



اخلاق حرفه‌ای و فرآیند تفکر عقلانی

## سلوک سازمانی؛ گذر از دانش هشت ضلعی

دکتر جعفر بیک‌زاد

دکتر علیرضا حسین پورسنبللی

محمد صادقی

اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرآیند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و یا اشاعه داد. اخلاق حرفه‌ای از طریق سالم‌سازی و بهینه کردن عملکرد امروز و فردای سازمان‌ها، بازار فردای آنها را تضمین می‌کند. رسالت اخلاق حرفه‌ای به منزله دانش، حل مسائل اخلاقی سازمان‌ها و تبیین تعهدات و مسئولیت‌های اخلاقی سازمان‌هاست. دانش اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر شفاف‌سازی و تبیین اعمال ضد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری در قبال آنها، تدوین کدهای اخلاقی جامع و ضابطه‌مند در سازمان را ضروری می‌نماید.

امروزه مهم‌ترین متغیر در موفقیت سازمان، اخلاق حرفه‌ای است. اصول اخلاق حرفه‌ای دارای بار و ارزش‌های والایی است که رعایت آنها در سازمان‌ها و هنجارهای اجتماعی نقش‌آفرین است و این مستلزم شناخت اولیه و اساسی از اصول مذکور است، همان‌طوری که قرآن کتابی واحد برای مسلمانان است و اخلاقی واحد را در میان پیروانش ایجاد کرده و در تمام زوایای زندگی آنها تأثیر دارد و برای آن برنامه‌ای خاص دارد، هر حرفه‌ای نیز اصول و رفتار و تعهدات خاص به خود را دارد که برگرفته از

اساسنامه آن حرفه است. حرفه‌های مختلف برحسب وظیفه و میزان حساسیتی که در ارائه خدمات به جامعه دارند دارای معیارهای اخلاقی متفاوتی است، معیارهای اخلاقی اصول مشترک خصوصیت ارزش‌ها و صلاحیت‌هایی را مشخص می‌کنند که اعضای سازمان را به هم پیوند می‌دهد (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۷).

اخلاق حرفه‌ای، تأثیر چشم‌گیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد اخلاق حرفه‌ای، بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه ریسک را

(Koehn, 2001, p. ۱). حرفه به عنوان مهارتی که، شامل تمام یا بخشی از دانش و توانایی در به‌کارگیری دانش برای عملی سودمند و ارتباط با دیگران تعریف می‌شود (Ozar, 2000, p. ۶). عام‌ترین کاربرد حرفه به معنای پیشه، شغل، کار و کسب است. مفهوم اصطلاحی حرفه از دیرباز متفاوت با کار و حتی شغل به کار می‌رود.

اخلاقیات به عنوان مجموعه‌ای از اصول، اغلب به عنوان منشوری که برای راهنمایی و هدایت استفاده می‌شوند، تعریف شده‌اند (آلن لاونتن، ۱۳۸۱). و به عبارتی اخلاقیات، به عنوان سیستمی از ارزش‌ها و باید و نبایدها که براساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص می‌گردند و عمل بد از خوب متمایز می‌شود تعریف شده است (الوانی، ۱۳۸۳). اخلاق حرفه‌ای در مفهوم‌سازی‌های اولیه به معنای اخلاق کار و مشاغل به کار می‌رفت و امروزه نیز به:

- شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه.  
- مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای.

- رشته‌ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می‌دهد. تعریف شده است

#### اخلاق حرفه‌ای دانش هشت ضلعی

اخلاق حرفه‌ای به منزله دانش: بررسی مسائل و معضلات اخلاقی در مشاغل و حرفه‌ها و به ویژه توجه به بعد سازمانی، محتاج پژوهش و تحقیق روشمند و دارای چارچوب نظری خاص و مبانی معینی است. دانش بودن اخلاق به همین معناست.

نقش کاربردی: برآوردن توقع تحلیل مسائل عینی و موردی منوط به این است که دانش اخلاق، کاربردی باشد. کاربردی بودن دانش اخلاق نیز در گرو ارائه قواعد عملیاتی و اصول راهبردی است که در شرایط عینی سازمان کارایی داشته باشند. دانش اخلاق حرفه‌ای، آموزش برای آموزش، آگاهی برای آگاهی مقبول نیست بلکه آگاهی برای اقدام و آموزش برای حل مسأله است و همین، شاخص کارایی و اثربخشی چنین برنامه آموزشی است. بنابراین اخلاق حرفه‌ای هم دارای هویت معرفتی است و هم از هویت مهارتی برخوردار است.

صبغه حرفه‌ای: دانشمندان اخلاق در گذشته به این نکته توجه کرده‌اند که در عالم حرفه، محتاج دانشی خاص هستیم تا بتواند معضلات خاص آن حرفه را پاسخگو باشد. و لذا در اخلاق سیاستمداران، اخلاق اصناف، اخلاق متعلمان و... آثار متنوعی می‌نوشتند برای اطباء و اهل صناعت آیین‌نامه‌های اخلاق حرفه‌ای تنظیم می‌کردند. امروزه مفهوم حرفه تحول بنیادی دارد و این تحول بر پیچیدگی آن افزوده است.

دانش بومی: مسائل عینی و حرفه‌ای اخلاق به مسائل فرهنگ وابسته‌اند. در زمینه‌های معین فرهنگی و اجتماعی به وجود می‌آیند و شکل می‌یابند و لذا در حل و رفع آنها



کاهش می‌دهد.

با توجه به نکات فوق؛ رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، موجب می‌شود به میزان بسیار چشم‌گیری از تنش‌های سازمانی کاسته شده و موفقیت در تحقق اثر بخش اهداف افزایش یابد و پاسخگویی سازمان نیز تقویت شود. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای، به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می‌باشد.

