

## تحلیل محتوای مقالات پذیرفته‌شده در دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار

هادی رزقی شیرسوار<sup>۱</sup>

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش "تحلیل محتوای مقالات پذیرفته‌شده در دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۸ است. روش تحقیق کیفی با رویکرد تحلیل مضمون است. این مطالعه یک مطالعه به روش کیفی با تأکید بر رویکرد تحلیل مضمون است. جامعه‌ی موردپژوهش شامل ۴۵ مقاله‌ی پذیرفته‌شده در همایش سال ۱۳۹۸ (شامل ۱۵ مقاله به‌صورت سخنرانی و ۳۰ مقاله به‌صورت پوستر) بود. با توجه به تعداد مقالات، نمونه‌گیری صورت نپذیرفته و به‌صورت تمام شماری اقدام به بررسی متون کلیه‌ی مقالات موجود شده بود. روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه و مبتنی بر متون مقالات موجود بوده و ابزار بکار رفته در این پژوهش فیش‌برداری از محتوای متون مقالات و محتوای تحلیل مضامین با نرم‌افزار MAXQDA12 انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل مضامین مقالات نشان داد در مجموع ۱۹۳ کد و سه مؤلفه‌ی اصلی شناسایی شد. مؤلفه‌های اصلی شامل اخلاق اجتماعی با ۴۷ کد، اخلاق سازمانی با ۷۳ کد و اخلاق فردی با ۷۶ تکرار است. در ضمن بیشترین تکرار مربوط به مؤلفه‌ی اخلاق فردی است. در ضمن نتایج مدل نهایی تحقیق در قالب شبکه‌ی مضامین نشان داد در مجموع زیر مؤلفه‌ی روحیه‌ی مشارکت و همکاری با ۲۱ بار تکرار در جایگاه نخست شبکه مضامین قرار دارد و در رتبه‌ی دوم زیر مؤلفه‌ی صادق بودن با فراوانی ۱۹ بار در جایگاه دوم و در نهایت زیر مؤلفه‌ی بخشش با فراوانی ۱۶ بار تکرار در جایگاه سوم قرار دارد.

**کلیدواژه‌ها:** تحلیل مضمون، اخلاق، دانشگاه تهران، همایش

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، سمنان. رایانامه:

## مقدمه

اخلاق در لغت به معنی خلق و خوی و عادات است که مطابق با عقاید و ارزش‌های ما شکل می‌گیرد. طبق جهان‌بینی دینی، کمال انسان در رسیدن به خداوند است؛ از این‌روی عملی، اخلاقی خواهد بود که انسان را در رسیدن به این هدف یاری نماید. رایج‌ترین معنای اصطلاحی اخلاق در میان اندیشمندان اسلامی عبارت است از: صفات و ویژگی‌های پایدار در نفس که موجب می‌شوند کارهایی متناسب با آن صفات، به‌طور خودجوش و بدون نیاز به تفکر و تأمل از انسان صادر شود (لطفی جلال‌آبادی و سلطنت، ۱۳۹۸). با توجه به نیاز بشر به اندیشه و رفتارهای اخلاقی، تربیت نیروی متخصص اخلاق مدار در رأس اولویت اغلب سازمان‌ها و مؤسسات قرار گرفته است. اخلاق‌مداری در دانشگاه، افزایش اطمینان جامعه به دانشگاه و دانشگاهیان را در پی دارد. در دانشگاه دانشجویان، کارمندان و اساتید باید مؤلفه‌های مختلف اخلاقی را کاملاً شناخته و خود را مقید به رعایت آن بنمایند. در مطالعه حاضر اخلاق در دانشگاه به پنج بخش اخلاق فردی، اجتماعی، آموزشی، پژوهشی و اسلامی تقسیم‌بندی شده و مؤلفه‌های اخلاق در دانشگاه به‌منظور هدایت دانشگاه و جامعه دانشگاهیان به سمت اخلاق‌مداری مورد بررسی واقع شده است. همچنین ابعاد مختلفی از اخلاق حرفه‌ای برای اساتید، کارمندان و دانشجویان بیان شد. صداقت، امانت‌داری، احترام به حقوق یکدیگر، مسئولیت‌پذیری و رعایت انصاف و عدالت از جمله ابعاد است که هر سه گروه ذکر شده موظف به رعایت آن‌ها در دانشگاه و جامعه می‌باشند. گروه‌های ذکر شده در جامعه‌ی دانشگاهی باید تمام مؤلفه‌های اخلاقی را در پنج بخش ذکر شده رعایت کنند تا هر یک به‌عنوان عضوی از جامعه در ترویج فرهنگ اخلاق و اخلاق‌مداری نقش مؤثری را ایفا کنند. در آخر نیز به‌منظور ایجاد فرهنگ اخلاق‌مداری در دانشگاه و جامعه توصیه گردید که با وضع قوانین سخت‌گیرانه با هرگونه بی‌اخلاقی مقابله شود. انتظار آن است که با گسترش و تعمیق آثار پژوهشی در حوزه اخلاق و همچنین ترویج اخلاق عملی، شاهد تعالی روزافزون دانشگاه در راستای ارزش‌های انسانی باشیم (سلکی چشمه سلطانی و جعفری، ۱۳۹۸). بی‌شک مشکل اخلاقی، از مهم‌ترین مشکلات بشر در طول تاریخ بوده است (امام خمینی ره). سازندگی درونی انسان و اصلاح و تهذیب نفس او در سعادت فردی و اجتماعی، دنیوی و اخروی او نقش بسزایی دارد. نیروی ایمان به خدا می‌تواند در تعدیل نفس و رسیدن به سعادت، نقطه‌ی قوتی باشد. در اهمیت تربیت اخلاقی از نظر اسلام همین بس که پیامبر اسلام (ص) تکمیل مکارم اخلاق را از اهداف بعثت خویش می‌شمارد. ارزش‌ها و اصول اخلاقی انسانی در خانواده، مذهب، ملیت، فلسفه، سنت و فرهنگ بومی ریشه دارد. این ارزش‌ها باید در خانواده، مدرسه، دانشگاه‌ها و انجمن‌های

