

مدل‌سازی معادلات ساختاری در بررسی رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان)

The Role of Structural Equation Modeling in the Relationship between Co-creation and Social Capital (Case Study: Faculty Members of the University of Isfahan)

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۰۸/۰۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۸/۱۲

Leila Moghtadaei  
Abdolrasoul Jamshidian

لیلا مقتدایی\*  
عبدالرسول جمشیدیان\*\*

**Abstract:** The present study aimed to examine the relationship between co-creation and social capital. The research method is descriptive and correlational. The statistical population was 671 and the sample size was 200 faculty members of Isfahan University using Sample Power software. To collect data, a researcher-made questionnaire of co-creation based on the DART model (2014) and social capital questionnaire (Abaszadeh and Moghtadaie, 2009) have been used. SPSS 23 and Amos 23 software were used to analyze the data. Moreover, structural equation modeling was used to analyze the model. Results demonstrated a desirable fitness for the conceptual model. Findings of the research indicated that there is a positive and significant relationship between co-creation and social capital. Co-creation leads to increase the social creation by making a ground for dialogue, facilitating the flow of, rapid access, and using appropriate strategies and measures to make transparency and flexibility among faculty members.

**Keywords:** Co-creation, Social Capital, Faculty Members, Higher Education

**چکیده:** هدف از نگارش این مقاله، بررسی رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی بوده است. روش پژوهش توصیفی - همبستگی است. حجم جامعه آماری ۶۷۱ نفر بود که حجم نمونه با به کارگیری نرم‌افزار سمپل پاور، ۲۰۰ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان برآورد شده است. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته هم‌آفرینی مبتنی بر مدل دارت (۲۰۱۴) و سرمایه اجتماعی (عباس‌زاده و مقتدایی، ۱۳۸۸) استفاده شده است. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS23 و Amos23 بود. برای تحلیل مدل از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج نشان داد که الگوی مفهومی پژوهش از برازش مطلوب برخوردار است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین هم‌آفرینی با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. هم‌آفرینی با ایجاد زمینه گفت‌وگو، تسهیل جریان انتشار اطلاعات، دسترسی سریع، استفاده از استراتژی‌ها و تدابیر مناسب برای ایجاد شفافیت و انعطاف‌پذیری بین همکاران موجبات افزایش سرمایه اجتماعی را فراهم می‌آورد.

**واژگان کلیدی:** هم‌آفرینی، سرمایه اجتماعی، اعضای هیئت علمی، آموزش عالی

\*استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول):

(L.moghtadaei@edu.ui.ac.ir)

\*\*مربی گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان

## مقدمه

نظام آموزش عالی از مهم‌ترین بخش‌های نظام آموزشی هر کشوری است، بنابراین سرمایه‌گذاری اصولی در این بخش، نقشی اساسی در فرایند توسعه و ایجاد توازن بین ابعاد مختلف توسعه یافتگی در کشور ایفا می‌کند. دانشگاه، نیروی محرکه‌ای برای توسعه اجتماعی، علمی و اقتصادی به شمار می‌رود. کمک به توسعه سرمایه انسانی و خلق دانش به واسطه پژوهش، ظرفیت‌سازی به وسیله آموزش و تدریس و ارائه خدمات به گروه‌ها و انجمن‌ها از جمله عملکردهای آموزش عالی است که انتظار می‌رود در جهت تقویت توسعه اجتماعی، علمی و اقتصادی صورت پذیرد (قاسم‌زاده علیشاهی، حیدری‌زاده، موسوی و حسینی، ۱۳۹۴).

با توجه به اینکه اعضای هیئت علمی از عوامل اصلی و مهم ساختار آموزشی کشور به شمار می‌روند توانمندی آنها بر عملکرد آموزش عالی تأثیر مستقیمی بر جای می‌گذارد (ایروانی، فائزی‌پور و شریف‌زاده، ۱۳۸۵). سازمان‌هایی که از راه‌های مختلف، مشارکت کارکنان را در تصمیم‌گیری فراهم می‌کنند، احتمالاً کارکنان آنان بیشتر احساس توانمندی می‌کنند. «جمع‌آگاهی» و «دانایی گروه» به مراتب بیش از آگاهی و دانایی هر فرد است. افزایش عملکرد، بهره‌وری، کیفیت ارائه خدمات، آزادی عمل کارکنان، امکان رشد و کسب سود برای کارکنان، کاهش هزینه‌های سازمان، افزایش نوآوری و خلاقیت و ارتقای سازمانی همه از مزایای تیم و گروه در سازمان هستند (زارعی متین، محمدیان و مدرس، ۱۳۹۵). تعامل اجتماعی به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مهم سرمایه اجتماعی بر اشتراک دانش بین فردی و بهبود روابط متقابل بین آنان تأثیر می‌گذارد (آن و کیم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). بنابراین شیوه تعامل و نحوه مشارکت اعضای هیئت علمی با یکدیگر و نوع شبکه‌های ارتباطی بین آنان در فرایند کارایی و اثربخشی دانشگاه، تأثیری شگرف دارد. هر قدر روابط اجتماعی بین افراد از کیفیت، کمیت و استحکام بیشتری برخوردار باشد به‌طوری که افراد بتوانند هماهنگ‌تر عمل کنند در نتیجه دستیابی به هدف‌ها آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر خواهد بود. از این‌رو، بررسی مقوله سرمایه اجتماعی بین اعضای هیئت علمی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی دانشگاه، حائز اهمیت است.

از آنجا که سرمایه اجتماعی، مکمل سایر منابعی است که تحت کنترل افراد و سازمان‌ها هستند به‌عنوان منبع مهمی برای افراد و سازمان به شمار می‌رود. مطالعات در

<sup>۱</sup>. Ahn & Kim

زمینه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی از راه‌های مختلفی مانند هزینه‌های پایین‌تر معاملات، نرخ پایین‌تر جابه‌جایی افراد، تسهیم دانش و نوآوری و بهبود کیفیت محصولات بر کارایی و بهره‌وری نیروی انسانی تأثیر دارد (نیکچه‌فراهانی و نظری، ۱۳۸۷).

سرمایه اجتماعی را می‌توان ارتباطات فعال بین افراد، ادراکات دوطرفه و ارزش‌های مشترک بین اعضای یک شبکه اجتماعی که به شکل‌گیری اعتماد و فعالیت‌های گروهی منجر می‌شود، تعریف کرد (پروساک و کوهن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). سرمایه اجتماعی با تشویق افراد به همکاری و مشارکت در تعاملات اجتماعی، می‌تواند به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در اجتماع فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... را امکان‌پذیر سازد (کولمن، ۱۹۹۰؛ ترجمه صبوری، ۱۳۸۶، ص ۱۰۲؛ به نقل از زارعی متین، محمدیان، قراچولو و شعله، ۱۳۹۵).