#### اخلاق، حرفه و اخلاقیات

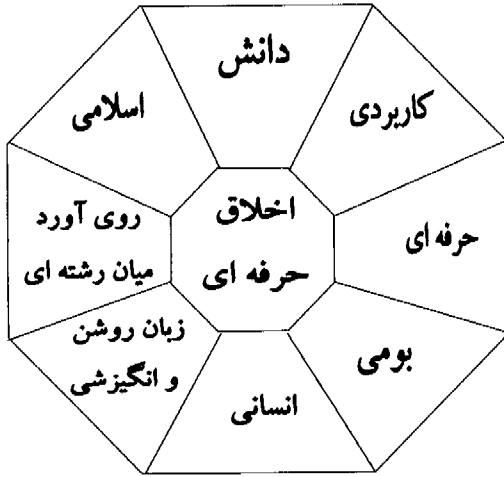
امروزه در مباحث مربوط به اخلاق، عمدتاً پنج اصطلاح رایج است:

اخلاق عملی رایج در جامعه (Morality)، علم نظری اخلاق (Ethics)، فرا اخلاق یا فلسفه علم اخلاق (Meta-ethics) که درباره باید و نبایدها است، فلسفه اخلاق (Moral philosophy) که درباره ملاک خوبی و بدی افعال، ماهیت سعادت اخلاق بحث می‌نماید، اخلاق توصیفی (Descriptive Ethics) که درباره عقاید اخلاقی جوامع از دیدگاه‌های مختلف تاریخی، روانشناسانه و جمعیت‌شناسانه و... مورد مطالعه قرار می‌گیرد (رمضانی فرانی، ۱۳۷۵، ۸۹).

حرفه اصطلاح رایجی است که دربر گیرنده ارتباط اشخاص با یکدیگر با در نظر گرفتن یک‌سری اصول و قوانین می‌باشد. به صورت تخصصی، حرفه زمینه‌ساز ارتباط کارمندان با یکدیگر در اجتماع می‌باشد

دانش اخلاق  
به دلیل هویت  
تربیتی و آموزشی  
آن نمی‌تواند زبان  
ریاضی یا فلسفی  
داشته باشد. از  
دانش اخلاق  
انتظار می‌رود از  
قدرت تأثیر بر  
همه ابعاد وجودی  
آدمی برخوردار  
باشد

دانشمندان اخلاق حرفه‌ای را در بهره‌مندی از آنها گریزی نیست (فرامرز قراملمکی، ۱۳۸۷).



منبع: احد، فرامرز قراملمکی، (۱۳۸۷)، در آمدی بر اخلاق حرفه‌ای

### تئوری تقویت اخلاقی

تئوری تقویت نیروی اخلاقی به‌عنوان یک دیدگاه اعتقادی و اجتماعی محسوب می‌شود فعالیت‌هایی که به‌عنوان اخلاق محسوب می‌شوند با جامعه در ارتباط اند و استفاده از نیروهای اخلاقی به ویژه در سازمان‌ها باعث پیشرفت و عملکرد بهتر کارکنان خواهد شد از نظر الکساندر تقویت نیروی اخلاقی به ویژه به‌کارگیری آن در ارتباطات کارمندان نسبت به همدیگر باعث موفقیت خواهد شد و معتقد است که برای تقویت نیروی اخلاقی بایستی ابزارهای ضروری را مدنظر داشت و او به این سه نکته شامل قصد و نیت‌ها، توانایی و ثبات اخلاق تاکید دارد.

الکساندر ادعا می‌کند که تقویت نیروی اخلاقی نتیجه‌ای از فرایند فرهنگی است که به صورت اجتماعی ساخته می‌شود و به‌صورت یک چارچوب اجتماعی در داخل سازمان‌ها شکل می‌گیرد از نظر او ادراک، وضعیت اجتماعی و اخلاقی به بهتر شدن نیروی اخلاق حرفه‌ای کمک می‌کند و کارمندان با بیشترین بهره‌مندی نسبت به فرهنگ اخلاق سازمانی و حرفه‌ای می‌توانند عملکرد دقیق در کار داشته باشند از نظر او راهکارهای مناسب برای تقویت نیروی اخلاقی وجود دارد که از جمله پذیرش آموزش دقیق و درست، حس مسئولیت‌پذیری و نهادینه کردن ارزش‌ها و باورهای اخلاقی، ادامه دادن به شیوه‌های اخلاقی مناسب، از دست ندادن اعتماد و خودباوری داشتن و همچنین حس رفاقت و صمیمیت با کارمندان و همکاران،

توجه به زمینه‌های یاد شده اهمیت بسزایی دارد. اگرچه انسان‌ها نیازهای مشترک و مسائل اخلاقی کم و بیش واحدی دارند اما فرهنگ، قومیت، زبان و سوابق تاریخی اجتماعی به مسائل و معضلات اخلاقی تعیین می‌دهند و این تعیین در رفع معضلات اخلاقی نقش اساسی دارد. این سخن به معنای انکار اصول جهان شمول اخلاقی نیست بلکه به معنای تأثر سخت معضلات اخلاقی از فرهنگ است.

