

اخلاق در مدیریت دانش

حسنعلی نعمتی شمس آباد*
ابوالفضل گایینی**
ریحانه روحانی***

چکیده

در فضای رقابتی امروز سازمان‌ها و صاحبان مشاغل دریافته‌اند که می‌بایست تمرکز را از منبع مادی به سمت دانش و منابع نامشهود خود منعطف کنند تا بتوانند در وضعیت موجود با رقبا خود رقابت کنند. از این رو جهت مدیریت، استفاده درست و بهره‌برداری از این منابع نامشهود، سازمان‌ها نیازمند بهره‌گیری از مفهومی به نام مدیریت دانش هستند که استفاده از آن باعث کسب مزیت رقابتی برای آنها می‌شود. با کمی توجه به ماهیت خاص دانش و این مطلب که امروزه این دانش است که قدرت را تعیین می‌کند و قدرت در دست فرد و یا گروهی است که دانش را در اختیار دارد، مسائل اخلاقی متعددی حول محور دانش و مدیریت دانش وجود دارد. از جمله این مسائل می‌توان به مواردی همچون: حفاظت از حریم خصوصی، مالکیت معنوی، محافظت از داده‌ها در مقابل سرقت و تحریف، اعتماد، انصاف، عدالت، صحت، دسترس‌پذیری، حفاظت از سرمایه‌های فکری، آزادی اطلاعات، حفظ امنیت ملی و... اشاره نمود. از منظر دیگر می‌توان این‌طور بیان کرد که مدیریت دانش مفهومیست نظام‌مند که به جهت اجرای موفقیت‌آمیز آن می‌بایست دیدی جامع و کل‌نگر داشت. به همین منظور افزون بر توجه به ویژگی‌های مثبت، کاربردها و مزایای آن، می‌بایست به منظر دیگری از مدیریت دانش که همان مسائل اخلاقی است نیز توجه ویژه داشت. در واقع در جهان امروز اطلاعات و دانش است که مایه قدرت افراد و سازمان‌ها هستند و هر کجا که سخن از قدرت باشد خواسته و یا ناخواسته پای اعمال خرابکارانه و غیراخلاقی نیز به میان کشیده می‌شود. گفتنی است که پژوهش‌های متعددی به خصوص درباره مسائل اخلاقی مدیریت دانش در کشورهای مختلف انجام شده است؛ اما در کشورمان، ایران، تحقیقات کمی در این باره صورت گرفته است. با توجه به موارد بیان شده محقق در این پژوهش می‌کوشد تا به مطالعه سیستماتیک و نظام‌مند متون، اسناد، مقالات و کتاب‌های موجود در زمینه اخلاق در حوزه مدیریت دانش در ایران و سطح بین‌الملل بپردازد.

واژگان کلیدی: اخلاق،^۱ اخلاق سازمانی،^۲ مدیریت دانش،^۳ معضلات اخلاقی.

Email: nemati@ut.ac.ir
Email: rahimigaini@yahoo.com
Email: r.rohany65@yahoo.com
1. Ethic
3. Knowledge management

* دکترای تخصصی، استادیار، دانشگاه نورطوبی تهران.
** دکترای تخصصی، استادیار، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم.
*** کارشناسی ارشد، دانشگاه نورطوبی، تهران (نویسنده مسئول).
2. Business ethic
تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۱۹ تاریخ تأیید: ۹۵/۸/۳۰

۱. مقدمه

مدیریت دانش حوزه‌ای بین رشته‌ایست که مسائل اخلاقی فراوانی درباره آن وجود دارد. درگیر بودن زیاد مدیریت دانش با مسائل اخلاقی ریشه در ارتباط آن با تعامل با افراد، فرایندها و تکنولوژی‌های گوناگون دارد که در تمام جنبه‌های آن از طراحی تا استفاده دارد.

با در نظر گرفتن مسائل اخلاقی ما به انگیزه‌های اصلی برای پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت دانش، معرفی آنها، استفاده از مدیریت دانش و تأثیر آن بر افراد، سازمان‌ها و اجتماع می‌رسیم. انگیزه‌ها و رفتارهای مدیریت دانش با قدرت روابط و منافع شخصی از کاربران درگیر از جمله محققان و طراحان سیستم‌های مدیریت دانش، کاربران درگیر پیاده‌سازی مدیریت دانش و معضلات پنهان و آشکار دیگر در هم تنیده شده است.

دانش در سازمان‌ها می‌تواند ساخته شود، حذف و یا دریغ شود، توقیف و یا سرکوب گردد، تقویت شود و یا مورد مبالغه قرار گیرد، کم شود و یا تحریف گردد و... که این اعمال می‌تواند تصادفاً (به‌طور مثال با حمله و ویروس) اتفاق افتد و یا اینکه مانند بیشتر موارد خودآگاهانه و توسط ابزار صورت گیرد (Land, Amjad, & Nolas, 2007).

با توجه به مواردی که بیان شد، مشخص می‌شود که مسائل اخلاقی زیادی پیرامون مدیریت دانش و فرایندهای آن وجود دارد که غفلت از آنها می‌تواند سازمان‌ها را در دستیابی و بهره‌مندی از مزایای مدیریت دانش ناکام بگذارد. از این‌رو توجه به این مسائل در سازمان‌ها ضرورتی انکارناپذیر است. در پژوهش حاضر به بررسی مسائلی از این دست که بیان شد، می‌پردازیم.

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. اخلاق در مدیریت دانش

بخش بزرگی از مطالعات در خصوص مدیریت دانش بیشتر به جنبه‌های مثبت به کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌ها پرداخته‌اند؛ اما از سوی دیگر به جهت ماهیت انسانی دانش و مسائل پیرامون آن، مسائل اخلاقی زیادی در خصوص مدیریت دانش در سازمان‌ها وجود دارد که از دید دیگر محققان پنهان‌مانده است و آنها در تحقیقات خود به آن اشاره کرده‌اند که بخشی از این موارد در این بخش آورده شده است.

استوارت هیز^۱ و همکارانش (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی بخش تاریک مدیریت دانش در سازمان‌ها مسائل اخلاقی پرداختند. آنها در تحقیق خود عنوان می‌کنند که مانند بسیاری دیگر از تلاش‌های سازمانی، موفقیت مدیریت دانش نیز تحت تأثیر بلهوسی‌های طبیعت انسانی قرار دارد.

1. Hase

دلایل زیادی برای این امر وجود دارد که بسیاری از آنها به علت نیاز به قدرت است که افراد اقدام به احتکار، دست کاری و تحریف اطلاعات می کنند. بخش تاریک سازمان‌ها معمولاً ماهیتی خرابکارانه دارد و می تواند آگاهانه و یا ناخودآگاه رخ دهد و اکثراً بر ضد منفعت گروه عمل می کند. متخصصان مدیریت دانش تمایل بر تمرکز بر جنبه تکنیکی آن دارند. حال آنکه برخی محققان بر این باورند که مردم نقش مهم تر و پرمخاطره تری نسبت به جنبه تکنیکی در مدیریت دانش ایفا می کنند. افزون بر این مشخص است که شاید بزرگترین مانع برای اشتراک دانش رفتار ناکارآمد افراد و یا فرهنگ سازمانیست. قطعاً مدیریت دانش به سطح بالایی از حسن نیت و اعتماد نیاز دارد. محققان در خصوص مسائل اخلاقی مدیریت دانش بیشتر بر دیدگاه جامعه شناسختی تکیه کرده اند. تحقیقات حاکی از آنست که مسلماً افشای دانش برای کارکنان ریسک هایی به همراه دارد که موجب ایجاد اضطراب در آنها می شود. افراد به صورت گزینشی افشا می کنند که چه چیزی درباره دیگران می دانند. این امر خود منجر به مسائل اخلاقی زیادی می شود.

مدیریت دانش به آمادگی افراد برای اشتراک دانش وابسته است و مسائل زیادی پیرامون منافع شخصی افراد برای افشای اطلاعات وجود دارد. در واقع پس از پدیده مهندسی معکوس در سازمان‌ها که باعث تعدیل نیرو در سازمان‌ها شد، کارکنان دیگر اعتمادی به فرایندهای جدید از جمله مدیریت دانش به دلیل ترس از دست دادن موقعیت شغلی خود ندارند. این در حالی است که مدیریت دانش نیازی به تغییرات بنیادی در سازمان ندارد و تنها کافی است که تفکر اشتراک دانش جایگزین تفکر سیلویی در سازمان‌ها شود. بنابراین برای معضلات مدیریت دانش هدف پیدا کردن راهیست که کارکنان دانش خود را به اشتراک بگذارند، حتی زمانی که سازمان داری ساختار عملکردی است (Hase & et al, 2006).

در پژوهشی محقق بیان می کند که تهدیدات عمده اخلاقی شامل موارد زیر است:

- کامپیوتر و رایانه های شخصی سریع تر؛
- ارتباط از راه دور پیشرفته؛
- شبکه های کامپیوتری؛
- پایگاه دانش یکپارچه عظیم؛
- دسترسی آسان به اطلاعات و پایگاه دانش؛
- این دیدگاه که دانش به دست آمده یک اسلحه رقابتی است.

سرقت ادبی به استفاده و اقتباس از افکار، نوشته ها، اختراعات و... فرد دیگر به نام خود و بدون ارجاع دهی می گویند (Awad & et al, 2004).

دوماس و همکارانش در تحقیقی که در خصوص ابعاد اخلاقی مدیریت دانش انجام داده است در خصوص اخلاقیات بیان می کنند که، مطالعات اجتماعی در خصوص مدیریت دانش تاکنون

خطرات موجود در این حوزه را شناسایی کرده‌اند و محققان سعی در مسیریابی این خطرات در مسیر اخلاق دارند. از جمله مسائل کلیدی در مدیریت دانش و اخلاق که می‌توان به آن اشاره کرد عبارتست از: کیفیت اطلاعات که اساس تصمیم‌گیری است، اعتماد، حریم خصوصی و سرمایه‌های فکری.^۱

در پژوهشی دیگر بیان شده است که در عصر کنونی اطلاعات و دانش سرمایه‌های فکری را شکل می‌دهد و این سرمایه‌های فکری در برخی موارد مانند موارد زیر آسیب‌پذیر است:

- زمانی که افراد اطلاعات شخصی خود را از دست می‌دهند که نمی‌توانند آن را جبران کنند (مالکیت)؛
- زمانی که از دسترسی افراد به اطلاعاتی که برای آنها ارزشمند است جلوگیری می‌شود (دسترسی)؛
- زمانی که اطلاعات با ماهیت شخصی یا محرمانه افشا می‌شود (حریم خصوصی)؛
- و یا زمانی که افراد درمی‌یابند اطلاعاتی که زندگی آنها به آن بستگی دارد حاوی خطاست! (صحت).^۲

در پژوهشی دیگر به مسائل اخلاقی در مدیریت دانش از زاویه دیگری پرداخته شده است. محقق در این پژوهش به بررسی این موضوع می‌پردازد که با توجه به اینکه دانش در حقیقت متعلق به افراد است، اغلب سازمان‌ها ادعای مالکیت این دانش را دارند و این تنش که در مالکیت دانش که بین افراد و سازمان‌ها وجود دارد، می‌تواند باعث ایجاد اشکال در رفتارهای پردازش دانش افراد و همچنین مدیریت مؤثر دانش در سازمان‌ها شود.