### بیان مسئله

مطالعات نشان‌دهنده آن است که امروزه دانشگاه‌های ایران به دلایلی مانند نبود تعاملات لازم، محدودیت ارتباطات میان‌فردی و گروهی، کاهش احساس هویت سازمانی، اعتماد متقابل پایین با نداشتن روحیه کارگروهی و مشارکت در میان اعضای هیئت علمی، روبرو هستند که ادامه و استمرار روند موجود پیامدهای نامطلوبی بر جای می‌گذارد. همچنین نتایج پژوهش‌ها در ایران نشان می‌دهد که روند رشد سرمایه اجتماعی در اواخر دهه ۶۰ به این سو، سیری نزولی داشته است و سال‌های اخیر این کاهش بیشتر دیده می‌شود. این درحالی است که تولید و انتقال دانش به‌عنوان دو هدف اصلی مراکز آموزش عالی به موجودیت شکل‌گیری ارتباطات کارگزاران دانش در غالب اجتماع علمی منوط است به دلیل اینکه سیستم مدیریت علمی و تخصصی نتوانسته آنچنان که باید و شاید نیازهای فرایند توسعه را تعمیم دهد و موانع و چالش‌ها را برطرف کند که نشان‌دهنده نرخ پایین سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌هاست (شکوهی آشان و همکاران، ۱۳۹۲). در صورتی که کارکنان به یکدیگر اعتماد داشته باشند، روابط دوستانه میان آنان به وجود می‌آید و دانش و تجارب خود را تسهیم می‌کنند و می‌توانند به دانش جمعی دست یابند. افزون بر این، سرمایه اجتماعی به ارتباطات و پیوندهای اعضای سازمان به منزله

<sup>۱</sup>. Prusak & Cohen

منبعی با ارزش اشاره می‌کند که با خلق اعتماد متقابل و مشارکت موجب رضایتمندی ذی‌نفعان سازمان، تحقق هدف‌ها به‌طور اثربخش، و در نتیجه دستیابی به تعالی سازمانی می‌شود (خامه‌چی و رنگریز، ۱۳۹۸). از دیگر مزایای حاصل از سرمایه اجتماعی می‌توان به تشویق بیش از پیش افراد برای مشارکت بیشتر در گروه‌ها و به دست آوردن کانال‌های ارتباطی و ارتباطات بین فردی اشاره کرد (فغفوری آذر و همکاران، ۱۳۹۸). سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها زمانی محقق می‌شود که شرایط زمینه‌ساز و بسترهای اولیه آن محقق شود که عامل هم‌آفرینی یکی از عواملی است که در این زمینه می‌تواند راهگشا باشد. ایند و کوتز<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) هم‌آفرینی فرایندی جمعی است که طی آن افراد در سازمان‌ها با همدیگر به ایجاد و توسعه محصولات جدید، فرایندها یا خدمات می‌پردازند. آنها هم‌آفرینی را به‌عنوان یک انتقال از طرز تفکر عصر صنعتی به تفکر مبتنی بر تعهد انسانی بازشناخته‌اند (ایند و کوتز، ۲۰۱۳). درحقیقت، مفهوم هم‌آفرینی متشکل از دو عامل «هم» و «آفرینی» («CO») و «creation» است؛ «CO» اشاره به این دارد که چه نوع عاملانی در این فرایند دخیل‌اند و «creation» اشاره به این دارد که به وسیله چه نوع ساز و کارهایی صورت می‌گیرد. هم‌آفرینی، ترکیبی از دو مفهوم روابط اجتماعی (کیفیت روابط، عاملان و منابع) و خلق دانش (فرایند گردآوری دانش جدید برای خلق محصولات، فرایندها و خدمات جدید) است (کسلز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱). از نظر ساندرز و استاپرز<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) هم‌آفرینی از مفاهیم تئوریکی است که ما را به فهم بهتر «نوآوری» در سازمان‌هایی می‌رساند که بخش‌های مختلف آن با هم «همکاری» دارند. اگرچه این اصطلاح، نخست در حوزه تجارت به کار گرفته شده اما اخیراً در حوزه آموزش و مدیریت نیز مورد استفاده قرار گرفته است. از دیدگاه راماسوامی و ازکان<sup>۴</sup> (۲۰۱۴)، هم‌آفرینی از چهار مشخصه گفت‌وگو، دسترسی، انعطاف‌پذیری و شفافیت برخوردار است. در صورتی که اعضای هیئت علمی دارای ویژگی هم‌آفرینی باشند، می‌توانند طی فرایندی مشارکتی و در روند گفت‌وگویی متقابل در محیطی توأم با شفافیت، پاسخگوی اعمال، گفتار و تصمیمات خود باشند به‌طوری که اطلاعات را در دسترس یکدیگر قرار

1. Ind & Coates

2. Kessels

3. Sanders & Stappers

4. Ramaswamy & Ozcan

دهند و بتوانند در جهت ارتقا و به‌روز رسانی مهارت‌های خود برای فعالیت‌های مشارکتی و موقعیت‌های چالش‌آفرین تلاش کنند.

با توجه به آنچه گفته شد، سرمایه اجتماعی در شکل‌گیری فضای تولید علم نقش بسزایی دارد. همچنین به نظر می‌رسد عامل هم‌آفرینی می‌تواند در افزایش سرمایه اجتماعی تأثیر مهمی داشته باشد ولیکن تاکنون پژوهشی در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی صورت نگرفته است. هر چند پژوهش‌هایی در زمینه سرمایه اجتماعی و دانش‌آفرینی توسط عباس‌زاده و مقتدایی (۱۳۸۸) و سایش اجتماعی با هم‌آفرینی توسط طاهرپور (۱۳۹۷) صورت گرفته است اما هیچیک از پژوهش‌های اجرا شده، رابطه سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی را بررسی نکرده‌اند. از این‌رو، مطالعه حاضر نوآورانه محسوب می‌شود. از سوی دیگر، همچنان که یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد به‌طور مثال شکوهی‌آشان و همکاران (۱۳۹۲) کاهش سرمایه اجتماعی در جامعه به‌ویژه در جامعه علمی ایران و با توجه به کارکردهای مثبت سرمایه اجتماعی به‌خصوص در زمینه تولید علم این موضوع را به مسئله تبدیل کرده است. یکی از راهکارها برای حل این مسئله تا پیش از آنکه به بحران غیر قابل حل تبدیل شود، اجرای پژوهش‌های جزئی‌تر و دقیق‌تر در این حوزه است. امید است با بهره‌گرفتن از نتایج این مطالعه و ترسیم چگونگی رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی بتوان گام‌هایی عملی در جهت افزایش سرمایه اجتماعی در دانشگاه برداشت. بنابراین مسئله اصلی که نویسندگان را به این مطالعه سوق داده است، بی‌توجهی به مفهوم هم‌آفرینی در حوزه مطالعات مربوط به سرمایه اجتماعی است. در این نوشتار، تلاش می‌شود در میان عواملی که با سرمایه اجتماعی رابطه دارند، رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی در بین اعضای هیئت علمی تحلیل شود، با عنایت به اینکه هم‌آفرینی به‌عنوان مهارت اکتسابی می‌تواند اعضای هیئت علمی را در دستیابی به رسالت شغلی‌شان که همان خلق دانش نوآورانه است یاری رساند و موجبات تسهیل شکل‌گیری شبکه‌های روابط مبتنی بر اعتماد برای دستیابی به هدف‌های مشترک را فراهم آورد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### هم‌آفرینی

هم‌آفرینی، ابتکاری مدیریتی یا نوعی استراتژی اقتصادی برای گرد هم آمدن ذی‌نفعان مختلف برای تولید مشترک یک نتیجه ارزشمند برای طرفین است (پیترز و

جانسن<sup>۱</sup>، (۲۰۱۳). آمابیل<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) و ساندرز و استاپرز (۲۰۰۸) هم‌آفرینی را فرایند همکاری و خلاقیت بین مردم با هدف ارزش‌آفرینی تعریف کرده‌اند. ایند و کوتز (۲۰۱۳) هم‌آفرینی را فرایندی مشارکتی دانسته‌اند که در آن افراد در سازمان‌ها با یکدیگر به ایجاد و توسعه محصولات جدید، فرایندها یا خدمات اقدام می‌کنند. آنها فرایند هم‌آفرینی را در قالب گفت‌وگویی متقابل برای ارائه محصولات با ارزش جدید و نوآورانه باز می‌شناسند. اصطلاح هم‌آفرینی تأکید بر تعامل افراد، جامعه و ویژگی‌های سازمانی دارد که می‌توان از آن به‌عنوان یک گفتمان یاد کرد (وان د ون و روگرز<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸).

