



## اخلاق حرفه‌ای، راهی به سوی هم‌آفرینی در دانشگاه

فاطمه طاهرپور\*، سعیده سمائی<sup>۲</sup>

### چکیده

هم‌آفرینی به معنای آفرینش جمعی و مشترک با استفاده از مهارت‌ها، خلاقیت‌ها، توانایی‌ها و دانش جمعی است. هم‌آفرینی مستلزم این است که افراد بتوانند به صورت جمعی و در کنار هم به گفت و گو، تسهیم دانش و تعامل عمیق بپردازند. بنابراین تحقق هم‌آفرینی مستلزم تعهد به کوشش و پشتکار، مسؤلیت‌پذیری، همکاری، وظیفه‌شناسی، احترام به قانون، احترام به دیگران و خود است. بر این اساس اخلاق و هم‌آفرینی ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. اخلاق به طور ساده عبارت است از شناخت صحیح از ناصحیح و سپس انجام صحیح و ترک ناصحیح. رعایت اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیأت علمی، برای موفقیت دانشگاه‌ها بسیار ضروری بوده و در شکل دادن روابط متقابل و همکاری اعضا با یکدیگر تأثیرگذار است. هدف این مقاله مروری که به کمک مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی منابع و مقالات مختلف تدوین شده است، تبیین رابطه اخلاق حرفه‌ای و هم‌آفرینی در دانشگاه است. بررسی‌ها نشان داد، در محیطی که به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود، همکاران تشویق می‌شوند که به یکدیگر احترام گذاشته و نسبت به هم احساس مسؤلیت نمایند و در جهت مشارکت و هم‌آفرینی تلاش کنند.

**کلید واژه‌ها:** اخلاق حرفه‌ای، هم‌آفرینی، اعضای هیأت علمی، دانشگاه

۱- نویسنده مسئول: استادیار گروه علوم تربیتی، پردیس علوم رفتاری دانشگاه بیرجند،

رایانامه: f.taherpour@birjand.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، پردیس علوم رفتاری دانشگاه بیرجند.

## مقدمه

امروزه سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها، از گروه‌ها به عنوان زیربنا و اساس واحدهای خود استفاده می‌کنند. دانشگاه‌ها باید با تأکید بر کار گروهی، زمینه‌ی ایجاد مهارت‌های گوناگون و گسترش روحیه‌ی همکاری و مسئولیت‌پذیری را فراهم نموده و افرادی را پرورش دهند که به‌طور مداوم در تصمیم‌گیری‌ها و حل مسائل مشارکت کنند (نادی، آهنچیان و نوغانی دخت بهمنی، ۱۳۹۶: ۸۳-۸۲). سیستم‌های آموزشی دانشگاهی، سیستم‌هایی مشارکت‌جو هستند و در صورتی می‌توانند موفق شوند که کارکنان و اعضای هیأت علمی با یکدیگر ارتباط نزدیک، عمیق و همکاری متقابل داشته باشند (زانگ، یی، چن و وانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱) و به هم‌آفرینی<sup>۲</sup> برسند. در هم‌آفرینی منابع دو یا چند مشارکت‌کننده با هم ترکیب می‌شوند به گونه‌ای که هر یک از افراد می‌توانند به چیزهایی برسند که به تنهایی قادر به رسیدن به آن‌ها نبوده‌اند. بنابراین، تعامل و مشارکت دو جزء اصلی هم‌آفرینی است (طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۳). یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر هم‌آفرینی، اخلاق حرفه‌ای<sup>۳</sup> است. نهادینه شدن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و رعایت اصول اخلاقی در بین کارکنان، سبب بهبود و تقویت همکاری، هم‌آفرینی و درنهایت موجب بهبود عملکرد سازمان خواهد شد (رضوی، الهام پور و برکه باد، ۱۳۹۵: ۲۸). اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را در ساختاری حرفه‌ای مشخص می‌کند (ایماز، اعتراف اسکوئی و نجفی، ۱۳۹۷: ۶۶). رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه‌ها و در بین اعضای هیأت علمی، در شکل دادن روابط متقابل و همکاری اعضا با یکدیگر تأثیرگذار است. در چنین محیطی که به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود، همکاران تشویق می‌شوند که به یکدیگر احترام گذاشته و نسبت به هم احساس مسئولیت نمایند (رادمرد، ۱۳۹۶: ۱۲۸) و درنهایت منجر به هم‌آفرینی شوند.

## هم‌آفرینی

هم‌آفرینی اصطلاحی چند بعدی و عمیق است که این عمق و چند بعدی بودن، آن را از اصطلاحاتی نظیر رابطه<sup>۴</sup>، مشارکت نزدیک<sup>۵</sup>، تعامل<sup>۶</sup>، وابستگی متقابل<sup>۷</sup>، اتحاد<sup>۸</sup> و درگیری<sup>۹</sup>

1- Zhang, Ye, Chen & Wang

2 - Co Creation

3 - Professional Ethics

4 -relationship

5 -partnership

6- interaction

7 -interdependency

8 -alliance

9 -involvement

تمتایز می‌کند. هم‌آفرینی یک فعالیت نظام‌مند و سیستماتیک است که سعی دارد تلاش‌ها، دانش و روابط مصرف‌کنندگان را به سمت مزیت‌های رقابتی منحصر به فرد سوق دهد. برایز و جمیسون<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) معتقدند که: "هم‌آفرینی فرآیندی است که طی آن منابع دو یا چند مشارکت‌کننده با یکدیگر ترکیب می‌شود، به گونه‌ای که هر یک از افراد می‌تواند به چیزهایی برسد که به تنهایی قادر به رسیدن به آن‌ها نبوده است. بنابراین تعامل و مشارکت دو جزء اصلی هم‌آفرینی است" (طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۳).