یا در بیانی دیگر می‌توان گفت تحقیقات صورت گرفته در خصوص مسائل اخلاقی مدیریت دانش تا حدی ناعادلانه است چراکه تمرکز بیشتر بر بافت‌های سرمایه‌داری و سود و دستاوردهای سازمان است تا افراد! محقق این مقاله اعتماد، انصاف و عدالت را محرک افراد جهت مشارکت داوطلبانه در فرایندهای دانش عنوان می‌کند (Syed, 2013 & Rechberg) در پژوهشی دیگر که در داخل کشور صورت گرفته است محقق عنوان می‌کند که مدیریت دانش فرایندی نظام‌مند است که بدون داشتن دیدی جامع و کل‌نگر نمی‌توان از اجرای موفقیت‌آمیز آن مطمئن بود. از جمله موارد کلیدی که می‌بایست در نظر گرفت، نیروی انسانی و اخلاقیات است. از جمله مواردی که در خصوص موفقیت اجرای مدیریت دانش در سازمان‌ها می‌بایست مدنظر قرار گیرد مسائل فرهنگی است که در رابطه با این مسائل مباحث مربوط به اخلاقیات و سرمایه اجتماعی مطرح می‌گردد. در واقع داشتن اصول اخلاقی خود از سرمایه‌های اجتماعی به شمار می‌آید. تحقیقات حکایت از آن دارد که سرمایه اجتماعی بر کارایی و بهره‌وری تأثیر دارد (رضاییان فردویی و قاضی نوری، ۱۳۸۹).

1. BOUTIN & DUMAS, BULINGE

2. O.Mason

مدیریت دانش یک حوزه بین رشته‌ای است که مسائل اخلاقی فراوانی در خصوص آن وجود دارد. درگیر بودن زیاد مدیریت دانش با مسائل اخلاقی ریشه در ارتباط آن با تعامل با افراد، فرایندها و تکنولوژی‌های گوناگون دارد که در تمام جنبه‌های آن از طراحی تا استفاده دارد. با در نظر گرفتن مسائل اخلاقی ما به انگیزه‌های اصلی برای پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت دانش، معرفی آنها، استفاده از مدیریت دانش و تأثیر آن بر افراد و سازمان‌ها و اجتماع می‌رسیم. انگیزه‌ها و رفتارهای مدیریت دانش با قدرت روابط و منافع شخصی از کاربران درگیر از جمله محققان و طراحان سیستم‌های مدیریت دانش، کاربران درگیر پیاده‌سازی مدیریت دانش و معضلات پنهان و آشکار دیگر درهم تنیده شده است.

دانش در سازمان‌ها می‌تواند ساخته شود، حذف و یا دریغ شود، توقیف و یا سرکوب گردد، تقویت شود و یا مورد مبالغه قرار گیرد، کم شود و یا تحریف گردد و... که این اعمال می‌تواند تصادفاً (به‌طور مثال با حمله و ویروس) اتفاق بیافتد و یا اینکه مانند بیشتر موارد خودآگاهانه و از سوی ابزار صورت گیرد.

پژوهش حاضر به مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن به‌عنوان یکی از ابعاد مهم اخلاقی در مدیریت دانش اشاره می‌کند. این پژوهش در واقع اشاره می‌کند که فرایند تحقیق نیز یک فرایند مبتنی بر دانش است که در واقع شامل فرایندهای مدیریت دانش مانند: جمع‌آوری، توزیع، ذخیره‌سازی و اشتراک دانش می‌شود. بنابراین مسائل اخلاقی مدیریت دانش را دربر دارد.

محقق برای تبیین این موضوع این مثال را مطرح می‌کند که آیا وقتی محقق در فرایند تحقیق خود به مسائل مشکوک و احیاناً غیرقانونی رسید آیا باید همه را با تمام قدرت آگاه کند و بر ضد آن صحبت کند و یا اینکه به توصیف موقعیت بپردازد؟ (Land, & et al, 2007).

در پژوهش دیگری محقق ابعاد سازمانی مدیریت دانش را فرهنگ، تکنولوژی و اخلاق می‌داند، از این‌رو مسائل اخلاقی در مدیریت دانش از اهمیت زیادی در کنار دیگر عناصر برخوردار است. همچنین محقق عنوان می‌کند که اصول اخلاقی در پرتو اصول کلی فکری قابل پذیرش است (Costa, Prior, & Rogerson, 2010).

در دیدگاهی دیگر خلق دانش به‌عنوان یک فرایند دیالکتیک در نظر گرفته می‌شود که در آن اعتقادات و ارزش‌ها و تعهدات افراد در فضایی پر از تنش دیده می‌شود. همچنین محقق اعلام می‌کند که دانش یک شمشیر دولبه است که پیامدهای مثبت و منفی فراوانی دارد که ناشی از استفاده‌های غیراخلاقی از دانش است (Sheffield, 2006).

در پژوهش دیگر محقق بیان می‌کند که در دنیای پرتنش امروز که تغییرات تکنولوژی در یک ریتم اشتباه و تند اتفاق می‌افتد دیگر رقابت میان رقبای ناشی از خلاقیت نیست، بلکه در مدیریت منابع محسوس و نامحسوس است. منابع محسوس که بی‌تردید در فعالیت‌های روزانه سازمان‌ها از اهمیت

زیادی برخوردار است؛ اما این منابع نامحسوس و منابع انسانی هستند که جهت ایجاد ارزش برای سازمان‌ها نیازمند توجه بیشتری هستند. این منابع نامحسوس شامل دانش نیز می‌شود، طبیعت خاص خود را دارد و با معضلات اخلاقی و معنوی فراوانی روبه‌روست که نیازمند بحث و پژوهش بسیار است. از سوی دیگر با توجه به تعریف‌های ارائه شده از مدیریت دانش که آن را فرایند کسب و استفاده از منابعی که به سبب آن محیطی ایجاد می‌شود که اطلاعات همواره در دسترس افراد خواهد بود و افراد می‌توانند دانش را کسب کرده و به اشتراک بگذارند و از اطلاعات موجود برای توسعه دانش خود استفاده و دانش خود را به نفع سازمان به کار گیرند. باید توجه داشت که پیامدهای اخلاقی و معنوی زیادی پیرامون منابع نامحسوس از جمله دانش وجود دارد.

در واقع با توجه به اینکه دانش یک محصول است که ریشه در طبیعت انسان دارد پس به‌طور دائم با چالش‌های جدید اخلاقی روبه‌روست که با عنایت به ذات تغییرپذیر و پرتناقض بشر قابل توجه است، از این سو می‌توان گفت که فلسفه یک عنصر واجب و حیاتی برای مدیران است (Costa & Silva, 2007). همان‌طور که مشخص است اشتراک‌گذاری دانش یکی از مهم‌ترین فرایندهای مدیریت دانش است. با این حال به اشتراک‌گذاری دانش در بسیاری از موارد اگر غیرقانونی نباشد، غیراخلاقیست. اگر کارمندی به اطلاعات محرمانه، توسعه مالکیت فکری برای کارفرما و یا امضای قراردادهای تکمیل‌نشده / افشانشده دسترسی داشته باشد، اشتراک‌گذاری دانش ممکن است نقض قرارداد و یا نقض وفاداری باشد. به علاوه کارکنان ممکن است در به اشتراک‌گذاری دانش به علت اینکه از لحاظ مسئولیت‌های حرفه‌ای غیراخلاقی است در مضیقه باشند (Gayton, 2008).

دالیوویچی و باسکرویل در مقاله‌ای به بررسی انتقادی مسئله مالکیت دانش فردی و دانش سازمانی که بین افراد و سازمان انتقال می‌یابد، می‌پردازند. آنها داده‌ها را از سه دیدگاه مکمل (معاهدات و کنوانسیون‌های بین‌المللی در حفظ حریم خصوصی و مالکیت معنوی، قراردادهای اشتغال و حساب‌های تجاری، احکام قانونی موارد مربوط به دانش) به منظور شفاف‌سازی کشمکش بین حریم خصوصی و حق مالکیت، مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند.

نتایج دیدگاهی دیالکتیکی را نشان می‌دهد که در آن مالکیت بین افراد و اجتماع یا سازمان انتقال می‌یابد و بنابراین افراد ممکن است لزوماً مالک آنچه می‌دانند نمی‌باشند. حفظ حریم خصوصی و مالکیت از مسائل مهم اخلاق محاسباتی در دو دهه اخیر هستند که استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی جهت اهداف استراتژیک چالش‌های جدیدی را برای این مفاهیم اخلاقی موجب می‌شود.

در نهایت دیدگاه دیالکتیکی نشان می‌دهد که فرد لزوماً مالک آنچه می‌داند نیست. از سوی دیگر افراد مالک دانش شخصی خود در پرتو حقوق حریم خصوصی هستند و همچنین مالک دانش سازمانی که به‌طور کامل از سوی کارفرمایان از طریق حقوق مالکیت معنوی محافظت

نمی‌شوند، هستند. همچنین افراد مالکیت دانش (شخصی و سازمانی) را در صورت قبول قرارداد کار و قبول قرارداد حساب‌های تجاری (دانش شخصی) از دست می‌دهند. همین‌طور مالکیت دانش در صورتی دانش جزء اموال عمومی محسوب شود، از افراد ساقط می‌شود. که البته این موقعیت‌ها از لحاظ اخلاقی تعریف شده‌اند و وابسته به فرهنگ هستند؛ اما در عمل هم افراد و هم سازمان ممکن است که از خطوط خارج شوند. افراد به منظور حفظ موقعیت حرفه‌ای خود از اشتراک‌گذاری دانش خودداری کنند و سازمان‌ها سیستم‌های مدیریت دانش را با محدوده اختیار بسیار محدود پیاده‌سازی کنند که در این صورت استفاده از این سیستم برای کارکنان با اجبار است و نه انگیزه. سازمان و افراد می‌بایست اطمینان حاصل کنند که سیستم‌های اطلاعاتی که از مدیریت دانش حمایت می‌کنند ابزارهای لازم برای حفاظت از دانش به‌عنوان یک دارایی و به‌عنوان یک ویژگی شخصی را دارند (Dulipovici & et al, 2007).

