

اخلاق تجاری و حقوق کیفری اقتصادی

امین جعفری*

دانشجوی دکتری حقوق کیفری تجاری - دانشگاه پاریس ۱۰ - نانتر

(تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۸/۱۰ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۸۹/۱۲/۱۰)

چکیده

حوزه تأثیرگذاری اخلاق تجاری بسیار وسیع است و گستردگی آن همه را در بر می‌گیرد. از یک تاجر جزء تا یک شرکت عظیم تجاری چند ملیتی، همه تابع یک سلسله قواعد اخلاقی هستند. این قواعد همه جانبه، حسن کارکرد، پیشگیری از بی نظمی و فعالیت اقتصادی - تجاری سالم و صحیح را در جامعه تضمین می‌کنند. عینی‌ترین حضور اخلاق در دنیای بازرگانی، همان مجموعه قواعد رفتاری با کدهای اخلاقی است. سئوالی که در این زمینه مطرح است این است که این مجموعه قواعد رفتاری چه کارکردی دارند و چگونه در حقوق کیفری تجاری نقش ایفا می‌کنند. در این مقاله گستردگی اخلاق در حقوق بازرگانی و تجاری بررسی شده است.

کلید واژه‌ها: اخلاقی، اخلاق تجاری، کد اخلاقی، حقوق کیفری اقتصادی، افشاگری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* Email:amin_isp@yahoo.fr

درآمد:

در مناسبات بحران زده تجاری، امروزه واژه اخلاق و اخلاق گرایی بیشتر شنیده می‌شود. در حقوق کیفری واژه اخلاق به تنهایی به کار نمی‌رود، بلکه همواره با صفت «حسنة^۱» همراه است، که در آن، اخلاق حسنة به «مجموعه قواعد رفتاری و عرفی بر اساس اخلاق جمعی و قواعد طبیعی یک جامعه» تعریف می‌شود.

در واقع از اخلاق حسنة در حقوق کیفری عمومی و اختصاصی به مراتب یاد می‌شود و در زمینه حقوق کیفری تجاری و اقتصادی، از این واژه کمتر سخن به میان می‌آید. چون در واقع، حقوق تجاری تنظیم کننده روابط تجاری و اقتصادی است و نه روابط میان افراد بشر در یک جامعه، هر چند که این نکته قابل بحث است.

شاید این پرسش به حق مطرح شود که در مناسبات تجاری و اقتصادی، اخلاق چه جایگاهی می‌تواند داشته باشد و اساسا هدف آن چیست. به بیانی ساده‌تر، تاجر حجره نشین را چه کار به اخلاق تجاری؟ اساسا چگونه و با چه مکانیسمی می‌توان به وی تفهیم نمود که در سازوکار تجاری-اش باید اخلاق مدار باشد؟ چگونه می‌خواهیم که بازرگان در معاشش رفتاری پرهیزگارانه داشته باشد؟ و مگر نه این است که گفته می‌شود دنیای بازرگانی با اخلاق سر سازگاری ندارد؟

واقعیت آن است که اخلاق رفته رفته در روابط تجاری جای خود را باز کرده است؛ شاید بتوان گفت عینی‌ترین حضور اخلاق در دنیای بازرگانی، همان مجموعه قواعد رفتاری یا کدهای اخلاقی است. کد اخلاق^۲ «مجموعه قواعد اخلاقی در یک حرفه به خصوص، یا در یک فعالیت خاص است که به منظور احترام به اصول اخلاقی در آن حرفه تنظیم و تدوین می‌شود». سوالی که در پی این تعریف می‌آید آن است که این مجموعه قواعد رفتاری چه کارکردی دارند و چگونه در حقوق کیفری تجاری نقش ایفا می‌کنند؟

در پاسخ به این دو سوال ابتدا باید نحوه ظهور اخلاق در عرصه اقتصادی و بازرگانی را مطالعه کرد و سپس با این پیش فرض، عملکرد آن را در محیط تجاری به محک گذاشت.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رساله جامع علوم انسانی

۱. در زبان فرانسه به "Les bonnes moeurs" تعبیر می‌شود.

۲. Code de déontologie/ Code de conduite.

یکم. ظهور اخلاق گرایی در امور تجاری:

پیش از وارد شدن به بحث ظهور اخلاق گرایی در امور تجاری، نخست باید اخلاق را تعریف کرد. به طور کلی شاید بتوان گفت که اخلاق تجاری^۱، علمی است هنجارساز (نرماتیو) و هدف آن شناخت، ارج نهادن و حمایت این هنجارها و هم‌زمان اجرا کردن آن به بهترین نحو می‌باشد. این رشته علمی، در مراودات تجاری نسبت به آنچه که خوب و بد است، قضاوت می‌کند و به عبارت دیگر، این اخلاق است که آنچه که باید در روابط بازرگانی صورت گیرد و آنچه که نباید در این روابط انجام گیرد را تایید می‌کند. پروفیسور کُرنو^۲ استاد برجسته حقوق فرانسه، اخلاق را نه تنها «آنچه که از حقوق موضوعه برمی آید»، معرفی می‌کند، بلکه «آنچه که از ارزشها سرچشمه می‌گیرد» نیز می‌شناسد. در حقیقت، حقوق، حافظ نظم اجتماعی است، در حالی که اخلاق، اقناع درونی انسانی است.^۳ در امور بازرگانی چنین اخلاقی با بعد درونی، به عالم بیرون نیز درز می‌کند و انعکاس این اقناع درونی را می‌توان در بسیاری جهات مشاهده کرد.

به‌طور کلی اخلاق تجاری، مجموعه باید و نبایدها و قواعدی فراتر از روابط تجاری با دیدی انسانی به آن است. به عنوان مثال، اگر هدف و غایت اصلی یک شرکت تجاری، افزایش بهره وری سهام‌سهمداران است، در همین چارچوب می‌توان در نظر گرفت که این برای شرکت، خلاف اخلاق است که منافع و حقوق دیگر افراد خارج از چارچوب شرکت (غیر سهام‌داران) را در نظر نگیرد. در عمل، اخلاق تجاری شکلی از اخلاق کاربردی به‌صورتی ملموس است که محورهای زیر را مورد مطالعه قرار می‌دهد:

۱. قواعد و اصول اخلاقی در مفهوم و دامنه‌های امور تجاری و اقتصادی

۱. Ethique des affaires/ morales des affaires: از نظر ریشه‌شناسی (étymologie)، تفاوت مفهومی میان Morale و Ethique نیست. Ethique واژه‌ای است که اصل آن یونانی است و به معنای «رفتار و عادت» است. Morale، ریشه لاتین دارد که معنای آن «آداب» می‌باشد. به مرور زمان و با تکرار استفاده از این دو واژه، در معنای واحد «اخلاق» اصلاح شده است.

2. CORNU.

۳. کانت فیلسوف آلمانی تفاوت میان حقوق و اخلاق را چنین توضیح می‌دهد که حقوق بر قواعد برگرفته از عالم خارج پایه ریزی شده است و مستقل نیست. (هیچ فردی نمی‌تواند هم‌زمان قاضی و طرف دعوی باشد). درحالی‌که قواعد رفتاری اخلاق که از اخلاق درونی سرچشمه می‌گیرد استقلال دارد (هر فردی قاضی مخصوص به خود را دارد و این صدای وجدان فردی است که نقش سانسور را ایفا می‌کند).

۲. مسائل گوناگون اخلاقی که در حوزه فعالیت‌های اقتصادی انسانی شکل می‌گیرد.^۱
۳. مجموعه تکالیف و تعهدات اشخاصی که به تجارت می‌پردازند.^۲

با این اوصاف، هر چند که ظهور گونه‌ای اخلاق، برای دکترین فرانسه قابل بحث است^۳، اما، امروزه این امر در حیطه حقوق بازرگانی و اقتصادی بدیهی شناخته می‌شود. حقوق اقتصادی برخی مفاهیم (مانند شفاف سازی)^۴ یا تکنیک‌ها (مانند ابراز ندامت)^۵ را از اخلاق وام گرفته و آن را در حوزه خود طوری پرورده است که اکنون اخلاق جایگاهی غیر قابل انکار و تردید دارد. در این مقال، مجال بسط این نکته نیست که آیا اخلاق اصولاً بایستی وارد این حیطه گردد یا خیر؟ در حالی که جریان‌ات موافق و مخالف در قبول و رد ضرورت وجودی اخلاق دلایل بسیاری ارائه کرده‌اند. تنها باید به این مساله، بار دیگر اشاره کنیم که اخلاق تاکنون، خلاف برخی زیاده‌روی‌هایی که جریان‌ات مخالف حضور آن در تجارت می‌آورند، در حوزه اقتصادی و بازرگانی

۱. اینگونه مسائل در حوزه فعالیت‌های اقتصادی انسانی به شرح زیر خواهد بود:

- ۱- مسئولیت اجتماعی شرکتها (Corporate social Responsibility: CSR)
- ۲- مسائل مربوط به حقوق و تکالیف اخلاقی میان شرکت و سهامدارنش (مسأله امانتداری اموال شرکت و رابطه با سهامداران، مسأله جرم سوء استفاده از اموال شرکت) در همین راستا قابل بررسی است.
- ۳- مسأله روابط شرکت با بسیاری از شرکتهای دیگر: مناقصات و مزایدهات عمومی، مسایل رقابتی میان شرکتهای، جاسوسی صنعتی و...
- ۴- مسائل مربوط به نحوه کارکرد و مدیریت شرکت: اداره امور شرکت (La gouvernance d'entreprise)
- ۵- پرداخت نامشروع یک حزب سیاسی و یا در انتخابات سیاسی
- ۶- استفاده ابزاری از منشورهای اخلاق در شرکتها: که به گونه‌ای برای بازاریابی است.

۲. به این بحث در بخش دوم، اخلاق تجاری کاربردی، به تفصیل می‌پردازیم.