اخلاق اسلامی: اخلاق حرفه‌ای محتاج یک نظام اخلاقی است. در جهان نظام‌های اخلاقی مختلفی وجود دارد. برخی از نظام‌های اخلاقی فارغ از دین هستند و کاملاً سکولاریستی و یا لائیک‌اند. برخی دیگر نظام‌های اخلاقی مبتنی بر وحی و تعلیم دینی‌اند. از طرفی فرهنگ وابسته بودن اخلاق حرفه‌ای اقتضاء می‌کند که نظام اخلاقی در فرهنگ اسلامی، صبغه اسلامی داشته باشد و از طرف دیگر اسلام دینی است که یکی از رسالت‌های مهم خود را اخلاق می‌داند و پیامبر اسلام (ص) می‌فرماید: (انی بعث لاتمم مکارم الاخلاق). این توقع ما از اسلام است. اگر هم در سایر دانش‌ها اسلامی بودن تصوراً و تصدیقاً محل اختلاف است اما اینکه اسلام دارای نظام اخلاقی معینی است اختلاف‌نظری وجود ندارد. برخی از دانشمندان، اخلاق را دومین معجزه پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌دانند که به لحاظ رتبه پس از قرآن و قبل از سایر معجزات قرار دارد.

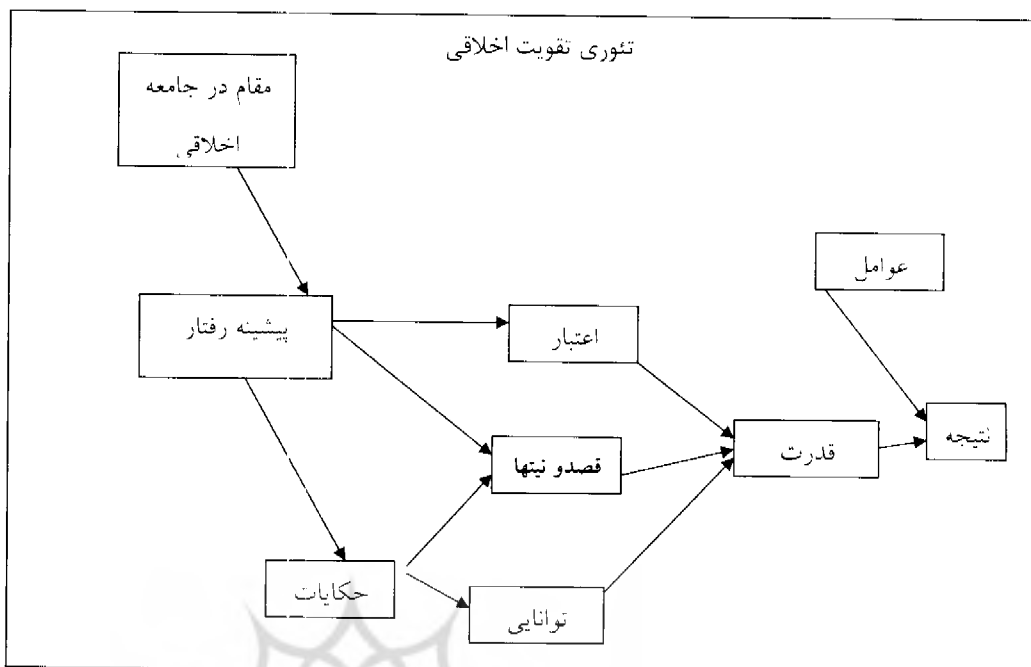
دانش انسانی: اخلاق دانش بشری است. مراد از بشری بودن در اینجا این است که توصیه‌های اخلاقی این دانش نباید با انسانیت و لوازم آن ناسازگار باشد. هیچ نظام اخلاقی نباید هویت انسانی و حرمت او را از میان بردارد. اخلاق برای بشر بوده و در هر نظام اخلاقی محور اخلاق انسانیت است. انسانی بودن اخلاق مستلزم آن است که متخصص اخلاق، انسان را بشناسد و لوازم زندگی انسانی را دریابد و تمایز بین انسان به خود رسیده و انسان از خود بیگانه را فهم کند و برای انسان سخن بگوید.

ویژگی‌های زبانی: کارایی اخلاق حرفه‌ای تا حدود زیادی مرهون زبان آن است. دانش اخلاق به دلیل هویت تربیتی و آموزشی آن نمی‌تواند زبان ریاضی یا فلسفی داشته باشد. از دانش اخلاق انتظار می‌رود از قدرت تأثیر بر همه ابعاد وجودی آدمی برخوردار باشد و مخاطب اخلاق ساحت وجودی آدمی است و چنین خطابی زبان خاصی را می‌طلبد: زبانی انگیزشی و مؤثر و زبانی روشن، صریح و دقیق.

دانش میان رشته‌ای: دانش اخلاق به عنوان یک مصرف‌کننده از دانش‌های مختلفی بهره می‌گیرد. روانشناسی نزدیک‌ترین این دانش‌هاست، اما دانش‌های مدیریت نیز مورد حاجت دانشمندان اخلاق است. شناخت فرهنگ و جامعه‌شناسی، علم تفسیر و دین پژوهشی، انسان‌شناسی با روی آوردهای مختلف فلسفی و غیره آن، دانش‌هایی‌اند که

هیچ نظام اخلاقی نباید هویت انسانی و حرمت او را از میان بردارد. اخلاق برای بشر است و در هر نظام اخلاقی محور اخلاق انسانیت است

## تئوری تقویت اخلاقی



Source: Alexander, Jeffrey, (2004), Cultural Pragmatics: Social Performance Between Ritual and Strategy, Sociological Theory, Vol. 22, N4, PP. 527-537

کم کاری می تواند  
در محیطی به  
صورت یک هنجار  
شغلی درآید، در  
حالی که کم کاری  
در هیچ نظام  
اخلاقی پسندیده  
نیست و در  
فرهنگ اسلامی  
به منزله مصداقی  
از کم فروشی  
نکوهیده شده  
است

