مقاله پژوهشی

سرمایه اجتماعی و ایجاد محیط اخلاقی مطلوب: تاکید بر اعتماد و آگاهی دانشجویان نسبت به مسئولان اجرایی

محمد شریفی[۱]، دکتر حسین ابوالفضلی[۲]*، دکتر عبدالرضا بای[۳]، دکتر علی صالحی فارسانی[۲]

۱.دانشجوی دکتری اندیشه های سیاسی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

۲.گروه علوم سیاسی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

۳.گروه علوم سیاسی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران.

(تاریخ دریافت:۱۴۰۰/۰۴/۷، تاریخ پذیرش : ۱۴۰۰/۶/۴)

چکیده

زمینه: اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدیدی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع توسعه یافته مطرح شده است. افزایش سطح اعتماد به عنوان یک سرمایه اجتماعی در شکل گیری یک محیط اخلاقی در جامعه اهمیت فراوان دارد. از این رو پژوهش حاضر با هدف ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در شکل گیری یک محیط اخلاقی با تاکید بر اعتماد و آگاهی دانشجویان نسبت به مسئولان اجرایی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد واحد گلستان) شکل گرفت.

روش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی – تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان بودند که تعداد ۳۸۴ نفر با روش تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شد. ابزار تحلیل پرسشنامه محقق ساز بود . داده های به دست آمده با استفاده از آزمون ناپارامتریک *Chi-Square* و نرم افزار *spss* تحلیل شدند.

یافته ها: نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان که با ضریب ۳۸/۲۶ درصد میزان اعتماد پایینی نسبت به مسئولان اجرایی دارند. همچنین دانشجویان به ترتیب با ضرایب ۷۹/۷۴، ۷۷/۴۱، ۶۴/۵۱ و ۷۶/۳۵ درصد دارای آگاهی عمومی و اجتماعی بالا و آگاهی اقتصادی متوسط و آگاهی سیاسی بالا هستند.

نتیجه گیری: ایجاد محیط اخلاقی مطلوب سطوح بالایی از اعتماد را در میان اقشار مختلف جامعه ایجاد می کند .همچنین جامعه اخلاق مدار آگاهی را فضیلت دانسته و در افزایش آگاهی شهروندان خویش می کوشد. با افزایش سطح اعتماد و آگاهی سرمایه اجتماعی تحکیم شده و جامعه مدنی و حیات شهروندی استقرار می یابد.

کلیدواژگان: محیط اخلاقی، سرمایه اجتماعی، اعتماد، آگاهی

سرآغاز

یکی از سرمایه‌های مهم هر جامعه‌ای که از مؤلفه‌های اساسی و مؤثر در توسعه و ثبات آن کشور محسوب می‌شود سرمایه اجتماعی[۱] است؛ سرمایه‌ای که زیربنای توسعه فرهنگی[۲] و اقتصادی سیاسی یک کشور است .اهمیت این سرمایه به میزانی است که از آن به عنوان ثروت نامرئی یک کشور یاد می‌شود و از رهگذر این سرمایه حیاتی [۳]است که انسجام و همبستگی در جامعه فراهم می‌شود و هرگونه کاهش در آن منجر به کاهش مشارکت‌های سیاسی[۴]، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شهروندان می‌شود و همچنین رشد آسیب‌ها و جرائم اجتماعی[۵]، بی اعتمادی[۶]، یاس، ناامیدی، احساس محرومیت نسبی و بسیاری از نابهنجاری‌ها نتیجه تقلیل سرمایه اجتماعی است(۱).