۳. یک بحث اساسی در آموزه حقوقی فرانسه راجع به وجود اخلاق است و آن چپستانی و چگونگی حضور اخلاق می‌باشد: آیا باید سخن از اخلاق واقع‌گرایانه (Ethique Réaliste/Real Ethics) نمود و یا باید تنها به اخلاق هنجارگرا (Ethique Normative/Buisness Ethics) روی آورد. در این فرصت مجال پرداختن به آن نیست.
۴. ر.ک. امین جعفری. جایگاه شفافیت تجاری در حقوق کیفری اقتصادی در فرانسه. تازه‌های علوم جنایی. میزان، ۱۳۸۸، صص ۲۱۹-۲۳۳

۵. ر.ک. امین جعفری. ابراز پشیمانی از ارتکاب جرم اقتصادی و بازرگانی در حقوق فرانسه. مجله حقوقی دادگستری. سال هفتادویکم، شماره ۶۱. زمستان ۱۳۸۶، صص ۱۱۸-۱۰۵

موفق بوده است. ظهور چنین اخلاقی - خیر یا شر - دارای مبانی و اهدافی است (الف). علاوه بر آن، مکانیزم و کارکرد اخلاق در حوزه حقوق تجارت، قابل مطالعه است:

الف. مبانی و اهداف اخلاق تجاری:

از فردای جنگ دوم جهانی، در کشور فرانسه بسیاری از فعالیت‌های بازرگانی قانوناً به «آزادی تجارت» گرایش پیدا کردند. این آزاد سازی تجاری توسط نمایندگان مجلس فرانسه حمایت می‌شد. با این حال، ضروری بود که فعالیت‌های تجاری آزاد، حضور برخی افراد را در این حوزه که الگوی مناسبی از یک تاجر صادق و پاک دست نبودند، محدود نماید. بنابراین مجلس قوانینی را برای محدود نمودن و یا احتمالاً اخراج اشخاص ناصالح در حرفه بازرگانی تصویب نمود. این اقدامات، ابتدای یک جریان وسیع در جهت اخلاق سازی در حیطه تجاری بود. زیرا در حقیقت آزادی بی قید و شرط تجاری، نیازمند ضمانت اجرایی برای کنترل و محدود نمودن بود. این اخلاق سازی در تمام شاخه‌های حقوق بازرگانی و اقتصادی به مرور زمان به شکل قوانین خاص و در اشکال مختلف جلوه می‌کند تا بتواند تا حدودی آزادی بازرگانی را مقید سازد.

۱. مبانی اخلاق و جلوه‌های آن:

ظهور اخلاق نه تنها در برخی اصول، (که فلسفه وجودی آن وجود خود اخلاق است)، قابل مشاهده می‌باشد، بلکه در رشته‌های مختلف بازرگانی نیز قابل تأمل است: تجلی اخلاق در اصول کلی نظم اخلاقی و قاعده حقوقی در قانون مدنی فرانسه قابل توجه است. به عنوان نمونه می‌توان از اصل متقابل بودن^۱، ماده ۱۱۳۴ ق.م. فرانسه^۲، سوء استفاده از حقوق و انصاف، اصل تناسب و ... نام برد. علاوه بر موارد مذکور، اخلاق در اصول مختلف بازرگانی نیز نمود پیدا می‌کند.

۱.۱. اخلاق و شفاف سازی تجاری:

با گذشت زمان، امروزه اخلاق بازرگانی در مجموعه‌ی مفاهیمی مانند «شفاف سازی» ظهور نموده؛ عدم شفاف سازی در روابط تجاری رفتاری تردید انگیز را جلوه‌گر می‌کند. مثل معروف «هر

1. Le Principe de réciprocité

۲. این ماده مقرر می‌دارد: «قراردادهایی که بطور مشروع و قانونی تنظیم شده باشند، برای متعهدین آن در حکم قانون است. این قراردادها نمی‌توانند فسخ شود مگر با تراضی طرفین یا با یکی از خیاراتی که قانون اجازه آن را می‌دهد. این معاملات باید با حسن نیت اجرا شود».

چه مرموز است، مطنون است» در همین راستا است. همچنین است که از دو دهه پیش تا کنون، رفتار های تجاری دستخوش تغییرات زیادی گردیده است. این تغییرات که به نظر متخصصان علم اخلاق تجاری در جهت تهذیب رفتار های بازرگانی است در مجموعه مقررات مدنی، تجاری، گمرک و... به وضوح یافت می شود.

در واقع، ارائه و پخش اطلاعات به فعالیت تجاری مشروعیت می بخشد. و مگر نه این است که در اخلاق گفته می شود خود اعتراف به گناه، نیمی از بخشایش است؟

اعمال تجاری با یک عمل ساده‌ی شفاف سازی قابل دسترس برای عموم می گردد. در حقوق شرکت‌ها به عنوان مثال، انتشار فعالیت شرکت، محیط آلوده آن را ضد عفونی و پالایش کرده، به اقدامات تجاری آن مشروعیت می بخشد. همچنین است که بر اساس ماده ۸ قانون ۲۴ ژوئیه ۱۹۶۶ فرانسه، «اشخاص ثالثی که نخواهند تعهدات قبلی خود را اجرا نمایند، نمی توانند به بی نظمی حاصل از انتصاب افراد برای اداره کردن یا کنترل شرکت استناد نمایند، مادامی که این انتصاب به طور دقیق و منظمی منتشر شده باشد». بنابراین توسط این آگهی، انتصاب کلیه ارکان اجتماعی شرکت، منظم فرض می شود، هر چند که شرایط انتصاب آن به طور بیش یا کم این قابلیت را دارد که در مظان سؤال قرار گیرد. این گونه است که مفهوم شفاف سازی و علم اخلاق، دو مفهوم جدا ناپذیری که یکی بر دیگری تأثیر به سزایی دارد در حقوق تجارت تجلی می کند.

همچنین در حقوق بازرگانی، صداقت و حسن نیت، اصولی که حاصل از اصل کلی شفاف سازی هستند، در جهت تهذیب دنیای تجارت قرار می گیرند. اصل حسن نیت^۱، مفهومی که از اخلاق به حقوق راه یافته است، اکنون در حقوق خصوصی و بالاخص در حقوق قراردادهای در زمان اجرای قرارداد نقشی اساسی ایفا می نماید. این مفهوم، همچنین طرفین را ملزم می دارد که در زمان انعقاد عقد نیز دارای حسن نیت باشند زیرا عدم آن، نتایج منفی حقوقی به بار می آورد. همین گونه است که در جریان اجرای این اصل، حفظ اسرار حرفه‌ای می تواند نقش ناقض اصل حسن نیت را ایفا نماید. در این راستا، و در مورد اسرار بانکی، عدم آگاه نمودن یک ضامن به موقعیت مدیون و در خطر مالی بودن وی، توسط مؤسسه اعتباری، دلیل اصلی بطلان قرارداد ضمانت خواهد بود.^۲

در حقیقت، این حسن نیت بانکدار را نشان می دهد که به ضامن اجازه ندهد که بدون آگاهی از موقعیت مالی ضعیف و ناامید کننده مدیون، مبادرت به امضای قرارداد ضمانت بنماید.

۱. به لاتین: *la bona fides*

۲. شعبه یکم دیوان عالی کشور فرانسه. ۱۰ می ۱۹۸۹.

در مجموعه رویه قضایی فرانسه، چه در رویه دادگاه‌های مدنی و چه دادگاه‌های تجاری، توجه به اخلاق حول محور «حسن نیت»^۱ برای تقویت شفاف سازی و هر چه بیشتر آشکار نمودن نقاط تاریک تجاری و قراردادی، بیش از پیش دیده می‌شود.

در مورد صداقت^۲ در رقابت این مفهوم نیز نقشی تعیین کننده در مبانی اخلاق تجاری دارد. به همین جهت، به منظور رعایت اصل صداقت و دوری گزیدن از مخفی نمودن راز، رجوع به انتشار آگهی، غیر قابل اجتناب است. با همین طرز تفکر و در ارتباط با اصل صداقت، «سکوت تدلیسی»^۳، یعنی سکوتی که در آن طرف قرارداد معایب موضوع آن را کتمان می‌نماید، می‌تواند در حقوق تعهدات به بطلان قرارداد بینجامد. این عقد را در حقوق ایران با توجه به خیار تدلیس یا خیار عیب یا خیار غبن می‌توان فسخ نمود.

در آخر، اشاره به این نکته خالی از لطف نیست که در تجارت، هدف از پاکسازی اخلاقی، علاوه بر تنظیم قرارداد های تجاری و متساوی کردن جایگاه حقوقی مشتری و تاجر، به علت رعایت حقوق بشر و احترام به این اصول و قواعد نیز می‌باشد که در بخش دوم به توضیح بیشتر آن خواهیم پرداخت.

۱.۲. اخلاق و اعتماد سازی در روابط تجاری:

اعتماد^۴ در روابط تجاری نقشی حیاتی دارد. نیت قراردادی و انعقاد معاهدات بر پایه اعتمادسازی شکل می‌گیرد. اعتماد اگرچه در ابتدا تنها احساسی است و اصل آن، ذهنی و بر پایه قصد و نیت است، اما اعتماد پایه گذار رابطه ای اساسی میان فرد و محیط پیرامونش و باعث تعهدی اخلاقی میان خود و کسی که به آن اعتماد کرده است، می‌شود. به عبارت دیگر، اعتماد نوعی تضمین است. این تضمین چنان اهمیتی در روابط تجاری دارد که خدشه به آن، بسیار مضر خواهد بود.^۵ شاید تکیه بر اهمیت این مسأله است که قانون گذار بر آن داشت که برای اعتماد، حمایت کیفری قائل باشد. حمایت کیفری را می‌توان در جرائم کلاسیک علیه اموال و مالکیت،

1 . Le principe de bonne foi.

2 . Le principe de loyauté.

3 . La réticence dolosive.

4 . La Confiance.

۵ . ر.ک. به مقاله:

MULLER, Yvonne. La protection pénale de la relation de confiance, Observations sur le délit d'abus de confiance. Revue de science criminelle. 2006. p 80.

مانند کلاهبرداری و خیانت در امانت، دید. فراتر از آن، در بزه خیانت در اموال شرکت^۱ به طور ویژه‌ای نیز جلوه پیدا می‌کند. لذا اخلاق تجاری در اینجا به میان می‌آید تا برای توسعه بهتر تجارت، اعتمادسازی میان بازرگانان را که امری مشروع است، تضمین نماید، زیرا خیانت به چنین اعتمادی، چنانکه گفته شد خطری اجتماعی به شمار می‌آید. اخلاق تجاری در این جا انعکاسی کیفی یافته تا بهتر بتواند از این اصول حمایت کند. علاوه بر برخی اصول که ذکر آن رفت، جایگاه عملی اخلاق را در بسیاری از شاخه‌های حقوق بازرگانی و اقتصادی نباید از یاد برد؛ اخلاق در این رشته‌ها جایگاهی هنجارساز دارد:

۱.۳. اخلاق حرفه‌ای و مسائل دنیای تجاری:

اخلاق در دنیای بازرگانی در مسائل بسیاری به عنوان عنصری هنجارساز عمل می‌کند حوزه‌هایی که می‌توان از آن یاد نمود:

- اخلاق مالی و حسابداری: کلیه بزه‌هایی که مربوط به بی نظمی مالی است را شامل می‌شود.^۲
- مدیریت نیروی انسانی^۳: کلیه مسائلی که مربوط به روابط میان کارفرما و کارگر است را دربر می‌گیرد. حتی می‌توان بخشی از حقوق کار و حقوق استخدامی (در حقوق اداری) را در رابطه با این مسأله دانست. حقوق و تکالیف کارفرما نسبت به کارگر و به عکس، در همین زمینه است. حضور اخلاق در این حوزه مربوط به مقررات استخدامی خواهد بود: هرگونه تبعیض در زمینه مسائل مربوط به سن، جنس، نژاد، مسائل مذهبی، معلولیت و ... از دیدگاه اخلاق بازرگانی ممنوع است و ضمانت اجرایی برای آن در نظر گرفته شده. مسائل مربوط به نمایندگی کارمندان مانند سندیکاها، حق اعتصاب و ... همه از مسایلی است که از طریق اخلاق نهادینه گردیده است.
- در حقوق رقابتی، اقدامات علیه اصول رقابتی ممنوع است: تثبیت قیمت به هر شکل، سوء استفاده از موقعیت برتر، انحصارطلبی، به راه انداختن بازاریاب و ... از منظر اخلاق تجاری مذموم است. همچنین شرایط تبلیغات و بازار آگهی نیز خاص است که از رعایت قواعد اخلاق بازرگانی نشأت می‌گیرد.
- اخلاق مالکیت معنوی و اخلاق انفورماتیک: راجع است به باید و نبایدهای مربوط به چگونگی دسترسی و استفاده از اطلاعات، چگونگی انتقال و ...

۱. Abus de bien sociaux (ABS) توضیح بیشتر این بزه در این مقاله نمی‌گنجد و در فرصتی دیگر صورت خواهد گرفت.

۲. در این مورد به تفصیل در بخش دوم (ب) سخن خواهیم گفت.

بروز پدیده اخلاق گرایی تنها در قوانین داخلی کشورها تجلی نیافته است و می‌توان ردپای اخلاق گرایی را در اسناد بین‌المللی نیز یافت:

۲. اخلاق در اسناد بین‌المللی:

مسئله اخلاق از بعد بین‌المللی، با چند نکته همراه است: آیا در سطح بین‌المللی مجموعه‌ی اخلاق تجاری وجود دارد و یا تنها باید از یک اخلاق بازرگانی جهانی سخن گفت^۱؟
در حالی که طرح مسئله اخلاق تجاری از دهه ۱۹۷۰ شروع شد، دورنمای بین‌المللی آن تنها در سالهای ۱۹۹۰، به دنبال توسعه جهانی شدن ادامه یافت. ردپای اخلاق جهانی شده در اسناد بین‌المللی مشاهده می‌شود.

نخستین دسته از این اسناد که در حوزه معاملات تجاری می‌گنجد و در کنوانسیونهای خاص بین‌المللی (دو جانبه و چند جانبه) مورد توجه قرار گرفته، راجع به صنعت داروسازی، جریانی که به نفع تجارت منصفانه^۲ است و یا در محدوده مسائل مربوط به قیمت انتقال کالا می‌باشد. علاوه در چارچوب حقوق کیفری اقتصادی، می‌توان به چند سند مهم بین‌المللی اشاره نمود که ضمانت اجرای کیفری آن، انعکاس اخلاق است که در حقوق نمودار گردیده است.

مهمترین این اسناد، آنهایی است که علیه جرایم سازمان یافته به تصویب رسیده است و می‌توان به کنوانسیون پارامو سال ۲۰۰۰ برای مقابله با جرایم سازمان یافته^۳ و کنوانسیون بین‌المللی سازمان ملل مریدا (مکزیک) سال ۲۰۰۳ که اختصاصاً به موضوع مبارزه با فساد^۴ پرداخته است اشاره نمود. در کنوانسیون مریدا مانند کنوانسیون پارامو، ضمانت اجرای کیفری در نظر گرفته شده است.

کنوانسیون مریدا، جزو اولین اسنادی است که مبحث فساد را در سطح بین‌المللی مطرح نموده است. جدای از این که نگارش این کنوانسیون، انعکاس اخلاق تجاری در یک سند بین‌المللی است؛ خود این سند نیز به ضرورت رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط مقامات دولتی، اشاره می‌کند. علاوه بر مقدمه این کنوانسیون که در آن توجه به ارزش‌های اخلاقی به عنوان یک هدف اساسی و آرمانی

۱ . تحلیل این مساله را به فرصتی دیگر موکول می‌کنیم.

۲ . La Commerce équitable

۳ . از آنجا که جرایم سازمان یافته به طریق مستقیم و یا غیرمستقیم وارد نظام بازرگانی و اقتصادی می‌گردد، این کنوانسیون ها را در اینجا ذکر کرده ایم.

۴ . Corruption

این کنوانسیون مطرح شده، ماده هشتم که در ۶ بند تنظیم شده است، اساساً رعایت کد (مجموعه نظام) رفتاری^۱ را در دستور کار قرار داده است.

در بند نخست از ماده هشتم آن آمده است که به منظور مبارزه با فساد، هر کشور متعهد باید صداقت و مسئولیت را میان کارمندان دولتی ترغیب نماید. همچنین در بند دوم این ماده، از کشورهای عضو خواسته شده که کدهای اخلاق را در شرکتها و سازمانهای دولتی پیش بینی نمایند تا بدین وسیله عملکرد کارمندان، سالم و صادقانه، شرافتمندانه و متناسب با عملکرد دولت باشد. همچنین در بندهای پنجم و ششم این ماده سازوکار گزارش دهی منظم کارمندان در صورت مشاهده هرگونه خلاف و فساد پیش بینی شده است. نهایتاً در بند ششم از ماده هشت، الزام به ضمانت اجرای عدم رعایت مجموعه نظام رفتاری شده است. پیشنهاد به التزام به اخلاق حرفه‌ای دوباره در ماده ۱۱ این سند و این بار برای پیشگیری از فساد در دستگاه قضایی مورد تأکیدی دوباره قرار گرفته است. حتی رعایت اصول اخلاقی دستورالعمل علیه فساد در ماده ۱۲ از حوزه عمومی فراتر رفته و در شرکتهای خصوصی نیز مورد توجه این کنوانسیون قرار گرفته است.^۲

حال، باید دید که اینگونه مقررات رفتاری، چه کارکردی در نظام حقوق تجاری و بازرگانی دارد، آیا اخلاق تنها برای پیشگیری است یا کارکردهای دیگری نیز دارد؟

ب. کارکرد اخلاق تجاری در حقوق کیفری اقتصادی و تجاری:

کارکردهای اخلاقی در حوزه حقوق کیفری چندین گونه است که به ذکر دو نمونه از آن اشاره می‌کنیم:

۱. تنظیم کنندگی روابط تجاری - اقتصادی و جرم زدایی:

اخلاق، تنظیم بخش روابط تجاری است، چنان که ما از آن تحت عنوان «پلیس روابط تجاری» یاد می‌کنیم. در حقیقت، اخلاق تجاری با کارکرد پیشگیری در تخلف و بی نظمی‌ها، به تنظیم روابط تجاری می‌پردازد.

1. Code de Conduite

۲. لازم به یادآوری است که علاوه بر این دو سند، اسناد دیگری نیز هستند که اشاره به رفتار اخلاقی نموده‌اند که فرصت توسعه بیشتر آن نیست.

اگر بپذیریم که اخلاق بازرگانی مجموعه قواعدی است برای هدایت رفتارهای تجاری؛ مجموعه اصول و ارزشهای اخلاقی که حول مفاهیم بنیادین حقوق تجارت، مانند «اصل حسن نیت»، «اصل صداقت تجاری» و «اعتماد» شکل گرفته‌اند، در روابط بازرگانی برای تنظیم بخشی، غیرقابل اجتناب هستند.

علاوه بر این اصول، منابع اخلاقی که در حوزه بازرگانی تحت عناوین مجموعه مقررات (کد رفتاری^۱، منشورهای اخلاقی- رفتاری^۲، وظیفه شناسی^۳ و ... وجود دارد، منابع خصوصی حقوق در جهت پیشگیری از تخلفات و بعضاً جرایم محسوب می‌شود. محتوا و مفاد این منابع اخلاقی، با توجه به محیط بازرگانی و افرادی که باید آن را اجرا کنند، متفاوت است و ویژگی متمایزی برای تنظیم بخشی دارد. همه آنها به نوعی تنها همان حقوق و تعهدات خارجی است که به صورت ساده‌تر و خفیف‌تر ارائه می‌شود. این امر به منظور پیشگیری از جرم و تخلفات است، بدون آنکه ضمانت اجرای متناسبی برای آن در نظر گرفته شده باشد. این امر، سازوکار «خود انتظام»^۴ نامیده شود. چنین امری با ایجاد و تقویت سازوکارهای کنترلی - نظارتی درون شرکت و یا در مراودات تجاری بیشتر و محسوس‌تر خواهد شد.

نظام خودکنترلی (خود تنظیم کنندگی)، ضمانت اجرای قضایی-کیفری ندارد، بلکه (ضمانت اجرای انضباطی دارد) و تنها تعدادی قواعد رفتاری برای پیشگیری است. به همین علت است که بر خلاف سایر قواعد حقوقی که به علت ضمانت اجراهای حقوقی - کیفری به «حقوق سخت» یا حقوق قوام یافته (Hard Law) شناخته می‌شوند، این قواعد را «حقوق نرم»^۵ یا حقوق قوام نیافته (Soft Law) می‌نامند. ضمانت اجرای قواعد اخلاقی - که بعضاً برخی بر اساس فشار سازمان‌های غیردولتی (NGO) وارد شرکتهای تجاری گردیده است - تنها با حسن نیت و اراده کنشگران این حوزه صورت خواهد پذیرفت.

کارکرد خود تنظیم کنندگی نظام اقتصادی توسط اخلاق باعث می‌شود که هم‌زیستی میان نظام حقوقی و نظام اقتصادی به وجود آید، بدون آنکه این دو نظام با یکدیگر متعارض باشند و در کار هم ایجاد اختلال نمایند. چراکه در غیر این صورت، قواعد سخت و بی حد و مرز حقوقی می‌تواند دائم مانند ترمزی برای نظام بازرگانی-اقتصادی عمل کرده و از سرعت عمل آن کاهیده، رقابت را

- 1 . Code de conduite
- 2 . Charte éthiques / Charte de conduite
- 3 . Déontologie
- 4 . L'Autorégulation/ L'auto-contrôle .
- 5 . Le droit mou/ un droit flou.

بشکند و از اعتماد جلوگیری نماید. همچنین، نظام اقتصادی بی نظم، باعث بروز اشکالاتی در نظم عمومی، اقتصادی و اجتماعی خواهد شد و می‌تواند اصول و قواعد حقوقی را زیر پا نهد.

نظام خودتنظیم‌کنندگی، سازنده حقوق نرم است که به استحکام نظام حقوقی که حول محور یک حقوق سخت گرد آمده است با تنظیم بخشی پاسخ می‌دهد. لذا کارکرد اخلاق در حوزه اقتصادی سازوکار تنظیم‌کنندگی با ضمانت‌اجراهای ساده است. در همین راستا است که برای برخی نویسندگان، رعایت قواعد کلی حقوقی با توجه به قواعد رفتاری یعنی حقوق قوام و شکل نیافته (Soft Law)، گونه‌ای «قراردادی کردن حقوق کیفری» است. با توجه به این قراردادهای داخلی (منشورهای اخلاقی، قواعد رفتاری و...) است که بازیگران عرصه تجارت و صاحبان حرف مشمول ضمانت‌اجراهای کیفری نمی‌شوند.^۱

اگر چه هدف اساسی منشورهای اخلاقی و نظام‌های قواعد رفتاری، پیشگیری از هرگونه بی-نظمی و در نهایت ارتکاب بزه است و به عبارت دیگر، قواعد اخلاقی داخلی، وسیله‌ای برای اجتناب از ضمانت‌اجراهای کیفری است، با این حال، حقوق کیفری با حضور اخلاق کاملاً از صحنه بازرگانی و تجاری کنار گذاشته شده است و هنوز جایگاه خود را به عنوان «تنظیم‌کننده خارجی» روابط بازرگانی حفظ کرده است.

۲. حقوق کیفری، جرم‌انگاری و اخلاق:

نخست باید گفت کدهای اخلاقی و قواعد رفتاری داخلی شرکت‌ها در هیچ شرایطی، حقوق کیفری را از حوزه تجاری-اقتصادی خارج نمی‌کنند؛ دادگاه‌ها حتی می‌توانند به این کدهای اخلاقی و رفتاری، برای تشدید مجازات استناد نمایند. علاوه بر آن، اغلب این کدهای رفتاری، در صورت عدم مراعات قواعد اخلاقی، ضرورت مراجعه به قوانین و مراجع کیفری را گوشزد نموده و در برخی مواقع حتی آن را پیش‌بینی کرده است و یا فراتر از آن، قوانین کیفری را بطور کامل‌تر و جزئی‌تر در این مجموعه اخلاقی قرار داده است؛ که این امر برای حمایت از، به عنوان مثال، شخص صورت می‌گیرد (آزادی‌ها و شرافت و...).

ضرورت حضور حقوق کیفری در حوزه اقتصادی و تجاری با وجود کدهای اخلاقی تنها به آنچه گفتیم، (یعنی ضمانت‌اجرایی برای رعایت کدهای اخلاقی)، خلاصه نمی‌شود، بلکه حقوق کیفری در مرحله بعد، خود به تنهایی به عنوان نظم‌دهنده، عمل می‌نماید. در اینجا اخلاق، دیگر وسیله‌ای

۱. برای مطالعه بیشتر رک:

WESTER-OUISSSE, Véronique. Le droit pénal face aux codes de bonne conduite. Revue de science criminelle. 2000. p 351

ناظم بر روابط تجاری نیست، در این مرحله اخلاق، تبدیل به هدفی می‌شود تا به وسیله حقوق کیفری به آن نائل گردید.^۱

این‌که چرا در این مرحله به ضمانت اجراهای کیفری باید توسل جست، به این دلیل است که بی‌نظمی‌ها و رفتارهای نامتعارف در نظم اقتصادی آنچنان جدی است که ارزش‌های اساسی اقتصادی (مانند اصل مالکیت) را هدف قرار می‌دهد. بنابراین، در این مرحله، «قراردادی کردن حقوق کیفری» دیگر کارساز نیست و بایستی سراغ اصول کلی حقوق کیفری رفت. اینجاست که کارکرد اخلاق از وسیله‌ای برای جرم زدایی به هدفی کیفرزا تبدیل می‌شود تا بهتر بتواند نظم اقتصادی را هدایت کند. در این زمینه می‌توان جرم‌انگاری‌های سنتی حقوق کیفری تجاری که دستاویزی برای مبارزه با جرائم علیه اموال است مانند کلاهبرداری، خیانت در امانت ...، را نمونه آورد. مضاف بر آن، قانونگذار، جرایم جدید حقوق کیفری امور بازرگانی (حقوق کیفری تجاری) را نیز جرم‌انگاری کرده است. از این جمله است بزه خیانت در امانت اموال شرکت.^۲

علاوه بر حقوق کار و جرم‌انگاری‌های خاصی که در این زمینه صورت گرفته تا از ارزش‌های ویژه‌ای مانند کرامت انسانی حمایت کند، به عنوان مثال حفاظت از حریم شخصی فرد در محیط کار: جرم‌انگاری بزه به ستوه آوری جنسی^۳، عدم تبعیض و... در بخش شرکت‌های تجاری، بورس، مالی و حسابداری بزه‌های خاصی در نظر گرفته شده است:

- تحلیل‌های مالی غیر واقعی

- بزه افشاء اطلاعات نهان بورس^۴

- پاداش دهی بیش از حد و غیر واقعی مدیران کل شرکت‌ها

- فساد مالی در مفهوم عام آن که اختلاس را نیز شامل می‌گردد

باید دید اخلاق تجاری از نظر کاربردی چگونه عمل می‌نماید؟

۱. همچنین نباید از یاد برد که «کارکرد حقوق کیفری سنتی، گرایش بر نظارت هرچه بیشتر فعالیت‌های اعضای یک جامعه دارد در حالی که حقوق کیفری معاصر، علاوه بر این کارکرد سنتی، برای تضمین حمایت از خانواده، کنترل محیط کار، اداره اقتصاد و به دست گرفتن اخلاق اجتماعی نیز فراخوانده می‌شود». ر.ک. به: ژ.ب. هرزگ. اصول و روش‌های حقوق کیفری تطبیقی. ضمیمه ۲ صفحه ۱۲۸. در ژان پرادل. حقوق کیفری تطبیقی. ترجمه امین جعفری. انتشارات میزان. ۱۳۸۸.

2. ABS

3. Harcèlement sexuel.

4. Le délit d'initié.

دوم. اخلاق تجاری در عمل:

اخلاق تجاری از لحاظ نظری چنان که گفتیم، خاستگاه مشخصی دارد. در مورد سازوکارها و کارکردهای آن نیز سخن به میان رفت. اما آیا واقعاً در عمل و در حوزه تجاری به همان گونه اعمال می‌شود که از آن در کتاب‌ها و مقالات حقوقی سخن به میان می‌آید؟ در اینجا دو حوزه تخصصی را مورد مطالعه قرار خواهیم داد تا بیشتر به تأثیر اخلاق و اخلاق‌گرایی در دنیای بازرگانی فرانسه بپردازیم. لذا در ابتدا به جایگاه اخلاق در شرکتهای بازرگانی فرانسه خواهیم پرداخت (الف) و سپس خواهیم دید که اخلاق چگونه حسابرسان بازرگانی را ملزم به عملی می‌نماید که شاید در ابتدا غیراخلاقی به نظر آید (ب).

الف. شرکتهای تجاری و اخلاق:

امروزه بیش از پیش پدیده اخلاق‌گرایی در شرکتهای بزرگ تجاری مورد توجه قرار می‌گیرد. در اصل، قانون مدونی برای الزام شرکتهای بزرگ به رفتار اخلاقی وجود ندارد و این خود شرکتهای هستند که سعی می‌نمایند برخی اقدامات و رفتارها را که به نظر آنها جنبه اخلاقی دارد در دستور کار خود قرار دهند. این مورد، بیشتر به مشغول شدن ذمه شرکت تجاری بر مبنای مسئولیت مدنی در مورد مسائلی خاص مربوط است. این مسائل خاص، بیشتر حول محورهای است که دولت‌ها نیز در سیاست‌های کلان خود به آن می‌پردازند. در این مورد می‌توان به مسائل زیر به عنوان مسائلی که از دغدغه‌های شرکت تجاری می‌باشد، اشاره نماییم:

۱. محیط زیست و تعهدات شرکت مبنی بر توجه بیش از پیش به آن:

۲. حقوق کار و حقوق اطفال

۳. الزامات راجع به حقوق بشری

۴. تعهدات راجع به امنیت کارگر

۱. شرکت تجاری و کد اخلاقی:

شرکتهای بزرگ تجاری، تعهدات خود راجع به مسائل مذکور را در دفاتری که مجموعه مقررات کارکرد (صحیح) شرکت، یا کد اخلاقی نامیده می‌شود به طور مفصل تشریح می‌نمایند.

جدای از این که این برای افراد خارج از شرکت، جنبه‌ای تبلیغاتی^۱ (وتا حدی هم اعتمادزایی) دارد، کارمندان شرکت را ملزم به حسن اجرای آن می‌نماید. به همین گونه است که در حرفی که تخصصی و حساس هستند مانند پزشکی، حساسی، وکالت، بانکداری، خبرنگاری و... با کد اخلاق یا مجموعه قوانین اخلاق روبرو هستیم. در حقیقت کد اخلاقی، به گونه‌ای سیاست‌های راهبردی شرکت تجاری را به ما نشان می‌دهد و دورنما و راهبرد آن شرکت را راجع به مسائل خاص که از دغدغه‌های نه تنها شرکت، بلکه دولتی که در آن ثبت شده (و یا حتی در سطح منطقه‌ای و اروپایی است) را ارایه می‌کند. پس از شناخت کدهای اخلاقی و فلسفه وجودی آن، به ذکر یک نمونه بسنده می‌کنیم. بدین طریق درمی‌یابیم که کدهای اخلاقی پدیده‌ای انتزاعی نیستند و در عمل در دنیای تجارت به پیشبرد امور می‌پردازند.

۲. مطالعه کد اخلاقی شرکت تالس (THALES):

شرکت تالس فرانسه، که تا ۵ دسامبر ۲۰۰۰، تامسون - CSF^۲ نامیده می‌شد، شرکت عظیم الکترونیکی فرانسوی است که متخصص در هوا فضا، تجهیزات دفاعی و تکنولوژی اطلاعاتی و ارتباطی می‌باشد. این شرکت که در ۵۰ کشور حضور داشته و ۶۸ هزار کارمند دارد، پیشرو در سیستم‌های اطلاعات حساس در بازار هوا فضا، فضا، تجهیزات دفاعی و امنیتی است.^۳ این غول بازرگانی برای تنظیم مناسبات تجاری خود، از هر ظرفیتی بهره می‌برد که یکی از آنها کد اخلاقی است. شرکت تالس در سال ۲۰۰۱ کد داخلی اخلاق را تدوین نمود که در آن بهترین عملکرد اخلاقی را در نظر گرفته است. چنانچه خود شرکت اعلام می‌نماید، کد اخلاق «حاصل تلاش پیگیر اندیشه، مطالعه، تحلیل و تصویب است». این کد اخلاق که در سال ۲۰۰۷ روز آمد شد، به همه زبان‌هایی که در آن شرکت حضور دارد ترجمه شده و در اختیار کارکنان آن شرکت قرار گرفته است.

از نکات مهمی که در سال ۲۰۰۷ مدنظر قرار گرفته:

۱. تحکیم اصول اخلاقی در مورد سازندگان و محیط زیست
۲. به روزنمایی ساختار اخلاقی گروه

1. Marketing
2. Thomson-CSF

۳. منبع ویکی پدیا فرانسه. بررسی در تاریخ 25 نوامبر 2009.

۳. افزایش آگاهی کارکنان راجع به هشدار اخلاقی^۱:

در راستای تضمین این اهداف، ساختاری ویژه در شرکت تشکیل شده است.^۲ این ساختار ویژه، کمیته اخلاق و تعهدات شرکت است. این کمیته تعریف و اجرای سیاست گروه تالس را در مورد اخلاق و تعهدات شرکت به عهده می‌گیرد. همچنین در صورتی که کمیته گزارشی بر عدم رعایت قواعد اخلاق تجاری دریافت نماید، تحقیقاتی را در این زمینه به عهده خواهد گرفت. همچنین کمیته دارای ضمانت اجرای کیفری در صورت عدم رعایت کد اخلاق است.

انعکاس این مجموعه قواعد رفتاری در مجموعه‌ای است تحت عنوان «گزارش مسئولیت شرکت»، که همه فعالیت‌های صورت گرفته در چارچوب مسئولیت شرکت، را منتشر کرده و در دسترس همگان قرار داده است. برای شرکت تالس، عمل به تعهدات اخلاقی شرکت با عنوان «مسئولیت شرکت» نام برده می‌شود که میزان تعلق خاطر آن را (هرچند در ظاهر) به مجموعه قواعد رفتاری (کد اخلاق) نشان می‌دهد. این - به ظاهر - مسئولیت شرکت، در حقیقت مجموعه اقداماتی است که شرکت تالس مبتکرانه و بدون آنکه تعهد و یا فشار خارجی آن را ملزم بنماید، اتخاذ نموده و در مورد مسائل مهمی، به ویژه اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی خود را ملزم می‌نماید. این الزام خود به خود (و به صورت یک حرکت و رفتار اخلاقی) صورت می‌گیرد.

«گزارش تعهدات» برای شرکت در عمل، «انتقال مسئولیت» است. مسئولیتی که به شرکت محول گردیده و در واقع همان تعریف نمودن شرکت از استانداردها، اقدامات و قواعد ویژه است. بدین گونه که قواعد و قوانینی که در خارج از شرکت وجود داشته توسط شرکت درونی شده، تکمیل یافته و به آن جنبه عملی داده شده است و حتی در مواردی به تعریف و تعیین مصادیق و جنبه‌های آن می‌پردازد. مجموع این اقدامات مسئولیت شرکت را شامل می‌گردد. گزارش تعهدات شرکت تالس در چند حوزه احصا شده که آنها را بر می‌شماریم:

۱. هشدار اخلاقی یا *Alerte éthique* که در عمل حقی (*Droit d'alerte*) برای کارمندان و کارکنان شرکت است، اجازه گزارش هر مورد عدم رعایت قوانین و کد اخلاق را می‌دهد که می‌تواند به خودی خود مسئولیت گروه تالس را زیر سوال ببرد و وجهه و شهرت آن را به مخاطره اندازد. در این مورد، کارمند شرکت موظف است که برحسب سلسله مراتب، به مسئول اخلاقی (که در هر کشور بخشی به آن اختصاص دارد) اطلاع دهد. در این مورد فرد اطلاع دهنده بایستی مورد حمایت قرار گیرد و اقداماتی اندیشیده شده است که فرد بتواند در کمال آرامش خاطر گزارش دهد. تعهد به حمایت کارمند گزارش دهنده با قانون گذاری و قواعد جاری هر کشور، وفق داده می‌شود. این نکته را نیز نباید از خاطر برد که حق هشدار بایستی با حسن نیت صورت گرفته و مورد سوء استفاده قرار نگیرد که در غیر این صورت مسئولیت گزارش دهنده را به عهده خواهد داشت.

2. Comité d'éthique et Responsabilité d'Entreprise

۲.۱. تالس و حقوق بشر:

مقوله حقوق بشر امروزه جایگاهی ویژه در شرکت‌ها دارد. نمونه بارز از اراده شرکت‌های تجاری در احترام به قواعد حقوق بشری را می‌توان در پیمان جهانی یافت.^۱ این پیمان که ابتکار آن از سازمان ملل متحد است، سازمان‌های متعهد را ملزم می‌نماید که اقدام و عملکردهای خود را با ده اصل اساسی که به حقوق بشر، قواعد حقوق کار، محیط زیست و مبارزه با فساد وابسته است، تطبیق نمایند. این پیمان همچنین باعث تشکیل «تالار آموزش و مبادله اعمال حسنه» میان شرکت‌های متعهد شده است. این تالار^۲ برای ارتقای اقدامات و اعمال اخلاقی است که به صورت مستمر در حال فعالیت است. اعضاء این پیمان ۵۰۰۰ شرکت می‌باشد که از این تعداد، تنها ۵۲۰ شرکت فرانسوی بوده و از این نظر کشور فرانسه مقام اول را در بین کشورهای عضو دارا می‌باشد. شرکت تالس در سال ۲۰۰۳ به این پیمان می‌پیوندد و نیز - همانطور که خود ادعا می‌کند- تعهداتش را راجع به آن به خوبی اجرا نموده و حتی به‌طور منظم «گزارشات پیشرفت» در مورد پایبندی هرچه بیشتر این شرکت به اصول شرکت تالس منتشر کرده است. باتوجه به اینکه تالس شرکتی است که در کشورهای متفاوت حضور دارد، گروه تالس در عملکردش خود را ملزم نموده^۳ که به قواعد و مقررات ملی و بین‌المللی (در زمینه حقوق بشری) پایبند باشد. در عمل و مطابق آنچه که خود گروه تالس اعلام می‌نماید، احترام به اخلاق گرایی شرکت تالس در دو جنبه کلی خلاصه می‌گردد:

۱- نخستین محور شامل تقویت دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اجرایی داخلی گروه برای تضمین اجرای احسن قواعد ملی و بین‌المللی است. آنچه که در زبان انگلیسی به آن rule-based گفته می‌شود.

این نکته صحیح است که شرکت‌های تجاری ملزم به قواعد و مقررات چه داخلی و چه بین‌المللی هستند ولی به خوبی می‌دانیم که تعداد اندکی از این شرکت‌ها (تا زمانی که مجبور نباشند) به آن جامه عمل نخواهند پوشاند. هر شرکت تجاری (شخص حقوقی) مانند هر شخص حقیقی اگر قواعد و مقرراتی به ضررش باشد و یا اساساً او را متعهد و مکلف نماید، مایل به اجرای آن نیست. در صورتی که وقتی خود شخص (اینجا حقوقی) پیش قدم شود و در صدد ارتقاء قوانین و احسن اجرای آن برآید، به نظر می‌رسد، این خود اولین قدم به سمت اخلاق گرایی است.

1 . Pacte Mondial (Global Compact)- 30/01/1999
2 . Forum

۳ . که در عمل هم چاره‌ای جز این نیست!

در موضوع قواعد ملی و بین‌المللی راجع به شرکت‌های چند ملیتی و یا شرکت‌هایی که ملیت واحدی داشته ولی در چندین کشور مستقر باشند^۱، ذکر این نکته خالی از فایده نیست که برخی از آنها از مسئولیت‌های قانونی که در پیمان‌های بین‌المللی نیز از آن ذکر رفته است شانه خالی نموده، سعی می‌کنند اقدامات غیرقانونی خود را در کشورهایی که از استانداردهای قانونی پایین‌تری برخوردار هستند، اعمال نمایند. به عنوان مثال، شرکت چند ملیتی ای که از لحاظ تأمین نیروی انسانی (سن، دستمزد، ساعت کار و...) در مضیقه است، بیشترین سهل‌انگاری به طور ارادی خود را در کشورهایی که مقررات ساده انگارانه تری نسبت به این مسائل دارند، اعمال می‌نمایند تا کشورهایی مانند اتحادیه اروپا که شدت و سخت‌گیری زیادی نسبت به این مسایل اعمال می‌شود... جالب اینجاست که تعقیب حقوقی این شرکت فراملیتی اگر اقدام غیرقانونی و غیراستاندارد آن در کشور با استاندارد پایین باشد به آسانی صورت نخواهد گرفت و مشکل ساز است.

در شرکت تالس، تقویت دستورالعمل و نظارت بر حسن اجرای آن با پیگیری کمیته‌ای که زیر نظر بخش ریسک و کنترل داخلی گروه فعالیت می‌کند، صورت می‌گیرد. این کمیته به ویژه اقدامات صورت گرفته راجع به خود ارزیابی کنترل داخلی و مسائل مربوط به ریسک در شرکت تالس را با قوانین و قواعد ملی و بین‌المللی مورد تطبیق قرار می‌دهد.

۲- دومین محور اخلاق‌گرایی شرکت تالس، مربوط است به استقرار استانداردهای حرفه‌ای در حد عالی در سطح شرکت. این امر به منظور تکمیل قانون زمانی که، ساکت و نامفهوم است و یا دقیق نیست صورت می‌گیرد (که به آن Value-based می‌گویند). استقرار این هدف اخلاقی در شرکت توسط سازمانی صورت می‌پذیرد که آن نیز خود زیر مجموعه کمیته اخلاق و مسئولیت شرکت است.

در مورد دومین محور، لازم به ذکر است که اگر چه افزایش استانداردهای حرفه‌ای در هر زمینه نه تنها برای شرکت و کارکنان آن مفید است و حتی برای مصرف‌کننده می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود، به عقیده ما این کافی نیست و وظیفه اخلاقی شرکت حکم می‌نماید که از آن فراتر رود و تنها به خود و افراد درون آن (کارکنان آن) نیندیشد و وظایف اخلاقی خود را در حیطه و چهارچوب فراتر از آنچه پیرامون اوست ببیند. ذکر مثالی در این مورد به روشن‌تر شدن بحث کمک می‌نماید: شرکت فرانسوی رنو در کشور رومانی برای بهبود کیفیت و بالا بردن راندمان و سطح کار کارکنان خود تصمیم گرفت که در زمان استراحت روزانه کارگران، جیره روزانه شیر را اختصاص دهد. این امر اجرا شد و پس از مدتی مشاهده گردید که هیچ تغییر کیفی در راندمان کاری کارگران

ایجاد نشد و کیفیت کار قبل و بعد از اجرای طرح ثابت باقی ماند. در صورتی که از لحاظ علمی پیش از این ثابت شده بود که افزایش شیر در جیره غذایی کارگران، تأثیر بسیار مهمی در کیفیت و سطح تولید خواهد گذاشت. تحقیقات به عمل آمده کاشف از این شد که کارگران رومانیایی کارخانه رنو، شیری که جیره روزانه است را در کارخانه مورد استفاده قرار نمی‌دهند بلکه آن را به منازلشان می‌برند. دلیل آن نیز بسیار ساده است: کارگر زن و یا حتی مردی که می‌داند در خانه فرزندش از مصرف شیر محروم است، نمی‌تواند به خود بقبولاند که روزانه جیره‌ای شیر مصرف نماید و لذا آن را به منزل می‌برد. این مثال ساده خود بیانگر این است که شرکت تجاری که با هدف اخلاق‌گرایی سعی می‌نماید وارد عرصه اخلاق تجاری شود، باید به تمام جنبه‌های آن توجه کافی نماید.

۲.۲. محیط زیست و توسعه پایدار:

در کد اخلاق، تنها نبایستی به روابط میان انسانها در حوزه تجاری و کاری اندیشید، بلکه محیط زیست، محیط پیرامونی که در آن شرکت فعالیت می‌کند، نیز اهمیت خاصی دارد. این اهمیت روز به روز با توجه به مشکلات زیست محیطی سالهای اخیر بیشتر شده و امروزه دغدغه اصلی کشورهای دنیا شده است. بسیاری از شرکتها در دورنمای فعالیتهای خود به مسأله محیط زیست به طور خاص توجه نموده‌اند.

در مورد محیط زیست، تالس به این نکته اذعان دارد که فعالیتهای گروه اغلب آلودگی محیط زیستی کمی دارد و سیاستی را در پیش گرفته است که به حمایت و حفاظت محیط زیست بیانجامد. شرکت تالس چندین سال است که سعی در محدود نمودن آسیب‌های بهداشتی و محیط زیستی دارد و حساس نمودن و احساس وظیفه کردن کلیه کارکنان در این زمینه از اهمیت به سزایی برخوردار است.

در این زمینه، شرکت تالس، پیشاهنگ تعهدات ویژه‌ای در چارچوب سیاست محیط زیستی است. این سیاست، متعهد نمودن همه کارکنان گروه شرکت تالس بر روی یک موضوع ویژه و حساس که همان حفاظت محیط زیست با تسلط بر مخاطرات پیش روست، می‌باشد. این سیاست با سیستمی تحت عنوان «سیستم مدیریت محیط زیستی»^۱ گره خورده است. این سیستم، وظیفه تطابق مقررات و تکنیک‌های نصب وسایل و تاسیسات در کل گروه، کنترل و تسلط بر مخاطرات را بر عهده دارد و نیز دنباله روی توسعه و بهبود است. به این منظور، در ابتدا تالس قوانین و مقررات تمام کشورهایی که در آن حضور دارد راجع به حفاظت محیط زیست، گردآوری کرده و پس از آن و

1. Le Système de Management Environnemental (SME).

در مرحله دوم که مرحله کنترل و مدیریت مخاطرات زیست محیطی است شرکت تلاش می‌نماید که در مسایل حساس، تنظیمات و استقرار کارخانه‌های خود را برحسب استانداردهای ملی و بین‌المللی راجع به حقوق محیط زیست قرار داده تا آن مخاطرات را کاهش دهد. محورهایی که در حال حاضر از اهمیت فزاینده‌تری نسبت به دیگران برخوردار است عبارت است از:

۱. مسأله آزیست^۱

۲. تعویض برج‌های خنک کننده آب^۲ با سیستم‌های هوا

۳. تحقق نظارت‌هایی بر انرژی در سایت‌هایی که جمعیت‌های انسانی فراوانی دارد

۴. مدیریت و کنترل مخاطرات محیط زیستی دیگر و مخاطرات حاصل از فعالیت کارخانه‌های شرکت

همچنین برای کاهش مخاطرات سلامتی بر روی کارکنان، کارمندان و به ویژه کارگرانی که در کارخانه کار می‌کنند، سیستم‌های نظارتی خاصی که متشکل از متخصصان بهداشت است تعبیه گردیده تا بدین طریق مخاطرات سلامتی افراد در معرض خطر را کاهش دهند.^۳

۲.۲. اخلاق و تجهیزات و مهمات نظامی:

شرکت تالس که پیش از این به ساختن بمب‌ها و راکتورهای کشتار جمعی که در آن واحد خود چندین بمب کوچک را در خود جا داده بود^۴، می‌پرداخت. در گزارش تعهدات خود (مفتخرانه!)

(پشم شیشه صنعتی که خطر فراوانی برای سلامتی و تندرستی انسان دارد). 1. Amiante.

2. Les tours aéroréfrigérantes.

۳. همچنین از دیگر حوزه‌های وابسته به محیط زیست که از دغدغه‌های شرکت محسوب شده، می‌توان ذکر کرد: در حوزه «آب»، سیاست کلی در جهت استفاده بهینه و متواضعانه بوده است. در این زمینه برنامه وسیعی در سال ۲۰۰۰ برای کاهش مصرف آب در کل گروه صورت گرفته، در این مورد، تالس در سال ۲۰۰۵ به این نتیجه نائل آمده است: «کمتر از یک میلیون مترمکعب در کشور فرانسه و کمتر از دو میلیون مترمکعب در دنیا». این کاهش با برنامه ریزی دقیق در مسائلی مانند کشف نشی آب، تعویض وسایل و ابزار آلات پرمصرف و ... صورت گرفته است.

درحوزه انرژی، گاز و نفت دو انرژی وجود دارد که تالس برای کاهش مصرف آن چندین سال است تلاش می‌کند. در سال ۲۰۰۶، گروه توانسته است با سیاستهای خود ۴٪ از مصرف انرژی را کاهش دهد.

درنهایت، برای تعهد شرکت در زمینه پیشگیری از گرم شدن آب و هوا، گروه تدابیر ویژه‌ای را مدنظر قرار داده است. با تلاشهای این شرکت، صدور گاز دی اکسیدکربن (CO₂) به طور چشمگیری کاهش پیدا نموده است: در سال ۲۰۰۷ معادل ۲۷۱ هزار تن گاز تولید شده که این رقم در سال ۲۰۰۶، معادل ۲۷۸ هزار تن بوده است.

درمورد زباله‌های صنعتی نیز تعهدات شرکت قابل توجه است که برای جلوگیری از اطاله بحث از ذکر آن خودداری می‌کنیم.

4 . Arme à sous-munitions/ Bombe à sous-munitions (BASM).

اعلام می‌دارد که دیگر در کاتالوگ محصولات خود، اینگونه سلاح‌های کشتار جمعی جایگاهی ندارد. همچنین گروه، اصول مربوط به مقررات پیمان اسلو راجع به این گونه سلاح‌های کشتار جمعی را مورد بازبینی و توسعه دقیق‌تر قرار داده است.

هرچند ساخت سلاح‌های کشتار جمعی دردناک است و اراده به اینکه دیگر شرکت از این دست سلاحها نسازد، اقدامات سابق وی را زیر سوال نمی‌برد. باین حال، به عقیده ما، جای بسیار امیدواری است که یک شرکت تجاری تحت تأثیر افکار عمومی (و شاید اخلاق) دیگر چنین سلاح‌هایی را نسازد. این خود نشان می‌دهد که شرکت‌های تجاری برای تجارت باید خود را به گونه‌ای تهذیب سازند و از اصول اخلاقی دور نگردند. در این زمینه باز جالب است بدانیم که در گزارش تعهدات، این شرکت به گونه‌ای دیگر اقدامات ساخت سلاح را توجیه می‌نماید و آیا این خود ارجاع به یک وجدان تجاری نیست؟

در گزارش تعهدات آمده است: «برای اطلاع، باید بدانیم که تالس هیچ‌گاه مین‌های ضد انسان و یا سلاح‌های «جنجال برانگیز» نساخته است»^۱.

با این حال، گروه، تعریفی از سلاح‌های «جنجال برانگیز» نمی‌دهد و اینکه آیا ساخت سلاح «جنجال برانگیز» آیا هنوز امری اخلاقی به حساب می‌آید یا خیر، نکته‌ای است که در این گزارش بی‌پاسخ مانده است.

وجدان تجاری-اخلاقی تالس و تحت فشار افکار عمومی، نهایتاً وی را وادار به پاسخگویی در مورد دیگری نسبت به ساخت سلاح‌های کشتار جمعی می‌کند:

«اگر تالس در طراحی برخی موشک‌های بالستیک، در یک زیر مجموعه، مداخله می‌نماید؛ نقش وی محتاطانه در جهت ساختن مواد متشکله و سیستم‌های الکتریکی غیر اتمی است. این نیز برای یادآوری قابل اهمیت است که این وسیله دفاعی، عنصری سازنده در جهت سیاست‌های تضمین کننده امنیت و استقلال کشورهای دموکراتیک است»^۲.

لذا به نظر ما اخلاق می‌تواند حتی در تولید سلاح‌های کشتار جمعی و تجارت آن، به عنوان عامل بازدارنده عمل نماید و یا حداقل ذهن سازندگان آن را منحرف نموده و وادار به تفکر نماید که آیا اساساً تا چه حدی معاملات تجاری می‌تواند شرکت‌های بازرگانی و تجاری را به هر اقدامی امر نماید.

1. Thales, Le rapport Responsabilité d'Entreprise de Thales pour l'année 2007.

www.thalesgroup.com.p12.

2. Ibid.

در نهایت، گروه تالس مجموعه‌ای از بخشنامه‌ها و توصیه‌نامه‌های داخلی و سازمان‌های ویژه را در بطن شرکت پیش بینی و تعریف نموده است که این امر به منظور تضمین رعایت قوانین ملی و بین‌المللی در زمینه پیش‌گیری از فساد (اداری) است.^۱

پس از ارائه خلاصه‌ای از تعهدات یک شرکت تجاری در حوزه اخلاق و مصداق‌های آن در روابط بازرگانی و تجاری، اکنون زمان آن است که تأثیر اخلاق را بر روی گروه دیگری از بازیگران مراودات تجاری، مورد مطالعه قرار دهیم. در اینجا التزام به اخلاق، خود به خودی نیست بلکه، صاحب حرفه خاص، ملزم به رعایت اخلاق (در چارچوب قوانین خاص) است که در صورت ترک آن، ضمانت اجرایی انضباطی و مدنی و حتی کیفری برای آنها در نظر گرفته شده است. اما چگونه اخلاق خود به شکل یک الزام ظاهر می‌شود؟

ب. پدیده افشای جرم و اخلاق:

پیش‌تر، به اختصار در جایی دیگر گفته‌ایم که برخی صاحبان حرف خاص، در کشور فرانسه وظیفه اعلام و افشای جرم را دارند.^۲ این وظیفه در چارچوب مجموعه قوانین فرانسوی و اروپایی برای مبارزه با یک سری جرائم خاص اقتصادی است که پولشویی یکی از این جرائم است. اگرچه به عنوان مثال بانکداران، حسابرسان، وکلا و... در مجموعه قوانین اخلاقی داخلی حرفه خود^۳ ملزم به هشدار دادن به مقامات مسئول هستند و در غیر این صورت از نظر انضباطی مسئولند، اما مقنن فرانسوی فراتر از آن رفته است و این گزارش دهی یا اطلاع رسانی به مقامات مسئول را به صورت تعهدی قرار داده است که ترک فعل آن ضمانت اجرایی حتی کیفری دارد. قانون گذار باز به این مرحله اکتفا ننموده است و در شرایطی حتی ظن قوی بر بزهکار بودن فرد را ملزم به افشای جرم می‌داند. افشای جرم در این زمینه باید به صورت خودکار و منظم به سازمانی که در این زمینه اختصاص داده شده، صورت گیرد.^۴ در صورتی که جرم ارتکاب یافته باشد، صاحبان حرف باید به

۱. برای مطالعه بیشتر ر.ک: Le rapport Responsabilité d'Entreprise de Thales pour l'année 2007. www.thalesgroup.com. p.16-18

۲. ر.ک: امین جعفری. اسرار حرفه‌ای و حقوق کیفری اقتصادی و تجاری. فقه و حقوق. سال چهارم. شماره چهاردهم. صص 157-131.

3. Code d'Ethique

۴. ارائه گزارش به سازمان پردازش اطلاعات و اقدام علیه چرخش مخفیانه مال (TRANCFIN) صورت می‌گیرد.

دادستانی گزارش دهند. این گزارش و افشای جرم، بی نام است و حتی افشاکننده در شرایطی مورد نکوهش کیفری قرار نمی‌گیرد.

هر چند ساختار اولیه این طرح برای جلوگیری از جرم است (دفع شر) و اخلاقی جلوه می‌نماید، ولی ساختاری این چنینی برای دفع شر خود اخلاقی نیست. عمل افشای جرم که در راستای اصل شفافیت تجاری در حقوق کیفری صورت می‌گیرد، امروزه به نظر می‌رسد که فراتر از هدف اولیه خود پیش رفته و شاید حتی بتوان گفت دچار استحاله شده است. دادن اطلاعات بر وقوع جرم که تا دیروز یک وظیفه اخلاقی و یا فراتر از آن انضباطی نوشته شده در کد اخلاق هر حرفه بود، اکنون وظیفه‌ای به حساب می‌آید که دیگر اخلاقی صرف نیست و الزامی گشته است.^۱ لذا باید از خود سوال نماییم که آیا افشای جرم و دادن اطلاعات به صورت منظم و سیستماتیک با دنیای اخلاقی سازگار است؟

۱. سازگاری اخلاق با افشای جرم:

چگونه می‌توان از یک وکیل یا بانک‌دار که محرم اسرار مشتری خود است خواست که اطلاعات او را گزارش کند؟ در حقیقت، سازگاری میان دادن اطلاعات برای پیشگیری از جرم از یک طرف و اخلاق تجاری از طرف دیگر، موضوعی بسیار حساس و شکننده است. اگر چه گفتیم که صرف افشاء نمودن جرم، اقدامی اخلاقی و در جهت پیشگیری از جرائم اقتصادی در جامعه به حساب می‌آید، اما از طرفی دیگر، این تکلیف آگهی (یا خبرچینی) حداقل در برخورد اول «زیاد هم اخلاقی به چشم نمی‌آید». اگر افشاء نمودن جرم وسیله‌ای برای کشف جرم و در حقیقت برای اخلاقی کردن دنیای بازرگانی است، در عین حال، در همین حوزه بازرگانی، عمل غیراخلاقی و نزدیک به جاسوسی جلوه می‌کند. چگونه پس می‌توان گفت که افشای جرم در عین حال اخلاقی و غیراخلاقی است؟ این در حالی است که این گونه رفتاری که غیر اخلاقی است به عنوان یک تکلیف حرفه‌ای توسط قانونگذار معرفی شده است. اما این یک حقیقت غیر قابل انکار است که هر چند این عمل در نظر برخی افراد (بزه کاران اقتصادی) شاید غیر اخلاقی باشد اما برای دیگر افراد جامعه و خصوصاً بازار، افشای جرم، نقش تنظیم‌کنندگی دارد و کاملاً نیز اخلاقی است. افشاگر نیز در این صورت نقش اصلاح‌گر را ایفا می‌نماید.

۱. از نظر واژه شناختی نیز شاید دیگر نتوان از افشای جرم سخن گفت و باید از وظیفه جاسوسی و خبرچینی (Dénonciation – délation) صحبت نمود.

بنابراین، پیش فرض اول را می‌توان این گونه تعدیل کرد که افشای جرم، وظیفه و تکلیف و واکنش به جرم و برای جلوگیری از اقدامات غیر قانونی است و شاید برای همین باشد که افشای جرم اخلاقی و با آن سازگار است. علاوه بر آن، ذکر این نکته نیز ضروری است که زمانی می‌توان سخن از اخلاق به میان آورد که قدرت انتخاب برای فرد وجود داشته باشد. صاحب حرفه خاص مانند وکیل، بانک‌دار، حسابرس و... آزادانه تصمیم نمی‌گیرد، بلکه او ملزم به اجرای آن است، او در حقیقت مسئولیت دارد. مسئولیتی که حرفه‌ای است.

با این حال، اینگونه افشاگری باتوجه به شرایطی که گفته شد (افشاء بدون نام^۱ و اینکه افشاگری می‌تواند در قبال مبلغی پول صورت گیرد^۲...) نقاط ضعفی دارد که برای مثال خطر پیش داوری را افزایش می‌دهد و حتی در برخی شرایط به پیش فرض وجود جرم می‌انجامد.

با مطالعه کلیات افشاگری جرم، این صحیح است که این عمل با هدفی اخلاقی گرایانه صورت می‌گیرد و اینکه در کل (خلاف اقلیت بزه کار) و به صورت انتزاعی چنین عملی اخلاقی است. اما نمی‌توان این حقیقت را نیز پنهان نمود که در عمل و در عرصه رقابت تجاری، افشای جرم با شرایطی که گفتیم ساده نخواهد بود و چه بسا به عنوان مثال، شرکت بازرگانی برای از بین بردن وجهه موجه بازرگان دیگر دست به افشای بی دلیل و بی اساس جرم زند و چه بسا مورد تعقیب قرار نگیرد. چنین اقداماتی خود، غیراخلاقی است. بنابراین قانونگذار در کشور فرانسه پیش بینی های کیفری را در نظر گرفته که بی هدف و بی قاعده هر فرد اقدام به اطلاع رسانی غلط نسبت به جرمی که وجود ندارند، ننماید.

۲. اخلاقی نمودن افشای جرم:

قانونگذار برای افشای اطلاعات و جرائمی که بی پایه و اساس است مجازات‌های ویژه‌ای را نه تنها در قوانین کیفری، حتی در قوانین تجاری و مالی (با ماهیتی کیفری) در نظر گرفته است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۱. این عمل منطقی است که در جهت حفظ و حمایت از شخص افشاگر صورت می‌گیرد.
 ۲. شق دوم از ماده ۳۳۷ قانون آیین دادرسی کیفری فرانسه پیش بینی می‌کند که: «فردی که به دادن اطلاعاتش توسط قانون پاداش مالی داده شده است، می‌تواند به عنوان شاهد استماع شود به شرطی که خلاف طرفین یا مدعی العموم نباشد.»

۲.۱. افراط در افشاگری:

در برخی مواقع، افشاگر خبرچین می‌تواند قربانی سوء نیت، دروغ و بدسیرتی خویش باشد. وی در عین تعهد و تکلیفی که بر افشاگری دارد، می‌تواند مرتکب جرائمی علیه حقیقت و یا علیه شرافت افراد گردد^۱. جرائمی که خلاف واقعیت هستند؛ بزه شهادت دروغین (ماده ۱۳-۴۳۴ قانون کیفری فرانسه) و اشاعه اطلاعات غلط (ماده ۱۴-۳۲۲ ق.ک. فرانسه) از آن جمله‌اند. در مورد جرائم علیه شرافت انسانی می‌توان به افترا، توهین و نهایتاً حتی شانتاژ (حق سکوت) نیز اشاره کرد.

۲.۲. افشاگری افترا آمیز:

بزه افشاگری افترا آمیز گونه‌ی دیگری از افشاگری بی‌حد و حصر را نشان می‌دهد. ماده ۱۰-۲۲۶ قانون کیفری فرانسه مقرر می‌دارد که: «افشاگری که توسط هر وسیله صورت گیرد و علیه فرد خاصی باشد، و این افشاگری به امری باشد که برای شخص افشا شده مجازات قضایی، اداری یا انضباطی را دربرداشته باشد و اینکه فرد بداند تمام و یا قسمتی از آنچه که افشا می‌کند، موضوعیتی نداشته و صحیح نیست، زمانی که این افشاگری به یک مسئول قضایی صورت گیرد و یا پلیس اداری یا قضایی و یا یک مسئولی که توانایی تعقیب قضایی داشته و یا اینکه مسئولین سلسله مراتبی وی این اقدام را انجام دهند و یا کارفرمای فرد افشا شده تعقیب بنماید، به پنج سال زندان و به ۴۵۰۰۰ یورو جریمه نقدی محکوم خواهد شد.

غیر واقع بودن افشاگری الزاماً باید با تصمیم قضایی که قطعی گردیده باشد یا حکم برائت وی صادر شود و یا اینکه قرار عدم تعقیب به علت آنکه خلاف واقع بوده و یا اساساً آنچه که گفته شده به فرد مذکور قابل استناد نباشد، خواهد بود».

این افشاگری که حالت افترا به خود می‌گیرد هیچ‌گونه شکل خاصی نخواهد داشت. می‌تواند هم شفاهی باشد و هم کتبی، در خفا صورت گرفته باشد و یا در ملاعام که در صورت اخیر، جرم توهین نیز ارتکاب یافته محسوب می‌شود. باین حال، نباید از یاد برد که عنصر روانی به صورت سوء نیت برای شکل گیری این جرم ضروری است.

در مورد حقوق کیفری اقتصادی، هرچند که افشاگر تحت عنوان جرائم مذکور قابل تعقیب و پیگیری است، در مورد ارائه اطلاعات، تعقیب کیفری برای حالت «ظن و تردید» بسیار مشکل

۱. جرائمی که در این مورد مطرح می‌باشند بسیارند. در اینجا هدف فقط ارائه چندین نمونه به جهت بیان این مطلب است که چقدر می‌تواند افشای بی‌اساس خطرناک و مضر باشد.

است. قواعد خاصی در مجموعه قوانین دیگر در این زمینه به یاری افشاگر اقتصادی می‌پردازد و به ماده ۱۰-۲۲۶ قانون کیفری تخصیص می‌زند:

در مورد سازوکار افشاگری خودکار مظنون به برخی جرائم، همه در ماده ۸-۵۶۲ L قانون پولی و مالی فرانسه پیش بینی شده است. با مطالعه این ماده آن چه که بدیهی است این است که تنها راه حل برای شانه خالی نمودن گزارش دهنده از زیر بار مسئولیت - چه کیفری و چه حقوقی - معیار «حسن نیت» است. هرچند که قابل ذکر است که اثبات سوء نیت به نظر بسیار مشکل می‌نماید. لذا این مسأله که فرد گزارش دهنده از این مجموعه سوء استفاده کند قابل تأمل است و به نظر می‌رسد باید چاره‌ای اندیشید زیرا اینگونه گزارش دهی که برخی اوقات می‌تواند خلاف واقع باشد، مانند ترمزی خواهد بود در دنیایی که در آن، سرعت و اعتماد حرف اول را می‌زند.^۱

بنابراین، سؤال آخر در این است که آیا نظام گزارش دهی خود به یک احساس ناامنی در حوزه اقتصادی و تجاری نمی‌انجامد؟ به نظر می‌رسد اینگونه گزارش دهی، چنانکه رفت، نمی‌تواند دنیای اخلاق تجاری را تنظیم بخشد و از اهداف اولیه خود فاصله بسیار دارد.

برآمد:

اخلاق تجاری پدیده‌ای است که در دنیای تجارت وجود داشته و کارکرد آن نیز به خوبی حضور آن را در محیط بازرگانی توجیه می‌کند. با این حال حقوق کیفری صحنه را به طور کامل ترک ننموده و آنجا که ضرورت داشته بر پایه اخلاق بیشتر از پیش، در دنیای اقتصادی و بازرگانی

۱. ماده ۸-۵۶۲ L قانونی پولی و مالی فرانسه مقرر می‌دارد که: «برای مبالغ اقدامات مالی که موضوع گزارش دهی ماده ۲-۵۶۲ L می‌باشد هیچگونه تعقیب بر اساس مواد ۱۳-۲۲۶ و ۱۴-۲۲۶ نمی‌تواند علیه مدیران و کارمندان سازمان مالی یا علیه هر فرد دیگر که موظف به گزارش دهی مطابق ماده ۱-۵۶۲ L که با حسن نیت این گزارش را ترتیب داده‌اند، صورت گیرد...».

۲. بالاینحال درعمل در مواجهه با برخی جرائم، ماده ۸-۵۶۲ L قانون پولی و مالی در زمانی که گزارش با سوء نیت شده و یا مالکیت اموال غیرمشروع در فعالیت پولشویی بدست آمده باشد، نمی‌تواند اعمال شود. به همین طریق است که شعبه کیفری دیوانعالی کشور فرانسه در رأی ۳ دسامبر ۲۰۰۳ (ش ۰۲-۸۴۶۴۶)، اینگونه استدلال می‌کند که جرم پولشویی، جرمی است ارادی. لذا مرتکب آگاهی از اصلیت نامشروع اموال داشته که در اراده چرخش آن در نظام مالی نیز این امر ادامه می‌یابد. این نیت حتی زمانی که مشاور مالی-بانکدار- به گزارش دهی می‌پردازد، باز موجود است. درحقیقت اینکه تنها مشاور مالی طبق صحبت های مشتری گزارش دهد دروغ است و نشان می‌دهد که حسن نیتی از اول وجود نداشته است [زیرا وی از اصل تحصیل مال آگاه بوده است].

حضوری فعال دارد. بنابراین اخلاق، اصلی تنها جرم زدا نیست که به واسطه آن بتوان از مسوولیت در برابر بی نظمی‌ها گریخت، اخلاق خود در برخی مواقع جرم انگار است.

اینکه شرکت‌های بزرگ اکنون، چنان‌که گویی مد شده است، بر اخلاق گرایی تاکید ورزند و خود را متعهد به مسایل ویژه‌ای دانسته از یکدیگر پیشی گیرند، بسیار مهم و قابل تحسین است. اما به نظر می‌رسد که این خود به تنهایی کافی نیست و گاهی اوقات شاید این پیشی گرفتن و نمایش دادن اقدامات صورت گرفته پیش از آنکه حقیقی و صادقانه باشد، ژستی تجاری-اخلاقی است که قابل تقدیر نیست. هرچند که تا همین اندازه گرایش به تهذیب گرایی در شرکت‌های تجاری، قابل تأمل است...

افشا کردن جرم به عنوان دومین مساله اخلاق کاربردی جای تردید را هنوز باقی گذاشته است: چگونه است که عمل افشا کردن هم اخلاقی و هم غیر اخلاقی است؟ توجیهات فلسفی و پاسخ‌های کیفری هنوز ناکافی است و اقدامی قاطع‌تر لازم است تا افشاگری در اذهان اخلاقی جلوه کند.

منابع و مأخذ:

الف. فارسی:

۱. بهره‌مندبگ‌نظر، حمید، (۱۳۸۷)، رهنمودهای تقنینی جهت اجرای کنوانسیون ملل متحد برای مبارزه با فساد، دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل متحد، دفتر مطالعات حقوقی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، نسخه الکترونیکی.
۲. پیتزلانگست و دیگران، (۱۳۸۷)، برنامه‌های جهانی مبارزه با فساد، ترجمه حمید بهره‌مندبگ-نظر و امیرحسین جلالی فراهانی، دفتر مطالعات فناوری‌های نوین، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، نسخه الکترونیکی.
۳. جعفری، امین، (۱۳۸۶)، «براز پشیمانی از ارتکاب جرم اقتصادی و بازرگانی در حقوق فرانسه»، مجله حقوقی دادگستری، سال هفتادویکم، شماره ۶۲، ص ۱۱۸-۱۰۵.
۴. جعفری، امین، (۱۳۸۷) «اسرار حرفه‌ای و حقوق کیفری اقتصادی و تجاری»، فقه و حقوق، سال چهارم، شماره چهاردهم، ص ۱۵۷-۱۳۱.
۵. جعفری، امین، (۱۳۸۸)، «جایگاه شفافیت تجاری در حقوق کیفری اقتصادی در فرانسه»، تازه-های علوم جنایی، میزان، ص ۲۳۳-۲۱۹.

۶. مقامی، امیر (۱۳۸۸)، «اجرای کنوانسیون مبارزه با فساد در جریان خصوصی سازی با تاکید بر سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی»، *خبرنامه کانون وکلای دادگستری استان اصفهان*، سال چهارم، شماره ۴۰، ص ۵۶.
۷. یوسفی محله، ابراهیم، (۱۳۸۷)، «اخلاق حرفه‌ای در روابط بین وکلا»، *خبرنامه کانون وکلای دادگستری استان اصفهان*، سال دوم، شماره ۲۳، ص ۸.

ب. فرانسه:

1. BARBIERI, Jean-François. *Morale des affaires et commissaires aux comptes*. Petites affiches. 24. janvier 1996. n° 11. p 8.
2. CONTE, Philippe. *Aspect pénal des obligations de vigilance tendant à prévenir le blanchiment*. JCP. générale. n° 13. 30 Mars 2005.
3. FILALI, Osman. *Avis, directive, code de bonne conduite, recommandations, déontologie, éthique, etc. : réflexion sur la dégradation des sources privés du droit*. RTD Civ. 1995. p. 509.
4. JOBARD, Fabien. BRODEUR, Jean-Paul. *Citoyens et délateurs ; La délation peut-elle être civique ?*, Autrement. 2005.
5. MULLER, Yvonne. *La protection pénale de la relation de confiance, Observations sur le délit d'abus de confiance*. Revue de science criminelle. 2006. p 809.
6. WESTER-OUISSE, Véronique. *Le droit pénal face aux codes de bonne conduite*. Revue de science criminelle. 2000. p 351.
7. Le rapport Responsabilité d'Entreprise de Thales pour l'année 2007. HYPERLINK "<http://www.thalesgroup.com/>"www.thalesgroup.com
8. Site de Wikipedia: HYPERLINK "<http://www.wikipedia.com/>"www.wikipedia.com

ج. انگلیسی:

1. Global compact UN 1999: HYPERLINK "<http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>"<http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>
2. Corporate Social responsibility. Ex: HYPERLINK "http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility"http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility
3. Ethics/ Business ethics
4. Code of ethics : (corporate or business ethics), ethical code
5. Charter of Conduct. Ex: HYPERLINK <http://www.kline.co.jp/csr/Guideline.pdf>
<http://www.kline.co.jp/csr/Guideline.pdf>