مدیران متناسب با تصورشان از اخلاق حرفه‌ای به ترویج آن می‌پردازند. تصور ناقص یا ابزارانگارانه مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود. تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای ابعاد فراوانی دارد برخی از ابعاد زیانبار عبارتند از:

تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات، آیین‌نامه‌ها: قانون با اخلاق حرفه‌ای نسبت پیچیده‌ای دارد. غالب قانون‌ها در واقع ابتدا اخلاقیات بوده‌اند و به تدریج برای برخورداری از حمایت کبفری از اخلاق، صورت قانون به خود گرفته‌اند. اخلاق روح قانون است و ضمانت اجرایی آن، بدون قوانین و مقررات است. اما، اخلاق دامنه‌ای بسیار فراگیرتر از قانون دارد و تعهدات اخلاقی در سطح ژرفتری از مناسبات حرفه‌ای، مؤثر است. به همین دلیل تحویل اخلاق حرفه‌ای به مقررات و قانون آسیب‌زاست.

تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی خود امر اخلاقی است، اما اخلاق حرفه‌ای بسی گسترده‌تر از مسئولیت‌های حرفه‌ای فرد است. در مواضع فراوانی، بسنده کردن به شرح وظایف مواجهه حداقلی است و مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بیشتر و در مواردی همراه با فداکاری برمی‌انگیزد. مسئولیت حرفه‌ای شما را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه دوم سال بعد به تعویق بیاورد، اما مسئولیت اخلاقی به تسریع در تقسیم سود سهامداران الزام می‌کند.

راحت گرفتن برخی از مسائل و غیره را می‌توان برشمرد **تحویلی‌نگری مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها** تحویلی‌نگری نگرشی است که یک حوزه از موضوعات (مثل خواص، مفاهیم و...) در دامنه دیگر جذب یا به نفع دامنه دیگر از آن صرف‌نظر شود. به عبارت دیگر ارجاع هر پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از آن شیء به جای کنه و حقیقت آن که منطبق دانان مسلمان شکل ساده آن را مغالطه کنه و وجه می‌نامند. متخصصان سیستم‌های پیچیده در مواجهه با این معضل از آن با عنوان رهیافتی یاد کرده‌اند که سیستم را خارج از توصیف زیر سیستم‌هایی که آن را تشکیل داده‌اند، توصیف و تبیین می‌کند و ارتباط بین آنها را نادیده می‌گیرد. از آنجا که رهیافت تحویلی‌نگری تقریباً در تمام حوزه‌ها گسترش یافته است، دانشمندان حوزه‌های مختلف تعاریف گوناگون ارائه کرده‌اند: به باور آنها تحویلی‌نگری تحلیل پدیدارها یا مفاهیم به یکی از زیر مجموعه‌هایشان است.

## ابعاد تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای

تحویلی‌نگری، تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای - آثار زیانبار فراوانی دارد، به گونه‌ای که آن را از موانع عمده رشد اخلاقی در سازمان‌ها دانسته‌اند. توجه به یک اصل فراشناختی آسیب تحویلی‌نگری را آشکار می‌سازد: هرکسی متناسب با تصور خود از یک فعالیت به آن می‌پردازد. تصویری که از مقصد داریم، راه و ابزار ما را تعیین می‌کند.

تحويل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: بر هر شغلی گفتمانی حاکم است و یکی از عناصر این گفتمان هنجارها و آداب رایج در آن شغل است. به دلیل این گفتمان است که می‌توان از زبان مدیران، مشی استادان، آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها گروه وابسته‌اند و جهان‌شمول نیستند. هنجارها می‌توانند اخلاقی و ضد اخلاقی باشند. به عنوان مثال کم‌کاری می‌تواند در محیطی به صورت یک هنجار شغلی درآید، در حالی که کم‌کاری در هیچ نظام اخلاقی پسندیده نیست و در فرهنگ اسلامی به منزله مصداقی از کم‌فروشی نكوهیده شده است.

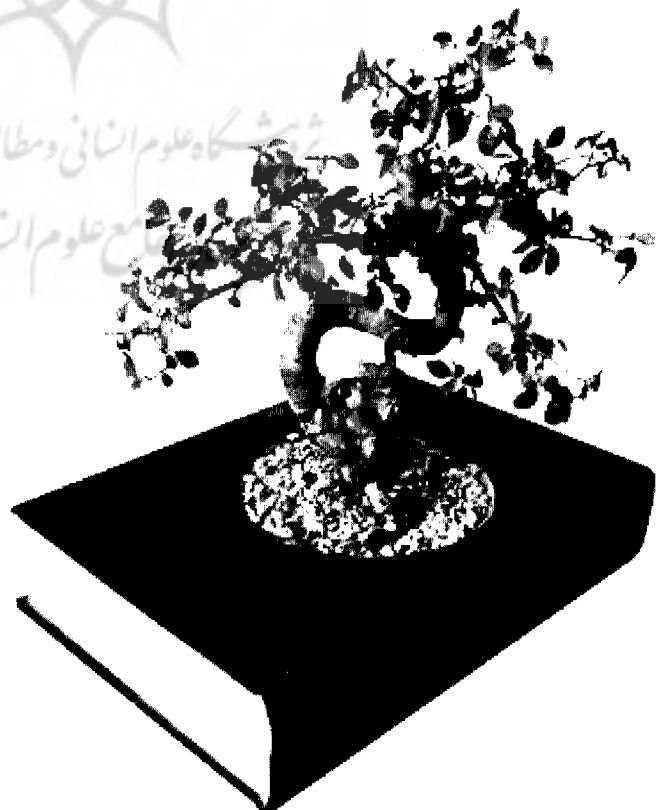
تحويل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی: اخلاق در سازمان‌ها را با دو رهیافت می‌توان مورد بحث قرار داد: رهیافت مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می‌کند. چنین رهیافتی پیشینه طولانی در سنت شرقی و غربی دارد. در منابع اخلاق و آداب حرفه‌ای غالباً با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان، اخلاق مهندسان روبرو می‌شویم. رهیافت دوم بر آن است که منابع انسانی در کنار سایر مؤلفه‌ها و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو عملکرد اخلاقی سازمان است. اگرچه سازمان از افراد تشکیل می‌شود، اما سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این