اخلاق حرفه‌ای و در تمام سطوح برای آموزش آن اهتمام شود. اصول انجمن‌های اخلاق حرفه‌ای و قوانین نظام قضایی قادر هستند تا حدودی رعایت اخلاق حرفه‌ای و مهندسی را ضمانت کنند، ولی پایبندی فرد به ارزش‌های انسانی و مبنای اخلاقی، تعهد عمل به این اصول و قوانین را مستحکم می‌کند. این معیارهای اخلاقی در زمینه‌ی مهندسی، می‌تواند تبدیل به علم شود که منجر به ایجاد عمل دارای ارزش‌های مثبت انسانی و محیطی شود. از این رو رشته‌های دانشگاهی را تبدیل علم به محصولات و خدمات مفید برای راحتی انسان‌ها می‌دانیم؛ بنابراین اخلاق را بهترین و عالی‌ترین سرمایه‌ی بشری می‌دانیم، چراکه پیشرفت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور وام‌دار برخورداری وافر مردم از اخلاق و ارزش‌های انسانی می‌دانیم (هاشمی، شعبانی شفیق‌آبادی و نصیری، ۱۳۹۸). منظور از اخلاق حرفه‌ای یکی از شاخه‌ها و ابعاد جدید علم اخلاق است که با فراهم‌سازی بستری مناسب درصدد است به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ مناسب و دقیق بدهد. اخلاق حرفه‌ای شامل مسئولیت‌پذیری یک به فرد به‌مثابه‌ی صاحب یک حرفه یا پست سازمانی، در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود است و عبارت است از مجموعه‌ی آیین اخلاقی که در وهله‌ی اول از ماهیت حرفه یا شغل به‌دست‌آمده است که بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباطها را بهبود می‌بخشد و درجه‌ی ریسک را کاهش می‌دهد. دانشگاه‌ها از جمله سازمان‌های دولتی هستند که به‌عنوان یک محیط علمی و فرهنگی فعالیت می‌کنند و مهم‌ترین رسالت آن‌ها ترویج و توسعه‌ی دانش و آموزش افراد برای به‌عهده گرفتن مشاغل در جامعه است. عرصه‌ی آموزش عالی و دانشگاهی کارکردهای مختلفی دارد که مهم‌ترین و گسترده‌ترین آن‌ها در آموزش علمی و عملی دانشجویان در رشته‌های مختلف است (میرزاده کوهشاهی و همکاران، ۱۳۹۸). امروزه دانش اخلاق به سبب توسعه‌ی خیره‌کننده مطالعات در این حوزه، از دانش واحد فراتر رفته و به دانش‌های گوناگون اخلاق مبدل شده است که شامل موارد زیر است.

۱. **اخلاق فلسفی:** یا فلسفه‌ی اخلاق که دارای دو قلمروی متمایز اما مرتبط است. گستره‌ی نخست، تبیین به سامان و موجه فضایل و رداییل یا بایدها و نبایدها یا هنجارهای اخلاقی به‌طور عام است. این قلمرو را اخلاق هنجاری (نظری) گویند. قلمرو دوم، تحلیل مبادی تصویری و تصدیقی و به‌طور کلی مبانی علم اخلاق هنجاری که این قلمرو فرا اخلاق نام دارد. اخلاق فلسفی رویکرد فلسفی به معنای تحلیلی، انتقادی و منطقی دارد و اخلاق را به نحو کلی و بدون تخصص آن به قلمروی معینی از زیست انسانی بحث می‌کند. به همین سبب از دانش‌های مضاف نیست و تخصیص و شاخه‌شاخه کردن در آن راه ندارد. البته امروزه فیلسوفان

اخلاق قانع شده‌اند که اعتبار دیدگاه‌های فلسفی خود را در میدان نمونه‌های عینی بررسی کنند و این امر ارتباط وثیق بین اخلاق فلسفی و اخلاق کاربردی را به میان آورده است.

**۲. اخلاق کاربردی:** کاربردی‌ترین انتقادی و تحلیلی اخلاق هنجاری در موقعیت معین از زیست انسانی است. کاربردی‌ترین انتقادی و تحلیلی آن را از طرفی از اخلاق فلسفی (فرا اخلاق و اخلاق هنجاری) و از طرف دیگر از اخلاق عملیاتی، در اصطلاح خاصی که در اینجا به کار می‌بریم، جدا می‌کند. جدایی اخلاق کاربردی از اخلاق فلسفی، به معنای نفی ارتباط نیست. این کاربردی‌ترین از طرفی اخلاق کاربردی را نه تنها با مسائل فلسفی بلکه با مسائل چند تباری مرتبط می‌کند که پاسخ به آن‌ها مستلزم اخذ رویکرد بینا رشته‌ای است. از سوی دیگر موقعیت معین دارای گوناگونی است مانند زندگی شخصی، زندگی شغلی، زندگی شهروندی و مانند آن‌ها است. این تنوع سبب می‌شود اخلاق کاربردی برخلاف اخلاق فلسفی مضاف و دارای شاخه‌های بسیار متنوع باشد که از اخلاق خانواده تا اخلاق شهروندی و از اخلاق دانشگاهی تا اخلاق حرفه‌ای را در برمی‌گیرد. کاربردی‌ترین انتقادی و تحلیلی اخلاق فلسفی در موقعیت معین در برابر کاربردی‌ترین خام قرار دارد و مرز کاربردی‌ترین و کاربردی‌ترین انتقادی در روشمندی، موجه بودن و نیاز به چارچوب نظری و معرفتی است. کاربردی‌ترین انتقادی و تحلیلی نشان می‌دهد که اخلاق کاربردی محدود به حوزه‌ی عملیاتی به معنای بی‌نیازی از معرفت و خرد جمعی نیست بلکه به مثابه‌ی دانش باید دارای چهارچوب نظری، روش، مبانی، الگوها و ابزارهای علمی باشد و این امر اخلاق کاربردی را از اخلاق عملیاتی جدا می‌کند.