هم‌آفرینی امکان مشارکت فعال را برای همه‌ی کارکنان فراهم می‌سازد و اجازه‌ی ابراز عقیده، ایده‌سازی و نوآوری را برای آن‌ها ایجاد می‌کند (باندرا، دمبل، کومار و شیروودکار<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). در هم‌آفرینی، فرد به‌طور ذهنی و عاطفی در یک وضعیت گروهی درگیر می‌شود و این درگیری وی را وادار می‌کند تا به اهداف گروه کمک کند و خود را در مسئولیت‌های آن گروه سهیم بداند و برای به انجام رساندن آن‌ها تفکر و تلاش کند. سیستم‌های آموزشی دانشگاهی، سیستم‌هایی مشارکت‌جو هستند و در صورتی می‌توانند به موفقیت دست یابند که کارکنان مایل باشند ارتباط نزدیک، عمیق، تعاملی و همکاری متقابل با یکدیگر برقرار سازند. یکی از شیوه‌های بسیار مهم در این زمینه، هم‌آفرینی است (طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۱).

نظریه‌ی هم‌آفرینی را شاید بتوان به عنوان یک نظریه‌ی انباشتگی معنا کرد؛ بدین صورت که هم‌آفرینی به وسیله‌ی افزایش اثرات متقابل، زمانی که قابلیت‌ها و توانایی‌های جدید در یک زمینه جمع می‌شوند، شناسایی می‌شوند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

استابراپ<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در تعریف هم‌آفرینی آورده است: هم‌آفرینی عبارت است از خلق ارزش متقابل و ادغام و یکپارچگی منابع بین سازمان‌ها و مصرف‌کنندگان که در سیستم‌های خدماتی رخ می‌دهد.

کریستنسون، ماتهنینگ و جوهانسون<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) بر اهمیت تعامل، درگیری نزدیک و گفت و گو در این فرآیند تأکید کردند. بالانتین<sup>۵</sup> (۲۰۰۴) بر فرآیندهای یادگیری مشترک در جریان هم‌آفرینی تأکید کرده است. فورستر<sup>۶</sup> (۲۰۰۵) نیز معتقد است که هم‌آفرینی ناشی از دو پدیده‌ی تعامل و وابستگی متقابل است.

هنگامی که هماهنگی داوطلبانه و غیررسمی توسط افراد و واحدهای سازمانی ایجاد شود، هم‌آفرینی صورت می‌پذیرد. در هم‌آفرینی از سازوکارهای غیررسمی و هماهنگی گروه‌های

1- Borys & Jemison

2- Bowonder, Dambal, Kumar & Shirodkar

3- Stubberup

4- Kristensson, Matthing & Johansson

5- Ballantyne

6- Forsström

کاری توسط خود آن گروه‌ها استفاده می‌شود (سلیمانی، شعبانی و رجایی پور، ۱۳۹۲: ۵۹). هم‌آفرینی زمانی رخ می‌دهد که گروه‌ها، بخش‌ها و افراد در روابط نزدیک درگیر شوند و دانش و مهارت‌هایشان را به منظور رسیدن به موفقیت و سود بیش‌تر ترکیب کنند. در این فرایند، افراد و گروه‌ها، منابع و توانمندی‌های خود را با یکدیگر ترکیب می‌کنند تا چیزی را که برایشان ارزشمند است خلق کنند (تانو، بالتی، آلن، میلیاکوو، درخو و رسکوو، ۲۰۱۱).

هم‌آفرینی در بین اعضای هیأت علمی به منظور تحقق اهداف دانشگاه در صورتی شکل می‌گیرد که این اعضا احساس ارزشمندی کرده و خود را جزء مهمی از دانشگاه بدانند (طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۱). هم‌آفرینی به عنوان رویکردی نوآورانه و جدید به اصلاح روش‌های جاری کمک کرده و برای دانشجویان فرصت‌های بهتری را در بازار کار فراهم می‌آورد (ریبزی‌گینر، پرل مارین و دیاز، ۲۰۱۶: ۷۳). برخی از نظریه‌پردازان سه جزء اصلی را برای هم‌آفرینی برشمرده‌اند: ۱. منابع و فرایندها برای درگیری در هم‌آفرینی؛ ۲. همکاری و روابط مصرف‌کننده از طریق مشارکت نزدیک و ۳. مکانیسم‌های یادگیری متقابل (تانو و همکاران، ۲۰۱۱).

دیدگاه هم‌آفرینانه‌ی جدید، دو ویژگی متمایز دارد: اول این که کاملاً کاربرمحور است؛ دوم ماهیت همکارانه و تعاملی دارد؛ زیرا قبل از آن بازیگران مختلف فرایند خلق ارزش، با یکدیگر مذاکره و همکاری می‌کردند اما بعد همکارانه‌ی هم‌آفرینی منجر به پویایی‌های بیش‌تر و تعاملات عمیق‌تر بین مصرف‌کنندگان، شرکا و تأمین‌کنندگان شد (طاهرپور، ۱۳۹۷).