تلقی که سازمان چیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی‌نگر است. رهیافت استراتژیست‌ها به اخلاق حرفه‌ای در پی سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت استراتژیک می‌انگارد. سازمانی اخلاقی است که اهداف، وظایف، ساختار خود را به ممیزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروه‌های ذینفع، اخلاقی کند. مدیریت مسائل اخلاقی در شرکت بر اساس رهیافت اول به حوزه مدیریت منابع انسانی محول می‌شود، اما بر اساس رهیافت دوم نهاد بالادستی (اعم از شورا، کمیته، دفتر و...) زیر نظر مستقیم مدیر عامل عهده‌دار اخلاق سازمان می‌شود. نامهربانانه‌ترین واکنش به اخلاق سازمان، سپردن آن به روابط عمومی است. این سخن هرگز به معنای کم‌ارج تلقی کردن نقش روابط عمومی سازمان نیست، بلکه نقد تصویری از اخلاق حرفه‌ای است که پرداختن به آن را از وظایف روابط عمومی می‌داند. رهیافت استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای بر آن است که اخلاقی ماندن منابع انسانی در سازمان غیر اخلاقی یا محال است و یا بسی دشوار یاب. سازمانی که وظایف اخلاقی خود در قبال کارکنانش را نمی‌شناسد و به آن پای‌بند نیست، چگونه انتظار دارد که کارکنان در قبال شرکت یا مشتریان مسئولیت‌پذیر بمانند؟

تحويل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی: منشور اخلاقی سازمان متضمن مسئولیت‌های اخلاقی شرکت در قبال حقوق عناصر محیط داخلی و خارجی شرکت است. منشور همان‌گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذینفع در محیط آن است: خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال مشتریان، خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال رقبای، سهامداران، تأمین‌کنندگان، شهروندان، محیط‌زیست و... منشور اخلاقی سازمان ویژگی‌های خاصی دارد و تدوین آن محتاج روش‌شناسی معینی است. برخی از سازمان‌های اخلاقی به جای تدوین منشور چندوجهی اخلاقی به بیانیه‌هایی متضمن چند شعار کلی و اصل عام اخلاقی بسنده می‌کنند. چنین بیانیه‌هایی به صورت کالای تزئینی در می‌آیند و در مواردی مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌شوند.

تحويل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها: هر حرفه‌ای را عهدنامه‌ای است که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی پای‌بند آن می‌شوند. عهدنامه پزشکان، عهدنامه وکلا، عهدنامه حساب‌رسان و... عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقش عمده‌ای دارد، اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد. افراد را در حرفه مورد خطاب قرار می‌دهد، در حالی که منشور اخلاقی سازمان جهت‌گیری سازمانی دارد و به اخلاقی‌سازی شرکت می‌پردازد. این گمان که منشور اخلاقی سازمان چیزی جز عهدنامه اخلاقی نیست از تحویلی‌نگری رنجور است. امروزه شرکت‌ها درگیر مشاغل

**سازمانی  
که نتواند به  
اطلاع‌رسانی  
به‌موقع، دقیق،  
شفاف و کامل  
بپردازد، زمینه  
بروز بسیاری از  
معضلات اخلاقی  
را در سازمان  
پدید می‌آورد**





نامهربانانه‌ترین واکنش به اخلاق سازمان، سپردن آن به روابط عمومی است. این سخن هرگز به معنای کم‌ارج تلقی کردن نقش روابط عمومی سازمان نیست، بلکه نقد تصویری از اخلاق حرفه‌ای است که پرداختن به آن را از وظایف روابط عمومی می‌داند

کار بسیار سخت و دشوار به نظر می‌رسد ولی در واقع دارای هنجارها و ارزش‌های استاندارد و واقعی می‌باشد که به نوبه خود باعث کارایی بیشتر افراد و افزایش ظرفیت و توانایی‌شان و درست کار کردن و نگرستن به حرفه و شغل خود می‌شود.

به نظر بل آموزش اخلاقی شامل یک سری از قواعد و اصولی است که به کارمندان و مدیران سازمان داده می‌شود تا نسبت به خود و سایرین رفتار مناسبی داشته باشند و با ارباب رجوع خودشان با احترام برخورد کنند و این آموزش اخلاقی در چهار چوب دانش، عادات و رفتار و نگرش‌ها شکل می‌گیرد. آموزش اخلاقی در یک سازمان باید با این اصول و قواعد همراه باشد چرا که تنوع در آموزش اخلاقی به انجام بهتر حرفه کمک خواهد کرد. اخلاق حرفه‌ای مطابق با آموزش اخلاقی نقش مهمی در رشد و توسعه یک سازمان خواهد داشت.

از دیدگاه جامعه شناسان اجتماعی نوین در رابطه با آموزش اخلاق حرفه‌ای، افراد زمانی می‌توانند به خود کنترلی برسند که آموزش‌های مناسب و قوی به آنها داده شود. اگر آموزش‌ها مناسب فراخور آنها و سازمان نباشد و در رفتار آنها تاثیر نگذارد و این استراتژی نتواند در آنها تحولی ایجاد کند به ارتباطات آنها با سایرین لطمه وارد کرده و به کل سازمان ضرر خواهد زد و از همه مهمتر کارکنان به خود کنترلی اخلاقی نخواهند رسید. آنها آموزش را رفع‌کننده تنش اخلاقی در بین کارمندان، در بین کارمندان و مدیران فرض نموده‌اند و آموزش را به عنوان شاخصه فردی در بهتر اجراء نمودن حرفه و خود کنترلی بیان می‌کنند

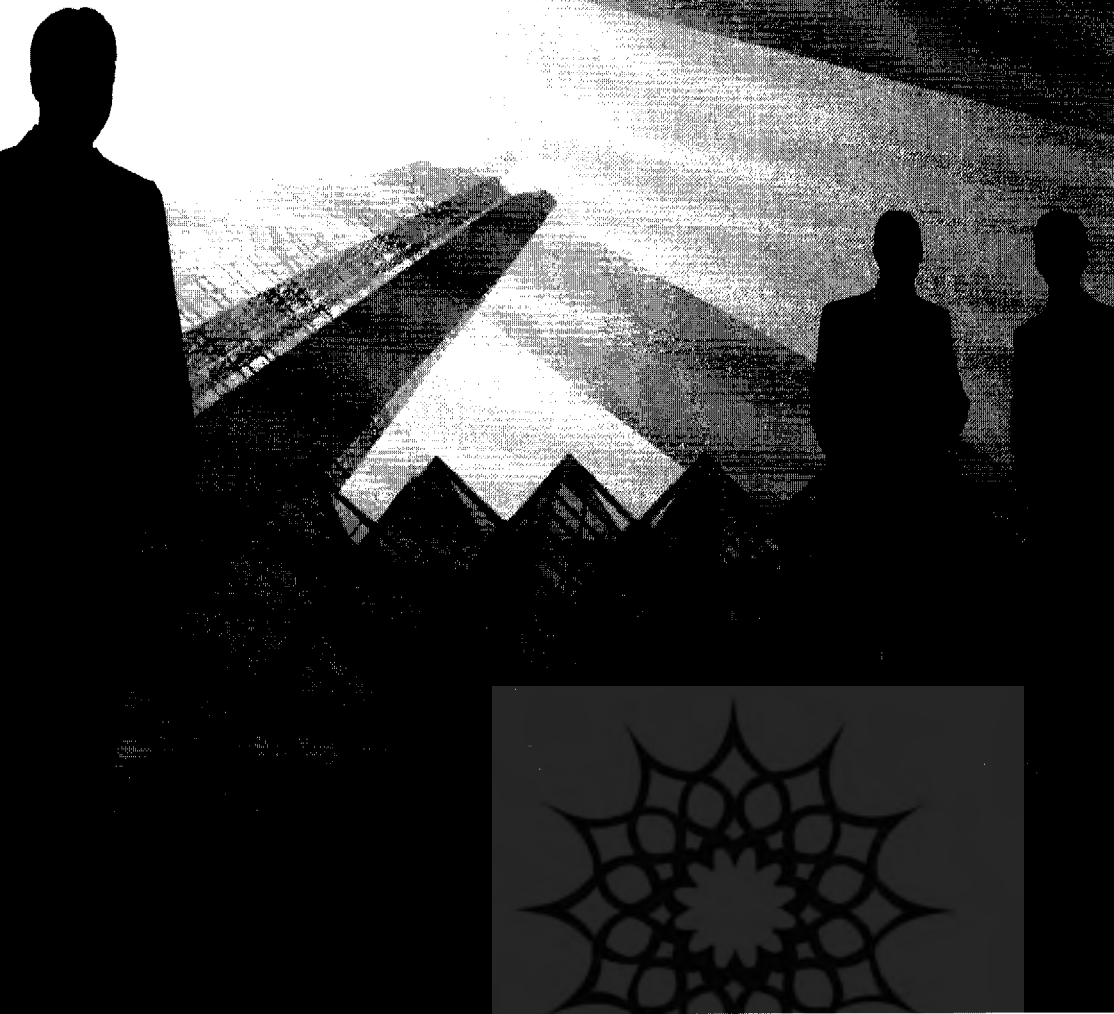
مختلفی هستند و مناسبات حرفه‌ای سازمان چندگانه است و بنابراین منشور اخلاقی سازمان بسی پیچیده‌تر از عهدنامه اخلاقی است (فرامرز قراملکی و سیاری، ۱۳۸۶).

### جو اخلاقی سازمان

جو اخلاقی سازمان مجموعه مشترک از ادراکات مربوط به رفتار صحیح و طریق برخورد با مسائل اخلاقی است این جو، آهنگ تصمیم‌گیری در تمام سطوح و شرایط را تعیین می‌کند. عوامل بسیاری در جوهای اخلاقی متفاوت سازمان‌ها ممکن است مورد توجه قرار گیرند. جو اخلاقی می‌تواند از آنچه که بیشتر افراد به درست بودنش اعتقاد دارند، حمایت کند. در بسیاری از سازمان‌ها شاید هنگام رویارویی با تصمیم‌گیری‌های مشکل، کارایی مهم‌تر از ملاحظات اجتماعی باشد. در کنار سایر جنبه‌های فرهنگ سازمانی، جو اخلاقی نیز به طور کلی تأثیر مهمی بر رفتار افراد و سازمان خواهد داشت. وقتی که شرایط محیط اخلاقی روشن و مثبت است، هرکس می‌داند که در بروز بلا تکلیفی اخلاقی اجتناب‌ناپذیر، چه باید بکند. بنابراین، افراد با اطمینان عمل می‌کنند و کاملاً مطمئن هستند که توسط مدیریت عالی و تمام سازمان حمایت خواهند شد (شرمهورن و همکاران، ۱۳۸۶).

### اخلاق حرفه‌ای و آموزش

آموزش بهترین گزینه برای کارایی بیشتر پرسنل و کارمندان بشمار می‌آید در کنار آموزش، آموزش اخلاق یک امر ضروری و واجب است. آموزش موضوعات اخلاقی



آموزش  
بهترین گزینه  
برای کارایی  
بیشتر پرسنل و  
کارمندان بشمار  
می آید در کنار  
آموزش، آموزش  
اخلاق یک امر  
ضروری و واجب  
است

می پردازد و می کوشد، دانش سازمان و افراد را در حوزه اخلاق حرفه‌ای افزایش دهد.

آموزش اخلاق در جهت تغییر و اصلاح رفتار است و این تغییر مستلزم فعلیت یافتن مهارت‌های رفتاری است برنامه‌های آموزشی باید موجب افزایش توانایی فرد در زمینه رفتار اخلاقی در شرایط مختلف شوند (فرامرزی قراملکی و نوچه فلاح، ۱۳۸۶).

در زمینه برنامه‌های آموزش اخلاقی و توسعه اخلاقی در سازمان‌ها، ادارات و... صاحب‌نظری بنام کالبرگ تحقیقات زیادی انجام داده است با بررسی‌های انجام شده توسط او می‌توان دریافت که توسعه اخلاقی و برنامه آموزشی اخلاق، افراد را توانمند می‌سازد تا در تصمیم‌گیری‌ها و قضاوت‌ها و در آموزش بتواند خوب و درست عمل کند. او در دیدگاهش بیان می‌کند که پیشرفت یا پیشروی به سمت توسعه اخلاقی باعث تعامل و شناخت بهتر افراد نسبت به یکدیگر می‌شود. براساس دیدگاه وی اخلاق فقط در یک ساختار اجتماعی نیست بلکه حیطه‌های وسیعی را در بر می‌گیرد. تجارب شخصی نقش بسیار زیادی در تکامل افراد ایفاء می‌نماید از طریق تبادل این تجربه است که فرد فرصتی برای دریافت دیدگاه‌های سایرین به‌دست آورده و جهت‌گیری‌های اخلاقی را به

و عقیده بر این است که آموزش یک‌سری از روش‌های آگاهانه را به آنها می‌فهماند و به آنها آزادی عمل می‌دهد تا درست فکر کنند و درست برخورد کردن را یاد بگیرند، تنش‌ها را دور کنند و روابط با سایرین را مستحکم تر و به حرفه‌شان اهمیت بیشتری قائل شوند تا درست اندیشیدن و راه درست از اشتباه را تشخیص و به خود و دیگران اعتماد داشته باشند.

آموزش اخلاق، برنامه‌ای در جهت تغییر رفتار اخلاقی منابع انسانی و نیز برنامه بهینه‌سازی عملکرد اخلاقی سازمان در رویارویی با محیط داخلی و خارجی آن است. بر این اساس، آموزش اخلاق در سازمان، برنامه‌ای برای بیرون آمدن از وضعیت فعلی اخلاقی سازمان و منابع انسانی به وضعیت مطلوب است وضعیت مطلوب اخلاقی را دانش اخلاق حرفه‌ای ترسیم می‌کند. سازمان و منابع انسانی نیازمند چنین دانشی‌اند تا اخلاقی بودن عملکرد خود را ممیزی کنند بنابراین، یکی از عوامل عملکرد غیراخلاقی، نشناختن وظیفه اخلاقی و عدم بازشناسی رفتار اخلاقی از رفتار غیراخلاقی است. در مواضع فراوانی، مدیر دغدغه اخلاقی دارد، اما در تشخیص وظیفه اخلاقی ناتوان است. این ناتوانی در فقدان دانش ریشه دارد. آموزش اخلاق در گام نخست به رفع این نقصان

نحوه عملکرد سازمان، سؤالاتی را مطرح کرده و پاسخ آنها را دریافت نمایند. همه این موارد در گرو وجود یک نظام جامع اطلاع‌رسانی در سازمان می‌باشد.

اطلاع‌یابی حق همه عناصر محیط است و اطلاع‌رسانی وظیفه اخلاقی سازمان؛ فقدان نظام اطلاع‌رسانی از موانع بازدارنده رشد اخلاقی در سازمان به شمار می‌رود. سازمانی که نتواند به اطلاع‌رسانی به موقع، دقیق، شفاف و کامل بپردازد، زمینه بروز بسیاری از معضلات اخلاقی را در سازمان پدید می‌آورد. ظلم، تبعیض یا دست کم بروز احساس بی‌عدالتی، زیرآب‌زنی، بدگمانی و امثال آن‌ها در چنین بستری رشد می‌کنند.

سازمان از سوی دیگر محتاج کسب اطلاع دقیق از نیازها و دیدگاه‌های محیط انسانی خود، اعم از کارکنان، مشتریان، تأمین‌کنندگان و مانند آنهاست. هرگونه آسیبی در اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی می‌تواند زمینه‌ساز بروز آفات اخلاقی شود؛ چه آن‌جا که مدیر، پیام کارکنان خود را درک نکند، چه آن‌جا که کارکنان، پیام یکدیگر را نفهمند، و حتی چه آن‌جا که کارکنان، پیام یکدیگر را نفهمند، شبکه ارتباطی سازمان مختل می‌شود. زمینه بروز بسیاری از رفتارهای غیر اخلاقی فراهم می‌آید سازمان برای دستیابی به فرایندهای کارآمد و اثربخش، در دو حوزه اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی، نیازمند نظام جامعی است که ارتباط کلامی مؤثر را پدید آورد. از سوی دیگر، سازمان باید مهارت‌های ارتباط گفتاری (پیام‌رسانی و پیام‌گیری) مدیران و کارکنان خود را تقویت کند. مهارت‌های ارتباط گفتاری را نباید با الگوهای رفتاری ارتباطی در آمیخت. هر چند الگوی رفتار ارتباطی شایسته (فاطمیت)، یکی از ملزومات مهارت ارتباط گفتاری است، اما این دو مفهوم واحد نیستند.

اخلاق حرفه‌ای به عنوان دانشی که رسالت آن حل مسائل اخلاقی و تبیین تعهدات و پذیرش مسئولیت اخلاقی سازمان‌ها است مطرح است. و پذیرش آن، شامل ارزش‌های که به صورت نظام‌نامه یا منشور اخلاقی سازمان نمودار می‌شوند دارای الویت بیشتری بوده و کارکنان و مدیران می‌بایست از آن پیروی کنند تا موجبات موفقیت و پیشرفت سازمان حاصل گردد.

ایجاد نظام‌نامه اخلاقی که شامل دستورالعمل‌های مدون درباره چگونگی رفتار... و همچنین حمایت مدیریت عالی و آموزش مستمر این ضوابط برای کارکنان برای بهبود جو سازمانی که منجر به کسب اطلاع دقیق از نیازها و دیدگاه‌های محیط انسانی خود خواهد بود در گسترش این دانش مفید می‌باشد.

استفاده از این دانش در سازمان‌ها باعث پیشرفت و عملکرد بهتر کارکنان خواهد شد و رعایت آن در سازمان‌ها و هنجارهای اجتماعی نقش‌آفرین خواهد بود.

سمت یک درون‌گرایی کامل وسعت و سوق می‌دهد. پیشینه اخلاق و آموزش در اصل به سه دهه پیش برمی‌گردد که گروهی از صاحب نظران معتقدند که انسان‌ها در اثر تعاملات اجتماعی و آموزش درست اخلاقی می‌توانند در شغل و حرفه خود موفقیت را کسب کنند و آن را به دیگران نیز انتقال دهند. برخی دیگر از صاحب‌نظران بر این باورند که اخلاق حرفه‌ای در فرهنگ سازمانی باید با آموزش درست همراه باشد.

با آموزش ارزش‌ها و هنجارها معلومات و تجربیات شخصی افراد افزایش می‌یابد. با وجود این تمام این تجربیات توسط فرد درونی می‌شوند و به او کمک می‌کنند تا خوب و بد را بشناسد و درست و غلط را تشخیص دهد. با این ارزش‌ها افراد می‌توانند خودشان را ارزیابی کنند و تمام چیزهایی را که در اطرافشان هست را مورد سنجش قرار دهند. براساس همین سیستم ارزش‌ها اشخاص می‌توانند خودشان را در مقایسه با دیگران تشخیص و تمیز نمایند. به عبارتی با دیدن آموزش ارزش‌ها و هنجارها افراد می‌توانند توانایی‌های شان، قدرت و ابتکارانشان را در انجام امور درست و بدون اشتباه ارزیابی کرده و خود را با دیگران مقایسه کنند که در چه حدی هستند.

### اخلاق حرفه‌ای و نظام اطلاع‌رسانی

اطلاع‌رسانی در زمینه ارزش‌های اخلاقی به نوبه خود نقش آموزش را ایفاء کرده و در شکل‌گیری رفتار اجتماعی و طرز برخورد افراد با همدیگر و همچنین کارمندان نسبت به مسئولین خود و یا نسبت به ارباب رجوع نقش بسزایی دارند. بعضی از قوانین و نگرش‌های اخلاقی در حیطه اطلاع‌رسانی می‌توانند به صورت مکتوب مثل تصویب و ارائه قوانین در اختیار عموم گذاشته شود و بعضی دیگر نیز در سطح جامع و وسیع‌تری از جمله اینترنت و غیره باشد. در بعد اطلاعات و جمع‌آوری آن بایستی کار کارشناسی قبل از اطلاع‌رسانی صورت گیرد. تجربه نشان داده است که اطلاعات نادرست ناهنجاری‌های اخلاقی زیادی را در جامعه مخصوصاً ارگان‌ها و سازمان‌های اداری، دولتی و یا حتی خصوصی در بر دارد. اطلاعاتی که در زمینه اخلاقی به افراد داده می‌شود باید به صورت دقیق و مناسب باشد.

مسئولیت‌پذیری یکی از موارد اساسی و مهم در اخلاق حرفه‌ای می‌باشد. در یک ساختار سازمانی از کارگران عادی تا مدیر ارشد سازمان، همگی بایستی در مسئولیت‌پذیری یکسان عمل کنند. هر فردی در سازمان نقش متفاوت از دیگران دارد، اما باید مسئولیت خود را با دیگران تسهیم کند تا سازمان به موفقیت برسد. بازتاب مثبت و منفی عملکرد سازمان باید در تمامی جهات در گردش باشد. کارگران و کارمندان می‌توانند دیدگاه‌ها و نظرات جدید خود را به مدیران ارائه کنند و مدیران نیز از آنان درباره

آموزش اخلاق،  
برنامه‌ای در  
جهت تغییر رفتار  
اخلاقی منابع  
انسانی و نیز  
برنامه بهینه‌سازی  
عملکرد اخلاقی  
سازمان در  
رویارویی با محیط  
داخلی و خارجی  
آن است