عاملان و منابعی که در هم‌آفرینی وجود دارد به‌نوعی می‌تواند در برگیرنده مفهوم سرمایه اجتماعی باشد؛ چراکه به کیفیت روابط اجتماعی اشاره دارد. از سوی دیگر، هم‌آفرینی تولید دانش، گردآوری دانش جدید و خلق محصولات، فرایندها و خدمات را نیز در بر می‌گیرد.

پیترز و جانسن (۲۰۱۳) نظریه هم‌آفرینی را توسعه دادند و اصطلاح «هم‌آفرینی کامل» را معرفی کردند که به فرایند شفاف ایجاد ارزش توأم با همکاری مداوم، سازنده و حمایت شده به وسیله تمام ذی‌نفعان مرتبط اشاره دارد. آنها معتقدند که هم‌آفرینی به‌عنوان پاسخی عملی به درک عمده‌تأ علمی و جامع از همکاری ایجاد شده است.

در دوره‌های مختلف دیدگاه‌های متنوعی در مورد هم‌آفرینی، گسترش یافت. در سال ۱۹۷۰ هم‌آفرینی به‌عنوان رویکردی مشارکتی در حوزه‌های علوم هنری و طراحی مطرح شد که تأکید آن بر مشارکت و همکاری بین افرادی بود که قصد داشتند از محصولات هنری استفاده کنند.

دیدگاه دوم در طی سال ۱۹۹۰ و ابتدا در علوم اجتماعی مورد استقبال واقع شد که هم‌آفرینی را نوآوری اجتماعی حوزه‌هایی مانند دولت (ایند و کوتز، ۲۰۱۳)، خدمات اجتماعی (راماسوامی و گویلارت<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰)، سلامت و تعلیم و تربیت (لیبیتز<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸) پیوند زدند. سومین دیدگاه، دیدگاه «مشارکتی - سازمان» بود که در حوزه تجارت و در سال ۲۰۰۰ مورد توجه قرار گرفت. این دیدگاه تفکر مبتنی بر تولید را به تفکر مبتنی بر

1. Pieters & Jansen

2. Amabile

3. Van De Ven & Rogers

4. Ramaswamy & Gouillart

5. Leabeater

خدمات هدایت کرد. هم‌آفرینی، نخست در حوزه تجارت مرتبط با تولید یا بازاریابی مطرح شده است (داس و تنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲) اما پس از آن مفهوم هم‌آفرینی به حوزه‌های دیگر از جمله مدیریت و آموزش راه یافته است. پراهالد و راماسوامی<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) پژوهش‌های تأثیرگذاری در حوزه هم‌آفرینی اجرا کردند که نتایج آنان نشان داد هم‌آفرینی تأکید بر تغییرات پایدار دارد به صورتی که محصولات جدید به وسیله مشارکت بین سازمان و مشتری تولید شود (الن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵).

هم‌آفرینی موجب تغییر در این تفکر شد که سازمان‌ها به تنهایی دخیل در ارزش نیستند بلکه امروزه هم سازمان و هم ذی‌نفعان در یک فرایند مشارکتی در ایجاد ارزش دخیل هستند (هاچ و شولتز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰).

چهار عامل اساسی در ایجاد هم‌آفرینی دخیل هستند و پیشنهاد می‌شود که در نظر گرفته شوند: ۱- گفت‌وگو: باعث ایجاد ارتباطات دوطرفه به جای ارتباطات یک‌طرفه می‌شود؛ ۲- دسترسی: به ذی‌نفعان برای دسترسی به اطلاعات اجازه می‌دهد؛ ۳- انعطاف‌پذیری: به کارگیری مهارت‌های متعدد در موقعیت‌های چالش‌آفرین و سازگاری با چالش‌های گروهی را فراهم می‌کند؛ ۴- شفافیت: اطلاعات درون سازمان را واضح‌تر کرده و برای کسب اعتماد ذی‌نفعان موانع اطلاعاتی را تاحدی حذف می‌کند به طوری که ذی‌نفعان بتوانند به اندازه لازم اطلاعات در اختیار داشته باشند (راماسوامی و ازکان، ۲۰۱۴). در عصر افزایش همبستگی و تعاملات، سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند به تنهایی محصول و خدمات ارائه کنند. آنها باید از دیدگاه‌های سازنده ذی‌نفعان خود نیز استفاده کنند. هم‌آفرینی باعث می‌شود که سازمان‌ها تجارب دیگران را در نظر بگیرند و با ایجاد سیستم‌های مدیریت تعامل و سیستم‌های مدیریتی که به هم‌آفرینی خلاق منجر می‌شود، استراتژی برنده - برنده را که به ارتقای ثروت، رفاه و آسایش منجر می‌شود، ایجاد کنند (پراهالد و راماسوامی، ۲۰۰۴).

### سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، مفهومی میان‌رشته‌ای است که در علومی چون جامعه‌شناسی، مدیریت، اقتصاد، علوم سیاسی و ... جایگاه خاصی پیدا کرده و موجب اجماع اندیشمندان این

1. Das & Teng

2. Prahalad & Ramaswamy

3. Ehlen

4. Hatch & Schultz

رشته‌ها در تدوین راهبردهای جدید توسعه است. مفهوم سرمایه اجتماعی در اواخر دهه ۱۹۹۰ توجه بسیاری از اندیشمندان و سیاستمداران را جلب کرد. این علاقه به بررسی بیشتر حوزه سرمایه اجتماعی و جنبه‌هایی از مراحل توسعه اقتصادی زندگی اجتماعی و زندگی سازمانی منجر شد (ریگیا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). لازم به ذکر است که سرمایه اجتماعی تاکنون به لحاظ مفهومی و نظری مراحل مختلفی را طی کرده است. مرحله اول، پیدایش و به‌کارگیری این اصطلاح در متون علوم اجتماعی است. در این مرحله، از مفهوم سرمایه اجتماعی بیشتر برای تبیین مشکلات زندگی اجتماعی استفاده شده است. در مرحله دوم، سرمایه اجتماعی از موضوعات مهم در بطن ساختار اجتماعی شناخته شد که به‌عنوان مجموعه روابط متقابل عناصر تشکیل‌دهنده هر گروه اجتماعی می‌تواند کلیت آن اجتماع و گروه انسانی را در ذهن انسان متبادر سازد. وجود روابط بین اجزای سازنده در میان افراد و گروه‌های انسانی باعث شد که مفهوم سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل تسهیل روابط اجتماعی و هنجارهای اجتماعی مطرح شود (دل‌آویز، ۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی که ریشه جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی موفقیت‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و فیزیکی، و راهی برای نیل به موفقیت و بهره‌وری عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰) و نقش بسیار مهمی در انسجام میان منابع انسانی و سازمانی دارد که بدون آن منابع انسانی نمی‌توانند راه‌های توسعه و تکامل را ببینند و به‌طور اثر بخش عمل کنند (الوانی، ناطق و فراحی، ۱۳۸۶).