در هم‌آفرینی، رابطه به صورت مشارکت و شریک بودن مطرح می‌شود. شاید بتوان وابستگی به منابع را یکی از دلایل زیربنایی هم‌آفرینی دانست، زیرا یکی از دلایل اصلی همکاری و مشارکت سازمان‌ها و افراد با یکدیگر این است که هر یک از آن‌ها صاحب منابع ناهمگن و مختلفی هستند و به منابع یکدیگر وابسته‌اند و تنها در صورتی می‌توانند از این منابع استفاده کنند که با یکدیگر تعامل، همکاری و مشارکت نزدیک داشته باشند بنابراین تعامل و گفت‌وگو در هم‌آفرینی اهمیت فزاینده‌ای دارند (فورسترم، ۲۰۰۶؛ به نقل از طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۳). متغیرهایی مانند مشارکت و رضایت‌مندی ارتباطی در فرایند هم‌آفرینی تعامل دارند که سبب ارتقای ارتباط میان اعضای هیأت علمی، رشد بهره‌وری و کاهش هزینه‌های سازمان می‌گردد (ریبزی‌گینر و همکاران، ۲۰۱۶: ۷۳).

طاهرپور (۱۳۹۷) در پژوهش خود تحت عنوان رابطه بین سایش اجتماعی و هم‌آفرینی با نقش میانجی عزت نفس سازمانی در میان اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های برتر ایران به این نتیجه رسید که بین سایش اجتماعی در سطح همکار و مؤلفه‌های هم‌آفرینی همبستگی منفی و

1- Tanev, Bailetti, Allen, Milyakov, Durchev & Ruskov

2- Ribes-Giner, Perello-Marin & Diaz

معنادار وجود دارد، به این معنی که با افزایش یک واحد در سایش در سطح همکار، هم‌آفرینی کاهش پیدا می‌کند.

دیامندز و گامسون<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) نیز در پژوهشی با عنوان هم‌آفرینی ارزش و کیفیت تدریس در دانشگاه، نقش دانشجویان را در هم‌آفرینی خدمات دانشگاهی و این که چگونه دانشجویان بر ارزیابی کیفیت تدریس اثر می‌گذارند بررسی کردند. نتایج نشان داد، ترکیب دو عامل اهمیت به نگرش‌های دانشجو و آزادی عمل استاد در گزینش بهترین روش تدریس، به عنوان عوامل موفقیت بلندمدت دانشجویان و موفقیت هم‌آفرینی مشخص شده است.

پراهالاد و راماسوامی<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) مدل DART<sup>۳</sup> (گفت و گو، دسترسی، ریسک و شفافیت) را ایجاد کردند که به عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های هم‌آفرینی نام‌گذاری شده‌اند (ریبزیگینر و همکاران، ۲۰۱۶: ۷۳).

۱. گفت و گو: به معنای تعامل، درگیری عمیق و گرایش به عمل در هر دو طرف است. تبادل و ارتباط متقابل بین افراد دارای دیدگاه‌های مختلف، منجر به کشف راه‌حل‌هایی می‌شود که در شرایط دیگر دستیابی به آن امکان‌پذیر نیست. در جریان گفت و گو، مرزهای بین افراد حذف شده و شایستگی‌ها و قابلیت‌های آن‌ها رشد می‌یابد (پانه، استوربکا و فرو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸).

۲. دسترسی: دسترسی به این نکته اشاره دارد که افراد باید دانش ضمنی خود را به دانش صریح تبدیل کنند و در اختیار دیگران قرار دهند و یادگیری سازمانی را بهبود بخشند (طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۳).

۳. ریسک: به معنای میزان تحمل ابهام، عدم اطمینان و خطاها است. از مزایای تحمل ریسک‌ها و خطاها می‌توان به توجه بیشتر به مشکلات، جست‌وجوی راه‌حل مسائل، سهولت تشخیص مشکل و تنوع در پاسخ‌ها اشاره کرد (چوا، آگره و لاپیدرا<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷).

۴. شفافیت: شفافیت به توانایی دیدن اطلاعات به شکلی که قصد فرستنده به درستی فهمیده شود، اشاره دارد. برخی شفافیت را به عنوان سطح وضوح اطلاعات (بوشمن، پیوتروسکی و اسمیت<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴؛ به نقل از طاهرپور، ۱۳۹۷) و برخی دیگر آن را به میزان دقیق اطلاعات عنوان کرده‌اند (گردوس، گوپتا و کافمن<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶؛ به نقل از طاهرپور، ۱۳۹۷: ۱۱۳).

1 -Díaz-Méndez & Gummeson

2 -Pralhad & Ramaswamy

3 -Dialogue, Access, Risk Assessment, Transparency

4 -Payne, Storbacka & Frow

5 -Chiva, Alegre & Lapiedra

6 -Bushman, Piotroski & Smith

7 -Granados, Gupta & Kauffman

دستیابی به یک راه‌حل مشترک مستلزم گفت و گوی مناسب بین سازمان و اعضای هیأت علمی آن است. گفت و گو در صورتی مؤثرترین شیوه است که افراد به منابع شفاف اطلاعات سازمان دسترسی کامل داشته باشند. وجود این سه عامل (گفت و گو، شفافیت و دسترسی) اعضای هیأت علمی را قادر می‌سازد که ارزیابی کامل و عاری از هرگونه ریسکی در مورد تصمیم خود برای مشارکت در فرایند هم‌آفرینی به عمل آورند (طاهرپور، ۱۳۹۴). یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ایجاد هم‌آفرینی در دانشگاه، رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط کارکنان و اعضای هیأت علمی است.