به طور کلی، سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌های موجود در سیستم‌های فکری، علمی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه است که از تکثیر نهادهای اجتماعی[۷] و اقتصادی جامعه به دست می‌آید و دارای ویژگی‌هایی مانند اعتماد متقابل[۸]، تعامل اجتماعی[۹] و احساس هویت جمعی [۱۰]و گروهی است(۲)

سرمایه اجتماعی از مولفه های متعددی تشکیل شده و اثر می پذیرد. یکی از این مولفه ها سرمایه اخلاقی[۱۱] است. سرمایهٔ اخلاقی تمهیدات سرمایه گذاری و نهادی است که ممکن است توسط هنجارها ی اخلاقی پاسخگویی[۱۲]، شفافیت[۱۳]، روابط متقابل و عدالت به کار گرفته و اداره شود. به عبارتی، سرمایهٔ اخلاقی میتواند به عنوان "بسیج ارزشهای

نویسندهٔ مسئول: نشانی الکترونیکی: **hoseinaboulfazli@gmail.com**

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6]

اخلاقی[15]"تعریف شود (۳)

ارزشها، پایه و اساس فرهنگ هر سازمانی میباشد و زیربنای همه ارزشها در سازمان، ارزشهای اخلاقی است. این ارزشها به استقرار و حفظ استانداردهایی کمک میکند که میتواند بر هدایت افراد به سوی اقداماتی که برای سازمان مطلوب است تأثیر بگذارد. به طور ویژه هنگامی که استانداردها یا ارزشهای اخلاقی سازمان به طور گستردهای میان اعضاء رایج شود موفقیت سازمان افزایش مییابد. رعایت اخلاق و حفظ ارزشهای اخلاقی به صورت یکی از مهمترین پدیدههایی در آمده است که در بیشتر سازمانها مورد توجه قرار است. اصول اخلاقی به صورت بخشی از سیاستهای رسمی و فرهنگهای غیر رسمی سازمانها درآمده است(۴). بنابرای ایجاد یک محیط اخلاقی مطلوب از ضروریا تحقق سرمایه اجتماعی است. برای ایجاد چنین محیط اخلاقی مولفه های متعددی نقش دارند ولی می توان گفت آگاهی و اعتماد شاید اصلی ترین این مولفه ها باشند.

معمولا پیش شرط اولیه و مهم جهت مشارکت اجتماعی«آگاهی» است. آگاهی یکی از متغیرهای معرفتی متعلق به افراد می باشد اما جایی که اشخاص از چیستی مسایل اجتماعی آگاه نمی شوند یا از ابزار موجود برای پاسخگویی به این مشکلات بی خبر می باشند، مسلما فرصت های مشارکت اجتماعی نیز کاهش خواهد یافت. لذا سرمایه اجتماعی به وسیله کنش مبنی بر آگاهی و شناخت متقابل به وجود می آید و محصول کوشش پایان ناپذیری خواهد بود که برای سازماندهی کردن ارزشها هنجارهایی که در تولید و بازتولید روابط پایدار و سودمندی که منافع مادی و معنوی گروه ها را برآورده می‌کند، صورت می‌گیرد. آگاهی پیش شرط شناختی مهم و فعال تر مسئولیت مدنی است که سبب علاقه و نگرانی می‌شود و در مقابل آگاهی و توجه وضعیت شناختی چشم پوشی، بی تفاوتی و شکل گیری نگرش فرصت طلبانه می باشد (۵)