گوستا و همکارانش (۲۰۱۰) در مقاله‌ای به بررسی تعامل بین مدیریت دانش، فرهنگ سازمانی و اخلاق، با تمرکز بر تنش‌های بالقوه موجود بین دانش شخصی و جمعی در یادگیری سازمانی پرداختند. این تنش‌ها بر اثر معضلات اخلاقی و اجتماعی رخ می‌دهد، که اغلب مورد غفلت مدیران قرار می‌گیرد و تأثیرات غیرمنتظره‌ای بر استراتژی‌های سازمانی دارد.

اخلاقیات و منافع شخصی عوامل ضدونقیض در اشتراک دانش هستند. به همین دلیل اخلاق در انتقال دانش از اهمیت زیادی برخوردار است. برخی از محققان معتقدند کارکنان دانشی این حق را دارند که ایده‌های خود را در جهت ایجاد دانش بیان کنند و این وظیفه سازمان است که این فضا را ایجاد کند. برخی دیگر معتقدند که کارکنان دانشی مسئولند که ایده‌های خود را با همکاران خود در میان بگذارند. افزون بر این با وجود تعهد سازمانی نسبت به حفاظت از منافع معنوی، کارکنان دانش این حق را دارند که عادلانه پاداش دریافت کنند، همچنین حریم خصوصی، استقلال و کرامت آنها در جریان فرهنگ اشتراک دانش حفظ شود.

از سوی دیگر جداسازی انگیزه‌های متفاوت و نوع تعاملات اجتماعی در معضلات اجتماع کار دشواری است. اغلب رفتار افراد هم‌زمان از سوی برخی انگیزه‌ها مشخص می‌شود، در حالی‌که این انگیزه‌ها با توجه به هر فرد حتی با وجود زمینه یکسان، متفاوت است. اعتماد نقش تعیین‌کننده‌ای در اشتراک‌گذاری دانش دارد.

ارتباط بین دانش فردی و سازمانی، ممکن است موجب خنثی شدن جریان خلق، مدیریت و اشتراک دانش در زمینه‌های سازمانی شود، همچنین باعث می‌شود تا نگرانی‌های اخلاقی و سرگردانی‌های اجتماعی موجب ایجاد چالش در آزمایشات و مشاهدات زندگی روزمره شود.

تحقیقات حاکی از آن است که معضلات اخلاقی و اجتماعی فراوانی در سازمان‌هایی که مدیران این مسائل را رد می‌کنند یا متوجه نمی‌شوند وجود دارد که این باعث ایجاد یک باور دستوری می‌شود (Costa, Prior, & Rogerson, 2010).

مک اینترنی و مَهر (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی عوامل ایجاد محیطی مساعد برای مدیریت دانش بر پایه همکاری پرداختند. اعتماد از نقطه نظر اعمال اخلاقی و میل به ایجاد یک سازمان یادگیرنده بررسی شود. اعتماد یکی از مؤلفه‌های مدیریت دانش است و بیشتر از تکنولوژی مربوط به روابط بین همکاران در سازمان است که انتقال اطلاعات و یادگیری را اشاعه می‌دهد. اگرچه اعتماد کردن در افراد وجود دارد، سازمان‌ها می‌توانند اعتماد را از طریق سیاست‌هایی که احترام، صداقت، اقدامات مقامات اجرایی و مدیرانی که این سیاست‌ها را اجرا می‌کنند، اطلاعات و ارتباطات که عادلانه و مسئولیت‌پذیر هستند را نشان می‌دهند، ترویج دهند.

ایجاد مشارکت مبتنی بر اعتماد با دیگر سازمان‌ها از چالش‌های مدیریتی بزرگ در اقتصاد جهانی خواهد بود؛ زیرا سازمان‌ها دیگر به تنهایی قادر به موفقیت نخواهند بود. ساختمان مشارکت به معنای تجمع سرمایه‌های فکری شرکای همکار است و این نیازمند اعتماد است. اشتراک دانش را نمی‌توان در زمینه‌ای از رقابت و سرمایه‌گرایی فرض کرد. در محیطی سرشار از اعتماد، یادگیری می‌تواند به سازمان‌ها در جهت دستیابی به اتحادی رضایت‌بخش و عمل کردن خلاق و مولد کمک کند.

اعتماد یک اطمینان متقابل است که در یک تبادل هیچ‌کدام از طرفین از آسیب‌پذیری‌های طرف مقابل بهره‌برداری نخواهد کرد. در محیط‌های رقابتی کارمندان ممکن است میل به نگهداری از دانش خود داشته باشند؛ زیرا اطمینان ندارند که دیگران چگونه از دانش آنها استفاده خواهند کرد. خطر نقل قول نابجا و یا کشف اینکه دانشی که آزادانه به اشتراک گذاشته شده برای اهداف ناخوشایند و یا پنهانی مورد استفاده قرار گیرد، همیشه وجود دارد.

پیش از اینکه فردی دانش را به اشتراک بگذارد این درک از اعتماد وجود دارد که این دانش کمک‌کننده است و برای مقاصد خوب مورد استفاده قرار می‌گیرد. می‌توان گفت یکی از اصول رفتار اخلاق حرفه‌ای در عمل به اشتراک‌گذاری دانش این است که هیچ آسیبی نرسانیم! اصلی که پزشکان از زمان باستان پیروی می‌کردند و به دنبال آن حرفه‌های دیگر نیز در طول سال‌ها از آن تبعیت کردند. یک محیط بر پایه اعتماد می‌تواند در تقابل با شیوه‌های سنتی مدیریت که بر پایه کنترل و نظارت بر بهره‌وری و حضور کارکنان است، باشد.

در محیط‌های کار کنونی شرکت‌های بین‌المللی که برخی از کارکنان از دورکاری استفاده می‌کنند، وجود عنصر اعتماد بین کارکنان و مدیر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شاید امکان این نباشد که مدیر بتواند کارمندان تحت نظر خود را ببیند و به همین علت می‌بایست به کارکنانی

که حاضر نیستند، اعتماد کند کارها را همان‌گونه که انتظار می‌رود انجام می‌دهند. کارکنان دورکار که دور از دید مدیران هستند نیز بر اشتراک‌گذاری اطلاعات تکیه می‌کنند. آنان موظفند کار سپرده شده به ایشان را با کیفیت انجام دهند و به همین جهت بر دانش سازمانی و یا دانششان از جوامع تکیه می‌کنند تا کار خود را به بهترین نحو انجام دهند.

شناخت عنصر مهمی در اعتماد است. اگر کارکنان همکاران خود را نشناسند اعتماد کار سختی است در این موارد داشتن تاریخچه‌ای از همکاران می‌تواند کمک‌کننده باشد. به‌طور کلی در سازمان‌هایی که تغییرات زیاد در کارکنان دارند اعتماد سخت و شاید دست نیافتنی باشد. در تحقیقی که در خصوص گروه‌های کار مجازی صورت گرفت مشخص شده است که تیم‌ها می‌توانند اعتماد سریع را ایجاد کنند همچنین تمرینات تیم‌سازی تأثیر مستقیمی بر اعتمادسازی ندارد.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کنترل‌های سنتی اجتماعی مبتنی بر قدرت و اختیارات در سازمان‌های امروزی وجود ندارند و اعتماد از سوی افراد ایجاد و به نمایش گذاشته می‌شود. در یک فرایند موازی ایجاد اعتماد، دانش در افراد ایجاد می‌شود و افراد می‌بایست تصمیم بگیرند که آیا دانش خود را به اشتراک می‌گذارند و تصمیم بگیرند که آیا به دیگران اعتماد می‌کنند. در واقع اگر میل طبیعی به اعتماد کردن در افراد وجود داشته باشد، اعضای تیم قادر به ابراز کردن اعتماد سریع خواهند بود. در نهایت اگر فضای اعتماد در سازمان جاری باشد برای افراد به‌طور کلی اعتماد کردن حتی در محیط‌هایی که تغییر مداوم کارکنان امری معمول است، بسیار راحت‌تر می‌شود.

اما چگونه می‌توان فضایی از اعتماد را در سازمان‌ها ایجاد کرد؟ محقق در این رابطه عنوان می‌کند که تنها تمایل به اعتماد جهت ایجاد این فضا کافی نیست و می‌بایست با ابتکار عمل در سازمان‌ها و یکپارچگی به اعتماد رسید.

در واقع اعتماد محصول روابط است و تنها یک حرف نیست، بلکه احساسی است که توسط قبول مسئولیت افراد برای قابل اعتماد بودن و اعتماد کردن پرورش می‌یابد. اقدام در مسیر اعتماد باعث می‌شود که اشتراک‌گذاری دانش رواج یابد و کمک به ایجاد یک سازمان یادگیرنده می‌کند. اعتماد سازمانی توسط موارد زیر ایجاد می‌شود:

- با استفاده از روش‌های خلاق برای استخراج و اطلاعات موجود؛
- ارائه فرصت‌ها برای توسعه مداوم از دانش؛
- برخوردار بودن از محیطی که در جهت ارزش‌های سازمانی تحمل ریسک را داشته باشد. بدون برخورداری از محیطی که در آن اعتماد جریان داشته باشد، افراد کمی مایل به پذیرش ریسک هستند و حتی شاید افراد حتی به دنبال اطلاعات پرارزش دیگران نباشند، حتی اگر برای آنها ضروری باشد. در چنین محیطی اشتراک دانش امری بعید است (McInerney & et al, 2007).