### اخلاق حرفه‌ای

امروزه پیچیده شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری، توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت و پاسخگویی اجتماعی در همه‌ی سازمان‌ها ضروری کرده است (شجاعی فر، مرزیه و ناستی زایی، ۱۳۹۶: ۱۹).

مراکز آموزشی مخصوصاً دانشگاه‌ها، بدان دلیل که تربیت یافتگان آن‌ها خود متولی آموزش نسل‌های بعدی می‌شوند، از نقش ویژه‌ای در جوامع مختلف برخوردار هستند. ترویج اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه در گرو تصور انسان از فرهنگ سازمانی دانشگاه است. دانشگاه برای نهادینه‌سازی اخلاق در فرهنگ سازمان خود، به ترویج مستمر و اثربخش اخلاق در همه‌ی ارکان سازمان (استادان، مدیران، دانشجویان، کارکنان، شرح وظایف و آیین‌نامه‌ها، ساختارها و ... ) نیازمند است (حاجی‌ها و رجب‌دری، ۱۳۹۶: ۲۱۰).

توجه به نقش راهبردی دانشگاه در ترویج اخلاق حرفه‌ای در مشاغل و سازمان‌ها، ضرورت پای‌بندی دانشگاه را به گسترش اخلاق بیش‌تر نشان می‌دهد. ترویج مؤثر اخلاق در دانشگاه همانند هر سازمان دیگر در گرو سه گام است:

۱. دانش اخلاق حرفه‌ای با زمینه‌های تخصصی سازمان در پیوند باشد.
۲. گرایش درونی و خودانگیختگی سازمان، مدیران و منابع انسانی آن به سوی تحقق اخلاق و ارزش‌های اخلاقی در سازمان باشد.
۳. مهارت عملی سازمان، رعایت اصول اخلاقی باشد. در این گام، درباره‌ی روش‌ها و فنون ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی (مانند مهارت‌های رفتار ارتباطی و مهارت‌های تشخیص و

حل مسائل اخلاقی به ویژه توانایی مواجهه با تعارضات اخلاقی) بحث می‌شود (براکستون، پروپر و بایر، ۲۰۱۱).

علم اخلاق به دو حوزه‌ی نظری و کاربردی تقسیم می‌شود که اخلاق حرفه‌ای مهم‌ترین جزء اخلاق کاربردی است. اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری را شامل می‌شود که رفتار افراد و گروه‌ها را در ساختاری حرفه‌ای مشخص می‌کند (ایماز و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۶).

مقصود از اخلاق حرفه‌ای، مجموعه قواعدی است که افراد باید داوطلبانه و براساس ندای وجدان خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت نمایند، بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات‌های قانونی دچار شوند. در واقع هنگامی که از علم اخلاق صحبت به میان می‌آید، منظور اصول حاکم بر رفتار درست و هم‌چنین معیارهایی است که عملکرد مطلوب افراد را در یک حرفه تبیین می‌کند (حاتمی، آقایی، پورسلطانی زرنندی و اکبری یزدی، ۱۳۹۷: ۹۰).

در بیش‌تر تعاریفی که از اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است، دو ویژگی برجسته است: ۱. وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی؛ ۲. محدود بودن مسئولیت‌ها الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای کسب و کار بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است (رحیمی کلور، گل زرد و غفاری مجلج، ۱۳۹۷: ۱۰۱).

محققان عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای را به سه جنبه تقسیم می‌کنند:

- جنبه‌ی فردی: ویژگی‌ها و خصوصیات فردی، ارزش‌های مذهبی، ملاک‌های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از جنبه‌ی فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت‌های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه‌ای مناسبی نیز برخوردار نخواهد بود.
- جنبه‌ی سازمانی: عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، نظام تشویق و تنبیه، ارتباط با زبردستان، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می‌گیرند. نامطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده‌ی اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس.

- جنبه‌ی محیطی: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و هم‌چنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آن‌ها، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای است (شفیع پور، زارع زیدی و متانی، ۱۳۹۶: ۴۰-۴۱).
  - شاهین مهر و حسنی (۲۰۱۵) عواملی مانند مسئولیت اجتماعی، معنویت، خودشیفتگی، تعارض نقش، فرهنگ سازمانی و ذی‌نفعان را بر اخلاق حرفه‌ای مؤثر دانسته‌اند.
  - کادوزیر<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) اخلاق حرفه‌ای را، اخلاق کار و اخلاق مشاغل می‌داند. به نظر وی توجه به اصول اخلاقی که در ذیل بیان شده، برای موفقیت مداوم سازمانی و شخصی ضروری است:
  - مسئولیت‌پذیری: در این مورد فرد پاسخگو است و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد، سرمشق دیگران است و مسئولیتی را که برعهده می‌گیرد با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.
  - برتری جویی و رقابت‌طلبی: فرد اعتماد به نفس دارد، جدی و پرکار است، به موقعیت فعلی خود راضی نیست و به دنبال ارتقای خود است و سعی می‌کند در همه‌ی موارد ممتاز باشد.
  - صادق بودن: مخالف ریاکاری و دورویی است و در همه حال به شرافت‌مندی توجه می‌کند.
  - احترام به دیگران: به حقوق و نظر دیگران احترام می‌گذارد، خوش قول و وقت‌شناس است و تنها منافع خود را مرجع نمی‌داند.
  - رعایت احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی: در این مورد، فرد در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کند، به قوانین اجتماعی احترام می‌گذارد و در برخورد با فرهنگ‌های دیگر متعصبانه عمل نمی‌کند.
  - عدالت و انصاف: فرد طرفدار حق است، بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه‌ی اجتماعی و اقتصادی، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی‌شود.
  - همدردی با دیگران: با توجه به این اصل، فرد دلسوز و رحیم است، به احساسات دیگران توجه می‌کند و مشکلات آن‌ها را مشکل خود می‌داند.
  - وفاداری: به وظایف خود متعهد است و رازدار دیگران است.
  - تعهد: در این‌جا فرد، متعهد به انجام مسئولیت‌ها، پای‌بندی به ارزش‌ها، احترام به اخلاق حرفه‌ای و رعایت اصول و رموز انسانی و حرفه‌ای است.
- هم‌چنین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای شامل موارد زیر است:



۱. روابط انسانی سالم در محیط کار: در روابط انسانی توان برقراری ارتباط از طریق پذیرفتن وجود شخصیت و ویژگی‌های فردی و تفاوت‌هایی که با یک فرد دارند، در نظر گرفته می‌شود. همچنین میزان قدرشناس بودن، خوش‌رویی، ملاحظه‌کاری و مراعات دیگران، مؤدب بودن، رفتار دوستانه داشتن و آراستگی در محل کار از جمله شاخص‌های روابط سالم است.
  ۲. دلبستگی و علاقه به کار: ویژگی‌های مربوط به برآوردن انتظارات و توقع‌های شغلی و توافق ضمنی برای رفتن به مأموریت‌های شغلی را توصیف می‌کند.
  ۳. پشتکار و جدیت در کار: سخت‌کوشی و تلاش که نشان‌دهنده اعتقاد به انجام کارهای سخت است، از ابعاد اخلاق حرفه‌ای است و از ویژگی‌های این بعد می‌توان به میزان رغبت در کار، وظیفه‌شناسی در کار، سخت‌کوشی و ... اشاره کرد.
  ۴. روح جمعی و مشارکت در کار: روح جمعی یکی از مهم‌ترین ملزومات فعالیت‌های جمعی در هر جامعه است و در تعریف جامعه شناختی دلگرمی جمعی، افراد باید همواره به گروه متعصب و تمامی تلاش خود را به کار گیرد تا بقا و دوام آن حفظ شود. انسجام، اتحاد و پیوستگی از جمله ویژگی‌های روح گروهی است که افراد باید در کار جمعی این ویژگی‌ها را به صورت نهادینه‌شده در خود داشته باشند (علی زاده، مهاجران و قلعه‌ای، ۱۳۹۷: ۵۳).
- در این زمینه، خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۵: ۱۳۱-۱۳۲) در پژوهشی تحت عنوان مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت، مواردی از جمله: مسئولیت‌پذیری، توکل به خدا، صداقت، امانت‌داری، عدالت، تعقل و تدبیر، نظارت، صلاحیت، تعهد، تقویت انگیزه‌ها، وفای به عهد، پاسخگویی، مدیریت زمان، صبر، پای‌بندی به ضوابط، سعه صدر، قاطعیت در حسابرسی، حق‌مداری، نظم و اعتمادآفرینی را جزو مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای دانسته‌اند.

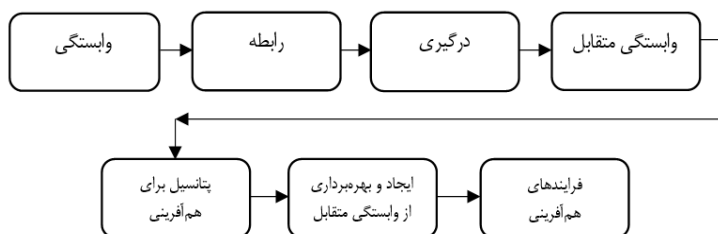
### نقش اخلاق حرفه‌ای در هم‌آفرینی

همانگونه که بیان شد برخی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای عبارتند از روح جمعی و مشارکت در کار، دلبستگی و علاقه به کار و داشتن روابط سالم در محیط کار. این مؤلفه‌ها به شکل واضحی بر هم‌آفرینی تاثیرگذار است. هرچه دلبستگی افراد به کار، وابستگی آنان به یکدیگر و تعاملات مثبت آنان در طی زمان بیش‌تر باشد، هم‌آفرینی شکل واقعی‌تری به خود می‌گیرد.

در گزارشی که سازمان آموزش بین حرفه‌ای مبتنی بر همکاری در سال ۲۰۱۱ منتشر کرد، اصول اخلاق حرفه‌ای را به عنوان یکی از ابعاد مهم و تأثیرگذار در بهبود همکاری قلمداد کرد (کشمیری، سهراب پور، فرهنگد، سلطانی عربشاهی، شاهی، صالح و شیرازی، ۱۳۹۲: ۴۴).

به منظور هم‌آفرینی، هیچ فرمول ساده‌ای در مورد چگونگی همکاری و مشارکت عمیق و تعامل بین بخش‌ها که باید در عمل پیاده شود وجود ندارد، اما اولین گام، تشویق فرایند

اجتماعی تعامل بین افراد است. یعنی داشتن علاقه به کار، رابطه سالم و روح جمعی مشارکت باعث هم‌آفرینی می‌شود. به عبارت دیگر ظهور هم‌آفرینی وابسته به مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای است.



شکل ۱- مدل ساده فرایند هم‌آفرینی (فورسترم، ۲۰۰۵: ۱۷۵).