**۳. اخلاق توصیفی:** گستره‌ی معرفتی است که به توصیف و تبیین هنجارهای اخلاقی آن‌گونه که هستند و به مثابه‌ی واقعیتی در زیست فردی یا اجتماعی انسان می‌پردازد. در این گستره‌ها یا مطالعات زمینه‌کاوی در میان است و یا ژرف‌تر از آن مطالعات همبستگی دو یا چند متغیره در میان است. اخلاق توصیفی مانند اخلاق کاربردی شاخه‌ها بلکه گستره‌های گوناگون مانند بیولوژی اخلاق، روانشناسی اخلاق، جامعه‌شناسی اخلاق، پدیدارشناسی اخلاق، مطالعات تاریخی اخلاق و ... دارد. روش به‌کاررفته در این گستره‌ها تجربی با رویکرد میان‌رشته‌ای است. دانش اخلاق گستره‌های دیگری نیز دارد که پرداختن به آن‌ها موضوع این مقاله نیست. منطق و روش‌شناسی اخلاق امروزه گستره‌ی جدیدی است که در آن‌هم به نحو هنجاری از منطق بایستی جملات اخلاقی سخن می‌رود و هم به نحو تحلیل انتقادی و تطبیقی از روش‌شناسی‌های رایج در دانش اخلاق بحث می‌شود (فرامرزی فراملکی، ۱۳۹۸). در مجموع با توجه به اهمیت ویژه‌ی اخلاق در دانشگاه‌ها، در کشور تلاش‌های بسیاری برای تنظیم

مرامنامه‌ی دانشگاه انجام پذیرفته است. از جمله مهم‌ترین این تلاش‌ها می‌توان به مرامنامه و موازین اخلاق پژوهش اشاره کرد که توسط مرکز برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری پژوهشی وزارت عتف (۱۳۹۰) تدوین شده است. این مرامنامه در نه فصل شامل صلاحیت تخصصی (داشتن دانش تخصصی روزآمد با موضوع پژوهش و آشنایی با روش متناسب با موضوع) انتخاب موضوع پژوهش (اصالت و اعتبار موضوع) ویژگی‌های فردی پژوهشگر (مواردی مانند صداقت، بی‌طرفی و امانت‌داری) تعهد و مسئولیت نسبت به ذینفعان، حقوق آزمودنی‌ها، رفتارهای سوء پژوهشی (مانند جعل و تحریف داده‌ها) استناد، مالکیت معنوی و مسئولیت پژوهش انجام‌گرفته و ضوابط انتشار (مواردی مانند ارسال موازی و مجدد) بوده است (خدایاری فرد، ۱۳۹۸).

### روش‌شناسی

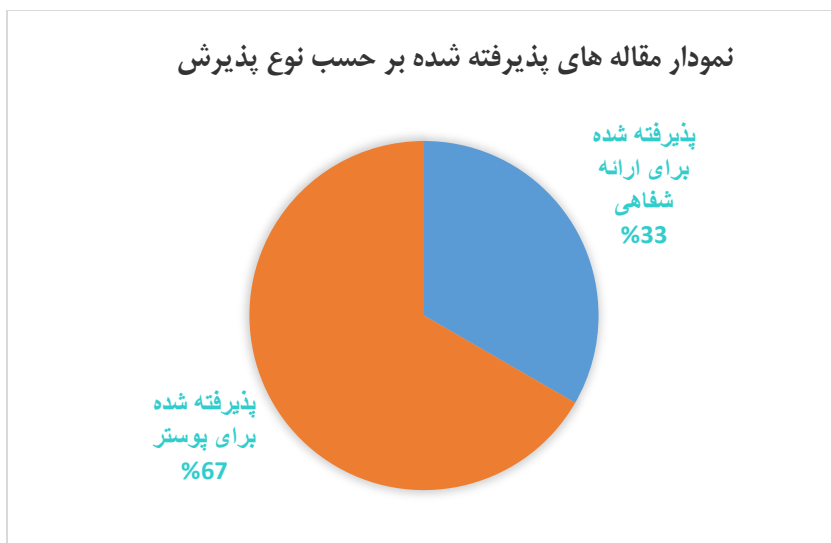
این مطالعه یک مطالعه به روش کیفی با تأکید بر رویکرد تحلیل مضمون است. در مقاله با استفاده از مطالعه‌ی مقالات ارائه‌شده در دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار مؤلفه‌های اولیه از روش تحلیل مضمون شناسایی شد. جامعه‌ی موردپژوهش شامل ۴۵ مقاله پذیرفته‌شده در همایش (شامل ۱۵ مقاله به‌صورت سخنرانی و ۳۰ مقاله به‌صورت پوستر) می‌باشند. با توجه به تعداد مقالات، نمونه‌گیری صورت نپذیرفته و به‌صورت تمام شماری اقدام به بررسی متون کلیه‌ی مقالات موجود شده است. همان‌گونه که به روش تحقیق اشاره شده، روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه و مبتنی بر متون مقالات موجود است. ابزار بکار رفته در این پژوهش فیش‌برداری از محتوای متون مقالات بوده و محتوای تحلیل مضامین با نرم‌افزار MAXQDA12 انجام شد. وضعیت آماری مقالات ارسالی شامل موارد زیر است.