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و در سازمان اجتماعی جامعه (نهادهای رسمی و غیر رسمی) وجود دارد؛ برخی از این ذخایر ارزشمند که گاه از آن به‌عنوان ارزش‌های اجتماعی یاد می‌شود، عبارت‌اند از: صداقت، حس تفاهم، همدردی، دوستی، دلسوزی، همبستگی. سرمایه اجتماعی از طریق این منابع کارکنان را در سطوح مختلف خرد، میانی و کلان جامعه، آسان و کم‌هزینه می‌سازد و بدین وسیله آنان را در رسیدن به هدف‌های مشترک اجتماعی کمک می‌کند (هزارجریبی و لهراسبی، ۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی، مجموعه منابع مادی یا معنوی است که به یک جزء یا گروه اجازه می‌دهد تا شبکه پایداری از روابط کم‌ویش نهادینه شده و شناخت متقابل را در اختیار داشته باشد (بورديو و کوانت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۲).

1. Righia

2. Bourdieu & Wacquant



سرمایه اجتماعی به ویژگی‌هایی از سازمان اجتماعی چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی<sup>۱</sup> اشاره دارد که می‌توانند کارایی اجتماع را بهبود بخشند (پاتنام<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳). این سرمایه از روابط و تعامل‌های مستمر بین افراد شکل گرفته و به تنهایی در فرد یا ساختار اجتماعی نهفته نیست بلکه در نتیجه تعامل‌های بین افراد به وجود می‌آید (شولر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰)

از دیدگاه پروساک و کوهن (۲۰۰۱)، سرمایه اجتماعی سازمانی به دلیل «اشتراک‌گذاری بهتر دانش، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روح تعاون در سازمان، بین سازمان و مشتریان، کاهش نرخ جابه‌جایی، کاهش هزینه‌های استخدام، کمک به آموزش بهتر، ابقای دانش سازمانی، کاهش تغییرات نیروی کار، افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمانی و درک مشترک بین اعضا» دارای اهمیت است.

از مزایای دیگر سرمایه اجتماعی سازمانی این است که سبب اجتماع افراد می‌شود که با همدیگر به‌طور موفقیت‌آمیز کارها را به انجام می‌رسانند. سرمایه اجتماعی سازمانی سبب احساس انسجام از راه اعتماد و همکاری می‌شود. این سرمایه با تسهیل در فعالیت‌های جمعی موفقیت‌آمیز، ارزش افزوده ایجاد می‌کند و منبعی است که می‌تواند مدیر و کارکنان را بهره‌مند کند (نیکومرام، ۱۳۸۷).

مرور مبانی نظری در دو حوزه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی نشان داد که هم‌آفرینی فرایند مشارکت افراد در سازمان‌ها برای خلق دانش نوین و در قالب یک گفت‌وگوی درون سازمانی یا بین سازمانی است که نتیجه آن محصولات باارزش‌تر و نوآورانه است (در این مطالعه این محصول دانش و فناوری است) که مهم‌ترین ویژگی آن توجه به مشتریان و دخیل کردن نظرات آنها در خلق محصولات جدید است (در این مطالعه ذی نفعان دانشگاه و اعضای هیئت علمی و در نهایت افراد جامعه هستند) این مهم به‌ویژه از آن جهت قابل تأمل است که در زمینه ناهمخوانی فناوری‌های وارداتی با فرهنگ کشور و ناکارآمدی علوم انسانی و تناسب نداشتن آن با شرایط جامعه به مشکلات اجتماعی بیشتری دامن زده است

در مطالعه پیش رو، بیش از همه اهمیت تعاملات افراد با یکدیگر و چگونگی همکاری ایشان برای خلق دانش نوین مدنظر است. درواقع، سرمایه اجتماعی

1. trust and norms and networks

2. Putnam

3. Schuller

درون گروهی اعضای هیئت علمی، زمینه به اشتراک گذاری دانش، وجود روابط مبتنی بر اعتماد و آگاهی و مشارکت آنان با یکدیگر را بررسی می کند.

پژوهش هایی که در زمینه هم آفرینی و سرمایه اجتماعی انجام گرفته است، بسیار اندک است. یافته های پژوهش استاین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) نشان دهنده آن است که مشارکت فعال شهروندان در گفتمان درباره مسائل بااهمیت سیاسی و اجتماعی موجب می شود که حس تعهد بالقوه آنان افزایش یابد و به توسعه سرمایه اجتماعی منجر می شود. یافته های پژوهش طاهرپور (۱۳۹۷) نشان داد که روابط مؤلفه های هم آفرینی و سایش اجتماعی در سطح ۰/۰۵ معنی دار بود. یافته ها در مورد متغیر میانجی نشان داد که عزت نفس سازمانی نقش میانجی ایفا نمی کند. یافته های پژوهش عباسزاده و مقتدایی (۱۳۸۸) نیز نشان داد که بین دانش آفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. اگر بر سرمایه اجتماعی استادان افزوده شود سطح دانش آفرینی نیز ارتقا خواهد یافت. عبداللهی، شعبانی و هنری (۱۳۹۶) نیز در پژوهش خود دریافتند که میانگین بالندگی اعضای هیئت علمی ۶۵/۳ و میانگین سرمایه اجتماعی برابر ۵۸/۲ بوده است و پردازش قابل قبول مدل سرمایه اجتماعی و بالندگی در جامعه پژوهش وجود دارد.

یافته های پژوهش سادیا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) بیانگر آن بود که باید به شکل عمیق تری به جنبه های اجتماعی نسبتاً ناشناخته ای از مطالعات اقتصادی توجه شود که می تواند پیامدهای جدی برای رفتار مصرف کننده داشته باشد. این مطالعه از پایه و اساس تئوری سرمایه اجتماعی استفاده کرده است که روابط را به عنوان منبعی ارزشمند مورد تأکید قرار داده و هم آفرینی ارزش را در آن می توان برای دیگران تعمیم داد. یافته های پژوهشی یوگن<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) مبین آن است که با استفاده از هم آفرینی در سرمایه اجتماعی طبق یک مطالعه کیفی در نروژ، پیش بینی می شود که حتی در کشورهایی با اعتماد بالا به مقامات، هم آفرینی سرمایه اجتماعی به شکل شبکه های بین المللی یک فرایند پیچیده است که با موانع بالقوه مرتبط از جمله اعتماد، ایجاد شبکه، منابع شهری و قوانین و مقررات قانونی همراه است و این در حالی است که نتایج امیدوارکننده هستند و خیلی دور از انتظار نیستند.

1. Stein et al

2. Sadhya et al

3. Eugen

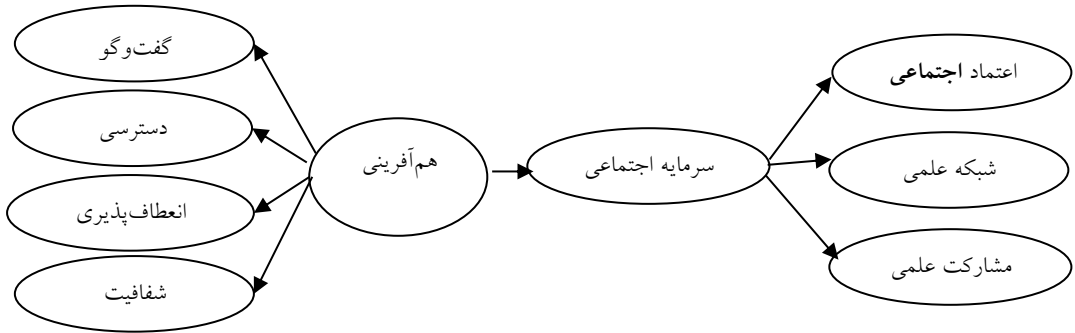
جدول (۱) پژوهش‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی و هم‌آفرینی