اخوان و همکارانش (۲۰۱۳) در تحقیقی به بررسی نقش اخلاق در فرایند مدیریت دانش پرداختند. تحقیقات آنان بیانگر آن است که رابطه مثبت و معنی داری بین اخلاق و فرایند مدیریت دانش وجود دارد. به همین ترتیب رابطه مستقیم و معنی دار بین اخلاق و فرایندهای مدیریت دانش مانند اجتماعی سازی، انتقال و ترکیب وجود دارد در حالی که رابطه قابل توجهی بین اخلاقیات و دورنی سازی وجود ندارد. تحقیقات بر روی مدل عمومی مدیریت دانش نشان می دهد که رابطه معناداری بین شاخص های اخلاقی و جنبه های عملکردی مدیریت دانش وجود دارد. اعتماد، صداقت، احترام به مالکیت، پشتیبانی، همدلی، تعهد، مسئولیت پذیری، پنهان کاری و مراقبت در صحت دانش از یک سو و جنبه های عملکردی مدیریت دانش از جمله ایجاد، سازماندهی، به اشتراک گذاری و استفاده از دانش از سوی دیگر ارتباط وجود دارد.

با این حال پژوهش های دیگر اصول اخلاقی مانند احترام به مالکیت، مراقبت از صحت دانش، کمک به افراد، صداقت و تعهد را ذکر کرده اند و ارتباط بین این اصول اخلاقی و هر یک از جنبه های مدیریت دانش از طریق ارتباط با الگوی عمومی مدیریت دانش از جمله ساخت، سازماندهی، اشتراک، و بهره برداری از دانش مشخص شده است (Akhavan & et al, 2013).

گیتون (۲۰۰۸) به بررسی ابعاد حقوقی و اخلاقی در مدیریت دانش به خصوص به مسائل مربوط به قرارداد استخدام و انتقال دانش می پردازد. نتایج تحقیقات وی نشان می دهد که قرارداد کار می بایست منعکس کننده واقعیت های اقتصادی کارفرما و کارمند باشد تا موجب تقویت استانداردهای بالای اخلاقی شود (Gayton, 2008).

عظمی (۲۰۱۰) در مقاله ای به بررسی مسائل حقوقی و اخلاقی پیرامون تمام فرایندهای مدیریت دانش اعم از کسب، خلق، اشتراک گذاری، و انتشار دانش در سازمانی در مالزی می پردازد. یکی از وظایف مدیر دانش در سازمان جمع آوری و جستجوی دانش مورد نیاز سازمان از منابع داخلی و خارجی می باشد که مربوط به سازمان است. اطلاعاتی که می توانند در نشریات، گزارشات و یا بلاگ ها موجود باشد. این اطلاعات تحلیل و در نهایت تنها اطلاعاتی که مربوط به سازمان هستند استخراج می شوند.

مسئله نخستین که در این زمینه مطرح می گردد سرقت ادبیست! بدین معنا که محتوای تولید شده توسط دیگران بدون مرجع دهی مناسب استفاده شود. در واقع سرقت ادبی از منظر قانونی به عنوان نقض قوانین کپی رایت شناخته می شود و هنگامی رخ می دهد که کار فرد دیگر بدون رضایت وی از سوی دیگران تکثیر گردد. البته اگر این دانش کسب شده تنها برای مصرف داخلی سازمان باشد، مشکلی پیش نخواهد آمد، ولی در صورتی که این اطلاعات و دانش در بلاگ های سازمان منتشر شود، مسائل مربوط به کپی رایت مطرح می شود.

از دیگر مسائل مهم که در خصوص مدیریت دانش مطرح است، مالکیت اطلاعات است و زمانی به مشکل برمی‌خوریم که مالکیت اطلاعات وابسته به دیتابیس و یا محلی باشد که اطلاعات در آنجا ذخیره شده باشد و یا زمانی که داده‌ها منبع عمومی داشته باشند.

در واقع ایده‌ها می‌توانند بدون تنزل در مالکیت به اشتراک گذاشته شود. ایده‌ها تا زمانی در انحصار افراد هستند که در ذهن آنان باشند؛ ولی زمانی که افشا می‌شوند در معرض همگان قرار می‌گیرند و گیرنده نمی‌تواند خود را از آن ایده‌ها محروم کند.

نکته‌ای که در این خصوص وجود دارد این است که ایده‌ها تحت حمایت قانون کپی‌رایت قرار نمی‌گیرند. در واقع هیچ نظام حقوقی که بتواند انحصار کامل برای ایده‌ها ایجاد کند وجود ندارد. نکته دیگر این است که تلاش برای حفظ مالکیت معنوی ایده‌ها نباید به حصار بی‌درون راه خروج برای ایده‌ها باشد به طوری که دیگران را از بهره‌مندی از ایده‌ها محروم سازد.

تعیین مالکیت دانشی که از طریق فرایندهای مدیریت دانش تولید شده است از دیگر مسائلیست که جای بحث دارد. در واقع دانش تولیدشده در سازمان در نتیجه برنامه‌های آموزشی است که کارمندان از سازمان دریافت می‌کنند و اگر تمامی این عملیات توسط سازمان صورت گیرد مالک حقیقی سازمان است.

فلسفه کپی‌رایت و مدیریت دانش: تا حدودی فلسفه کپی‌رایت عکس مدیریت دانش است، مدیریت دانش بر ایجاد و اشتراک دانش در سازمان تمرکز دارد حال آنکه کپی‌رایت بر کنترل افراد بر دانش آنها. در عصر جدید فلسفه ایده از نگهداری به اشتراک‌گذاری تغییر کرده است.

از دیگر مشکلات بر سر راه مدیریت دانش در سازمان‌ها، نگرانی از این مسئله است که کارمندان ممکن است اسرار و اطلاعات محرمانه سازمان را در داخل و یا خارج از سازمان با دیگران به اشتراک بگذارند. در این خصوص باید به کارمندان تذکر داده شود که نمی‌بایست اطلاعات مربوط به داخل سازمان، سیاست‌های سازمانی و یا هر آنچه که مربوط به مشتریان و معاملات است را با خارج از سازمان به اشتراک بگذارند. اطلاعات محرمانه یک سازمان دارای اهمیت آن کسب و کار به شمار می‌رود که این اطمینان را می‌دهد که سازمان مورد نظر مزیت رقابتی نسبت به رقبای خود دارد. اگر این اطلاعات به خصوص نزد رقبای افشا گردد، قدرت رقابتی سازمان در مقابل رقبا تضعیف می‌شود (Azmi, 2010).

اخوان و همکارانش در تحقیق دیگری در خصوص رابطه بین اخلاق و خلق دانش و عملکرد سازمانی انجام دادند، نشان دادند که رابطه مثبت و قوی بین اخلاق و عملکرد سازمانی وجود دارد، همچنین رابط مثبت و معنادار بین اخلاق و فرایندهای خلق دانش وجود دارد (Akhavan, Ramezan & et al, 2014).

لین (۲۰۰۶) به بررسی و مدل‌سازی اشتراک‌گذاری دانش، میانجی‌ها و سوابق آن می‌پردازد. در این مقاله محقق به بررسی اشتراک‌گذاری دانش ضمنی می‌پردازد که در مباحث اخلاق حرفه‌ای از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا تمایل نداشتن در اشتراک دانش می‌تواند به بقای سازمان ضربه بزند و از این‌رو غیر اخلاقیست.

در مدل ارائه‌شده، عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و مشارکتی اشتراک‌گذاری دانش ضمنی را از طریق دو میانجی: تعهد سازمانی و اعتماد در میان همکاران تحت تأثیر قرار می‌دهد (Lin, 2007). جوان زنگ و همکارش در تحقیقی به بررسی نقش فضای اخلاقی در مدیریت دانش و تأثیر آن بر ارزیابی اعضا، رضایتمندی، اشتغال و بهره‌وری کار پرداختند. نگرانی‌های مختلف از دیدگاه‌های فردی و جمعی موجب تنش‌های اخلاقی و فرهنگی در سازمان می‌شود. در نهایت این تحقیق سه بعد جو اخلاقی در سازمان شناسایی می‌شود که شامل: منافع شخصی، مسئولیت اجتماعی و کدهای حرفه‌ای / حقوقی است. این بعد جو اخلاقی با سه معیار جو اخلاقی تلاقی دارد: خودپرستی (Tseng & Fan, 2011).

دوران در تحقیق دیگری، به بررسی اشتراک دانش در سازمان‌ها و ارتباط آن با اخلاق و احساسات و در واقع تمایل دارندگان دانش به اشتراک و عدم اشتراک دانش پرداخت. اشتراک دانش به معنای انتقال سریع اطلاعات معتبر در میان اعضای سازمان است. اطلاعات معتبر، اطلاعاتیست که فرستنده معتقد به واقعی بودن دارد. انتقال به موقع اطلاعات معتبر مشخصه کیفیت اشتراک دانش در سازمان‌هاست. اما در برخی موارد اشتراک دانش در سازمان به خطر می‌افتد، افراد تمایلی به اشتراک دانش ندارند و یا اطلاعات تحریف‌شده را منتقل می‌کنند و این منجر به عواقب ناخوشایند زیادی می‌شود (Durand, 2007).

عسگری و همکارانش نیز در مقاله‌ای به بررسی نقش سرمایه‌های اجتماعی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش پرداختند. آنها در پژوهش خود به نقش عواملی چون اعتماد، هویت و تعهدات اشاره کردند. اعتماد یعنی فرد تا چه میزان می‌تواند اطمینان داشته باشد که فرد یا گروهی دیگر عمل خاصی را انجام خواهد داد. فوکویاما نیز اعتماد را این‌گونه تعریف می‌کند: افراد عضو یک اجتماعی انتظار دارند رفتارهای دیگر اعضا، قاعده‌مند، صادقانه، همکارانه، و مبتنی بر هنجارهای مشترک متداول باشند. اعتماد حالتی روان‌شناختی در افراد است. اعتماد همکاری را تسهیل می‌کند. هرچه میزان اعتماد در یک اجتماع بیشتر باشد، احتمال همکاری بیشتر خواهد بود و همکاری نیز خود اعتماد را پرورش خواهد داد.