### الف) آمار توصیفی

مقاله‌های پذیرفته‌شده در دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار ۴۵ مقاله و ۷۸ صاحب اثر را شامل می‌شود.

جدول ۱) آمار مقالات پذیرفته‌شده در دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار

تعداد مقاله‌ها	نوع پذیرش
۱۵ مقاله	پذیرفته‌شده برای ارائه‌ی شفاهی
۳۰ مقاله	پذیرفته‌شده برای پوستر

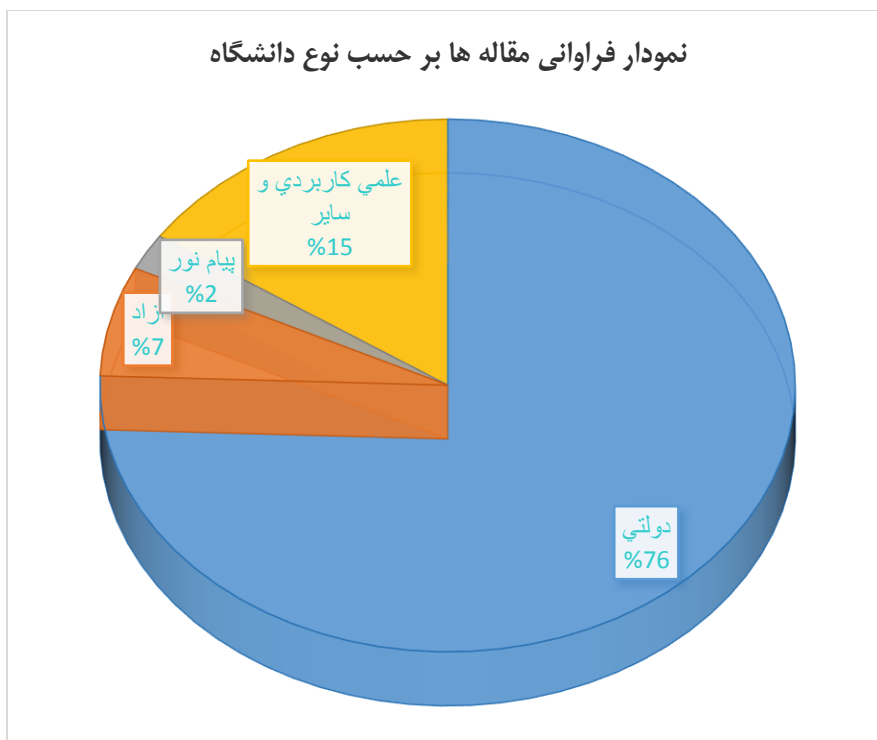


شکل (۱) مقاله های پذیرفته شده بر حسب نوع پذیرش

جدول (۲) فراوانی مقاله های ارائه شده بر حسب نوع دانشگاه<sup>۱</sup>

ردیف	نوع دانشگاه	تعداد
۱	دولتی	۳۴
۲	آزاد	۳
۳	پیام نور	۱
۴	علمی کاربردی و سایر	۷

<sup>۱</sup> ملاک نویسنده مسئول است.



شکل ۲) فراوانی مقاله ها بر حسب نوع دانشگاه

جدول ۳) فراوانی مقاله های ارائه شده بر حسب مرتبه دانشگاهی<sup>۱</sup>

ردیف	مرتبه علمی	تعداد
۱	استاد	۲
۲	دانشیار	۲
۳	استادیار	۲۷
۴	دانشجو	۱۲
۵	سایر	۲

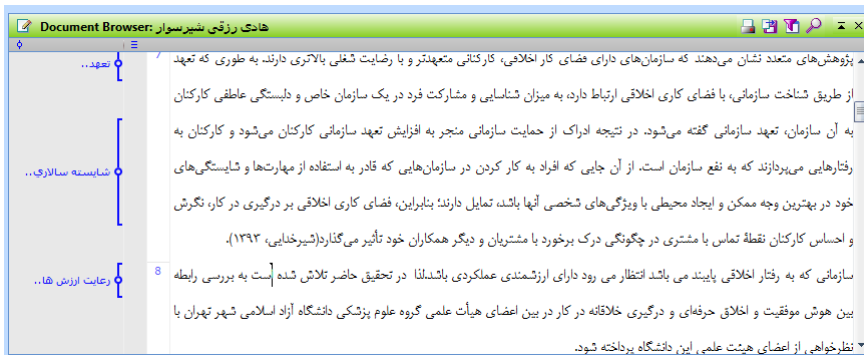
<sup>۱</sup> ملاک نویسنده مسئول است.





## کدگذاری توصیفی

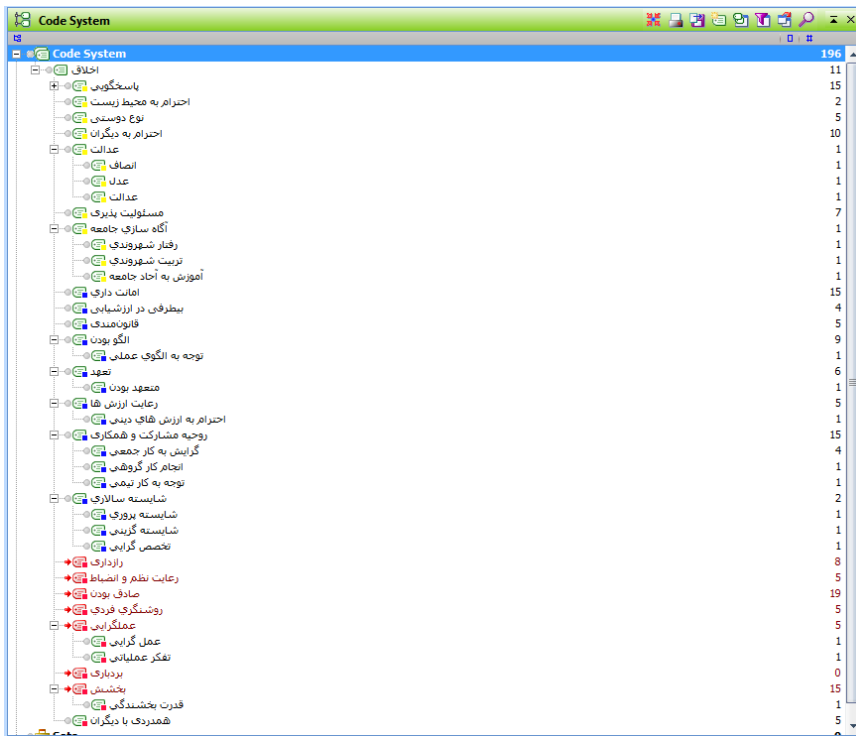
در مرحله‌ی اول محقق به کدگذاری توصیفی متون گردآوری‌شده پرداخت. در این مرحله ابتدا متون مقالات به ترتیب ارائه‌شده از سوی پایگاه اینترنتی همایش وارد نرم‌افزار گردید. پس از پیاده‌سازی متن، هر مقاله در نرم‌افزار MAXQDA وارد شده و مورد تحلیل قرار گرفت. در واقع با مطالعه‌ی دقیق و خط به خط جملات، پیشینه‌ی مضامین توصیفی توسط محقق به هر قطعه از جملات نسبت داده شد و البته گاهی جملات از منظر مختلف کدهای مختلف را به خود پذیرفت. حاصل این مرحله، تولید سه کد توصیفی اصلی و ۱۹۶ ارجاع از متون به آن‌ها است. شایان ذکر است از آنجا که جدول کدهای توصیفی بسیار زیاد شده است لذا تنها به ذکر یک نمونه اکتفا شده است (شکل شماره ۴).



شکل ۴) کدگذاری توصیفی

## کدگذاری محوری

در مرحله‌ی دوم از فرایند تحلیل مضمون پیاده شده در این تحقیق، با مقایسه‌ی مستمر و چندین‌باره‌ی کدهای بازتولید شده در مرحله‌ی قبل، کدهای محوری ایجاد گشتند. برای تولید کدهای محوری چندین کد توصیفی در ذیل چتر یک کد محوری جمع شده و آن را تشکیل داده‌اند. در شکل زیر (شکل شماره ۵) زیر فراوانی کدهای محوری ارائه شده است. البته لازم به ذکر است که کدهای محوری بعد از تمامی کدهای بازتولید نمی‌شوند بلکه به صورت موازی و در یک فرایند متداخل مقایسه‌ی مستمر، تولید و بازتولید می‌گردند.



شکل (۵) کدگذاری محوری

### کدگذاری گزینشی و یکپارچه سازی و تعریف مضامین فراگیر

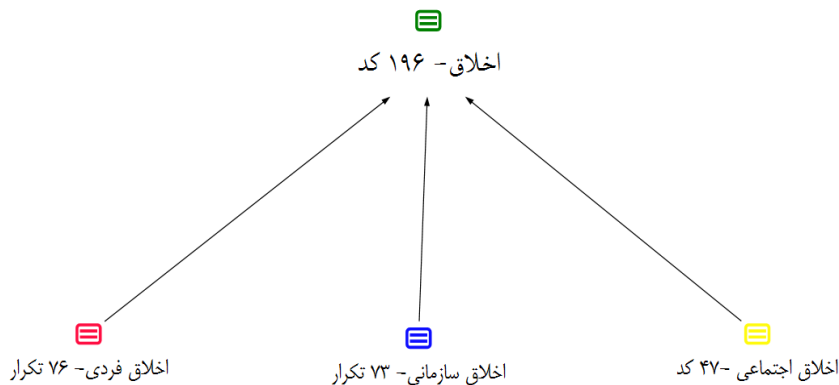
در مرحله سوم کدگذاری، تعدادی مضامین فراگیر شناسایی می شوند که مفاهیم کلیدی تحقیق را بیان می کنند. این مضامین باید بر پایه مضامین محوری بنا شوند ولی در سطح تجرید بالاتری از آنها قرار دارند. در این مرحله می توان به طور مستقیم از هر ایده ی تئوریک که زیربنای تحقیق را تشکیل می دهد استفاده نمود، البته تا آنجایی که این ایده ی تئوریک توسط تحلیل های ما حمایت می شود. با توجه به اینکه مقالات موجود در همایش یک بانک علمی مرتبط با موضوع تخصصی دانشگاه اخلاق مدار است و محوریت موضوعات مقالات بسیار نزدیک به یکدیگر می باشند، از منظر تئوریک می توان کدگذاری انتخابی را نوعی بررسی مقایسه ای در نظر گرفت.

