰۰۰	۴۶.۳۸۹	۱۱۵۲۴۶۵۴.۹۹۲	۴	۴۴۶۰۹۸۶۱۹.۹۶۷	میان گروه‌ها
		۲۴۰۴۱۴۱.۱۳۷	۱۵۲	۳۶۵۴۲۹۴۵۲.۸۳۵	درون گروه‌ها
			۱۵۶	۸۱۱۵۲۸۰۷۲.۸۰۳	مجموع

نتایج تحلیل واریانس یک سو به نشان داد که میان پنج حوزه مورد بررسی، تفاوت معنی‌داری به لحاظ تعداد استنادات دریافتی وجود داشته است ($P\text{-value} = ۰.۰۰۰$ و $F(152,4) = 46.389$). در پژوهش حاضر از میان آزمون‌های تعقیبی^۱ که به مقایسه جفتی و دو به دوی گروه‌ها می‌پردازد، از آزمون شفه^۲ استفاده شد. طبق نتیجه تفاوت معنی‌داری بین «حوزه اقتصاد کسب و کار و سایر حوزه‌ها» و بین «حوزه علوم اجتماعی و سایر حوزه‌ها» به لحاظ تعداد استنادات دریافتی وجود دارد. بنابراین، در میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در مطالعات اخلاق مدیریت، دو حوزه اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی در مقایسه با سایر حوزه‌ها اثربخش‌تر بوده‌اند. آمار توصیفی مربوط به تعداد تولیدات علمی هر یک از حوزه‌ها در ادامه آمده است.

جدول ۱۰. آمار توصیفی تعداد تولیدات حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در حوزه‌ها

حوزه . آمار	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
اقتصاد کسب و کار	۱۴۷.۱۹	۱۰۶.۳۱۶	۱۷	۳۹۶
علوم اجتماعی	۹۶.۳۸	۵۴.۴۸۷	۱۴	۲۱۳
روانشناسی	۱۸.۹۴	۲۱.۲۸۴	۱	۷۸
علوم محیطی	۷.۹۳	۱۳.۰۶۷	۱	۶۲
مدیریت دولتی	۶.۱۹	۶.۲۲۶	۱	۲۵
مجموع	۵۶.۲۴	۷۸.۸۹۴	۱	۳۹۶

1. Post Hoc
2. Scheffe

همان‌طور که جدول (۱۰) نشان می‌دهد، میانگین تولیدات در حوزه‌های اقتصاد کسب‌وکار و علوم اجتماعی در طی سال‌های مختلف از سایر حوزه‌ها بیشتر بوده است. از سوی دیگر، بیشترین تعداد تولیدات مربوط به دو حوزه فوق است. در جدول (۱۱)، نتیجه آزمون آنوا مربوط به بررسی تفاوت میان حوزه‌ها به لحاظ تعداد تولیدات گزارش شده است.

جدول ۱۱. آمار استنباطی تعداد تولیدات حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در حوزه‌ها

معنی‌داری	آماره F	مربع میانگین	درجه آزادی	مجموع مربعات	نوع . آمار
۰.۰۰۰	۴۱.۷۶۴	۱۲۷۱۰۲.۴۶۲	۴	۵۰۸۴۰۹.۸۴۷	میان گروه‌ها
		۳۰۴۳.۳۳۵	۱۵۲	۴۶۲۵۸۶.۹۵۵	درون گروه‌ها
			۱۵۶	۹۷۰۹۹۶.۸۰۳	مجموع

نتایج تحلیل واریانس یک‌سویه نشان داد که میان پنج حوزه مورد بررسی تفاوت معنی‌داری به لحاظ تعداد تولیدات علمی وجود داشته است ($P\text{-value}=0.000$ ؛ $F(152,4)=41.764$). مبتنی بر نتایج آزمون‌های آنوا و شفه در نهایت تفاوت معنی‌داری بین حوزه اقتصاد کسب‌وکار و سایر حوزه‌ها و بین حوزه علوم اجتماعی و سایر حوزه‌ها به لحاظ تعداد تولیدات علمی وجود داشته؛ در میان حوزه‌های علمی مشارکت‌کننده در مطالعات اخلاق مدیریت، دو حوزه اقتصاد کسب‌وکار و علوم اجتماعی در مقایسه با سایر حوزه‌ها دارای بهره‌وری بیشتری بوده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف واکاوی مطالعات انجام‌شده با موضوع اخلاق مدیریت در پایگاه وب.آو.ساینس و تحلیل ساختار فکری دانش شکل‌یافته طی سه دهه گذشته انجام شد. پس از تعیین حوزه‌های مشارکت‌کننده و پیشرو در مطالعات اخلاق مدیریت، ساختار دانش موجود مبتنی بر کلیدواژه‌های پرکاربرد به تصویر درآمد. یافته‌ها نشان داد سیر انجام این مطالعات صعودی است، نیاز روزافزون مدیریت به اخلاق طی این سال‌ها از یافته‌های قابل توجه این تحقیق است. همچنین بیشترین نشر آثار و مدارک علمی در این قلمرو در کشورهایی اتفاق افتاده که عنوان توسعه‌یافته را با خود حمل می‌کنند. پژوهش جعفری‌فر (۱۳۹۳) نیز برتری برخی از این کشورها را در مطالعات اخلاق کاربردی نشان