یی و گانگ<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) رفتارهای مشارکتی هم‌آفرینی را شامل ۴ بعد: جستجوی اطلاعات، تسهیم اطلاعات، رفتارهای پاسخگو و تعامل فردی و رفتار شهروندی هم‌آفرینی را نیز شامل ۴ بعد: بازخورد، حمایت، همیاری و بردباری دانسته‌اند. مشاهده می‌شود که تحقق این ۸ مؤلفه به شکل واضحی با رعایت اخلاق حرفه‌ای ارتباط نزدیک دارد.

شاقوزایی، مرزیه و ناستی زایی (۱۳۹۷: ۱۲۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن (دلبستگی و علاقه به کار، پشتکار و جدیت در کار، روابط سالم و انسانی، روح جمعی و مشارکت در کار) با کفایت اجتماعی کارکنان (مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعامل فرد با دیگران) رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

رادمرد (۱۳۹۶: ۱۳۷) در پژوهش خود نشان داد که باید مدیران فضایی سالم در سطح دانشگاه ایجاد کنند تا کارکنان همراه روابط سالم و انسانی و توجه به اصول اخلاق حرفه‌ای، در جوی مشارکت‌آمیز و مبتنی بر همکاری و هم‌آفرینی به فعالیت بپردازند.

یافته‌های پژوهش کرمی، قلاوندی و قلعه‌ای (۱۳۹۶: ۱۱۰) نیز نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه‌ای متقابل وجود دارد، به گونه‌ای که اخلاق حرفه‌ای و توجه به اخلاقیات در سازمان می‌تواند افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به دنبال داشته باشد.

کشمیری و همکاران (۱۳۹۲: ۵۳) نیز در پژوهشی تحت عنوان آموزش اخلاق بین حرفه‌ای در رویکرد تیم‌محور: تدوین ارزش‌ها و اصول اخلاقی در همکاری بین حرفه‌ای، به این نتیجه

رسیدند که تعهد به اصول و ارزش‌های اخلاقی در کار تیمی و همکاری بین حرفه‌ای اهمیت‌ی هم‌وزن رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در نظام آموزش دارد.

سرمدی و شالباف (۱۳۸۶: ۱۰۸) در پژوهش خود دریافتند که اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های مبتنی بر مدیریت کیفیت فراگیر یک مسئولیت اجتماعی است که در نهایت ضمن ارتقای منابع انسانی، بر کارهای گروهی تأکید داشته، بهره‌وری را افزایش داده و باعث رشد و بالندگی سازمان می‌شود.

هم‌چنین شاهین مهر و حسنی (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که هرچه کارکنان پای‌بندی بیش‌تری به اصول و معیارهای اخلاق حرفه‌ای داشته باشند، مسئولیت اجتماعی آن‌ها نیز بالاتر می‌رود.

با توجه به پژوهش‌های ذکر شده می‌توان نتیجه گرفت که رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، افزایش کفایت اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کار تیمی و همکاری و هم‌چنین مدیریت کیفیت فراگیر را در پی داشته و نهایتاً سبب تحقق هم‌آفرینی در بین اساتید و اعضای هیأت علمی دانشگاه خواهد شد.

اگر اساتید و اعضای هیأت علمی به ابعاد و مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه پای‌بند باشند، می‌توانند سبب ایجاد و گسترش روحیه‌ی همکاری و هم‌آفرینی شوند. برای رسیدن به این امر مهم (هم‌آفرینی) ضروری است که اعضا، روابط سالم و انسانی در محیط کار داشته باشند، دارای روح جمعی و مشارکت در کار باشند، به گونه‌ای که به گروه متعصب بوده و برای بقای آن تلاش کنند، مسئولیت تصمیمات خود و پیامدهای آن را بپذیرند، به حقوق و نظر همکاران احترام گذاشته و به آن‌ها حق تصمیم‌گیری در امور را بدهند و در حل مسائل بکوشند.

### نتیجه‌گیری

اساساً اثربخشی دانشگاه به کیفیت کارکنان آن به ویژه اعضای هیأت علمی آن وابسته است و این کیفیت به نوبه خود بستگی به آن دارد که تا چه اندازه از توانمندی‌های اعضای هیأت علمی در زمینه‌های مختلف استفاده می‌شود.

یافته‌های مربوط به پژوهش «عوامل مؤثر بر بهره‌وری دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی» نشان می‌دهد که از بین سیزده عامل شناسایی شده‌ی مؤثر بر بهره‌وری مراکز آموزش عالی، عامل مربوط به عملکرد اعضای هیأت علمی به تنهایی ۳۰ درصد از واریانس عوامل مؤثر بر بهره‌وری را تبیین می‌کند (خورشیدی، مهدوی و سلمانی قهپیزی، ۱۳۸۷). با این توضیحات، وجود شرایط و جوی سالم برای انجام فعالیت‌های علمی، آموزشی و پژوهشی اعضای هیأت علمی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. شرایطی که اولاً از دانش و مهارت‌های آن‌ها بهترین

استفاده به عمل آید و ثانیاً با برقراری روابط سالم و ارزشمند، عزت نفس و انگیزه‌ی شغلی آنان همواره بهبود یابد. یکی از ابزارهای مفید برای این مهم، ایجاد یا تسهیل فرایندهای هم‌آفرینی است.