Code System	Frequency
اخلاق	196
اخلاق فردی	0
شمردن با دیگران	0
بخشش	5
برادری	16
عملگرایی	11
روشنگری فردی	7
صادق بودن	5
رعایت نظم و انضباط	5
رازداری	19
اخلاق سازمانی	5
شایسته سازی	0
روحیه مشارکت و همکاری	0
رعایت ارزش ها	17
تعهد	6
انگیز بودن	7
قانونمندی	10
بیطرفی در ارزشیابی	5
امانت داری	4
اخلاق اجتماعی	15
آگاه سازی جامعه	0
مسئولیت پذیری	4
عدالت	7
احرام به دیگران	4
روحیه مشارکت و همکاری	10
نوع دوستی	4
احرام به حفظ زیست	5
پاسخگویی	2
Sets	15
	0

شکل ۶) کدگذاری گزینشی

### نتایج

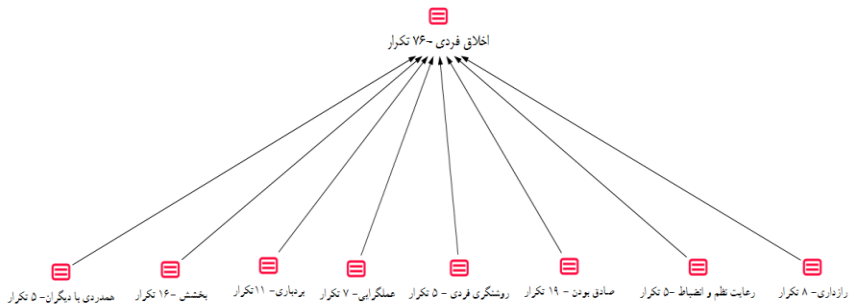
نتایج حاصل از تحلیل مضامین مقالات نشان داد در مجموع ۱۹۳ کد و سه مؤلفه‌ی اصلی شناسایی شد. مؤلفه‌های اصلی شامل اخلاق اجتماعی با ۴۷ کد، اخلاق سازمانی با ۷۳ کد و اخلاق فردی با ۷۶ تکرار است. در ضمن بیشترین تکرار مربوط به مؤلفه‌ی اخلاق فردی است.



شکل ۷) تحلیل مضامین مقالات

### زیر مؤلفه‌های اخلاق فردی

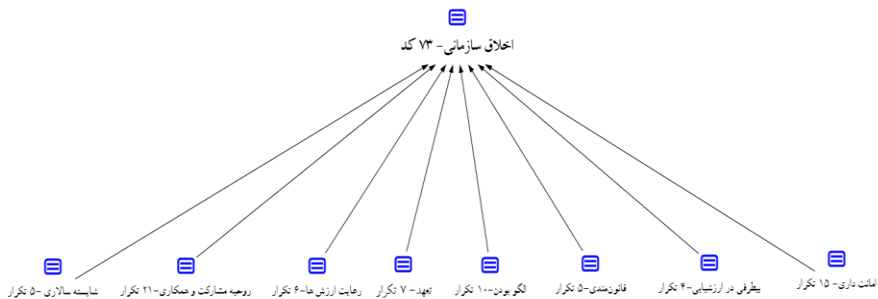
نتایج خروجی نرم‌افزار مکس کودا نشان می‌دهد از مجموع ۷۶ کد به دست آمده از مؤلفه‌ی اخلاق فردی هشت زیر مؤلفه به دست آمد که بالاترین فراوانی مربوط به مؤلفه صادق بودن با ۱۹ بار تکرار و در جایگاه دوم بخشش با ۱۶ بار تکرار و بردباری با ۱۱ بار تکرار در جایگاه سوم قرار دارد.



شکل ۸) زیرمؤلفه‌های اخلاق فردی

### زیر مؤلفه‌های اخلاق سازمانی

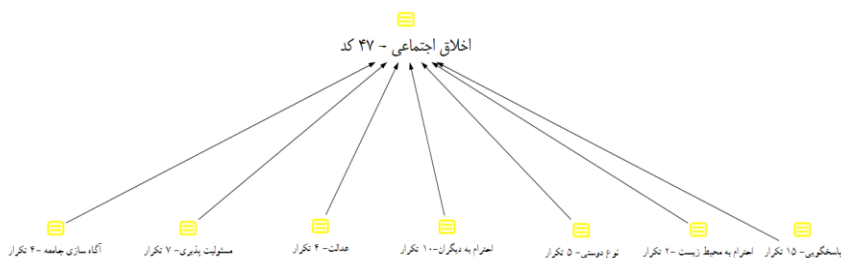
نتایج خروجی نرم‌افزار مکس کودا نشان می‌دهد از مجموع ۷۳ کد به دست آمده از مؤلفه‌ی اخلاق سازمانی هشت زیر مؤلفه به دست آمد که بالاترین فراوانی مربوط به مؤلفه‌ی روحیه مشارکت و همکاری با فراوانی تکرار ۲۱ بار در رتبه‌ی نخست، امانت‌داری با ۱۵ بار تکرار در رتبه‌ی دوم و الگو بودن با ۱۰ بار تکرار در رتبه‌ی سوم قرار دارد.



شکل ۹) زیرمؤلفه‌های اخلاق سازمانی

### زیر مؤلفه‌های اخلاق اجتماعی

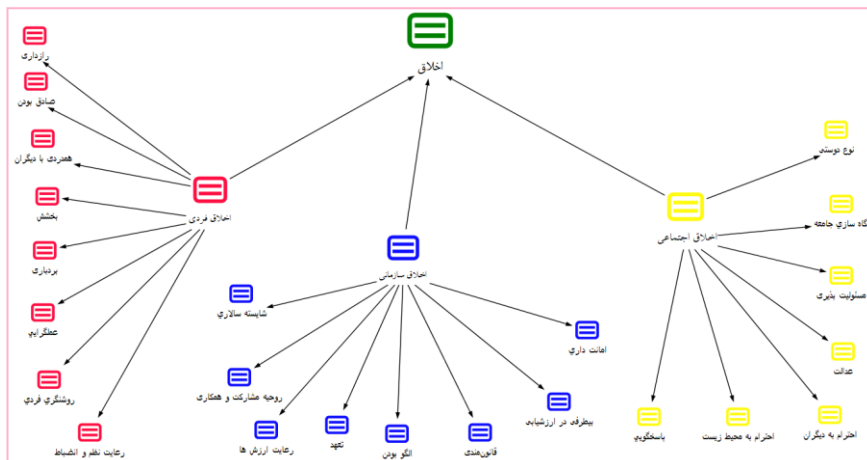
نتایج خروجی نرم‌افزار مکس کودا نشان می‌دهد از مجموع ۴۷ کد به دست آمده از مؤلفه‌ی اخلاق اجتماعی هفت زیر مؤلفه به دست آمد که بالاترین فراوانی مربوط به زیر مؤلفه‌ی پاسخگویی با ۱۵ تکرار، در رتبه‌ی دوم احترام به دیگران با ۱۰ بار تکرار و در رتبه‌ی سوم، زیر مؤلفه‌ی مسئولیت‌پذیری با ۷ بار تکرار قرار دارد.



شکل ۱۰) زیرمؤلفه‌های اخلاق اجتماعی

### مدل نهایی تحلیل مضمون

مدل نهایی احصاء شده از طریق نرم‌افزار مکس کودا و روابط بین مضامین اصلی و فرعی به شرح نمودار و جدول زیر است.



شکل ۱۱) مدل نهایی تحلیل مضمون

جدول (۴) فراوانی زیر مؤلفه‌های مدل

فراوانی	مؤلفه‌های اجتماعی	فراوانی	مؤلفه‌های سازمانی	فراوانی	مؤلفه‌های فردی
۲	احترام به محیط‌زیست	۱۵	امانت‌داری	۸	رازداری
۴	آگاه‌سازی جامعه	۴	بی‌طرفی در ارزشیابی	۵	رعایت نظم و انضباط
۵	نوع‌دوستی	۵	قانون‌مندی	۱۹	صادق بودن
۱۵	پاسخگویی	۱۰	الگو بودن	۵	روشنگری فردی
۴	عدالت	۷	تعهد	۷	عمل‌گرایی
۷	مسئولیت‌پذیری	۶	رعایت ارزش‌ها	۱۱	بردباری
۱۰	احترام به دیگران	۲۱	روحیه‌ی مشارکت و همکاری	۱۶	بخشش
		۵	شایسته‌سالاری	۵	همدردی با دیگران

نتایج جدول و مدل نهایی تحقیق در قالب شبکه‌ی مضامین نشان می‌دهد در مجموع، زیر مؤلفه‌ی روحیه‌ی مشارکت و همکاری با ۲۱ بار تکرار در جایگاه نخست شبکه مضامین قرار دارد و در رتبه‌ی دوم، زیر مؤلفه‌ی صادق بودن با فراوانی ۱۹ بار در جایگاه دوم و در نهایت زیر مؤلفه‌ی بخشش با فراوانی ۱۶ بار تکرار در جایگاه سوم قرار دارد. اهمیت و جایگاه ویژه اخلاق در سازمان و زندگی فردی در هزاره شوم غیرقابل‌انکار است. شاید در چند دهه قبل اخلاق یکی از متغیرهای کمتر مهم در مباحث مدیریت به شمار می‌رفته و اساساً تمرکز بر مفاهیمی همچون کارایی، اثربخشی و بهره‌وری بود. حتی اینکه سازمانی سود ده باشد بدون در نظر گرفتن اخلاقیات یکی از عمده ویژگی‌های سازمان‌های پیشین بوده است اما با ورود به هزاره‌ی سوم مفاهیم اخلاقی وارد فضای کسب‌وکار گردید که البته این بار این مفهوم نه از سوی

اندیشمندان دین‌مدار بلکه از سوی سکولارهای مدعی اصول سرمایه‌داری مطرح و عرضه شد چراکه این افراد به‌عنوان بخشی از مصرف‌کنندگان محصول نهایی شرکت‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات انتظار داشتند توجه بیشتری بر سلامت آن‌ها شود. پس از سال ۲۰۰۰ و گسترش تنوع کمی و کیفی محصولات و تولیدات صنعتی، خدماتی و کشاورزی این مهم بیشتر حائز اهمیت شد و درنهایت، اخلاق در قالب اخلاق حرفه‌ای در راستای اعتلای بهره‌وری سازمان‌ها مطرح شد. در ادامه مفاهیم اخلاق فراتر از سازمان و مدیریت مطرح و به ارکان مختلف فرد، سازمان و جامعه گسترش پیدا کرد. دانشگاه تهران به‌عنوان مهم‌ترین دانشگاه ایران و شناخته‌شده در سطح جهان و یکی از مهم‌ترین پیشگامان توسعه‌ی دانش و علم‌آموزی در خاورمیانه است. این دانشگاه در راستای اهداف و سیاست‌گذاری طرح‌ریزی‌شده، اقدام به برگزاری همایش دانشگاه اخلاق مدار در سه سال اخیر نموده است. اینکه چرا در دانشگاه تهران برگزاری چنینی همایشی در اولویت قرار گرفته است می‌توان نتیجه‌ی تأثیرات گذشته و حال و آینده اخلاق بر عملکرد دانشگاه و دانشگاه بر اخلاق جستجو کرد. در مجموع برگزاری چنین رویدادی در سطح کشور می‌تواند زمینه‌ساز توسعه‌ی فرهنگ اخلاق‌پذیری و گسترش دامنه‌ی نفوذ این دانشگاه در عرصه‌ی ادبیات مرتبط با اخلاق و اخلاقیات خواهد بود. با توجه به یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون همایش سال ۱۳۹۸ پیشنهادهایی چند در جهت اعتلا و ارتقاء همایش مذکور ارائه‌شده است. ۱. با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین اهداف برگزاری هر همایشی، اطلاع‌رسانی و روشن نمودن چراغ تحقیق و پژوهیدن در میان دانش‌پژوهان است، پیشنهاد می‌گردد در اطلاع‌رسانی وب‌سایت حاضر در سطح دانشگاه‌های کل کشور و حتی وزارت علوم و وزارت بهداشت اقداماتی چند صورت پذیرد. نتیجه‌ی آمار توصیفی نشان داد بیشترین تعداد مقالات ارائه‌شده از سوی محققین دانشگاه‌های دولتی بوده و حضور کم‌رنگ سایر دانشگاه‌ها (از جمله پیام نور، دانشگاه آزاد و ...) نشان از ضعف اطلاع‌رسانی یا کم‌رنگ بودن مشوق‌های لازم برای حضور سایرین در این همایش بوده است. در ادامه‌ی همین موضوع پیشنهاد می‌گردد لینک دسترسی به مقالات و رویدادهای همایش‌های پیشین راه‌اندازی تا امکان دسترسی کلیه‌ی مقالات در سایت سومین همایش فراهم شود. ۲. سطح علمی حاضرین در همایش نشان از میانگین بسیار بالایی دارد. حضور چندین استادتمام، دانشیار و استادیار در یک همایش نشان‌دهنده‌ی کیفیت قابل‌قبول برای حضور نخبگان دانشگاهی است. لذا در راستای بهبود این مهم پیشنهاد می‌گردد از طریق رایزنی‌های لازم از اساتید بنام در پنل‌های همایش بهره‌مند شد. ۳. تجربه‌ی سال گذشته نشان داد پس از اتمام همایش، اطلاع‌رسانی مناسبی از اتمام آن صورت نپذیرفته است تا جایی که چند ماه پس از اتمام همایش در عناوین

پایگاه اینترنتی قید شده بود " همایش در مورخ ... برگزار خواهد شد ". ۴. یکی از مهم‌ترین مباحث مربوط به کیفیت مقالات ارائه‌شده در همایش، توجه به ویراستاری شکلی و اغلاط تایپی و غیره است که امید است در همایش سال ۹۹ نسبت به بهبود آن تلاش شود (برای مثال در مقاله‌ی شماره ۱۰ اطلاعات ارائه‌شده مربوط به نویسندگان در چکیده و در اصل مقاله متفاوت است). ۵. در راستای اعتلای کیفیت مقالات همایش، ضروری است مشوق‌های لازم برای اهل تحقیق و قلم فراهم شود. از جمله اینکه همانند سایر همایش‌های مهم بین‌المللی حداقل چند مقاله‌ی برگزیده در یکی از مجلات مرتبط یا نزدیک به‌عنوان همایش به‌صورت ویژه‌نامه مزین به چاپ گردد. این نکته هم به اعتبار همایش خواهد افزود هم اینکه میزان ارجاعات به مقالات همایش افزایش خواهد یافت. زیرا در رساله‌های دانشجویان دکتری یا پایان‌نامه‌های دانشجویان کارشناسی‌ارشد کمتر امکان ارجاع به همایش وجود دارد. ۶. این همایش با محوریت دانشگاه تهران و با همکاری چند دانشگاه بزرگ در سطح کشور به‌صورت مشترک برگزار گردد تا شاهد تجربه‌ی برگزاری همایش مشترک چند دانشگاهی باشیم (مشارکت واقعی و نه تصویر آرم یک دانشگاه بر روی سایت همایش قرار گیرد). در این راستا می‌توان چند دانشگاه داوطلب را انتخاب و یکی از محورهای همایش به آن دانشگاه (با پنل اساتید آن دانشگاه، داوری و سایر امور به‌صورت مستقل) واگذار و درنهایت این همایش نه در یک روز که برای هر دانشگاه در یک روز و با فاصله‌ی مثلاً یک‌هفته‌ای برگزار گردد. این مهم می‌تواند سطح نفوذ همایش را توسعه دهد، مشارکت اساتید خبره را افزایش دهد، میزان اثرگذاری همایش در سطح کشور را ارتقاء دهد و درنهایت این اتفاق مهم نه در یک روز آغاز و پایان یابد بلکه به‌مانند یک رویداد علمی در چند هفته تکرار و برنامه‌ریزی شود. پیشنهاد می‌گردد حداقل برای سال آتی، برنامه‌ریزی برای اجرای این همایش با یک دانشگاه علوم پزشکی انجام شود تا همایش در سطح دانشگاه تهران و یک دانشگاه علوم پزشکی اجرا گردد.

### منابع

۱. خدایاری فرد، محمد (۱۳۹۸). مقدمه‌ای بر ارزش‌های بنیادین مرامنامه اخلاق دانشگاه. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.
۲. سلکی چشمه سلطانی، فاطمه و جعفری، علی (۱۳۹۸). مطالعه‌ای بر مؤلفه‌های اخلاق در دانشگاه. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.
۳. فرامرز قراملکی، احد (۱۳۹۸). از اخلاق فلسفی تا اخلاق کاربردی: راهبردهای عملیاتی رشد اخلاقی دانشگاه. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.



۴. لطفی جلال‌آبادی، مصطفی و سلطنت، روایی (۱۳۹۸). تبیین و طراحی الگوی تحقق دانشگاه اخلاق مدار. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.
۵. میرزاده کوهشاهی، محمود؛ نارنجی‌ثانی، فاطمه؛ شاهرادی، زهرا و تیزهوش جلالی، فاطمه (۱۳۹۸). فراتحلیلی بر پژوهش‌های اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه‌های جمهوری اسلامی ایران. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.
۶. هاشمی، سید یوسف؛ شعبانی شفیع‌آبادی، مهدی و نصیری، محمدمبین (۱۳۹۸). ارتباط و پیامدهای ارزش‌های اخلاقی در دانشگاه. دومین همایش ملی دانشگاه اخلاق مدار، دانشگاه تهران.