پژوهشگران	عنوان	نتایج
مازور و زبورک <sup>۱</sup> (۲۰۱۴)	اعتباریابی مدل دارت (DART)	عناصر مدل DART در هم‌آفرینی به‌عنوان یک چارچوب مؤثر در پژوهش‌های کمی به صورت غنی و چندوجهی به کار برده می‌شود
پراهالد و راماسوامی (۲۰۰۴)	تجارب هم‌آفرینی، اقدام آینده در ارزش‌آفرینی	معنای ارزش و فرایند هم‌آفرینی ارزش در حال تغییر از دیدگاه مبتنی بر محصول‌محوری به دیدگاه مبتنی بر تجارب افراد است. ذی‌نفعان آگاه و توانمند و فعال به‌طور فزاینده‌ای در حال هم‌آفرینی با سازمان‌ها هستند.
پراهالد و راماسوامی (۲۰۰۴)	آینده رقابت	تنش در نقطه تعامل بین مشتری و سازمان بروز می‌کند زمانی که تجربه هم‌آفرینی رخ می‌دهد. نقاط تعامل فرصت‌هایی را برای همکاری و تعامل به‌طور ضمنی و غیر ضمنی فراهم می‌آورد.
طاهرپور (۱۳۹۷)	رابطه سایش اجتماعی و هم‌آفرینی با نقش میانجی عزت نفس سازمانی در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های برتر ایران	رابطه مولفه‌های هم‌آفرینی و سایش اجتماعی در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار بود. یافته‌ها در مورد متغیر میانجی نشان داد که عزت نفس سازمانی نقش میانجی ایفا نمی‌کند.
استاین و همکاران (۲۰۰۲)	خلق سرمایه اجتماعی به وسیله گفت‌وگو	مشارکت فعال شهروندان در گفت‌وگو درباره مسائل بااهمیت سیاسی و اجتماعی باعث می‌شود که حس تعهد بالقوه آنان را افزایش داده و به توسعه سرمایه اجتماعی منجر می‌شود.
عباس‌زاده و مقتدایی (۱۳۸۸)	بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه اجتماعی بر دانش‌آفرینی	بین دانش‌آفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. اگر بر سرمایه اجتماعی استادان افزوده شود سطح دانش‌آفرینی نیز ارتقا خواهد یافت.
عبداللهی و همکاران (۱۳۹۶)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر بالندگی اعضای هیئت علمی تربیت بدنی و علوم ورزشی	نتایج نشان داد که میانگین بالندگی اعضای هیئت علمی ۶۵/۳ و میانگین سرمایه اجتماعی برابر ۵۸/۲ بوده است و پردازش قابل قبول مدل سرمایه اجتماعی و بالندگی در جامعه پژوهش وجود دارد.
قاسم‌زاده علیشاهی و همکاران (۱۳۹۴)	نقش تعاملی ابعاد سرمایه اجتماعی بر آموزش اثربخش اساتید علوم پزشکی	بین ابعاد اعتماد و همدلی سرمایه اجتماعی و آموزش اثربخش رابطه وجود دارد. نقش تعاملی اعتماد و همدلی بر آموزش اثربخش نیز تأیید شد.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان داد مطالعاتی که رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی را بررسی کرده باشند بسیار اندک است که همین موضوع از دلایل اصلی انتخاب موضوع

<sup>1</sup>. Mazur & Zaborek

این پژوهش بود تا بدین وسیله به غنای نظری و تجربی به‌ویژه در حوزه هم‌آفرینی در دانشگاه‌ها افزوده شود. در ادامه مدل مفهومی پژوهش ارائه شده است:



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

### گزاره‌های پژوهش

#### هدف اصلی:

تعیین رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی

#### هدف‌های فرعی:

تعیین رابطه گفت‌وگو و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی

تعیین رابطه دسترسی و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی

تعیین رابطه شفافیت و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی

تعیین رابطه انعطاف‌پذیری و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی

**فرضیه اصلی:** بین هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی رابطه وجود

دارد.

#### فرضیه‌های فرعی:

- بین گفت‌وگو و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی رابطه وجود دارد.
- بین دسترسی و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی رابطه وجود دارد.
- بین شفافیت و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی رابطه وجود دارد.
- بین انعطاف‌پذیری و سرمایه اجتماعی در اعضای هیئت علمی رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی - همبستگی است. از این جهت که هدف پژوهشگر از اجرای این پژوهش، سنجش رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان نیز است، بنابراین، روش پژوهش از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان شاغل در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ به تعداد ۶۷۱ نفر بود که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای و با به کارگیری نرم‌افزار Sample power حجم نمونه ۲۰۰ نفر برآورد شد. دانشگاه اصفهان شامل ۱۴ دانشکده و دارای ۵۷ گروه آموزشی بود که از بین دانشکده‌ها ۶ دانشکده (ادبیات و علوم انسانی، علوم، علوم اداری و اقتصاد، علوم و فناوری زیستی، فنی‌ومهندسی، عمران، حمل‌ونقل) و از بین گروه‌های آموزشی هر دانشکده نیز سه گروه به صورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه‌ها بین اعضای هیئت علمی گروه‌های انتخاب شده، توزیع شد.

یکی از ابزارهای رایج و مستقیم برای کسب داده‌ها پرسشنامه است. در پژوهش حاضر نیز از دو پرسشنامه به‌عنوان ابزار اصلی گردآوری اطلاعات استفاده شد؛ پرسشنامه اول، پرسشنامه محقق‌ساخته هم‌آفرینی مبتنی بر نظریه دارت (۲۰۱۴) و پراهالد و راماسوامی (۲۰۰۴) است که پس از طراحی و مطالعه مقدماتی در اختیار متخصصان و محققان قرار گرفت. با اعمال نظر آنان و همچنین با استفاده از نتایج مطالعه مقدماتی به جرح و تعدیل گویه‌های ناهماهنگ اقدام شد و در نهایت، پرسشنامه طراحی شد و در مرحله میدانی برای گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها به کار گرفته شد. این پرسشنامه دارای چهار مؤلفه: گفت‌وگو (۵ گویه)، دسترسی (۶ گویه)، شفافیت (۸ گویه)، انعطاف‌پذیری (۶ گویه) و شیوه نمره‌گذاری آن بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای است. ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۵ محاسبه شد.

پرسشنامه دوم، پرسشنامه سرمایه اجتماعی (عباس‌زاده و مقتدایی، ۱۳۸۸) با مؤلفه‌های شبکه اجتماعی (۶ گویه) مشارکت (۶ گویه) و اعتماد (۶ گویه) است. طیف اندازه‌گیری متغیرهای پرسشنامه، طیف ۵ درجه‌ای لیکرت بود و ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۱ محاسبه شد. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS<sup>23</sup> و Amos<sup>23</sup> بود. برای تحلیل مدل نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است.