اهمیت مقوله اعتماد در انجام اقدامات مدیریت دانش در این است که بسیاری از کارکنان تسهیم دانش خود با دیگران را موجب ایجاد ریسک برای خود می‌دانند؛ از این‌رو، تمایلی برای انجام این کار ندارند؛ وجود اعتماد در بین اعضای سازمان باعث می‌شود آنها به حسن نیت

یکدیگر و سوء استفاده نکردن از دانش تسهیم شده اطمینان داشته باشند و راحت‌تر دانش و تجربه‌های خود را در اختیار دیگران قرار دهند. بدین ترتیب میزان تسهیم دانش در سازمان افزایش می‌یابد و تسهیم دانش نیز خود اقدامی ضروری برای خلق دانش، به‌ویژه دانش ضمنی است. وجود تعهدات و انتظارات در شبکه‌های اجتماعی موجب ایجاد اعتماد جمعی می‌شود. شبکه‌های اجتماعی موجب ایجاد اعتماد جمعی می‌شود. اهمیت عامل تعهدات و انتظارات در تسهیل اقدامات مدیریت دانش به این دلیل است که انتقال دانش و تجربه در سازمان نوعی بده-بستان است. یعنی تسهیم دانش با دیگران با امید جبران آن انجام می‌شود. هرچه افراد در این همکاری‌ها صادقانه‌تر عمل کنند و به قول‌ها و تعهدات خود عمل کنند، میزان اعتماد بین آنها بیشتر می‌شود و تمایل آنها برای همکاری بیشتر با هم افزایش می‌یابد. در حالی که رفتارهای فرصت‌طلبانه، تک‌روی‌ها، و بدقولی‌ها به این اعتماد آسیب می‌رساند.

هویت به این معنا است که افراد خودشان با فرد یا گروهی دیگر از افراد یکی بدانند. فرد ارزش‌ها و استانداردهای دیگر افراد یا گروه‌ها را به‌عنوان چارچوب مقایسه‌ای مرجع می‌داند. این هویت گروهی فرصت‌های ادراک شده برای تبادل اطلاعات را افزایش می‌دهد و میزان همکاری‌ها را زیاد می‌کند. در مقابل، نبود احساس هویت موانع مهمی در تسهیم اطلاعات، یادگیری و خلق دانش ایجاد می‌کند. احساس هویت فرد نسبت به گروه یا سازمانی که در آن کار می‌کند، او را نسبت به موفقیت و عملکرد گروهی حساس می‌سازد. هنگامی که فرد موفقیت گروه را موفقیت خود بداند برای پیشرفت آن از راه ارائه ایده‌های خلاقانه تلاش خواهد کرد و از آمادگی لازم برای تسهیم دانش خود با دیگران نیز برخوردار خواهد بود.

در مجموع ایجاد زیرساخت انسانی-اجتماعی مدیریت دانش نیازمند این است که سازمان روابطی مبتنی بر اعتماد، تعهد، همکاری و هنجارهای سازنده در سازمان ایجاد کند (عسگری و همکاران، ۱۳۹۱). اما از دیدگاه اسلامی نیز کسب دانش به توانمندی‌ها، مهارت‌ها و تمایلات نیروی انسانی مانند تفکر، پرسش، تواضع، صبر و استقامت و امثال آن وابسته است تا کارکنان، دانش مورد نیاز سازمان را کسب کنند و از صفات و رفتارهای منفی مانند تکبر، حسادت، پنهان‌کاری و امثال آن، که مخل امور یادگیری هستند، اجتناب نمایند. چنانچه در حدیثی امام صادق طمع، بخل، خودنمایی، تعصب، خودستایی، حقیقت‌گریزی، زحمت لفاظی، کم‌حیایی، فخرفروشی، ترک عمل به دانش را از آفات دانشمندان برشمرده است.

بدین ترتیب، از منظر اسلام نه تنها نشر و گسترش دانش واجب است که بر آن ثواب مترتب است و وعده بهشت داده شده، بلکه هرکس دانش را کتمان و پنهان نماید و به دیگران نشر و پخش نکند، مورد لعن و نفرین الهی قرار می‌گیرد (منطقی و اکبری، ۱۳۹۲).

۲-۲. رابطه اخلاق با مدل‌های مدیریت دانش

در مقاله‌ای دیگر گوستا و همکارانش (Costa & Silva, 2007) به بررسی معضلات اخلاقی که در دانش سازمانی وجود دارد و اهمیت اعتماد برای کاهش این معضلات می‌پردازند.

در واقع آنها در پژوهش خود به ایجاد محیطی اخلاقی که اشتراک‌گذاری، فرهنگ سازمانی آرمانی، و جوامعی از اشتراک دانش را ترویج دهد، می‌پردازند از سوی دیگر آنها به بررسی تضاد بین توازن و مصالحی بین نگهداری دانش ضمنی شخصی برای بهره‌وری افراد در مقابل اشتراک دانش برای بهره‌وری سازمان می‌پردازند و همچنین به بررسی استفاده از اخلاقیات و منفعت شخصی به عنوان اعمال ضد اشتراک‌گذاری می‌پردازند.

آنها با بررسی مفاهیم و مکاتب علمی در خصوص مدیریت دانش، مدل‌های جریان دانش در مقابل اخلاق (مدل‌های معنوی، اجتماعی، بیرونی‌سازی، ترکیب، درونی‌سازی SECI و مدل رابطه فیسک) و اهمیت اعتماد به عنوان یک پاسخ امکان‌پذیر، نتیجه‌گیری می‌کنند که مدل‌های پیشین تنها بر دانش به عنوان یک فرایند زنجیره‌ای تمرکز می‌کنند و در نتیجه مسائل و معضلات اخلاقی (تعهد برای اشتراک دانش، دارایی شخصی، ارزش شخصی، استقلال، حفظ حریم خصوصی و...) نادیده گرفته می‌شود. این معضلات اخلاقی به وضوح باعث تضعیف مدیریت دانش می‌شود و در اینجا است که نقش اعتماد مشهود است.

مدل‌های ذهنی در مقایسه با اخلاق: سازمان‌ها از افرادی تشکیل می‌شوند که مهارت‌های ذاتی خود را در سطوح مختلف به نمایش می‌گذارند. به این معنا که در هر گامی در فرایند استدلال، افرادی که به حل مشکل می‌پردازند سرعت تحلیلی متفاوتی دارند، در واقع مشخص می‌شود که کارکنانی که در ساختار ذهنی خود در حل مسئله کمتر سریع هستند، می‌توانند وابسته به کارکنان دیگر باشد. سؤالی که مطرح می‌شود اینست که آیا در فضای اشتراک‌گذاری آیا اخلاقاً مجاز به وادار کردن افراد به کار کردن سریع‌تر از آنچه توانایی ذاتی آنهاست، هستیم؟

اصول تحقیق در تحلیل انسان بیشتر احتمال دارد که به ساخت مدل بپردازد که چه چیز درست است در اطلاعات نمایش داده شده تا، چه چیز غلط است!

یکی از اصول زیست‌شناسی بقای قوی‌ترین‌هاست. با توجه به این امر، رقابت اصلی مهم است. بنابراین آیا می‌توانیم به صورت خودکار استنتاج کنیم که افراد به دنبال ساخت مدل‌های ذهنی براساس حقایق زمانی که بخواهند آن را به اشتراک بگذارند هستند؟ به عنوان حمایت از این مسئله، افراد می‌توانند تلاش کنند که اصول را تغییر دهند و یا در هنگام فرایند انتقال می‌توانند دیدگاه متفاوتی در ساخت و کار ذهنی خود به کار گیرند.

مدل SECI در مقایسه با اخلاق: محققان طبقه‌بندی‌ها و چارچوب‌های مختلفی برای انتقال

دانش ارائه داده‌اند. به‌عنوان مثال پنج نوع انتقال دانش را که در عمل دیده می‌شود را شناسایی کردند. انتقال پیاپی (نوبتی)، انتقال نزدیک، انتقال دور، انتقال استراتژیک و انتقال متخصص. اتخاذ دیدگاه دیگری که بر پایه نقش بازیگران در فرایند انتقال دانش است، چهار نوع را مشخص می‌کند: اشتراک‌گذاری تولیدکنندگان، اشتراک‌گذاری متخصصان، اشتراک‌گذاری مبتدیان به تخصص و اشتراک‌گذاری کارگران ثانویه دانش. تحقیقات درباره مسئله اخلاق به‌طور معمول تفاوتی میان انتقال دانش و اشتراک دانش قائل نمی‌شوند، در حالی که انتقال دانش در واقع بیشتر مفهومی ابزاری و اشتراک دانش مفهومی اجتماعی دارد.

برنامه‌های سازمانی که درصدد توسعه فرهنگ به اشتراک‌گذاری دانش با توسل به زور است در واقع حقوق و حریم خصوصی افراد را نقض می‌کند و این نقض می‌تواند به‌عنوان محوری در مباحث حفاظت از حقوق بشر که در واقع به‌عنوان مسئولیت‌های سازمان‌ها و به‌ویژه سازمان‌های چندملیتی و دولت‌هاست مطرح شود.

در این خصوص سؤالاتی مطرح است. اینکه آیا سازمان‌ها مالک دانش کارکنان هستند و یا اینکه این دانش، ویژگی مستقل شخصی افراد است و تحت حقوق بشر، مربوط به حریم خصوصی و امنیت فرد می‌شود؟ آیا توسعه ساختارهای سازمانی اشتراک‌گذاری دانش عمل به حق سازمانی در حقوق مالکیت معنوی سازمانی است، یا تعرض به حریم خصوصی کارکنان است؟ آیا می‌بایست قرارداد کار صریح و روشنی وجود داشته باشد که حقوق مالکیت معنوی را به صورت عادلانه تعریف کند؟

انواع مختلف دانش، اشکال مختلف درگیری‌ها را در سازمان‌ها به وجود می‌آورد که گاهی این درگیری‌ها حقوق سازمانی در خصوص دانش را به رقابت با حقوق افراد در خصوص دانش وا می‌دارد. این حقوق در چارچوب حقوق بشر که شامل مالکیت معنوی و حریم خصوصی است پذیرفته شده است و بنابراین این درگیری‌ها توسط ارزش‌های فرهنگی که به واسطه حدود ملی و هنجارهای سازمانی شکل می‌گیرد، تنظیم می‌شود.

مدل رابطه فیسک^۱ در مقایسه با اخلاق: در روابط اجتماعی دانش به‌عنوان یک منبع مشترک و نه یک دارایی شخصی در نظر گرفته می‌شود و آن را متعلق به گروه می‌دانند و عادلانه بین افراد اشتراک گذاشته می‌شود، پیرو این ایده آنچه برای من است «برای توست».

اما مواردی نیز می‌بایست مدنظر قرار بگیرد. این مسئله می‌بایست در نظر گرفته شود که این روابط بین افراد می‌تواند به دلایل و مقاصد مختلفی صورت گیرد که این امر خود به معنی یک معضل است: آیا افراد در گروه در همان مسیر مفاد عضویت حرکت می‌کنند؟ از سوی دیگر این امکان وجود دارد که افراد دانش را با دیگران به اشتراک بگذارند، در زمانی که افراد براساس اهداف ایدئولوژیک و یا براساس همبستگی

1. Fiske

احساس مشترک دارند خود باعث معضلی است: اگر «آنچه مال من است، متعلق به شماست» را قبول داشته باشیم، چگونه ممکن است که این مدل از اشتراک‌گذاری اجتماعی که ساختار غالب نیست حمایت کند؟ بنابراین اگر دانش یک منبع مشترک است باید در طول سازمان به اشتراک گذاشته شود.