داده است. در این میان، کشور ایران با ۴۲ اثر در مجموع دارای رتبه ۳۲ در میان ۱۱۳ کشور مشارکت کننده در این حوزه مطالعاتی است که این موضوعی قابل تأمل است. نیاز به این قبیل مطالعات در حالی است که شاید کمتر کشوری را بتوان یافت که در تاریخ تمدنی خود چنین از اخلاق شهریان و حکمرانان و ... سخن گفته و میراث فرهنگی بارزی داشته باشد.

نکته دیگر این که سهم زیادی از مطالعات اخلاق مدیریت به ترتیب مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب و کار، علوم اجتماعی، روان‌شناسی، علوم محیطی و مدیریت دولتی است؛ بنابراین، موضوع اخلاق مدیریت، موضوعی میان‌رشته‌ای است. در پژوهش تونکای و یاگیز (۲۰۲۰) نیز به رابطه میان مقالات زیاد و چندرشته‌ای بودن و ماهیت میان‌رشته‌ای مفهوم موردنظر اشاره شده است. در سطحی فراتر نتایج مطالعه نشان می‌دهد که اساساً رشته مدیریت، هویتی چندپارچه و متکثر داشته و تلفیقی از سویه‌های مختلف علوم انسانی و علوم اجتماعی را در خود و با خود همراه دارد. یافته‌های این پژوهش تأیید مجددی بر ماهیت میان‌رشته‌ای دانش مدیریت است. در مطالعه عابدی جعفری و همکاران (۱۳۹۰) نیز ماهیت چندرشته‌ای مدیریت احصا شده و مورد تأکید است. به عبارتی، پیوند مدیریت به مثابه یک رشته یا دیسیپلین دانشگاهی با سایر علوم (جایسؤال، ۲۰۱۴؛ بالن و کارستن، ۲۰۱۲) نظیر علم اقتصاد، علوم رفتاری، روان‌شناسی، منابع و سرمایه‌های زیست محیطی و زیست اجتماعی، مباحث حقوقی، سیاسی، قانونی، فرهنگی، اجتماعی، ... در اینجا هم قابل مشاهده است.

طبق نتایج، بیشترین سهم از مطالعات اخلاق مدیریت مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی است. از منظر مطالعات علم‌سنجی، وجود گره‌های بیشتر در خوشه‌های موضوعی مطالعات حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی از یک سو و وجود تفاوت معنی‌دار میان تعداد مطالعات این حوزه با سایر حوزه‌های مشارکت کننده در تولید محتوا حاکی از پیشرو بودن این حوزه در مقایسه با سایر حوزه‌هایی است که در مطالعات مربوط به اخلاق مدیریت سهم داشته‌اند. در مطالعه عابدی جعفری و همکاران (۱۳۹۰) نیز بیشترین حجم از مقالات نگاشته شده در حوزه اقتصاد به دست آمده است.

بدیهی است تحلیل محتوای متون این آثار در پژوهش‌های بعدی جزئیات بیشتری از چگونگی التفات این حوزه به اخلاق مدیریت را آشکار خواهد ساخت. اما با توجه به ویژگی‌های ماهوی حوزه اقتصاد کسب و کار و یا به تعبیری، اقتصاد تجارت که بخشی از اقتصاد کاربردی بوده و مطالعه کلیه عوامل مؤثر بر کار، مدیریت و رونق کسب و کار در شرکت / سازمان را با غلبه مفاهیمی چون درآمد، سود و زیان در

دستور کار خود دارد، می‌توان این فرضیه را مطرح ساخت که حجم زیادی از مطالعات اخلاق مدیریت متوجه انتفاع مادی و مسئله «سود» است. در تحلیلی ساده می‌توان گفت مفهوم اخلاق در سازمان/ شرکت و مدیریت به ابزاری برای بنگاه‌داری سودمحور کاسته شده و این با هویت ذاتی اخلاق و ارزش‌های درونی آن در تعارض است.

به‌ویژه در شرایطی که جهان از بد اخلاقی‌های مدیریتی در رنج بوده و انواع فسادها، از تاب روانی جامعه کاسته است، این نوع مواجهه با اخلاق که مفهومی پر دامنه و بلند آوازه در تاریخ تفکر بشری است، قابل تأمل است. اساساً آیا استفاده از «اخلاق» در بخش‌های مختلف دولتی/ خصوصی، در سازمان‌های انتفاعی/ غیرانتفاعی در تلاش برای به حداکثر رسانی سود و به حداقل رسانی زیان به نفع بازتولید نظام سرمایه‌داری نیست؟ و فرهنگ بنگاه‌داری پرسود به هر قیمتی! را ترویج نمی‌کند؟ به باور نگارنده استفاده ابزاری از مفهوم «اخلاق» مصادره مضامین عالی انسانی-اجتماعی به نفع نظام سرمایه و سرمایه‌داری، تحت تأثیر اقتصاددانش است؛ با تعمیم الگوهای کسب و کار تجارت محور به سازمان‌های دولتی که رسالت آن خدمت به نفع عامه مردم فارغ از محاسبه سود و زیان است، فاجعه عمیق‌تر خواهد بود؛ بماند که از اساس این تقلیل‌گرایی سودمحورانه با آمال نجات‌بخش علم مدرن و تجربه‌رهایی و سعادت برای انسان هم در تضاد است.

در میان حوزه‌های بررسی شده از حیث التفات بیشتر مطالعات اخلاق مدیریت به حوزه علوم اجتماعی در رتبه دوم قرار گرفته است. این در حالی است که در میان رشته‌ها و گرایش‌های علوم انسانی، علوم اجتماعی است که در ذات و ماهیت خود بیشتر به عنوان علوم انتقادی شناخته می‌شود. در اینجا هم مطالعه محتوایی آثار تولیدشده، اهداف، سؤالات و سوگیری‌ها در مطالعات آتی نشان خواهد داد که آیا این گروه از مطالعات همچنان سوییته انتقادی خود را حفظ کرده‌اند؟ این پرسش مهمی است که پژوهشگران بعدی می‌توانند مورد توجه قرار دهند.

از سوی دیگر، جای تأمل است که مدیریت دولتی کمترین مسامحت در تولید محتوا را در موضوع اخلاق مدیریت داشته است. این کاستی به این دلیل که مدیریت دولتی با اداره امور عمومی و به تعبیری همان خیر عمومی و مدیریت نفع عام جامعه سروکار دارد، یافته بسیار مهمی است که نیاز به مطالعات تحلیلی بیشتری دارد. به عنوان نمونه، اگر پژوهش را چون یک یک نهاد اجتماعی بدانیم که ذی‌نفعان مختلف در آن ایفای نقش می‌کنند، آنگاه کمبود التفات به مطالعات اخلاق مدیریت را می‌توان تحت تأثیر

هریک از ذی‌نفعان نهاد علم بررسی کرد. آیا بازیگران فعال در حوزه مدیریت دولتی، مسئله‌ای به نام اخلاق نداشته‌اند یا حتی بدبینانه به این قبیل مطالعات روی خوشی نشان نداده‌اند و یا ریشه‌های اقتصاد دانش بوده که موجب چنین وضعیتی شده است و سایر گمانه‌هایی که می‌توان برای بحث و بررسی بیشتر در پژوهش‌های تکمیلی مورد پرسش قرار داد.

همچنین به زبان رایج در مطالعات علم‌سنجی، نتایج خوشه‌بندی هم‌واژگانی منجر به تشکیل ۶ خوشه در حوزه اقتصاد کسب‌وکار، ۵ خوشه در حوزه علوم اجتماعی، ۷ خوشه در حوزه روان‌شناسی، ۶ خوشه در حوزه علوم زیست‌محیطی و تنها ۴ خوشه در حوزه مدیریت دولتی شده است. در میان خوشه‌های شناسایی شده در حوزه اقتصاد کسب‌وکار «تصمیم‌گیری اخلاقی، رفتار، قضاوت، کد اخلاق، باورها»، «مسئولیت اجتماعی سازمان، عملکرد مالی، قرارداد اجتماعی و عملکرد» و «رضایت شغلی، درگیر شدن در کار، تعهد هنجاری، مشتری محوری» کلیدواژه‌های پرتکرار و مهم‌ترین گرایش‌های پژوهشگران حوزه اقتصاد کسب‌وکارند. همچنین کلیدواژه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان، پایداری و ارزش‌ها دارای بیشترین میزان مرکزیت درجه، مسئولیت اجتماعی شرکت، پایداری، ارزش‌ها و اعتماد دارای بیشترین میزان مرکزیت نزدیکی و مسئولیت اجتماعی شرکت، پایداری و عدالت دارای بیشترین مرکزیت بینایی‌اند. در این میان، دو مفهوم مسئولیت اجتماعی و پایداری از نظر برخورداری از میزان بالایی از سه مرکزیت، از مهم‌ترین مفاهیم این حوزه مطالعاتی است.

در میان خوشه‌های شناسایی شده در حوزه علوم اجتماعی، «تصمیم‌گیری، رفتار، موانع، مدیران»، «مسئولیت اجتماعی سازمان، نظریه ذی‌نفعان، حکمرانی سازمان، عملکرد مالی، مزیت رقابتی» و «رضایت شغلی، رفتار شهروند سازمانی، رهبری تحول‌گرا و جو سازمانی» کلیدواژه‌هایی هستند که به واسطه آنها هم‌سهمی این حوزه در مطالعات اخلاق مدیریت اتفاق افتاده و بیانگر مهم‌ترین گرایش‌های پژوهشگران این حوزه‌اند؛ همچنین در مطالعات این حوزه، کلیدواژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، تصمیم‌گیری اخلاقی و فساد رتبه اول تا سوم در مرکزیت درجه و نزدیکی و کلیدواژه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، تصمیم‌گیری اخلاقی و فضایل اخلاقی به ترتیب از مرکزیت بینایی برترند. می‌توان مسئولیت اجتماعی شرکت و تصمیم‌گیری اخلاقی را از مهم‌ترین مفاهیم این حوزه مطالعاتی نام برد.

مبتنی بر یافته‌های مربوط به شناسایی خوشه‌ها در حوزه روان‌شناسی رهبری تحول‌گرا، نقش میانجی، رفتار، رهبری انتقالی، تصمیم‌گیری اخلاقی، رضایت، ارزش‌ها، آموزش، رهبری اشتراکی، رهبری

میان‌کنشی از مهم‌ترین کلیدواژه‌ها و مفاهیم به‌کاربرفته بوده و معرف بیشترین گرایش‌های پژوهشگران این حوزه برای انجام تحقیقات علمی در حوزه روان‌شناسی است. ازسوی دیگر، در این مطالعات، کلیدواژه‌های تبادل رهبر و عضو، رهبری انتقالی و رفتار غیراخلاقی به‌ترتیب دارای بیشترین میزان مرکزیت درجه، کلیدواژه‌های رهبری انتقالی، رفتار غیراخلاقی و انگیزه اجتماعی به‌ترتیب دارای بیشترین میزان مرکزیت نزدیکی، و معنابخشی، سکوت سازمانی و رهبری انتقالی دارای بیشترین میزان مرکزیت بینابینی است.

در میان‌شش خوشه‌شناسایی‌شده در حوزه علوم زیست‌محیطی «مسئولیت اجتماعی سازمانی، پایداری، اخلاق محیطی، درگیرسازی ذی‌نفع، رهبری تحول‌گرا و تصمیم‌گیری» بیشترین تکرار را در مطالعات اخلاق مدیریت داشته و به‌عنوان مهم‌ترین گرایش پژوهشگران در این حوزه، از جایگاه مهمی برخوردارند. همچنین در حوزه علوم زیست‌محیطی بیشترین میزان مرکزیت درجه و نزدیکی مربوط به پایداری، مسئولیت اجتماعی شرکت و توسعه پایدار است. پایداری، مسئولیت اجتماعی شرکت، توسعه پایدار و اخلاق محیطی دارای بیشترین میزان مرکزیت بینابینی را به خود اختصاص داده است.

بررسی و تحلیل مطالعات انجام‌شده درباره اخلاق مدیریت در حوزه مدیریت دولتی نشان داد، گرچه این حوزه نسبت به چهار حوزه دیگر چندان خود را دچار بحث و بررسی پیرامون اخلاق مدیریت نساخته بااین‌حال، مفاهیم و واژگان «عملکرد، رهبری تحول‌گرا، مسئولیت‌پذیری، مدیریت، سیاست، مسئولیت اجتماعی سازمان» دارای هم‌رخدادی بالایی بوده و پرتکرار و رایجند. در میان این مفاهیمی که توجه پژوهشگران حوزه مدیریت دولتی را به خود جلب نموده‌اند، مسئولیت اجتماعی، سیاست عمومی، ارزش‌ها و توسعه پایدار دارای بیشترین مرکزیت درجه بوده و نیز مسئولیت، صلاحیت اخلاقی، مسئولیت اجتماعی شرکت دارای بیشترین مرکزیت نزدیکی است. همچنین مسئولیت و صلاحیت اخلاقی، مزیت رقابتی، رهبری عمومی و حوزه عمومی دارای بیشترین مرکزیت بینابینی‌اند. دراین‌بین، مسئولیت، مفهوم مهم‌تری برای بحث و بررسی موضوع اخلاق مدیریت نزد محققان حوزه مطالعاتی مدیریت دولتی بوده است.

به‌طور کلی مقایسه این یافته‌ها با نتایج پژوهش عابد جعفری و همکاران (۱۳۹۰) که به ترسیم نقشه دانش اخلاق مدیریت و سازمان در ایران پرداخته‌اند، بیانگر آن است که شبکه دانش شکل‌گرفته در زمینه مطالعات اخلاق مدیریت در حوزه ملی و بین‌المللی همانند نیستند. بااین‌حال، مقایسه برخی از یافته‌ها با

نتایج پژوهش‌های چو (۲۰۱۱)، والسטר و همکاران (۲۰۱۹) و تونکای و یانگیز (۲۰۲۰) نشان از برخی یافته‌های مشابه دارد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد، میان حوزه‌های علمی مورد بررسی هر چند بیشترین تعداد از آثار علمی مشترک و نیز بالاترین میزان شباهت موضوعی مربوط به حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی است؛ با توجه به نتایج این تحقیق که بیشترین التفات به اخلاق مدیریت در حوزه اقتصاد کسب و کار به دست آمده، طبیعی است که با عنایت به توسعه رویکردهای میان‌رشته‌ای یا فرارشته‌ای، به طور عام و نیز در موضوع اخلاق مدیریت به طور خاص این نتیجه حاصل شود که یافته‌های حوزه علوم اجتماعی به طور گسترده مورد استفاده محققان در حوزه اقتصاد کسب و کار قرار گیرند و برعکس. در عمل، نتایج پژوهش حاضر مشخص نمود حوزه‌های اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی به لحاظ تعداد مطالعات منتشر شده و استنادات دریافتی از ابتدا تا کنون نسبت به سایر حوزه‌های علمی بررسی شده موفق‌تر بوده‌اند.

همچنین به دنبال التفات پایین محققان در حوزه مدیریت دولتی به موضوع اخلاق مدیریت، عجیب نیست که تعداد آثار مشترک و میزان شباهت موضوعی در حوزه‌های مشارکت‌کننده روان‌شناسی و مدیریت دولتی هیچ و یا تنها یک اثر مشترک باشد. همچنین طبق نتایج کمترین شباهت موضوعی مربوط به حوزه‌های علوم محیطی و مدیریت دولتی به دست آید، در حالی که، به عنوان نمونه، اقدامات منتج به تغییرات محیطی و زیست‌محیطی ارتباطی نزدیک با حوزه عملکردی مدیریت دولتی و تصمیماتشان دارد. در نهایت با توجه به اهمیت اخلاق مدیریت و تأثیری که مستقیم یا غیرمستقیم بر ابعاد مختلف توسعه دارد، امید است یافته‌ها و نتایج حاصل از این تحقیق برای مدیران، سیاست‌گذاران، سازمان‌ها/شرکت‌ها مفید بوده و در شکل‌دهی به برنامه‌های پژوهشی کوتاه‌مدت یا بلندمدت پژوهشگران دغدغه‌مند در این ساحت ارجمند مطالعاتی مؤثر بوده و به افزایش کمی و کیفی و البته متوازن این تولیدات علمی مربوط به اخلاق مدیریت در تمامی شقوق آن کمک کند. همچنین امید است نمای ارائه‌شده از ساختار فکری اخلاق در دانش مدیریت در حوزه‌های علمی مختلف بتواند مبتنی بر یافته‌های مستقن علمی از شکاف‌های موضوعی پرده برداشته و موضوعات در حال رشد این حوزه‌ها را ارائه و از پژوهش‌های کم کاربرد و تکراری بکاهد.

پیشنادهای اجرایی پژوهش

با در نظر داشتن اهمیت اخلاق در دانش مدیریت و روند صعودی مطالعات مرتبط با این حوزه می توان نسبت به برداشتن گام های عملی برای بهره برداری بیشتر از آن همسو با مرزهای جهانی دانش اقداماتی را مناسب اجرا دانست که اهم آنها عبارتند از:

۱. گسترش همکاری های علمی پژوهشگران پنج حوزه مورد بررسی و سایر حوزه های مشارکت کننده به ویژه دو حوزه اقتصاد کسب و کار و علوم اجتماعی به دلیل شباهت موضوعی نسبتاً بالای این حوزه ها به منظور تقویت دیدگاه میان رشته ای و نهایتاً اثربخشی بیشتر مطالعات حوزه اخلاق در دانش مدیریت؛
۲. شناسایی زیرساخت ها، پیشران ها و پیامدهای مؤثر در موضوع اخلاق در دانش مدیریت براساس واژگان و مفاهیم شناسایی شده در حوزه های علمی مختلف و سپس برنامه ریزی، ارزیابی و نهادینه سازی و استفاده از آنها در پروژه های اجرایی و پژوهشی مرتبط.

پیشنهاد برای پژوهش های آتی

بر اساس پژوهش حاضر، موارد زیر برای انجام پژوهش های آتی پیشنهاد می شود:

۱. تحلیل ساختار و مفاهیم تولیدات علمی این حوزه در دیگر پایگاه های استنادی نظیر اسکوپوس و گوگل اسکالر و همچنین وب اجتماعی به منظور ارزیابی جامع تری از وضعیت پژوهش این حوزه در جهان؛
۲. بررسی تطبیقی مطالعات اخلاق در دانش مدیریت با تولیدات علمی متمرکز بر فساد به ویژه در حوزه مدیریت دولتی؛
۳. تحلیل محتوا و ساختار مفاهیم و واژگان مدارک علمی زیر حوزه ها و خوشه های حاصل از مطالعه حاضر به طور مجزا با هدف بهبود جو اخلاقی و توسعه ارزش های اخلاقی میان مدیران و در سازمان ها/ شرکت های ایرانی.
۴. مطالعه همکاری های علمی پژوهشگران علوم مختلف در حوزه اخلاق در دانش مدیریت براساس شاخص های هم نویسنده گی در راستای بررسی بیشتر درباره ماهیت میان رشته ای دانش مدیریت و رفتار عاملان و کنشگران آن در انجام پژوهش های مشترک.

منابع

- احمدی، حمید و عصاره، فریده (۱۳۹۶)، مروری بر کارکردهای تحلیل هم‌واژگانی، *مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۸ (۱): ۱۲۵-۱۴۵.
- استونر، جیمز ای؛ اف. فری من؛ آرد. ادوارد و گیلبرت، دانیل، آر. (۱۳۷۹)، *مدیریت: مقدمه‌ای بر مدیریت، در قرن بیست و یکم*، برنامه‌ریزی (ج ۱)، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- اسلامی ندوشن، محمدعلی (۱۳۸۰)، *افت اخلاقی، فصلنامه هستی*، شماره ۲.
- الهی، شعبان؛ نقی‌زاده، رضا؛ قاضی نوری، سیدسپهر و منطقی، منوچهر (۱۳۹۱)، شناسایی جریان‌های غالب در حوزه توسعه نوآوری در مناطق با استفاده از روش تحلیل هم‌رخدادی کلمات، *بهبود مدیریت*، ۶ (۱۷): ۱۳۶-۱۶۸.
- جعفری، سمیه؛ فرشید، راضیه و مصطفوی، اسماعیل (۱۳۹۹)، الگوهای هم‌نویسندگی و روندهای موضوعی پژوهش‌های علمی ایران و جهان در حوزه سازماندهی اطلاعات و دانش (۲۰۰۱-۲۰۲۰). *فصلنامه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۷ (۲۲): ۲۵-۵۴.
- جعفری‌فر، نیره (۱۳۹۳)، بررسی تولیدات علمی جهان در حوزه «اخلاق کاربردی» در پایگاه استنادی، *فصلنامه علمی - ترویجی اخلاق*، ۱۰ (۳۸): ۱۸۴-۲۰۶.
- حسن‌زاده، محمد و جعفری باقی‌آبادی، سمیه (۱۳۹۶)، شناسایی اهداف مرتبط با کتابخانه‌های عمومی در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه مطالعات دانش‌شناسی*، ۳ (۱۲): ۲۷-۴۸.
- دانش، فرشید و نعمت‌الهی، زهرا (۱۳۹۹)، خوشه‌بندی مفاهیم و رویدادهای نوپدید سازماندهی دانش، *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۳ (۲): ۵۳-۸۵.
- رمضانی، هادی؛ علی‌پور حافظی، مهدی و مؤمنی، عصمت (۱۳۹۳)، نقشه‌های علمی: فنون و روش‌ها، *فصلنامه ترویج علم*، ۵ (۶): ۵۳-۸۴.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۷۹)، *مدیریت فراملیتی و جهانی*، تهران: سمت.
- سهیلی، فرامرز؛ شعبانی، علی و خاصه، علی‌اکبر (۱۳۹۵)، ساختار فکری دانش در حوزه رفتار اطلاعاتی: مطالعه هم‌واژگانی، *تعامل انسان و اطلاعات*، ۲ (۴): ۲۱-۳۶.

سهیلی، فرامرز و عصاره، فریده (۱۳۹۲)، مفاهیم مرکزیت و تراکم در شبکه‌های علمی و اجتماعی، **فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات**، ۲۴ (۳): ۹۲-۱۰۸.

شکفته، مریم و حریری، نجلا (۱۳۹۲)، ترسیم و تحلیل نقشه علمی پزشکی ایران با استفاده از روش هم‌استنادی موضوعی و معیارهای تحلیل شبکه اجتماعی، **مدیریت سلامت**، ۱۶ (۱۵): ۴۳-۵۹.

عابدی جعفری، حسن و حسین‌زاده، امیر (۱۳۹۱)، ترسیم نقشه دانش اخلاق مدیریت و سازمان در ایران، **روش‌شناسی علوم انسانی**، ۱۸ (۷۰): ۷۷-۵۹.

عابدی جعفری، حسن؛ ابویی اردکانی، محمد؛ آقازاده ده‌ده، فتاح و دلبری راغب، فاطمه (۱۳۹۰)، روش‌شناسی ترسیم نقشه‌های علم: مطالعه موردی ترسیم نقشه علم مدیریت دولتی، **روش‌شناسی علوم انسانی**، ۱۷ (۶۶): ۵۳-۶۹.

عابدی جعفری، حسن؛ ابویی اردکانی، محمد و آقازاده ده‌ده، فتاح (۱۳۹۰)، ترسیم نقشه علم مدیریت شهری بر مبنای طبقه‌بندی‌های موضوعی پایگاه استنادی علوم، **مدیریت دولتی**، ۳ (۷): ۱۳۱-۱۳۸.

فرامرز قراملکی، احد (۱۳۸۳)، تعارض‌های اخلاقی در سازمان، **مجله دانشگاهی سمنان**، ۳ (۷): ۲۱-۳۴.

فرهنگی، سهیلا؛ خاصه، علی‌اکبر و ابراهیمی دینانی، آرزو (۱۳۹۷)، پژوهش‌های عرفانی در آینه علم‌سنجی، **دوفصلنامه پژوهش‌های ادب عرفانی (گوهر گویا)**، ۱۲ (۱): ۱۰۹-۱۳۲.

فقیهی، ابوالفضل و رضایی منش، بهروز (۱۳۸۴)، اخلاق اداری، **فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)**، ۱۲ (۴۷): ۲۵-۵۰.

قاضی‌زاده، حمید؛ سهیلی، فرامرز و خاصه، علی‌اکبر (۱۳۹۷)، ترسیم ساختار دانش در پژوهش‌های علوم قرآن و حدیث ایران با استفاده از تحلیل هم‌واژگانی، **پژوهشنامه علم‌سنجی**، ۱۰۱-۱۲۲.

نوروزی چاکلی، عبدالرضا (۱۳۹۱)، نقش و جایگاه مطالعات علم‌سنجی در توسعه، **پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات**، ۲۷ (۳): ۷۲۳-۷۳۶.

Abbasi, Alireza & Liaquat, Hossain & Leydesdorff Loet (2012). Betweenness centrality as a driver of preferential attachment in the evolution of research collaboration networks. **Journal of Informetrics**, Volume 6, Issue 3, Pages 403-412.

Annas, Julia (2001) "Ethics and Morality", in; **Encyclopedia of Ethics**, eds. L. C. Becker & C. B. Becker, 3 vol. , USA: Routledge, pp. 485-487.

Baalen, Peter J.& Karsten, Luchien (2012). The evolution of management as an interdisciplinary field, **Journal of Management History**, 12(2), 219-237, DO: 10.1108/17511341211206861.

- Bedau, Julia (2001) "Applied Ethics", in; **Encyclopedia of Ethics**, eds. L. C. Becker & C. B. Becker, 3 vol. , USA: Routledge, pp.80-84.
- Berti, M., Jarvis, W., Nikolova, N., & Pitsis, A. (2021). Embodied phronetic pedagogy: Cultivating ethical and moral capabilities in postgraduate business students. **Academy of Management Learning & Education**, 20(1), 6-29.
- Borner, K. Chen, C. Boyack, KW. (2003). Visualizing knowledge domains, **annual review of information science and technology**, 37(1), 179-255.
- Brinkmann, J. (2005). Understanding insurance customer dishonesty: Outline of a situational approach. **Journal of Business Ethics**, 61(2), 183-197.
- Cheng, F. F., Huang, Y. W., Yu, H. C., & Wu, C. S. (2018). Mapping knowledge structure by keyword co-occurrence and social network analysis. **Library Hi Tech**.
- Chou, L. Y. (2011). Knowledge Discovery through Bibliometrics and Data Mining: An Example On Marketing Ethics. **International Journal of Organizational Innovation**, 3(4).
- Cuellar, M. J., Vidgen, R., Takeda, H., & Truex, D. (2016). Ideational influence, connectedness, and venue representation: Making an assessment of scholarly capital. **Journal of the Association for Information Systems**, 17(1), 1.
- Eckert, Alex. (2019). Organizational Commitment: a bibliometric study in the Web of Science database between the years from 2008 to 2018. *Revista FOCO* 38-57.
- Gordon, P. D. (2018). The Ethics Map: A Map of the Range of Concerns Encompassed by 'Ethics and the Public Service'. **Gordon Homeland**, accessed June, 21.
- Jaiswal Sn. (2014). Interdisciplinary Research in Commerce and Management, **International journal of research in humanities and social sciences**, Vol. 2, Issue: 5, June: 2014, ISSN: (P) 2327-5404 ISSN: (o) 2320 771 X.
- Kvalnes, Ø., & Øverenget, E. (2012). Ethical navigation in leadership training. *Etikk i praksis-Nordic Journal of Applied Ethics*, 1, 58-71.
- Maclagan, P. (2003). Varieties of moral issue and dilemma: A framework for the analysis of case material in business ethics education. **Journal of Business Ethics**, 48(1), 21-32.
- Proudford, M.; Lacey, A. R. (2010), **The Routledge Dictionary of Philosophy**, USA&Canada: Routledge.
- Sedighi, Mehri & Jalalimanesh, Ammar (2014). Mapping research trends in the field of knowledge management, **Malaysian Journal of Library and Information Science**, Vol. 19.
- Toffler, B. L. (1986). **Tough choices: Managers talk ethics**. New York: John Wiley and Son.
- Tuncay, S. S., & Yagiz, F. N. S. (2020). Bibliometric profile of "Whistleblowing" Articles in Turkey. **Business & Management Studies: An International Journal**, 8(4), 266-295.
- Vallaster, C., Kraus, S., Lindahl, J. M. M., & Nielsen, A. (2019). Ethics and entrepreneurship: A bibliometric study and literature review. **Journal of Business Research**, 99, 226-237.

- Whittaker, J. (1989). Creativity and conformity in science: Titles, keywords and co-word analysis. **Social Studies of Science**, 19(3), 473-496.
- World Bank. (2018). **World development report 2019: The changing nature of work**. The World Bank.
- Wray-Bliss, E (Wray-Bliss, Edward (2011). Ethics and organizational practice: Questioning the moral foundations of management, **ORGANIZATION STUDIES**, Volume: 32, Issue: 6, Pages: 853-856, DOI: 10.1177/0170840611410830.
- Zuger A, Miles SH (1987). Physicians, AIDS, and Occupational Risk: Historic Traditions and Ethical Obligations. **JAMA**, 258(14):1924–1928.