جدول (۲) شاخص سازی هم آفرینی

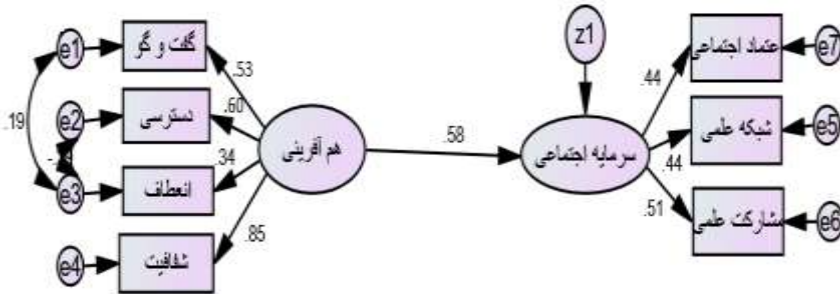
متغیر	شاخص	گویه
اعتماد مشارکت شبکه اجتماعی	گفت و گو	وجود گفت و گوی جمعی بین استادان در زمینه وظایف شغلی - گفت و گو در زمینه به اشتراک گذاری تجربیات شغلی - ایجاد فرصت برای به اشتراک گذاری ایده های استادان با همدیگر - گفت و گوی سازنده - گفت و گو با ذی نفعان در جهت اولویت بندی خدمات - گفت و گوی استادان با یکدیگر در رسانه های اجتماعی
	دسترسی	حمایت از ایده های مطرح شده توسط همکاران - وجود مهارت های لازم برای به اشتراک گذاشتن تجربیات و نظرات - عضویت استادان در شبکه های مجازی برای پاسخگویی به پرسش های همکاران - انتشار اطلاعات مورد نیاز ذی نفعان - آگاهی رسانی به ذی نفعان از چگونگی روند دستیابی به تولید - وجود شبکه های ارتباطی بین همکاران.
	انعطاف پذیری	تلاش در جهت ارتقا و به روز رسانی مهارت های مناسب برای فعالیت های مشارکتی - پیش بینی مهارت های لازم برای فعالیت های شغلی خود در آینده - همکاری مؤثر با یکدیگر در شرایط مبهم و نامطمئن کاری - به کارگیری مهارت های متعدد در موقعیت های چالش آفرین - سازگاری با چالش های جدید گروهی - اتخاذ استراتژی های مناسب با یکدیگر در جهت بهبود و تحول سازمان
	شفافیت	به موقع در اختیار گذاشتن اطلاعات شفاف - در اختیار گذاری اطلاعات ویژه هر همکار - وجود اطلاعات کامل و قابل فهم - نظرسنجی پیش از تصمیم گیری - دسترسی آسان برای تمامی همکاران - وجود اطلاعات دقیق

جدول (۳) شاخص سازی سرمایه اجتماعی

متغیر	شاخص	گویه
اعتماد مشارکت شبکه اجتماعی	اعتماد	پذیرش انتقادات علمی و رفتاری همکاران از یکدیگر - وجود روابط توأم با اعتماد بین اعضای هیئت علمی - مورد پذیرش قرار دادن و مورد پذیرش قرار گرفتن اعضای هیئت علمی
	مشارکت	وجود گردش اطلاعات علمی و کاری بین اعضای هیئت علمی - مشارکت در کارگاه های مورد نیاز برای پیشبرد هدف مشترک - شرکت در جلسات مربوط به کار مشترک
	شبکه اجتماعی	داشتن تعامل مناسب با همکاران - کمک رسانی به همکاران برای دستیابی به هدف مشترک - استفاده از راهنمایی همکاران و مشاوره دادن به همکارانی که نیاز به کمک دارند - به اشتراک گذاشتن وسایل مورد نیاز کاری جهت اهداف مشترک

یافته‌های پژوهش

همان‌طور که از خروجی نرم افزار ایموس دیده می‌شود، مدل اصلی ارائه شده به صورت زیر است.



شکل (۲) مدل اصلی رابطه بین هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی

این پرسش اساسی مطرح شده که آیا این مدل؛ مدل مناسبی است؟ برای پاسخ به این پرسش باید آماره کای-دو و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل بررسی شود.

جدول (۴) بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه‌گیری
نسبت کای دو به دی.اف	-	۱/۲۸۸	برازش مدل مناسب است
پی ویو	کمتر از ۰/۰۵	۰/۲۳۰	برازش مدل مناسب است
جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸	برازش مدل مناسب است
آ.جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵	برازش مدل مناسب است
ان.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
سی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
آ.رام.س.ای.ای	کمتر از ۰/۱	۰/۰۳۸	برازش مدل مناسب است

همه شاخص‌های ارزیابی تناسب برازش مدل همراه با مقادیر آنها در زیر ارائه شده و نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

بنابراین با توجه به معادلات اندازه‌گیری بالا می‌توان معادله ساختاری زیر را ارائه کرد. همان‌طور که گفته شد مهم‌ترین شاخص مناسب بودن برازش مدل  $\chi^2$  است. البته

استفاده از این آزمون، متضمن رعایت مجموعه‌ای از مفروضات است که چون در برخی از موارد، امکان نقض این مفروضات وجود دارد. با گسترش نارضایتی از آزمون  $\chi^2$ ، مجموعه‌ای از شاخص‌های فرعی نیز به وجود آمدند. همه شاخص‌های ارزیابی تناسب برازش مدل همراه با مقادیر آنها در زیر ارائه شده و نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است.

جدول (۵) اثر مستقیم هم‌آفرینی بر سرمایه اجتماعی

بررسی اثر	ضریب تاثیر	C.R	سطح معنی‌دار	نتیجه
هم‌آفرینی - سرمایه اجتماعی	۰/۵۷۸	۲/۳۸۰	۰/۰۱۷	هم‌آفرینی بر سرمایه اجتماعی تأثیر دارد.

با توجه به تمامی مراحل طی شده به منظور ارائه مدل، مدل مفهومی ذیل که نشان‌دهنده اثر هم‌آفرینی بر سرمایه اجتماعی است، تأیید می‌شود.

جدول (۶) ضریب همبستگی بین مؤلفه‌های هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی			متغیر ملاک
سطح معنی‌داری	مجذور ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	شاخص آماری متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۱	۰/۱۶۲	۰/۴۰۳**	گفت‌وگو
۰/۰۰۱	۰/۱۷۱	۰/۴۱۴**	دسترسی
۰/۰۱۲	۰/۰۳۱	۰/۱۷۷*	انعطاف‌پذیری
۰/۰۰۱	۰/۱۲۵	۰/۳۵۳**	شفافیت

یافته‌های جدول (۵) نشان می‌دهد ضریب همبستگی بین مؤلفه‌های گفت‌وگو و سرمایه اجتماعی اعضای هیئت علمی ( $I=0/403$ )، دسترسی و سرمایه اجتماعی ( $I=0/414$ )، انعطاف‌پذیری و سرمایه اجتماعی ( $I=0/177$ ) و شفافیت و سرمایه اجتماعی ( $I=0/353$ ) است. همچنین با توجه به ضریب تعیین به دست آمده می‌توان انتظار داشت که تا  $16/2$  درصد از واریانس گفت‌وگو،  $17/1$  درصد از واریانس دسترسی،



۳/۱ درصد از واریانس انعطاف‌پذیری و ۱۲/۵ درصد از واریانس مؤلفه شفافیت توسط سرمایه اجتماعی اعضای هیئت علمی تبیین شود