در سیستم رتبه‌بندی افراد براساس قدرت رسمی، تجربه و یا سن رتبه‌بندی می‌شوند و رتبه بالاتر به معنی دسترسی بیشتر به دانش است. یک فرد در رتبه بالاتر که دانش خود را با رتبه‌های پایین‌تر سخاوتمندانه به اشتراک می‌گذارد، انتظار دارد که در عوض قدرت و یا موقعیت دریافت کند. در واقع اشتراک دانش را به منظور به دست آوردن نفع انجام می‌دهد. در واقع فردی که دانش را به اشتراک می‌گذارد در عوض انتظار یک توجه معنوی دارد. در این موارد اشتراک دانش با انگیزه تفاوت قدرت صورت می‌گیرد. در واقع افراد با انگیزه تغییر در قدرت خود مایل به اشتراک دانش هستند.

در روابط برابری، دانش جهت تثبیت و توازن در تلاش‌های اشتراک دانش درک می‌شود. در واقع اشتراک دانش بر پایه تبادل اطلاعات مشابه است. دانش به اشتراک گذاشته می‌شود؛ زیرا یک فرد چیزی مشابه را قبلاً به اشتراک گذاشته است و یا به دلیل اینکه فردی انتظار چیز مشابهی در عوض دارد. در واقع انگیزه برای اشتراک‌گذاری دانش برابری است.

اما از نظر اخلاقی چگونه یک فرد می‌تواند برابری را شناسایی کند. توسط کمیت دانش اشتراک گذاشته شده؟ یا توسط تعیین صلاحیت دانش به اشتراک گذاشته شده؟ این موارد هیچ‌یک منطقی نیست! آیا ما به طور اخلاقی می‌توانیم فردی را موظف به اشتراک دانش در عوض دانشی که بیشتر به اشتراک گذاشته شود، کنیم؟ افراد تمایلی به اشتراک دانش در شرایطی که در عوض چیزی دریافت نکنند ندارند و یا شاید تمایل کمی داشته باشند. در روابط قیمت‌گذاری دانش به‌عنوان کالایی که دارای ارزش است و می‌تواند معامله شود در نظر گرفته می‌شود. در واقع افراد دانش را در ازای دریافت پاداش به اشتراک می‌گذارند. وقتی پاداش دریافتی به اندازه کافی بالا نباشد، افراد تمایل چندانی به اشتراک دانش ندارند.

بنابراین معضلات در این بخش عبارتست از: دانش مورد معامله متعلق به مالکیت معنوی است؟ و از نظر اخلاقی، چه اتفاقی می‌افتد اگر مردم یا سازمان‌ها و یا حتی کشورها نتوانند این دانش را با توجه به محدودیت‌های بودجه‌ای به دست آورند؟ بنابراین یک شکاف دانش ایجاد می‌شود.

در نهایت مدل‌های ذهنی مستلزم شار ذهنی است و بنابراین عرف برای درک معنای دانش شخصی قابل مقایسه با جریان سازمانی نیست، در مدل‌های دیگر نیز تا حدی می‌توان مقایسه کرد؛ زیرا در هر دو جریان سازمانی بحث در زمینه‌های متفاوت به هدف می‌رسند. اولی سازمان‌ها را به صورت سنتی در نظر می‌گیرد و دومی به‌عنوان دانش جمعی / اجتماعی. حال آیا اعتماد می‌تواند کلیدی برای حل معضلات اخلاقی در سازمان‌ها به‌ویژه فعالیت‌های مدیریت دانش باشد؟ جواب این است که اعتماد نقش حیاتی ایفا می‌کند. گرچه به دست آوردن جواب قطعی کار دشواری است؛ زیرا این مسئله با توجه

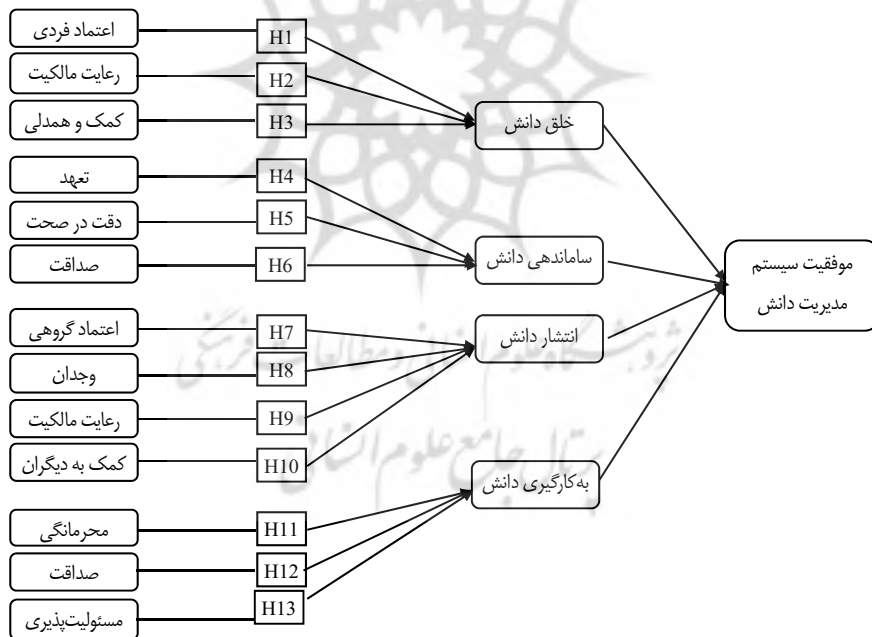
به هر سازمان، ارزش‌های سازمانی، ارزش‌های مدیریتی و کارکنان و ارزش‌های خاص هر سازمان متفاوت است (Costa, Prior, & Rogerson, 2010).

۲-۳. ابعاد مدیریت دانش و شاخص‌های اخلاقی مرتبط

در تحقیق انجام گرفته از سوی رضاییان فردویی و همکاران به شاخص‌های اخلاقی زیر و ارتباط آنها با هر بعد مدیریت دانش اشاره شده است:

اعتماد، صداقت، مسئولیت‌پذیری، رعایت مالکیت، تعهد، کمک و همدلی با دیگران، وجدان، دقت در صحت، محرمانگی. در این تحقیق شاخص‌های اخلاقی مربوط به هر بعد دانش به شرح زیر مطرح گشته است:

- رعایت مالکیت دانش، اعتماد فردی، کمک و همدلی برای بعد خلق دانش؛
- تعهد، دقت در صحت و صداقت برای بعد سازماندهی و حفظ دانش؛
- اعتماد گروهی، وجدان، رعایت مالکیت و کمک به دیگران برای بعد انتشار دانش؛
- محرمانگی، صداقت، مسئولیت‌پذیری برای بعد به کارگیری دانش و اکتساب دانش.



شکل ۱: ابعاد مدیریت دانش و شاخص‌های اخلاقی

در نهایت این پژوهش اثبات می‌کند که بین شاخص‌های اخلاقی و ابعاد مدیریت دانش رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (رضاییان فردویی و قاضی نوری، ۱۳۸۹).

در پژوهشی دیگر محققان به بررسی نسبت فرهنگ‌سازمانی و فرایند تبدیل دانش با توجه به مدل SECI پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین فرهنگ‌سازمانی و درونی‌سازی، بیرونی‌سازی و ترکیب وجود دارد در حالی که این ارتباط با اجتماعی‌سازی معنا ندارد.

اصول اخلاق که از سوی محققین مختلف درباره مدیریت دانش عنوان شده شامل موارد زیر است: مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری، تعهد، اعتماد جمعی، اعتماد سازمانی، مراقبت از صحت دانش، صداقت، کمک و همدلی با دیگران، وفاداری، دوراندیشی، امانت‌داری، رفتار عادلانه، انتقادپذیری، مشورت با دیگران، فروتنی، پشتکار در کار، دلجویی و خودکنترلی.

در این پژوهش محقق رابطه ابعاد با شاخص‌های اخلاق را به صورت زیر معرفی می‌کند:

• ارزش‌های سازمانی و عدالت؛

• اعتماد جمعی؛

• اعتماد سازمانی؛

• صداقت؛

• رفتار منصفانه؛

• فروتنی؛

• نقدپذیری؛

• پشتکار در کار؛

• تعهد و مسئولیت؛

• مسئولیت؛

• وجدان کاری؛

• تعهد؛

• وفاداری؛

• پیش‌بینی؛

• مالکیت فکری و امانت‌داری؛

• رازداری؛

• حق مالکیت معنوی؛

• امانت؛

• مراقبت در صحت دانش؛

• روحیه کار گروهی؛

• مشورت با دیگران؛



- کمک و همدلی با دیگران؛
- خوش رویی؛
- خودکنترلی.

اصول اخلاق در کنار دیگر فاکتورها از جمله فاکتورهای کلیدی موفقیت مدیریت دانش در سازمان‌هاست. اخلاقیات از سرمایه‌های اجتماعیست و موجب بهره‌وری بیشتر از نیروی کار موجود می‌شود. استفاده از سیستم‌های مدیریت دانش در سایه اخلاقیات، موفقیت‌آمیزتر بوده و افراد بیشتر مایل به درگیری در آن هستند. از سوی دیگر تأکید بر اخلاقیات از سوی سازمان و افراد تبدیل دانش ضمنی به صریح را تسهیل می‌کند. سازمان‌ها می‌بایست نیازمندی‌های فعلی خود را در نظر بگیرند و بیشتر به درونی‌سازی بپردازند که از طریق آن، کارکنان با مباحث کتبی جمعی و اسناد موجود به جهت آموزش کامل و عالی آشنا شوند و به‌عنوان نتیجه کار، دانش و عملکرد خود را ارتقا دهند (Akhavan & et al, 2013).