اعتماد می‌تواند منجر به نتایج مطلوبی شود. در حقیقت، اعتماد نوعی حس امنیت را ایجاد می‌کند(۶). امروزه گفته می‌شود که ابهام و عدم اطمینان در حال افزایش است، بنابراین نیاز فزایندهای به تغییر، نوآوری، یادگیری و ریسک پذیری وجود دارد. سازمان‌ها باید بدانند که چگونه اعتمادسازی به عنوان یک فرایند تعاملی عمل می‌کند و سیاست‌ها و فعالیت‌های سازمان چه اثری بر میزان اعتماد مشتریان دارد. اعتماد موضوع مورد علاقه بسیاری از محققان در رشته‌های علمی (از قبیل مدیریت، سیستم‌های اطلاعات و بازاریابی) مختلف بوده است. محققان از دیدگاه‌های مختلف اقدام به آزمودن اعتماد کرده‌اند و تعاریف چندگانه‌ای از اعتماد وجود دارد. کسب و کارها بر توسعه روابط بلندمدت و نافع با مشتریان، دیگر سازمان‌ها و کارکنان تمرکز کرده‌اند. یک عنصر بسیار حیاتی در دستیابی موفق به این روابط بلندمدت، ایجاد و حفظ اعتماد است(۷). اعتماد از مفاهیم کلیدی در حوزه جامعه شناسی و یکی از ابعاد مهم سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود و طرح اعتماد اجتماعی بیانگر توجه فزاینده به عوامل اجتماعی و نهادی در مطالعات توسعه است. مطالعاتی که عمدتاً بر مؤلفه‌های اقتصادی تأکید داشته، ولی در دهه‌های اخیر بیشتر به عوامل اجتماعی و فرهنگی توسعه معطوف گردیده است. با اهمیت یافتن اعتماد اجتماعی در جامعه معاصر به تدریج این مفهوم در نزد سیاست گذاران، برنامه ریزان و دولت مردان نیز از جایگاه خاصی برخوردار شده است (۸). بنابراین پیش زمینه ورود در هر نوع روابط اجتماعی«اعتماد» است. به عبارتی دیگر با به وجود آمدن اعتماد در بین افراد، همکاری و مشارکت آنها گسترش خواهد یافت و تمایل گروه‌های اجتماعی را برای فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گسترش می دهد. براین اساس اعتماد به عنوان مؤلفه مهم سرمایه اجتماعی علاوه بر اینکه یکی از عناصری فردی و شخصی است همچنین یک واقعیتی اجتماعی نیز است که توسط جمع ساخته و پرداخته می‌شود (۹) از این رو پژوهش حاضر با هدف ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در شکل گیری یک محیط اخلاقی با تاکید بر اعتماد و آگاهی دانشجویان نسبت به مسئولان اجرایی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد واحد گلستان) شکل گرفت. که برای رسیدن به این هدف پاسخگویی به پرسش های زیر ضرورت دارد.

میزان اعتماد دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟

میزان آگاهی عمومی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟

میزان آگاهی اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟

میزان آگاهی اقتصادی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟

میزان آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟

روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی – تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان بودند که تعداد ۳۸۴ نفر با روش تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شد. ویژگی های جمعیتی نمونه عبارت بود از: ۵۲ درصد زن و ۴۸ درصد مرد، ۶۶ درصد مجرد، ۲۶ درصد متاهل و ۸ درصد مطلقه ، از نظر اقتصادی ۵۱/۴ درصد متوسط، ۳۳/۳ خوب و ۱۵/۲ درصد ضعیف بودند. ابزار تحلیل پرسشنامه محقق ساز بود . این پرسشنامه متشکل از ۴۶ گویه بود و در آن میزان اعتماد نسب به مسئولان و سطوح مختلف آگاهی مورد بررسی قرار گرفت . روایی سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تأیید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۸محاسبه شد (جدول ۱).

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هجدهم، شماره ۱، ۱۴۰۲
[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6]

جدول ۱: آزمون آلفای کرونباخ

مولفه های پرسشنامه	آلفای کرونباخ
اعتماد	۰.۸۴
آگاهی عمومی	۰.۸۸
آگاهی اجتماعی	۰.۸۷
آگاهی اقتصادی	۰.۸۶
آگاهی سیاسی	۰.۸۳
کل	۰.۸۸

آزمون کولموگروف اسمیرنوف غیر نرمال بودن داده‌ها را نشان داد از این رو برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون ناپارامتریک *Chi-Square* و نرم افزار *spss* استفاده شده است.

یافته‌ها

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف غیر نرمال بودن داده‌ها را نشان داد(جدول ۲) برای همین منظور از آزمون ناپارامتریک کای اسکوئر برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق استفاده شده است.

بررسی سؤالات پژوهش

میزان اعتماد دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان نسبت به مسئولان اجرایی چقدر است؟ برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون کای اسکوئر (Chi-Square) استفاده شده است. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان که با ضریب ۳۸/۲۶درصد از مسئولان اجرایی با sig=۰.۰۰۱ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان اعتماد پایینی دارند. جدول (۳)

میزان آگاهی عمومی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟ برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون کای اسکوئر (Chi-Square) استفاده شده است. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان با ۷۹.۷۴ درصد و با sig=۰.۰۰۴ و درجه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد آگاهی عمومی بالایی دارند. جدول (۳)

میزان آگاهی اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟ برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون کای اسکوئر (Chi-Square) استفاده شده است. نتایج آزمون نشان داد که دانشجویان با ۷۷.۴۱ درصد و با sig=۰.۰۰۰ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان آگاهی اجتماعی بالایی دارند.(جدول ۳)

میزان آگاهی اقتصادی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟ برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون کای اسکوئر (Chi-Square) استفاده شده است. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان با ۶۴.۵۱ درصدو با sig=۰.۰۰۳ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان آگاهی اقتصادی متوسطی دارند. جدول (۳)

میزان آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد گلستان چقدر است؟ برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون کای اسکوئر (Chi-Square) استفاده شده است. نتایج آزمون نشان داد که دانشجویان با ۷۶.۳۵ درصد با sig=۰.۰۰۰ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد آگاهی سیاسی بالایی دارند. جدول (۳)

جدول ۲: آزمون کولموگروف اسمیرنوف، به منظور بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	کالموگروف- اسمیرنف	معنی داری (P)
اعتماد	۳۸۴	۲.۲۳	۰.۰۰۰
آگاهی عمومی	۳۸۴	۱.۴۱	۰.۰۰۲
آگاهی اجتماعی	۳۸۴	۳.۲۴۱	۰.۰۰۳
آگاهی اقتصادی	۳۸۴	۱.۹۸	۰.۳۰۰۴
آگاهی سیاسی	۳۸۴	۲.۴۵	۰.۰۰۰

جدول ۳: نتایج آزمون کای اسکوئر

متغیر	Chi-Square	درجه آزادی	سطح معناداری
اعتماد	۳۸/۲۶	۳	۰/۰۰۱
آگاهی عمومی	۷۹/۷۴	۳	۰/۰۰۴
آگاهی اجتماعی	۷۷/۴۱	۳	۰/۰۰۰
آگاهی اقتصادی	۶۴/۵۱	۳	۰/۰۰۳
آگاهی سیاسی	۷۶/۳۵	۳	۰/۰۰۰

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6]

بحث

اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی، مفهومی مهم در مبانی جامعه شناسی جدید است که در حوزه اجتماع، چه وقتی که صرفاً وجود نامرئی آن احساس می‌شد و چه اکنون که به شکلی منسجم با نام سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود، از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد و با روند کنونی در آینده نزدیک به مهم‌ترین مفهوم علوم اجتماعی و تئوری‌های توسعه تبدیل خواهد شد. اعتماد و همبستگی در درون شبکه‌های اجتماعی در رابط ای متقابل با یکدیگر و به عنوان دو روی یک سکه به صورتی که منافع عمومی کمک می‌کنند از محورهای همیشگی سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی یکی از شکل‌های سرمایه است که با گذشت زمان مستهلک می‌شود روابط اجتماعی اگر حفظ نشود به تدریج از بین می‌رود و انتظارات و تعهدات متقابل با گذشت زمان ضعیف و ناپدید می گردد و به دنبال این روند تبلیغات منفی ضعف یا عدم وجود سرمایه اجتماعی در یک سازمان اجتماعی تجلی خواهد یافت. منظور این است که سرمایه اجتماعی در رابطه اجتماعی و فردی جریان پیدا می‌کند و اگر رابطه یک طرفه بماند قطع می‌شود. نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف غیر نرمال بودن داده‌ها را نشان داد برای همین منظور از آزمون ناپارامتریک کای اسکوئر برای پاسخ گویی به سؤالات تحقیق استفاده شده است. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان که با ضریب ۳۸/۲۶ درصد از مسئولان اجرایی با sig=۰.۰۰۱ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان اعتماد ضعیفی دارند. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان با ۷۹.۷۴ درصد و با sig=۰.۰۰۴ و درجه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد آگاهی عمومی بالایی دارند. نتایج آزمون نشان داد که دانشجویان با ۷۷.۴۱ درصد و با sig=۰.۰۰۰ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان آگاهی اجتماعی بالایی دارند. نتایج آزمون کای اسکوئر نشان داد که دانشجویان با ۶۴.۵۱ درصد و با sig=۰.۰۰۳ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد میزان آگاهی اقتصادی متوسطی دارند. نتایج آزمون نشان داد که دانشجویان با ۷۶.۳۵ درصد با sig=۰.۰۰۰ و در جه آزادی ۳ و سطح اطمینان ۹۵ درصد آگاهی سیاسی بالایی دارند.

نتایج پژوهش حاضر با پژوهش برخی محققان (۱۰ و ۱۱) هم سویی دارد. همچنین نتایج پژوهش حاضر به نشان داد که سرمایه اجتماعی در گرو محیطی اخلاق مداری است که منجر به افزایش سطح اعتماد و آگاهی افراد شود. این نتیجه با نتایج برخی پژوهش ها در این حوزه همراستا است (۱۲-۱۶).

بر اساس این نتایج پیشنهادات زیر ارایه می شود:

مسئولان و نهادهای مدیرتی و اجرایی باید سعی کنند موازین اخلاقی را رعایت کنند و نسبت به تعهدات و وعده‌های خود سخت پایبند باشند تا هر گونه بی اعتمادی دانشجویان نسبت به مسئولان را تعدیل نمایند.

برای افزایش آگاهی دانشجویان اساتید می‌توانند با معرفی کتاب‌های غیردرسی و ایجاد انگیزه دانشجویان را به مطالعه جذب کنند و امکانی فراهم شود تا مکانی باری مجله‌های تخصصی و نشریات روز .... توسط مدیر گروه هر رشته به سهولت در دسترش دانشجویان قرار گیرد.

نتیجه گیری

امروزه پارادایم اقتصادی نئوکالسیک به دنبال منافع خود و از میان برداشتن اخلاقیات و سرمایه اخلاقی است که چنین ایدئولوژی ای می تواند به متزلزل شدن و آسیب دیدگی سرمایه اجتماعی بیانجامد. ضرورت توجه به مفهوم سرمایه اخلاقی برای ایجاد جوی توام با اعتماد ، آگاهی و دستیابی به سرمایه اجتماعی اهمیت دارد. ایجاد محیط اخلاقی مطلوب منجر به ایجاد پیوند میان تعهدات اجتماعی شده و سطوح بالایی از اعتماد را در میان اقشار مختلف جامعه ایجاد می کند و این دو چرخه وار یکدیگر را تعقیب می کنند. همچنین جامعه اخلاق مدار آگاهی را فضیلت دانسته و در افزایش آگاهی شهروندان خویش می کوشد. با افزایش سطح اعتماد و آگاهی سرمایه اجتماعی تحکیم می یابد و جامعه مدنی و حیات شهروندی استقرار می یابد.

ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش موازین اخلاقی شامل اخذ رضایت آگاهانه، ی و رازداری و حفظ اطلاعات شخصی رعایت شد.

واژه نامه

1. Social capital	سرمایه اجتماعی
2. Cultural development	توسعه فرهنگی
3. Critical capital	سرمایه حیاتی
4. Political participation	مشارکت های سیاسی
5. Social crimes	جرایم اجتماعی
6. Distrust	بی اعتمادی
7. Social organizations	نهادهای اجتماعی
8. Mutual trust	اعتماد متقابل
9. Social interaction	تعامل اجتماعی
10. Collective identity	هویت جمعی
11. Moral capital	سرمایه اخلاقی
12. Responsiveness	پاسخگویی
13. Transparency	شفافیت
14. Justice	عدالت
15. Moral Values	ارزشهای اخلاقی

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هجدهم، شماره ۱، ۱۴۰۲

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6]

economic development. Journal of Human Social Studies; 9(2): 7-23. (In Persian).
9. Rezaee M, Azin A, Jafarinezhad M. (2017). A study of the relationship between social trust and political participation from the perspective of Mazandaran University students. Islamic Revolution Approach Quarterly; 11(39): 101-122. (In Persian).
10. Changizi A, Changizi P. (2015). The role of social capital in political trust. Iran/Tehran: 1st Comprehensive International Conference on Social Sciences in Iran.
11. Graeff P, Tinggaard Svendsen G. (2013). Trust and corruption: The influence of positive and negative social capital on the economic development in the European Union. Qual Quant; 47: 2829–2846.
12. Ketabi M, Adibisade M, Ghasemi V, Sadeghi S. (2010). Measuring social trust and the factors affecting it in the centers of Chaharmahal Bakhtiari cities. Applied Sociology; 21(4): 97-122. (In Persian).
13. Zareh B, Rouhandeh M. (2015). Study of social factors affecting socio-political participation A study of citizens over 18 years of age in Karaj. Iranian Journal of Social Studies; 9(2): 64-78. (In Persian).
14. Ghaderi A, Taghavi N. (2017). Investigating the relationship between social capital and quality of life of citizens of Saqqez. Sociological Studies; 5(1): 111-126. (In Persian).
15. Ghalavandi H, Koushki M. (2020). Canonical analysis of professional moral courage and social capital. Ethics in Science and Technology; 15 (1):136-142. (In Persian).
16. Almasi M. (2019). Analysis of the relationships between moral intelligence, social capital and job engagement. Ethics in Science and Technology; 14 (3):71-75. (In Persian).

References

1. Alizadeh M, Mohajeran B, Ghalei A. (2018). Canonical analysis of the relationship between components of professional ethics and social capital dimensions. Ethics in Science and Technology; 13 (2): 52-60. (In Persian).
2. Fatehi A, Ekhlasi E. (2012). Factors affecting social capital (Case study: pre-university female students in Golestan). Journal of Welfare Planning and Social Development; 14: 149-185. (In Persian).
3. Zarei-Matin H, Shamsi F, Adibzadeh M. (2017). Ethical capital that generates social capital. Social capital management; 4(1): 27-44. (In Persian).
4. Khodayari R, Fadaei-Dehcheshmeh N, Arabloo J, Tourani S. (2016). Does high social capital create a favorable ethical environment in the organization? A survey from the perspective of nursing staff in public hospitals in Tehran. Journal of Preventive Care in Nursing and Midwifery; 6(3). (In Persian).
5. Ebrahimzadeh E, Zareh M. (2014). An analysis of social capital with emphasis on citizens' awareness and trust in executive officials. Journal of Spatial Planning; 4(16): 2-18. (In Persian).
6. Hong IB, Cho H. (2012). The impact of consumer trust on attitudinal seller loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. trust. International Journal of Information Management; 31: 469-479.
7. Ahmadi A, Askari-Dehabadi H. (2015). Investigating the relationship between service quality, satisfaction, trust and loyalty among customers (Case study: passenger companies operating in Golestan terminals). Journal of Development and Transformation Management; 23: 11-20. (In Persian).
8. Ghalibafan SH. (2014). Investigating the relationship between social trust and readiness for

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هجدهم، شماره ۱، ۱۴۰۲

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1402.18.1.19.6] [Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-18]