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی اجرا شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین هم‌آفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتایج با یافته‌های پژوهشی پژوهش پراهالد و راماسوامی (۲۰۰۴) و استاین و همکاران (۲۰۰۲) همسویی دارد. هم‌آفرینی با ایجاد زمینه گفت‌وگو بین همکاران موجبات به‌اشتراک‌گذاری ایده‌ها و تجربیات شغلی بین آنها را فراهم می‌آورد. از سویی، با ارائه ابزارهای مناسب برای ارتباط بین همکاران و با عضویت آنان در انجمن‌ها و شبکه‌های مجازی، مهارت‌ها و توانمندی‌های لازم برای همکاری را در آنان به وجود آورده و باعث تسهیل جریان انتشار اطلاعات و دسترسی سریع به آن می‌شود از سوی دیگر، با بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو با استفاده از استراتژی‌ها و تدابیر مناسب، باعث کاهش پیامدهای حاصل از برون‌دادها و ایده‌های بدیع می‌شود و در نهایت موجبات ارتقای کیفیت خدمات به ذی‌نفعان را پدید می‌آورد. در سازمان‌هایی که شفافیت لازم وجود داشته باشد افراد پاسخگوی رفتار، گفتار و تصمیم‌های خود هستند، اطلاعات مورد نیاز را به‌موقع و به‌طور کامل در اختیار یکدیگر قرار داده و بازخورد آنان را جویا می‌شوند که باعث افزایش رضایت‌مندی و بهبود عملکرد سازمان می‌شود. هم‌آفرینی به علت حمایت از فعالیت‌های گروهی (بلگم و رویک، ۲۰۱۲) و توسعه اعتماد (باروسو، ۲۰۱۶) زمینه سرمایه اجتماعی را بین همکاران فراهم می‌کند. از سوی دیگر، نتایج این پژوهش بیانگر آن بود که هرکدام از مؤلفه‌های هم‌آفرینی چون گفت‌وگو، دسترسی، انعطاف‌پذیری و شفافیت نیز رابطه مثبت و معنی‌دار بر سرمایه اجتماعی دارند.

بر اساس نتایج در جدول (۵) بین گفت‌وگو و سرمایه اجتماعی، رابطه مثبت و معنی‌دار دیده می‌شود. از نظر قاضی‌مرادی (۱۳۸۸)، یکی از مؤلفه‌های زمینه‌ساز سرمایه اجتماعی، نوع ارتباط افراد با یکدیگر در حوزه عمومی است. این ارتباط هم‌گفتاری است و هم رفتاری. آنچه معرف سرمایه اجتماعی در ارتباطات گفتاری و رفتاری بوده،

1. Belleghem & Ruyck

2. Barroso

گفت‌وگو (دیالوگ) است و در برابر آن تک‌گویی (مونولوگ) معرف نبود سرمایه اجتماعی است. شکل‌گیری گفت‌وگو نیازمند ایجاد شبکه‌ای از روابط بین استادان است که این روابط اگر همسو با وظایف شغلی بین آنان باشد باعث تشویق آنان به گفت‌وگو راجع به تجارب شغلی خود با یکدیگر می‌شود و فرصتی را برای تسهیم ایده‌های خود با دیگر همکاران فراهم می‌کند. در صورتی که زمینه حمایت از ایده‌های مطرح شده ایجاد شود به‌عنوان مسیری برای ارتقا و اعتبار سازمان می‌شود و به خلق محصول مشترک (در اینجا منظور همان علم و فناوری است) منجر می‌شود، از این نظر قوی‌تر شدن شبکه روابط افراد و دستیابی به هدف‌های مشترک، روابط بین گروهی استادان را افزایش می‌دهد که به افزایش سرمایه اجتماعی منجر می‌شود. در این خصوص، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌ریزی‌هایی در زمینه ارتقای کیفیت برگزاری همایش‌ها و سمینارهای علمی در سطوح ملی و بین‌المللی برای فراهم آوردن زمینه گفت‌وگو و تبادل نظر علمی و به اشتراک گذاشتن دستاوردها و تجارب اعضای هیئت علمی با یکدیگر صورت گیرد. همچنین مدیران باید به‌گزینش و جذب اعضای هیئت علمی که دارای مهارت‌های گفت‌وگو و مباحثه‌سازنده هستند، توجه ویژه‌ای داشته باشند.

دسترسی از دیگر مؤلفه‌های هم‌آفرینی است که رابطه مثبت و معنی‌داری با سرمایه اجتماعی داشته است. به این معنا که هرچه استادان به اطلاعات علمی مورد نیاز خود از طریق شبکه‌های مجازی و انجمن‌های علمی دسترسی داشته باشند در این صورت همکاران دانشگاهی می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، به طوری که نظرات خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. از این‌رو، دسترسی همکاران دانشگاهی به اطلاعات علمی یکدیگر آسان‌تر می‌شود و از وضعیت علمی موجود آگاهی پیدا می‌کنند. پاسخگو بودن به پرسش‌های یکدیگر و در جریان گذاشتن چگونگی روند دستیابی به هدف‌های مورد نظر به تقویت اعتماد بین آنها منجر می‌شود و این عاملی اساسی در افزایش سرمایه اجتماعی آنها است؛ این یافته‌ها با نتایج پژوهش گنجی و زارع غیاث‌آبادی (۱۳۹۴) همسویی دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که زمینه عضویت استادان در شبکه‌های مجازی مرتبط با زمینه شغلی آنان فراهم آید و آموزش‌ها و مهارت‌های لازم برای استفاده بهینه از آن ارائه شود.

همان‌طور که نتایج مندرج در جدول (۵) نشان می‌دهد بین شفافیت و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به عبارت دیگر، قراردادن اطلاعات به صورت کامل، واضح و مرتبط و معتبر در اختیار یکدیگر موجب قابل فهم شدن و

تصمیم‌گیری‌های به‌موقع درباره هدف‌های مشترک می‌شود. چنین فرایندی به افزایش میزان صداقت، مشارکت و اعتماد اعضای هیئت علمی در زمینه‌های کاری و درنهایت باعث افزایش سرمایه اجتماعی بین آنان می‌شود؛ نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش وگلجسنگ و لستر<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) همسو بود. از دیدگاه آنان شفافیت سازمانی نتایج مثبتی از قبیل مشارکت بیشتر کارکنان، ایجاد اعتماد نسبت به مدیریت سازمان، افزایش خلاقیت، یادگیری از خطاها و اشتباهات و کاهش رفتارهای مخرب کارکنان را در بر دارد. بنابراین این نتیجه، پیشنهاد می‌شود که مدیران، منابع اطلاعاتی دقیق، شفاف، کامل و قابل فهم را در اختیار اعضای هیئت علمی قرار دهند و پیش از هرگونه تصمیم‌گیری از آنان نظرخواهی کنند.

نتایج به دست آمده از داده‌های پژوهش نشان داد که بین انعطاف‌پذیری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد و با یافته‌های گونزالز<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) همسو است. وجود روابط سازنده و توأم با انعطاف برای انجام هدف‌های اصلی دانشگاهی و امور روزانه آن ضروری است و در صورت وجود رابطه غیر سازنده بین اعضای هیئت علمی موجب تحقق نیافتن مأموریت اکادمیک آنان می‌شود و تصویر منفی از دانشگاه ایجاد می‌کند. بر اساس این نتیجه، پیشنهاد می‌شود که کارگاه‌های آموزشی برای توانمندسازی اعضای هیئت علمی در زمینه همکاری مؤثر با یکدیگر در شرایط مبهم و نامطمئن کاری و موقعیت‌های چالش‌آفرین برگزار شود.

به‌طور کلی می‌توان استنتاج کرد که هم‌آفرینی از راه فراهم کردن زمینه‌ها و شرایطی چون گفت‌وگو، دسترسی، شفافیت و انعطاف‌پذیری موجب شکل‌گیری و افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود.