اخوان و همکارانش در پژوهش دیگری مسائل اخلاقی مطرح در مدیریت دانش که توسط محققان دیگر بیان شده است را در قالب جدولی نشان داده‌اند که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱: نویسندگان و مسائل اخلاقی جدول اخوان و همکارن (۲۰۱۴)

ردیف	موارد اخلاقی	محققان
۱	پاسخگویی - مسئولیت‌پذیری	Land (2007), Chua (2002)
۲	وجدان کاری	Huysmans and Wit (2004)
۳	تعهد	Azmi (2010), Chua (2002), Nahapiet and Ghoshal (1998)
۴	اعتماد جمعی	Rezaian and Ghazinouri (2010); Inkpen and Tsang (2005); Hutchings and Michailova (2004)
۵	اعتماد سازمانی	Galford and Drapeau (2003), Mirzaeei et al (2009)
۶	رازداری	Azmi (2010)
۷	حق مالکیت معنوی	Azmi (2010), Lang (2004); Yli-Renko et al (2009)
۸	مراقبت از صحت	Azmi (2010)
۹	صداقت	Azmi (2010), Lang (2004)
۱۰	کمک و همدلی با دیگران	Azmi (2010), Huysmans and Wit (2004), Chua (2002)
۱۱	وفاداری	Jordan and Troth (2011), Bove and Johnson (2009), Huddleston
۱۲	دوراندیشی - پیش‌بینی	Calof and Smith (2012), Johnston (2012)
۱۳	امانت‌داری	Sayce (2012), Khenifer and Moghimi (2009)
۱۴	رفتار منصفانه	Al-A'ali (2008)
۱۵	تواضع و فروتنی	Khenifer and Moghimi (2009)
۱۶	نقدپذیری	Al-A'ali (2008)
۱۷	مشورت با دیگران	Harper et al (1998)

ردیف	موارد اخلاقی	محققان
۱۸	پشتکار و ثبات قدم	Neck et al (2000), Raps (2005)
۱۹	خوش رویی و دلجویی	Ferris et al (2008)
۲۰	خودکنترلی	Hsiang Hsu and Yang Kuo (2003)

۳. روش‌شناسی پژوهش

در این تحقیق جهت انتخاب مقالات از برخی از گام‌های روش فراترکیب استفاده شده است.

۳-۱. روش‌های گردآوری اطلاعات

روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی خواهد بود. در مرحله نخست که مرور ادبیات است از روش کتابخانه‌ای مانند روش‌های سیستماتیک مرور ادبیات از جمله برخی از گام‌های روش فراترکیب استفاده می‌شود. در مرحله سوم که ارزیابی چارچوب ارائه شده می‌باشد از روش‌های میدانی نمونه‌گیری با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه استفاده می‌شود.

۳-۱-۱. روش گردآوری اطلاعات

روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی خواهد بود از روش کتابخانه‌ای مانند روش‌های سیستماتیک مرور ادبیات از جمله برخی از گام‌های روش فراترکیب استفاده می‌شود.

۳-۲. روش فراترکیب

روش فراترکیب یکی از بهترین روش‌های ساختار یافته جهت تحلیل داده‌های کیفی است (Britten & et al, 2002). این روش به نوعی مطالعه و بررسی مطالعات دیگر است، و نوعی مطالعه کیفیست که یافته‌های استخراج شده از مطالعات مرتبط و یا مشابه با موضوع تحقیق را بررسی می‌کند. در مقایسه با روش کمی فراتحلیل که بر داده‌های کمی از ادبیات و نگرش‌های آماری محض تکیه دارد، فراترکیب بر مطالعات کیفی، که ممکن است لزوماً ادبیات وسیعی را شامل نشود تمرکز دارد.

مراحل روش فراترکیب

در این تحقیق جهت جستجو و انتخاب سیستماتیک مقالات از گام‌های اول تا چهارم (مراحل هفت‌گانه سندلوسکی (Sandelowski & Barroso, 2007) روش فراترکیب استفاده شده است.

۳-۲-۱. گام اول: تنظیم سؤال تحقیق

در گام اول جهت تنظیم سؤال پژوهش تمرکز محققان بر «What-چی چیزی» مطالعه است این مورد از طریق پاسخ‌گویی به سؤالات زیر تنظیم می‌شود:

Who-چی کسی: جامعه مورد مطالعه را مشخص می‌کند.

When-چه وقت: چارچوب زمانی موجب به کارگیری محدوده زمانی در پژوهش می‌شود.

How-چگونگی: در واقع «چگونگی» روشی است که برای فراهم کردن مطالعات استفاده شده است. محقق با در نظر گرفتن معیارهایی، مقالات مناسب که وارد فرایند فراترکیب شده و مقالاتی که از آن خارج می‌شوند را شناسایی می‌کند.

۳-۲-۲. گام دوم: انجام ادبیات سیستماتیک

در گام دوم فراترکیب محقق به بررسی نظام‌مند متون می‌پردازد:

در این مرحله محقق جستجوی سیستماتیک خود را بر روی مقالات منتشرشده در ژورنال‌ها و کنفرانس‌های مختلف متمرکز می‌کند، با کلمات کلیدی مرتبط که به دقت انتخاب شده‌اند و در طول تحقیق به‌طور متناوب مورد بررسی دوباره و ارزیابی قرار گرفته‌اند، به جستجو اقدام می‌کند. در نهایت محقق مجموعه‌ای از جستجوی‌های برخط را انجام داده تا مقالات منتخب را مشخص کند. با توجه به جستجوی سیستماتیک مقالات منتشرشده در منابع اطلاعاتی موجود در قلمرو تحقیق، کلمات کلیدی بسیار مناسبی برای این تحقیق انتخاب شده‌اند، کلمات کاملاً مرتبط با مدیریت دانش بوده و با عناوین مرتبط با سازمان‌های دانش‌بنیان و اخلاق حرفه‌ای ترکیب شده‌اند. دانلود متن کامل مقالات کاملاً براساس کلمات کلیدی بوده و مطالعه هر مقاله به کلمات کلیدی موجود افزوده است. پس از افزودن کلمات کلیدی جدید جستجوی مجدد جهت تکمیل تحقیق ضرورت دارد.

جدول ۲: جدول کلمات کلیدی

واژه‌های کلیدی	
فارسی	انگلیسی
مدیریت دانش	Ethic
سازمان‌های دانش‌بنیان	Ethical Issue
اخلاق حرفه‌ای	Business Ethic
اخلاق سازمانی	Moral issue
مسائل اخلاقی	Ethical Issue
منابع اسلامی	Ethic

۳-۲-۳. جستجو و انتخابات مقالات مناسب

در گام سوم فراترکیب که جستجو و انتخاب مقالات مناسب است، هدف تحقیق بایستی از ابتدا با مطالعه اهداف سایر تحقیقات متمایز شده و یک ایده یا مفهوم جدید در آغاز تحقیق صورت گیرد. مقالات یافت شده بسیاری در مورد مدیریت دانش وجود دارند؛ اما ارتباط با اخلاق مرز بین مقالات یافت شده و مقالات استفاده شده خواهد بود.

مقالات فقط از پایگاه‌های علمی معتبر معرفی شده در قلمرو تحقیق انتخاب می‌شوند و مقالاتی که نامعتبر بوده و یا دسترسی به متن آنها امکان‌پذیر نباشد حذف خواهند شد. مقالات بی کیفیت نیز حذف خواهند شد.

در ابتدای فرایند جستجو، باید مشخص کنیم که آیا مقالات یافت شده متناسب با سؤال تحقیق می‌باشد یا خیر. به منظور رسیدن به این هدف مجموعه مطالعات منتخب را چندین بار مورد بازبینی قرار می‌دهیم. در این مرحله، در هر بازبینی تعدادی از مقالات را رد می‌کنیم که این مقالات دیگر در فرایند فراترکیب بررسی نمی‌شوند.

۴. یافته‌های پژوهش

در نهایت با بررسی مقالات مطرح در حوزه اخلاقیات، مدیریت دانش و سازمان‌های دانش‌بنیان فاکتورهای اخلاقی مرتبط با مدیریت دانش از مقالات استخراج گردید. در جدول شماره ۱ فاکتورهای اخلاق به تفکیک نویسندگان مقالات براساس تحقیقات اخوان و همکاران آورده شده است.

با توجه به تحقیقات صورت گرفته، جدول اخوان و همکارانش (جدول شماره ۱) در قالب جدول شماره ۳ توسط محقق تکمیل شد.

فرایند کار بدین صورت بود که مقالات مرتبط با بحث مطالعه شد، سپس مسائل اخلاقی مدیریت دانش که توسط محققین بدان‌ها اشاره شده بود جمع‌آوری گردید. در نهایت آن دسته از مسائل اخلاقی که در جدول آقای اخوان و همکارانش به آنها اشاره‌ای نشده بود اضافه گردید، لازم به یادآوری است که در خصوص موارد بیان شده در جدول ایشان که توسط محققان دیگر نیز آورده شده بود، نام محقق جدید به قسمت نام محققان اضافه شد. در نهایت به ۲۴ شاخص اخلاقی مرتبط با مدیریت دانش رسیدیم که در جدول شماره ۳ آورده شده است.