در دانشگاه تعامل در طی زمان زیاد و درجه‌ی وابستگی متقابل نیز بین همکاران زیاد است، در نتیجه امکان اجرای موفقیت‌آمیز فرایند هم‌آفرینی بیشتر خواهد بود. اعضای هیأت علمی در جریان هم‌آفرینی منابع خود را در تلاش برای کسب متقابل اهداف متقابلاً سازگار، که به تنهایی قادر به دستیابی به آنها نیستند، به اشتراک می‌گذارند و با هم شریک می‌شوند. در این میان ممکن است برخی عوامل مانع از شکل‌گیری هم‌آفرینی صحیح و کارآمد گردد. یکی از این عوامل، ضعف یا فقدان اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیأت علمی است.

حرکت در مسیر همکاری و هم‌آفرینی با تأکید بر کار گروهی و تکیه بر نیروی انسانی با اخلاق حرفه‌ای، برای نیل به موفقیت در سازمان‌ها از جمله دانشگاه، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. این که اعضای هیأت علمی تا چه حد بتوانند هم‌آفرین باشند، مستلزم رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط آنها است.

اخلاق حرفه‌ای یکی از مباحث بسیار مهم در دانشگاه است که به ویژه اعضای هیأت علمی نسبت به آن اذعان دارند. برخورداری آنها از قابلیت‌ها و صلاحیت‌های حرفه‌ای و الزام آنها به رعایت مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای حرفه‌ای منجر به ایجاد مشارکت و همکاری متقابل در بین آنها شده و درنهایت سبب هم‌آفرینی و رشد و پیشرفت سازمان می‌گردد. از این رو، توجه جدی به اخلاق حرفه‌ای در سازمان ضرورت دارد. در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان اظهار داشت که همواره ایجاد روحیه‌ی هم‌آفرینی با رعایت اخلاق حرفه‌ای از سوی همکاران، ارتباط تنگاتنگ دارد.

بنابراین مطلوب است که دانشگاه‌ها در راستای توسعه‌ی اخلاق حرفه‌ای اعضای هیأت علمی خود، گام‌های اساسی برداشته و به صورت برنامه‌ریزی شده‌ای، رشد و ارتقای همه‌جانبه‌ی ایشان را فراهم آورند.

## منابع

ایماز، مصطفی، اعتراف اسکویی، طاهره و نجفی، مسلم (۱۳۹۷). بررسی وضعیت رعایت اخلاق حرفه‌ای داروسازی در داروخانه‌ها و راهکارهای بهبود آن از دیدگاه دانشجویان و استادان دانشکده‌ی داروسازی تبریز. اخلاق و تاریخ پزشکی، ۱۱، ۶۵-۷۸.

- حاتمی، سعید، آقایی، نجف، پورسلطانی زرنندی، حسین و اکبری یزدی، حسین (۱۳۹۷). نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای مدیران با رفتار شهروندی هواداران باشگاه‌های فوتبال. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، (۱)، ۸۹-۹۸.
- حاجی‌ها، زهره و رجب‌دری، حسین (۱۳۹۶). تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر فرهنگ سازمانی مدرسان حسابداری. اخلاق، (۲۶)۷، ۲۰۹-۲۲۹.
- خورشیدی، عباس، مهدوی، مهدی و سلمانی قهیبازی، احمد (۱۳۸۷). عوامل و شاخص‌های موثر بر بهره‌وری دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی. پژوهش در نظام‌های آموزشی، (۵)۲، ۷۵-۹۹.
- خیاط مقدم، سعید و طباطبایی نسب، سیده مهدیه (۱۳۹۵). مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، (۱)۱۱، ۱۲۷-۱۳۶.
- رادمرد، سعید (۱۳۹۶). پایش نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در صیانت از حقوق انسانی. فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، (۲)۵، ۱۲۵-۱۳۸.
- رحیمی کلور، حسین، گل زرد، امین و غفاری مجلج، هدی (۱۳۹۷). تحلیل رابطه وجدان کاری بر مسئولیت اجتماعی: نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، (۱)۱۳، ۱۰۰-۱۰۷.
- رضوی، سید عباس، الهام پور، حسین و برکه باد، احسان (۱۳۹۵). بررسی وضعیت اخلاق حرفه‌ای مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز. نامه آموزش عالی، (۳۵)۹، ۲۷-۵۴.
- سرمدی، محمدرضا و شالباف، عذرا (۱۳۸۶). اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کیفیت فراگیر. اخلاق در علوم و فناوری، (۳)۳، ۹۹-۱۱۰.
- سلیمانی، ناهید، شعبانی، احمد و رجایی پور، سعید (۱۳۹۲). میزان کاربرد مؤلفه‌های مدیریت پست مدرن در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت، (۱)۱۰، ۵۸-۶۶.
- شاقوزایی، فرزانه، مرزیه، افسانه و ناستی زایی، ناصر (۱۳۹۷). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای با کفایت اجتماعی و عملکرد شغلی مطالعه‌ی کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان زاهدان. پژوهش‌های مدیریت عمومی، (۳۹)۱۱، ۱۱۳-۱۳۴.
- شجاعی فر، زینب، مرزیه، افسانه و ناستی زایی، ناصر (۱۳۹۶). رابطه‌ی اخلاق حرفه‌ای با مدیریت دانش و درگیری شغلی. مجله اخلاق زیستی، (۲۳)۷، ۱۸-۲۸.
- شفیع پور، سیده فاطمه، زارع زیدی، علیرضا و متانی، مهرداد (۱۳۹۶). نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در موفقیت سازمان‌ها. دومانه‌نامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، (۵)۲، ۳۸-۴۸.
- طاهریپور، فاطمه (۱۳۹۴). رابطه‌ی بین سایش اجتماعی و هم‌آفرینی با نقش میانجی عزت نفس سازمانی در بین اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های برتر ایران (رساله دکتری). دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

طاهرپور، فاطمه (۱۳۹۷). رابطه‌ی بین سایش اجتماعی و هم‌آفرینی با نقش میانجی عزت نفس سازمانی در میان اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های برتر ایران. چشم‌انداز مدیریت دولتی، (۳۳)، ۱۰۹-۱۲۸.

علی زاده، معصومه، مهاجران، بهناز و قلعه‌ای، علیرضا (۱۳۹۷). تحلیل کانونی رابطه بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد سرمایه اجتماعی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۳(۲)، ۵۲-۶۰.

کرمی، محمد، قلاوندی، حسن و قلعه‌ای، علیرضا (۱۳۹۶). رابطه بین اخلاق حرفه‌ای، رهبری اخلاقی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدارس. دوفصلنامه علمی پژوهشی مدیریت مدرسه، ۵(۱)، ۹۳-۱۱۲.

کشمیری، فاطمه، سهراب پور، امیرعلی، فرهمند، شروین، سلطانی عربشاهی، کامران، شاهی، فرهاد، صالح، نرگس و شیرازی، ماندانا (۱۳۹۲). آموزش اخلاق بین حرفه‌ای در رویکرد تیم محور: تدوین ارزش‌ها و اصول اخلاقی در همکاری بین حرفه‌ای. مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، ۶(۴)، ۴۲-۵۶.

نادی، مجتبی، آهنگچیان، محمدرضا و نوغانی دخت بهمنی، محسن (۱۳۹۶). مطالعه‌ی کیفی وضعیت تیم‌سازی و کار تیمی در دانشگاه‌های دولتی ایران. مطالعات رفتار سازمانی، ۱۳(۱)، ۸۱-۱۲۰.

Ballantyne, D. (2004). Dialogue and its role in the development of relationship specific knowledge. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 19(2), 114-123.

Bowonder, B., Dambal, A., Kumar, S., & Shirodkar, A. (2010). Innovation strategies for creating competitive advantage. *Research-technology management*, 53(3), 19-32.

Braxton, J. M., Proper, E. M., & Bayer, A. E. (2011). *Professors behaving badly: Faculty misconduct in graduate education*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Cadozier, V. (2002). *The moral profession: A study of moral development and professional ethics of faculty*. Texas: University of Texas.

Chiva, R., Alegre, J., & Lapiedra, R. (2007). Measuring organisational learning capability among the workforce. *International Journal of Manpower*, 28(4/3), ۲۲۴-۲۲۴.

Díaz-Méndez, M., & Gummesson, E. (2012). Value co-creation and university teaching quality: Consequences for the European Higher Education Area (EHEA). *Journal of Service Management*, 23(4), 571-592.

Forsström, B. (2005). Value co-creation in industrial buyer-seller partnerships-creating and exploiting interdependencies: an empirical case study.

Kristensson, P., Matthing, J., & Johansson, N. (2008). Key strategies for the successful involvement of customers in the co-creation of new technology-based services. *International journal of service industry management*, 19(4), 474-491.

- Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *Journal of the academy of marketing science*, 36(1), 83-96.
- Ribes-Giner, G., Perello-Marín, M. R., & Díaz, O. P. (2016). Co-creation impacts on student behavior. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 228, 72-77.
- Shahinmehr, B., & Hasani, M. (2015), Modeling relationships of professional ethics and social responsibility with organizational accountability. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 10(1): 30-39. (In Persian)
- Stubberup, P. (2010). Co-creation in Danish retail banking (Doctoral dissertation, Master's Thesis Copenhagen Business School, Department of Marketing Cand. Merc. Strategic Market Creation).
- Tanev, S., Bailetti, T., Allen, S., Milyakov, H., Durchev, P., & Ruskov, P. (2011). How do value co-creation activities relate to the perception of firms' innovativeness?. *Journal of Innovation Economics Management*, (1), 131-159.
- Yi, Y., & Gong, T. (2013). Customer value co-creation behavior: Scale development and validation. *Journal of Business research*, 66(9), 1279-1284.
- Zhang, X., Ye, C., Chen, R., & Wang, Z. (2011). Multi-focused strategy in value co-creation with customers: Examining cumulative development pattern with new capabilities. *International Journal of Production Economics*, 132(1), 122-130.

---

## Professional ethics, a way to co-creation at university

Fatemeh Taherpour, Saeideh Samaei

### Abstract

Co-creation means collective and collaborative creation using skills, creativity, abilities and knowledge. Co-creation requires that individuals can collaborate collectively, interact, share knowledge and engage deeply. Therefore, the realization of co-creation requires commitment to perseverance, responsibility, cooperation, conscientiousness, respect for the law, respect for others and self. On this basis, ethics and creativity are closely linked. Ethics is simply knowing what is wrong and then doing what is wrong and leaving it wrong. Adherence to professional ethics among faculty members is essential to the success of universities and has an impact on the formation of relationships and collaboration among members. The purpose of this review article, which has been compiled with the help of library studies and review of various sources and articles, is to explain the relationship between professional ethics and co-creation in the university. Research has shown that in an environment that focuses on professional ethics, colleagues are encouraged to respect each other and to feel responsible for each other and to strive for partnership and creativity.

**Keywords:** Professional Ethics, Co-creation, Faculty Members, University.