---

1. Voglgesng & Lester

2. Gonzalez

## منابع

- احمدی، سید علی اکبر؛ و فیض آبادی، حوریه (۱۳۹۰). بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران). مدیریت دولتی، ۳(۶)، ۳۵-۸۸.
- الوانی، سیدمهدی؛ ناطق، تهمینه؛ و فراچی محمد مهدی (۱۳۸۶). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۲(۵) ۳۵-۷۰.
- ایروانی، هوشنگ؛ فائزی پور، محمدمهدی؛ و ابولقاسم، شریف‌زاده (۱۳۸۵). عوامل تأثیرگذار بر بهبود فرصت‌های مطالعاتی هیئت علمی دانشگاه تهران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۲(۲)، ۱-۱۶.
- خامه‌چی، حامد؛ و رنگریز، حسن (۱۳۹۸). فراتحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۶(۴)، ۶۰۳-۶۲۴.
- دل‌آویز، علی (۱۳۸۴). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در نگرش به توسعه سیاسی در بین معلمان شهرستان مریوان در سال ۱۳۸۴. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- زارعی متین، حسن؛ محمدیان، بهزاد؛ قراچولو، علی؛ و شعله، مهدی (۱۳۹۵). ارائه مدلی ساختاری برای تبیین همدلی در دانشگاه‌ها و بررسی تأثیر معنویت. سرمایه اجتماعی و حکمرانی خوب. مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۱۱(۵)، ۲۱-۳۵.
- زارعی متین، حسن؛ محمدیان، بهزاد؛ و مدرسی، سعید (۱۳۹۵). مدیریت سرمایه اجتماعی. تهران: کتاب مهربان.
- شکوهی آشان، بدر؛ فخرایی، سیروس؛ و ابراهیم‌پور، داود (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان رضایت شغلی اعضای هیئت علمی مراکز آموزش عالی شهرستان مراغه. مطالعات جامعه‌شناسی، ۹، ۶۹-۸۶.
- طاهرپور، فاطمه (۱۳۹۷). رابطه بین سایش اجتماعی و هم‌آفرینی با نقش میانجی عزت نفس سازمانی در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های برتر. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۳۳، ۱۰۹-۱۲۸.
- عباس‌زاده، محمد؛ و مقتدایی، لیلا (۱۳۸۸). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه اجتماعی بر دانش‌آفرینی. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۰(۹)، ۳-۲۸.

- عبداللهی، حیدر؛ شعبانی بهار، غلامرضا؛ و هنری، حبیب (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه اجتماعی بر بالندگی اعضای هیئت علمی تربیت بدنی و علوم ورزشی. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۱۳ (۲۶)، ۱۰۵-۱۱۸.
- فغفوری آذر، امین؛ باکویی، فاطمه؛ مهدوی عادل، محمدحسین؛ رادفر، رضا؛ و افشار کاظمی، محمدعلی (۱۳۹۸). طراحی مدلی پویا برای تحلیل سرمایه اجتماعی با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم‌ها. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۶ (۴)، ۴۴۵-۴۷۳.
- قاسم‌زاده علیشاهی، ابوالفضل؛ حیدری‌زاده، زهرا؛ موسوی، عطیه؛ و حسینی، محمد (۱۳۹۴). نقش تعاملی سرمایه روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی و آموزش اثربخش اعضای هیئت علمی. *گام‌های توسعه در آموزش پزشکی*، مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، ۱۲ (۲)، ۳۱۵-۳۲۴.
- کولمن، جیمز ساموئل (۱۹۹۰). *بنیادهای نظریه اجتماعی*؛ ترجمه منوچهر صبوری (۱۳۸۶). تهران: نشرنی.
- گنجی، محمد؛ و زارع غیاث‌آبادی، فاطمه (۱۳۹۴). رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی و میزان سرمایه اجتماعی در شهر کاشان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۶ (۴)، ۱۰۹-۱۲۸.
- نیکچه فراهانی، حمید؛ و نظری، غلامرضا (۱۳۸۷). نقش سرمایه اجتماعی در بهره‌وری نیروی کار. *تدبیر*، ۲۰۲، ۴۳-۴۸.
- نیکومرام، هاشم؛ طلوعی اشتقی، عباس؛ و کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۷). *سرمایه اجتماعی*. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- هزارجریبی، جعفر؛ و لهراسبی، سعید (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با هویت جمعی. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۲ (۴۲)، ۱-۲۰.
- Ahn, S. Y. & Kim, S. M. (2017). What Makes Firms Innovative? The Role of Social Capital in Corporate Innovation. *Sustainability*, 9(1564), 1-13.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Oxford, UK: Westview press. Boston: Harvard Business school press.
- Barroso, Ines (2016). *Co-creation as a tool to develop trust and intention to purchas green products Dissertation in management*, university catolica Portuguesa, Portuguesa.
- Bellegem, Steven Van & Ruyck, Tom, De (2012). *From co-creation to collaboration: 5 pillars for business success*. In: www.Stevenvanbellegem.com
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. P. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*, Chicago: University of Chicago press.

- Das, T. K., & Teng, B. S. (2002). The dynamics of alliance conditions in the alliance development process. *Journal of Management Studies*, 39(5), 725-746.
- Ehlen, C. G. J. M. (2015). *Co-creation of Innovation: Investment with and in social capital*. Nether land: Open University.
- Eugen, G. (2017). Co-creation of linking social capital in municipality, *Journal of Civil Society*, 14(1).77-93.
- Gonzalez, G. M. (2016). *Flexibility and Transparency Central to improving Faculty-Administration Relations*. The evolution a destiny solutions illumination.
- Hatch, M. & Schultz, M. (2010). Toward a theory of brand co-creation with implications for brand governance. *Brand Management*, 17(8), 590-604.
- Ind, N. & Coates, N. (2013). The meaning of co-creation. *European Business Review*, 25(1), 86 -95.
- Kessls, J. W. M. (2001). *Tempting knowledge productivity. Inaugural speech human resources development*. University Twenty.
- Leadbeater, C. (2008). *We think: mass innovation not mass production*. London: Profile Books.
- Mazur, J. & Zaborek, P. (2014). Validating DART model, *International Journal of Management & Economics*, 44, 106-125.
- Pieters, M. & Jansen, S. (2013). *The 7 principle of complete co-creation*. Amsterdam: BIS publishers.
- Prahalad, C. K. & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experience: next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.
- Prahalad, K. C. & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition; co-creating unique value whit customers*. Boston: Harvard Business school press.
- Prusak. L. & Cohen. D. I. (2001). How to invest in social capital. *Harvard Busines Review*, 79(6), 86-93.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy Work*. Princeton University Press.
- Ramaswamy, V. & Gouillart, F. G. (2010). *The power of co-creation: buildit with them to boost growth, productivity, and profits*. Simon and Schuster. The Free press, New York. NY.
- Ramaswamy, V. & Ozcan, K. (2014). *The co-creation paradigm*. Standford university press: Stanford – California.
- Righia, A. (2013). Measuring social capital: official statistics initiatives in Italy. *Procedia - Social & Behavioral Sciences*, 72, 4-22.

- Sadhya, H., Sadhya, V., Hirschheim, R. & Watsen, E. (2018). Value co-creation in AiR BNB: A Social Capital Perspective. *Twenty – six European conference on information systems, Portsmouth, UK*, 1-11.
- Sanders, E. B. N. & Stappers, P. G. (2008). Co-creation and the new Landscapes of design. *Co-design*, 4(1), 5-18.
- Schuller, T., Baron, S. & Field, J. (2000). Social Capital: A review and critique. In Baron et al. (Eds.) *Social capital: Critical perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Stein, D., Imel, S. & Henderson, Thyron (2002). *Creating social capital though the deliberate discussion: a case study of community dialogue*. www.Research gate. Net.
- Van de ven, A. H. & Rogers, E. M. (1998). Innovations and organizations. Critical perspectivos. *Communication Research*, 15(5), 632 – 651.
- Vogelgesng, G. B. & Lester, P. B. (2009). How leader canget results by laying it on the line. *Organizational Dynamics*, 38(4), 252-360.