جدول ۳: تکمیل شده جدول نویسندگان و مسائل اخلاقی اخوان و همکاران (۲۰۱۴) توسط محقق

ردیف	موارد اخلاقی	محققان
۱	پاسخگویی-مسئولیت پذیری	رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹); Land (2007), Chua (2002);
۲	وجدان کاری	Huysmans and Wit (2004); رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۳	تعهد	Azmi (2010), Chua (2002), Nahapiet and Ghoshal (1998); Lin (2007); رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹); Costa, Prior and Rogerson (2010), عسگری، جوکار، محمودی فاتح و خلعت بری معظم (۱۳۹۱)
۴	اعتماد فردی	رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۵	اعتماد جمعی	Rezaian and Ghazinouri (2010); Inkpen and Tsang (2005); Hutchings and Michailova (2004); Costa, Prior and Rogerson (2010); Lin (2007); Hase, Sankaran and Davies (2006); رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹); عسگری، جوکار، محمودی فاتح و خلعت بری معظم (۱۳۹۱)
۶	اعتماد سازمانی	Galford and Drapeau (2003), Mirzaeei et al. (2009); Costa, Prior and Rogerson (2010); Soini (2008); Syed and Rechberg (2013); McInemey and Mohr (2007);
۷	رازداری	Azmi (2010), رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۸	حق مالکیت معنوی	Azmi (2010), Lang (2004); Dulipovici and Baskerville (2007); Costa, Prior and Rogerson (2010); Yli-Renko et al. (2009); Bolisani, Paiola and Scarso (2013); رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۹	مراقبت از صحت	Azmi (2010) رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۱۰	صداقت	Azmi (2010), Lang (2004)
۱۱	کمک و همدلی با دیگران	Azmi (2010), Huysmans and Wit (2004), Chua (2002); (۱۳۸۹)
۱۲	وفاداری	Jordan and Troth (2011); Bove and Johnson (2009); Huang and (2011); Bove and Johnson (2009); Huang; Gayton (2008) and Huddleston (2009); Bolisani, Paiola and Scarso (2013)
۱۳	دوراندیشی-پیش بینی	Calof and Smith (2012); Johnston (2012)
۱۴	امانت داری	Sayce (2012); Khenifer and Moghimi (2009)
۱۵	رفتار منصفانه	Al-A'ali (2008); Costa, Prior and Rogerson (2010); Syed and Rechberg (2013) و (Awad & et al, 2004)
۱۶	تواضع و فروتنی	Khenifer and Moghimi (2009). (۱۳۹۲) منطقی و اکبری
۱۷	نقدپذیری	Al-A'ali (2008)
۱۸	مشورت با دیگران	Harper & et al (1998)
۱۹	پشتکار و ثبات قدم	Neck & et al (2000); Raps (2005)
۲۰	خوش رویی و دلجویی	Ferris & et al (2008)
۲۱	خودکنترلی	Hsiang Hsu and Yang Kuo (2003)
۲۲	استقلال	(Costa, Prior and Rogerson (2010); (Dulipovici & et al, 2007
۲۳	دسترسی	Costa, Prior and Rogerson (2010)
۲۴	حریم خصوصی	Costa, Prior and Rogerson (2010); Dulipovici and Baskerville (2007)
۲۵	همکاری	McInemey and Mohr (2007)
۲۶	عدالت	Syed and Rechberg (21013); Lin (2007)
۲۷	مالکیت	Costa, Prior and Rogerson (2010); Dulipovici and Baskerville (2007); Syed and Rechberg (2013), رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)
۲۸	حسن نیت	Hase, Sankaran and Davies (2006)

۵. نتیجه‌گیری

در نهایت با بررسی ادبیات موضوع در حوزه مسائل اخلاقی مدیریت دانش موارد ذیل نتیجه‌گیری می‌شود:

- موانع و معضلات گوناگونی در مسیر مدیریت دانش وجود دارد. افراد با انگیزه‌های گوناگون، خواسته یا ناخواسته اقدام به اعمالی می‌کنند که می‌تواند مانعی بر سر راه اجرای درست، شایسته و اخلاق‌مدار مدیریت دانش در سازمان‌ها باشد؛

- از جمله معضلاتی که در این زمینه وجود دارد، می‌توان به اقدامات خرابکارانه در خصوص دانش اشاره نمود. افراد با انگیزه کسب قدرت و یا ترجیح منفعت شخصی بر منفعت سازمان و یا حتی ترس از دست دادن جایگاه و شغل خود ممکن است اقدام به احتکار، دست‌کاری و تحریف، مبالغه، کم کردن، تخریب، حذف، توقیف و یا دریغ دانش در سازمان کنند؛

- منفعت شخصی می‌تواند باعث شود تا افراد به افشای اطلاعات محرمانه سازمان دست بزنند که این خود نقض وفاداری و نقض قرارداد محسوب می‌شود؛

- سرقت ادبی از دیگر معضلات مطرح در مدیریت دانش و زمانی رخ می‌دهد که افراد از محتوای تولید شده توسط دیگران بدون ذکر نام آنها استفاده و اقتباس کنند؛

- فرهنگ سازمانی ناکارآمد که افراد را به مشارکت اجباری در فرایندهای مدیریت دانش همچون اشتراک دانش مجبور می‌کند یکی دیگر از معضلات در مدیریت دانش محسوب می‌گردد؛

- در نهایت می‌توان به تعارض مفاهیمی چون حفظ حریم خصوصی و مالکیت معنوی با مدیریت دانش اشاره کرد.

این موارد مجموعه‌ای از معضلات مطرح در حوزه مدیریت دانش است که اخلاقیات بایست در جهت حل این مسائل و معضلات کمک‌رسان باشد. موارد اخلاقی ذکر شده در مدیریت دانش در واقع همان اصول اخلاقی مطرح در اخلاق حرفه‌ای و سازمانیست که در مدیریت دانش نیز نمود پیدا می‌کنند و از این‌رو خاص حوزه مدیریت دانش می‌شوند.

۵-۱. پیشنهادات

در پایان کار لازم است که پیشنهادهایی برای محققان آتی ارائه شود.

این پژوهش می‌تواند مبنایی باشد برای محققان، جهت پژوهش در حوزه‌های مرتبط با موضوع اخلاق در مدیریت دانش.

منابع

۱. ابیلی، خ. و زارع خلیلی. م (۱۳۹۱)، «رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی»، پژوهشنامه بیمه، ص ۱۲۹-۱۵۲.
۲. برزکی، علی شائمی (۱۳۸۴)، «شاخص‌های اندازه‌گیری مدیریت دانش و سرمایه فکری»، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران: گروه پژوهشی آریانا.
۳. رضاییان فردویی، ص و قاضی نوری، س.س. (۱۳۸۹)، «مدل‌یابی نقش اخلاق در موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش»، فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست علم و فناوری، ص ۱-۱۵.
۴. عسگری، ن و جوکار، ع. محمدی فاتح، ا. و خلعت‌بری معظم، م. (۱۳۹۱)، «نقش سرمایه‌های اجتماعی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش»، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی، ص ۱۶۵-۱۸۸.
۵. قراملکی ا. (شهریور ۱۳۸۶)، «اخلاق موضوع کهن»، مسئله تازه. تدبیر، شماره ۱۸۴/۱۸/۴۱۸/، ص ۶-۱۷.
۶. قربانیان، م. (۱۳۸۴)، مقدمه‌ای بر عوامل مؤثر در تقویت تعهد و وجدان‌کاری، شماره ۳۸۱۵، ص ۱۰.
۷. کشاورزی، ع و وزین کریمیان. م (تابستان ۱۳۹۲)، «کاوش نظام قانونی تمهید و توسعه دانش و مدیریت دانش در نظام اداری ایران با تمرکز بر قانون مدیریت خدمات کشوری»، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱۴، ص ۳۷-۶۲.
۸. منطقی، م. و اکبری، ظ. (۱۳۹۲)، «مدیریت دانش با الهام از منابع اسلامی»، اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، ۳، ص ۵۹-۷۶.
۹. میری، م. و علم‌الهدی، ج. (شهریور ۱۳۹۳)، «اخلاق سازمانی، اساس موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش، اخلاق سازمانی»، اساس موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش، گرگان، ص ۱-۶.
10. Britten & et al (2002), using Meta ethonography to synthe sise qualitative Research: a worked en//ple .J health seru Res policy. 2002 oct i 7 (4): 209-15.
11. Awad, E., & Ghaziri, H. (2004), Knowledge Management. Prentice Hall.
12. Akhavan, P., Ramezan, M., & Yazdi Moghaddam, J. (2013), Examining the role of ethics in knowledge management process: Case study: an industrial organization. Journal of Knowledge-based Innovation in China, 5, 129-145.

13. Akhavan, P., Ramezan, M., Yazdi Moghaddam, J., & Mehralian, G. (2014), Exploring the relationship between ethics, knowledge creation and organizational performance- Case study of a knowledge-based organization. *VINE: The journal of information and knowledge management systems*, 44, 42-58.
14. Azmi. (2010), Legal and ethical issues in knowledge management in Malaysia. *computer law & security review* 26 . 61-71
15. Bolisani, E., Paiola, M & .Scarso, E. (2013), Knowledge protection in knowledge-intensive business services .*Journal of Intellectual Capital*. 192-211, 14.
16. Costa, G. (2010), Knowledge management and organizational innovation: ethical and social dilemmas.
17. Costa, G., Prior, M & ,Rogerson, S. (2010), Organizational Knowledge: Ethics and the Importance of Trust. *Communications in Computer and Information Science*, 295-304, 110.
18. Costa, G., & Silva, N. (2007), Knowledge management: how ethical is your organization's knowledge? *ETHICOPM*.
19. Costa, G. J., Prior, M., & Rogerson, S. (2010), Why link knowledge management, organizational culture and ethics: analysing empirical inquiry. *ETHICOPM*.
20. DUMAS, P., BULINGE, B., & BOUTIN, E. (n.d.). *ETHICAL DIMENSIONS OF KM IN PROFESSIONAL SETTINGS*.
21. Dulipovici, A., & Baskerville, R. (2007), Conflicts between privacy and property: The discourse in personal and organizational knowledge. *Journal of Strategic Information Systems*, 187-213.
22. Durand, R. (2007), *KNOWLEDGE SHARING IN ORGANIZATIONS: INVITING ETHICS AND EMOTION TO THE BANQUET*. *Academy of Management Best Paper Proceedings*.
23. Gayton, C. M. (2008), Business ethics, restrictions on employment and knowledge management. *VINE*, 174-183.
24. Hase, S., Sankaran, S & , Davies, A. (2006), Overcoming barriers to knowledge management: visiting the dark side of organisations. *actKM Online Journal of Knowledge Management*, 3.
25. Sandelowski, M., and J. Barroso. (2007), *Handbook for synthesizing qualitative research*. New York Springer.

26. Soini, J. (2008), Managing Information and Distributing Knowledge . Management of Engineering & Technology (889-894) .Cape Town: IEEE.
27. Sheffield, J. (2006), Pluralisms in Knowledge.
28. Sharing of the Core Process within Knowledge-Intensive Organizations . International Conference on Management Science&Engineering (1459-1464). Harbin, P.R.: IEEE.
29. Tseng, F.-C& ,Fan, Y.-J. (2011), Exploring the Influence of Organizational Ethical Climate on Knowledge Management .Journal of Business Ethics, 325-342.
30. Lin, C.-P. (2007), Tacit Knowledge Sharing, Its Mediators and Antecedents. Journal of Business Ethics, 411-428.
31. McInerney, C., & Mohr, S. (2007), Trust and Knowledge Sharing in Organizations. Information science and Knowledge Management, 12, 65-86.
32. Rechberg, I., & Syed, J. (2013), Ethical issues in knowledge management: conflict of knowledge ownership. Journal of Knowledge Management, 17, 828-847.
33. Land, F., Amjad, U., & Nolas, S.-M. (2007), The Ethics of Knowledge Management. International Journal of Knowledge Management, 3 (1).
34. O.Mason, R. (n.d.), Four Ethical Issues of the Information Age. Management Information Systems Quarterly.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی