

بسمه تعالی

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تبریز

اخلاق حرفه‌ای در سازمان

جزوه آموزشی ضمن خدمت

۱۳۹۸

برای تکمیل مبحث لازم است مقاله اخلاق حرفه‌ای؛ ضرورتی برای سازمان نوشته علی نقی امیری، محمد همتی، مهدی مبینی، که در نشریه معرفت اخلاقی ۴/پاییز ۸۹ به چاپ رسیده است نیز مطالعه شود. این مقاله به پیوست این محتوای آموزشی آورده شده است و سوالات نهایی شامل این مباحث نیز می‌گردد. همچنین دو کتاب ارزشمند استاد ارجمند دکتر احد فرامرز قراملکی تحت عناوین درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای و اخلاق سازمانی برای مطالعه بیشتر همکاران توصیه می‌گردد.

گردآوری: دکتر مهران سیف فرشد

فهرست

| | |
|----|--------------------------------------|
| ۳ | مقدمه : |
| ۴ | هدف اخلاق چیست؟ |
| ۴ | مفهوم اخلاق حرفه ای و اخلاق سازمانی: |
| ۶ | چرا اخلاق سازمانی مهم است؟: |
| ۶ | ویژگیهای رفتار اخلاقی و حرفه ای : |
| ۸ | منظور از کد اخلاق چیست؟ |
| ۹ | صداقت و شرافت حرفه‌ای و مصادیق آن: |
| ۱۲ | سوء رفتار حرفه ای |
| ۱۳ | نتیجه‌گیری |
| ۱۴ | منابع: |
| ۱۴ | مقاله پیوست: |

مقدمه :

اخلاقیات (Ethics) شامل معیارهای رفتاری است که انتظار می رود توسط یک شخص یا گروه مورد نظر عمل شود. اخلاقیات حرفه ای نیز مواردی از این معیارها هستند که در مورد یک حرفه خاص کاربرد دارد و بر اساس دانش، مهارتها و وظایف اختصاصی مربوط به افراد آن حرفه متفاوت خواهد بود. یکی از مشهورترین نمونه های اخلاق حرفه ای، سوگندنامه بقراط است که در آن پزشکان سوگند یاد می کنند تا به کسانی که معالجه می کنند، آسیب نرسانند. در حالی که این یک معیار اخلاقی مطلوب برای همه است، اما بطور ویژه برای افرادی که در حرفه پزشکی فعالیت می کنند، اعمال می شود. به همین دلیل است که برای بسیاری از حرفه های مختلف، معیارهای اخلاقی متفاوتی ممکن است وجود داشته باشد. وجود معیارهای اخلاقی در یک سازمان شرایط لازم را برای کارکنان و اعضای سازمان فراهم می آورد تا با تعهد به اصول و ارزش های حاکم بر سازمان و همچنین جامعه، اعتماد جامعه و ذینفعان را به دست آورند. تعهد عملی به ارزش هایی چون صداقت و شرافتمندی، انصاف و عدالت، احترام به حقوق همه ذینفعان و مسئولیت پذیری نه تنها خود سبب ارتقای جایگاه سازمان و کارکنان می گردد بلکه شکل گیری اعتماد عمومی به سازمان و حرفه را نیز فراهم می آورند. رعایت اخلاق حرفه ای در سازمان ها و نهادهای سلامت به سبب گستردگی وظایف و همچنین فراگیری خدمات آنها برای غالب جمعیت کشور ضرورتی بیشتر دارد چرا که کم اعتمادی و بی اعتمادی به این قبیل سازمان ها، میزان پوشش خدمات را به شدت تحت تاثیر قرار می دهد. این نوشتار به صورت اختصار به جنبه های مهم اخلاق حرفه ای در دانشگاه های علوم پزشکی و زیرمجموعه های آن می پردازد و برای شاغلین حوزه های بهداشتی، درمانی و همچنین آموزشی و پژوهشی و حتی مدیریتی قابل استفاده است.

هدف اخلاق چیست؟

هدف اخلاق تعریف رفتار قابل قبول یا پسندیده انسان از طریق شناخت انواع اعمال، پیامدها و محدودیت‌های رفتار و همچنین پذیرش آنهاست. اخلاق به عنوان یک فلسفه اخلاقی یا معیار اخلاقی برای رفتار تعریف می‌شود که توسط شخص یا گروهی از افراد صورت می‌گیرد. اخلاق در عبارت کلی ویژگی‌های درونی انسان است که خود را به شکل رفتار نشان می‌دهند. این ویژگی‌ها اعم از خوب و بد است اما رفتار اخلاقی، رفتاری تلقی می‌گردد که مطابق با ارزش‌های والای انسانی در جنبه‌های مختلف زندگی انسان باشد.

واژه‌های Moral و Ethics در فارسی تحت عنوان اخلاق ترجمه شده اند که در مفهوم اصلی خود با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند. Moral آن بخشی از اخلاق است که در رفتار افراد بروز می‌کند، در حالی که Ethics، علم اخلاق است و به بررسی رفتارهای پسندیده و ناپسند می‌پردازد.

اخلاق مجموعه‌ای از اصول است که به ما کمک می‌کند تا درست را از اشتباه، خوب را از بد تشخیص دهیم. اخلاق می‌تواند راهنمای واقعی و عملی در زندگی فردی، اجتماعی یا حرفه‌ای ما باشد. اخلاق در مورد همه انتخابهایی است که ما انجام می‌دهیم. در جایی که فشار از جانب شخص یا گروهی ممکن است تعهد ما برای انجام درست کار تهدید کند.

مفهوم اخلاق حرفه‌ای و اخلاق سازمانی:

اخلاق کاربردی شاخه‌های متعددی دارد که یکی از مهمترین آنها اخلاق حرفه‌ای است. مشاغل که خود را به جامعه به صورت خدمتگزار و برآورنده بخشی از خدمات اساسی اجتماعی معرفی می‌کنند، حرفه^۱ نام دارند. عمدتاً وظایف حرفه‌مندان بر اساس قرارداد اجتماعی است و مبتنی بر اعتماد عمومی است. حرفه‌ها دسته‌ای از مشاغل تخصصی هستند که طبق یک قرار داد اجتماعی خود را به عنوان ارائه دهندگان خدمت ارزنده اجتماعی معرفی می‌کنند و رعایت و عملکرد حرفه‌ای خود را بشکل سوگند یا الزامات حرفه‌ای متعهد می‌شوند. مردم به اهل چنین حرفه‌ایی به چشم انسانهای والا و بسیار با ارزش می‌نگرند و برای آنها جایگاه ویژه قایل می‌شوند. حرفه‌ای بودن یک خصوصیت ذاتی یا حق موروثی نیست بلکه امتیازی است که جامعه اعطا می‌کند و ابقاء این امتیاز بستگی به باور جامعه به

¹ profession

قابل اعتماد بودن اعضاء آن حرفه دارد و برای قابل اعتماد بودن، شاغلین حرف باید به تعهدات حرفه خود پای بند باشند. این پایبندی به تعهدات، تحت عنوان تعهد حرفه‌ای یا رفتار حرفه‌ای^۲ شناخته می‌شوند.

پروشنالیزم مفهوم جدیدی نیست و در تمام طول تاریخ وجود داشته است. آنچه رابطه شاغلین حرف و جامعه را مؤثر می‌سازد اعتماد جامعه به ارائه دهندگان خدمات اجتماعی است. جامعه به سیستم خدمات سلامت این حق را داده است تا آنچه را در مورد ارائه خدمات سلامتی به بیماران و جامعه صلاح می‌دانند تصمیم‌گیری و اجرا نمایند و صحت عملکرد اعضاء خود و فرایندهای سیستم سلامت را ارزیابی کنند. بالطبع در قبال اعطای این حق، از این حرفه انتظار دارد که تامین منافع جامعه را بر تمام اهداف خود مقدم داشته و با آموزش و نظارت بر عملکرد حرفه‌ای اعضاء خود کیفیت خدمات را تضمین نماید. بنابراین سیستم سلامت و نیز تک تک اعضای حرف سلامت خود را متعهد می‌دانند که تصمیمات و اقدامات‌شان در خدمت سلامت بیماران و جامعه باشد و منافع آنان را بر منافع خود ترجیح دهند.

پروشنالیزم تعهد به انجام مسئولیت‌های حرفه‌ای، پایبندی به اصول اخلاقی است و استفاده همیشگی و آگاهانه از ارتباطات، دانش، مهارت‌های فنی، استدلال بالینی، احساسات و ارزش‌ها است و در اعمال روزانه به خاطر خدمت به منافع فرد و جامعه بازتاب دارد. حرفه‌ای بودن معمولاً به عنوان سلوک، رفتار یا خصوصیتی تعریف می‌شود که یک حرفه را توصیف می‌کند و اخلاق حرفه‌ای، معیارهای رفتاری است که توسط شاغلین یک حرفه تنظیم می‌شوند.

اخلاق حرفه‌ای شاخه‌ای از اخلاق کاربردی است که تکالیف یک حرفه و مسائل اخلاقی آن را به طور دقیق مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین اخلاق حرفه‌ای شناخت اعمال و رفتار درست از نادرست در محیط سازمانی است و سپس انجام درست کار درست است.

اخلاق به عنوان یک فلسفه اخلاقی یا معیار اخلاقی تعریف می‌شود که توسط شخص یا گروهی از افراد صورت می‌گیرد. اخلاق حرفه‌ای، معیارهای رفتاری است که توسط شاغلین یک حرفه تنظیم می‌شوند و شامل اصول حاکم بر رفتار فرد یا گروه در یک محیط حرفه‌ای یا کاری است. اخلاق حرفه

² professionalism or Professional behavior

ای مانند ارزش‌ها، قواعدی را در مورد چگونگی رفتار یک شخص نسبت به افراد و نهادهای دیگر در چنین محیط‌هایی را فراهم می‌کند. اخلاق حرفه‌ای به عنوان قواعد فردی یا سازمانی تعریف می‌شود که رفتار را در چارچوب یک حرفه خاص حاکم می‌کند.

اعتماد جامعه به سازمان مهمترین سرمایه یک نهاد است و سازمان‌ها برای افزایش میزان اعتماد جامعه تلاش می‌کنند و کاهش اعتماد مردم و جامعه و حتی شاغلین سازمان، آسیب جدی برای همه ذینفعان به دنبال خواهد داشت. اعتماد آفرینی نیاز مبرم سازمان‌هایی است که خدمات اجتماعی ارائه می‌دهند و هدف خود را موفقیت دائمی سازمان خود قرار داده‌اند و هرچقدر اعتماد بین ذینفعان و سازمان بیشتر باشد نتایج حاصل از خدمات نیز بیشتر خواهد بود و پر واضح است که رفتارهای مطلوب و اخلاقی مهمترین نقش را در ایجاد حس اعتماد به دنبال دارند. معیارهای اخلاقی اصول راهنمایی هستند که به اعضای یک سازمان کمک می‌کنند تا نقش‌های خود را به روشنی و وضوح کامل ایفاء نمایند. بنابراین اخلاق حرفه‌ای بخش مهمی از اخلاق سازمانی است که به ارتقای جایگاه یک سازمان کمک می‌کند.

چرا اخلاق سازمانی مهم است؟:

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان چه از جانب کارکنان و چه از جانب مدیران تعهد به مسئولیت‌های حرفه‌ای است و تعهد به مسئولیت‌های حرفه‌ای موضوعی جز رعایت حقوق مردم، جامعه و همه ذینفعان نیست. توجه به ارزش‌های اخلاقی و انجام دقیق و شفاف مسئولیت‌های حرفه‌ای، افزایش اعتماد عمومی به سازمان را به دنبال خواهد داشت و این اعتماد آفرینی به موفقیت سازمان و دستیابی به اهداف منجر خواهد شد.

ویژگیهای رفتار اخلاقی و حرفه‌ای :

اخلاق و رفتار خوب و پسندیده نیازی اساسی برای هر حرفه است. و نقش اساسی در موفقیت حرفه دارد. اخلاقیات (ethics) سیستمی از اصول اخلاقی است که رفتار مناسب فرد یا گروه را هدایت می‌کند. رفتار نیک و مطلوب با اصول رفتار اخلاقی صحیح سازگار است.

اخلاق حرفه ای نگران رفتار اخلاقی و استانداردهای حاکم بر حرفه و اعضای آن است. اخلاق حرفه ای به شاغل حرفه در تصمیم گیری، در کنترل فشار کار، کنترل وظایف و شناسایی خطراتی که یک شاغل حرفه ای با آنها مواجهه پیدا می کند، صداقت در کار و بسیاری موارد دیگر کمک می کند.

عمل به روش هایی سازگار با آنچه که جامعه و افراد معمولاً فکر می کنند ارزش های خوبی هستند و گرایش به رفتار اخلاقی برای حرفه مطلوب است و شامل احترام به اصول و ارزش های اخلاقی کلیدی مانند صداقت، انصاف، عدالت، کرامت، تنوع و حقوق فردی است.

اخلاق و رفتار خوب، نوعی داد و ستد مطلوب است هر چند ممکن است به درآمد و سود سرشار و آنی منجر نشود، اما با ایجاد حس خوب درباره یک حرفه یا سازمان، شرایط مناسبی برای رشد و توسعه فراهم می کند.

یک سازمان یا یک حرفه تلاش می کند تا ضمن بهره مندی از کارکنان سازمان یا اعضای حرفه در ایجاد صلاحیت و شایستگی های بیشتر، به دنبال اهداف خود باشد. در این راستا، پیروی از معیارهای اخلاقی می تواند در دستیابی به موفقیت های چشمگیر اهداف سازمان یا حرفه بسیار مؤثر باشد.

اخلاق به رفتار انسان اشاره دارد که قضاوت میان درست و نادرست است. ممکن است شرایطی وجود داشته باشد که فرد را به اتخاذ رفتار غیر اخلاقی ترغیب کند، اما فرد اخلاقی کسی است که علی رغم مواجهه با معضلات و چالش های اخلاقی، موقعیت ها را درست ارزیابی کند و بین آنچه از نظر اخلاقی خوب و بد است تفاوت قائل شود تا برابر قوانین و کدهای رفتار حرفه ای عمل کند.

اخلاق خوب باعث می شود ضمن ارتقاء صداقت، اعتماد دیگران و مدیران را بدست آورید، این بدان معنی است که حتی زمانی که مورد توجه نیستیم به انجام کارهای درست ادامه می دهیم.

اهمیت اخلاق در زندگی حرفه ای را می توان با مثال هایی از عدم موفقیت در مشاغل و چندین مورد رسوایی نشان داد. به جرات می توان گفت اگر رعایت موازن اخلاقی وجود داشت، شاهد اوضاعی چنین نامناسب نبودیم. بنابراین، حفظ معیارهای اخلاقی برای سعادت و موفقیت یک سازمان و همچنین رشد شخصیت افراد ضروری است. اخلاق خوب ما را به سمت حفظ تصویر صادقانه سوق می دهد و به ما این امکان را می دهد تا از انجام فعالیت هایی که ممکن است باعث ایجاد بی اعتمادی به حرفه شود، خودداری کنیم. بنابراین، پایبندی به اخلاقیات خوب این است در همه حال وجدان خود را ناظر اعمال خود بدانیم.

آلبرت شوابتر می گوید، "اخلاق فعالیتی است که انسان برای تأمین کمال درونی شخصیت خودش انجام می دهد".

منظور از کد اخلاق چیست؟

کد اخلاق (معیار اخلاقی) معمولاً یک دستورالعمل حرفه‌ای است که به منظور شیوه‌ای برای محافظت از مردم و جامعه و همچنین جایگاه شاغلین حرفه ایجاد می‌شود. علی‌رغم اینکه هر حرفه کدهای اخلاقی مربوط به خود را دارد، اما برخی از اصول اخلاقی جهانی و فراگیر ممکن است برای افراد در تمام حرفه‌ها اعمال شود. به طور کلی، افراد در همه حیطه‌های کاری باید مجموعه‌ای اساسی از اخلاق حرفه‌ای را رعایت کنند که شامل مفاهیم صداقت، اعتماد، وفاداری، احترام به دیگران، پیروی از قانون، پاسخگویی و جلوگیری از آسیب رساندن به دیگران در هر زمان است.

در بسیاری از حرفه‌ها، مانند حوزه‌های حقوقی و پزشکی، کدهای رفتار حرفه‌ای سازمانی مبتنی بر اصول اخلاقی است. این کدها معیارهای رفتار را برای افراد شاغل در این حرفه مشخص می‌کنند. و غالباً توسط انجمن حرفه‌ای تدوین می‌شوند و ممکن است با گذشت زمان اصلاح شوند و به اعضای حرفه کمک می‌کند تا انتظارات تعیین شده برای افراد را درک کنند.

کد اخلاق یک آیین نامه اخلاقی شامل کلیه تعهداتی است که متخصصان و شاغلین یک حرفه هنگام انجام وظایف خود باید به آن احترام بگذارند. این شامل ارزش‌های اصلی حرفه و رفتاری است که باید مورد توجه قرار گیرد که به آن کدهای رفتار حرفه‌ای می‌گویند. کد اخلاق بر حرفه‌های خاصی حاکم است، اما می‌تواند به عنوان یک سیاست در محل کار نیز باشد، همانطور که در مورد کارمندان خدمات عمومی وجود دارد. کدهای اخلاقی می‌توانند شامل همه حرفه‌ها در یک بخش خاصی از اشتغال باشند، مثلاً در حوزه سلامت، شامل همه شاغلین نظام سلامت باشد. هر چند در بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها، کدهای اخلاقی منحصر به فرد برای خود تهیه می‌کنند تا بتوانند ارزش‌های خود به کارمندان انتقال دهند. با این وجود در بعضی موارد کدهای تدوین شده اخلاقی توسط قانون ضمانت اجرایی دارند همانند محرمانه بودن و رازداری حرفه‌ای که تعهداتی هستند که در بسیاری از حرف مانند پزشکان، حقوقدانان، روانشناسان، ضرورت دارد.

صداقت و شرافت حرفه‌ای و مصادیق آن:

واژه ای که در طی سالهای اخیر بیشتر مورد توجه بوده است عبارت Professional Integrity است.

معنی لغوی Integrity، یکپارچگی است که می توان به عنوان یک فضیلت شخصی و اجتماعی نیز مورد تأکید قرار داد، یکپارچگی بر این نکته تأکید دارد که از ارزش‌های مختلفی تشکیل شده است. تعهد عملی به ارزش‌های صداقت، انصاف، احترام، مسئولیت‌پذیری و اعتماد و سایر ارزش‌های حاکم بر جامعه و سازمان این یکپارچگی را محقق می سازند. یکپارچگی ممکن است مناسب ترین کلمه مورد استفاده برای توصیف فردی باشد که داوطلبانه و مستمر مطابق با استانداردهای حرفه ای، اجتماعی یا ارزش های اخلاقی جامعه عمل می کند.

یکپارچگی حرفه ای همان سرآمدی است که فرد در تبعیت از مجموعه معیارهای حرفه ای خود در برخورد با هر موقعیتی در حرفه خود نشان می دهد. این بدان معناست که حتی زمانی که کسی ناظر رفتارهای شما نیست مطابق معیارهای حرفه ای خود عمل کنید. به عبارتی همیشه خداوند متعال و وجدان خود را ناظر اعمال خود بدانید. Integrity یکی از ارزش‌های اساسی است که کارفرمایان به دنبال آن در کارکنانی هستند که استخدام می کنند. مشخصه فردی است که اصول اخلاقی و اخلاق صحیح را در کار نشان می دهد.

۱. صداقت و راستگویی^۳

صداقت بستر اعتماد و امانتداری است. دستور اخلاقی صادقانه بودن ما را ملزم می کند که تا در رفتار و گفتار خود چنان باشیم که اعتماد دیگران را جلب کنیم. این موضوع تا حد زیادی ساده به نظر می رسد اما صداقت مفهومی وسیع تر از آن است. یک فرد صادق، حقیقت را می گوید، بی‌ریا است، از فریب، گمراه کردن، عمل ناشایست و فریبده اجتناب می کند، از اعتماد دیگران سوءاستفاده نمی کند، اطلاعات ضروری برای حفظ اعتماد را مخفی نمی سازد، دزدی و تقلب نمی کند.

صداقت دو بعد دارد؛ صداقت در ارتباطات و صداقت در رفتار. یک فرد صادق، یک شهروند قابل اعتماد است. او برای بدست آوردن هر چیز با ارزشی مانند پول و شغل و مقام، سرقت، تقلب، کلاهبرداری، یا هر شکل دیگری از فریب کاری را انجام نمی دهد. صداقت صفتی است که فارغ از عنوان شغلی، نقش و مسئولیت فرد در یک سازمان از هر شخصی انتظار می رود. شخصی که صداقت دارد در روابط با همکاران،

³ Honesty

مشتریان و ذینفعان، به ارزشهای خود باور دارد و به آنها پایبند است. صداقت و اعتماد پایه های اساسی integrity هستند.

۲. انصاف و عدالت^۴

انصاف مستلزم بیطرفی، پندار نیک و افشای تعارض منافع است. رفتار منصفانه با دیگران، همان روشی است که دوست دارید با شما همانگونه رفتار شود. پرهیز از تبعیض جنسیتی، قومی، مذهبی و ... در تعاملات و رفتارهای سازمانی از نمودهای دیگر انصاف و عدالت است.

منصف بودن مربوط به فرایند تصمیم گیری است و در یک حرفه، هدف این است که تصمیمات درست و پسندیده اتخاذ نماییم به شکلی که نیازهای شغلی را بدون آسیب رساندن به دیگر افراد (به عنوان مثال مشتریان، کارمندان، سهامداران، تأمین کنندگان و جامعه به طور عام) تأمین کند.

۳. احترام^۵

احترام یک نیاز اساسی برای یک محیط کار سالم است. کار گروهی را ارتقا می بخشد و باعث افزایش بهره وری و کارایی در محل کار می شود و این امکان را به کارمندان می دهد تا از توانایی ها، کیفیت ها و دستاوردهای آنها قدردانی شود و باور کنند که نقش آنها در موفقیت سازمانشان مهم است.

احترام و ارزشمند بودن باعث ایجاد فرهنگ کاری مثبت می شود و انگیزه کارمندان برای انجام بهترین خدمات افزایش می یابد. کسانی که به دیگران احترام نمی گذارند، غیر حرفه ای بوده و تهدیدی برای سلامتی سازمان خود هستند.

همیشه با مردم به گونه ای که می خواهید با شما رفتار شود با احترام رفتار کنید. بپذیرید که همانند شما، همکاران و روسای شما نیز حقوق، عقاید، امیال و آرزوها، تجارب و توانمندی هایی دارند و آنها نیز اشتباهاتی را انجام می دهند که صرفاً آموختنی است. نگرانی ها و دغدغه های مشابه شما دارند و اهداف مشترکی را که دوست دارند با موفقیت به انجام برسانند. احترام جنبه های بسیار متعددی دارد و پاسداشت حقوق همه ذینفعان شامل مشتریان، کارکنان، همکاران، مسئولین، جامعه و... یکی از وظایف بسیار مهم همه حرفه مندان است. احترام به نظرات، باورها و عقاید دیگران، خوش قولی و وقت شناسی، احترام به حق انتخاب افراد از مصادیق تعهد به ارزش احترام است.

⁴ Fairness

⁵ Respect

۴. مسئولیت پذیری^۶

مسئولیت حرفه ای وظایفی را شامل می شود که حرفه مندان به روشی حرفه ای عمل کنند، از قانون پیروی کنند، از تعارض منافع خودداری کنند و منافع گیرندگان خدمت را بر منافع خودشان ترجیح دهند. زمانی حرفه مندان به ارزش مسئولیت پذیری متعهد خواهند بود که وظیفه خود را به نحوی رضایت بخش به انجام برسانند. تعریف رایج برای مسئولیت پذیری عبارت است از اینکه افراد وظایفی را که بر عهده دارند به درستی انجام دهند و نتیجه مثبت یا منفی اقدامات خود را بپذیرند.

۵. اعتماد^۷

با شفافیت در همه کارهایی که انجام می دهیم، اعتماد عمومی به حرفه خود را بدست می آوریم. "شفافیت" به این معنی است که ذینفعان، تصمیم گیرندگان و عموم مردم به داده ها، استدلال ها و سایر اطلاعات که پایه و اساس نظرات و نتیجه گیری های ما است، دسترسی دارند. به طور خلاصه، شفافیت یک عنصر اصلی حرفه ای است زیرا نشان دهنده یکپارچگی و ایجاد اعتماد است. با توجه به اینکه کاربران و ذینفعان مستقیم و غیرمستقیم همه به اطمینان خاطر نیاز دارند و سازمان نقش مهمی در تقویت و حفظ شفافیت منظم دارد که موجب یکپارچگی سازوکارهای استاندارد و اجرایی حرفه می شود. شفافیت نقش مهمی در تعامل بین حرفه، سازمان و مردم ایفا می کند و با نشان دادن صداقت و قضاوت مسئولانه، اعتماد به خود را ایجاد می کند. شفافیت در سازمان حاصل پیش بینی پذیر بودن سازمان و به عبارتی قابل پیش بینی بودن فرایندها و عکس العمل ها در شرایط مختلف است. به این صورت که سازمان و شاغلین حرف در واکنش به موقعیت های مشابه پاسخ یکسان داشته باشند. به هر میزان که رفتارهای سازمان و شاغلین حرف پیش بینی پذیر باشد به همان میزان اعتماد آفرین خواهند بود.

⁶ Responsibility

⁷ Trust

سوء رفتار حرفه ای^۸

رفتار حرفه‌ای عمدتاً بر مبنای وظیفه‌ای است که شاغلین حرف پزشکی بر مبنای حقوق ذینفعان عهده دار شده‌اند. این مبنای رفتار کارکنان و مدیران، به عنوان محوری اصلی برای ارتباط سازمان با محیط مورد توجه قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق ذینفعان، از تکالیف خود می‌پرسد. در هر صورتی که تکالیف متعهد شده نقض شوند، سوء رفتار حرفه‌ای شکل گرفته است.

فرد حرفه‌مند در قبال رفتارهای خود سه نوع مسئولیت دارد:

۱- مسئولیت اخلاقی

۲- مسئولیت قانونی یا حقوقی

۳- مسئولیت انتظامی

مسئولیت قانونی یا حقوقی خود دو قسم است:

۱- مسئولیت مدنی

۲- مسئولیت کیفری

برای تحقق مسئولیت قانونی یا حقوقی، سه شرط اساسی لازم است که آنها را عناصر تشکیل دهنده مسئولیت می‌گویند و عبارتند از وجود خطای حرفه‌ای یا فعل زیانبار، تحقق خسارت یا ایجاد ضرر و رابطه سببیت بین فعل زیانبار و خسارت ایجاد شده

سوء رفتار می‌تواند به اشکال مختلف از سوء رفتار خفیف تا شدید روی دهد. در این صورت فردی که از این تخلف آسیب می‌بیند این حق را دارد که به مراجع حاکم بر این حرفه شکایت نماید. آسیب‌های ایجاد شده علاوه بر مسئولیت‌های اخلاقی ممکن است به مسئولیت‌های انتظامی و یا حقوقی نیز منجر شود. مجازات‌های انضباطی ماهیت حرفه‌ای دارند و جایگزین مجازات‌های قانونی و حقوقی نمی‌شوند. به عبارت دیگر، آسیب دیدگان می‌توانند در صورت لزوم علاوه بر شکایت انتظامی، شکایت مدنی یا کیفری ارائه دهند. در واقع، افرادی که کدهای اخلاقی خود را نقض می‌کنند، متحمل اقدامات انضباطی می‌شوند که می‌تواند از اخطار یا توبیخ گرفته تا برکناری یا اخراج از جایگاه حرفه‌ای خود باشد و در حالیکه مسبب ایجاد آسیبی هم شوند موظف به جبران خسارت نیز خواهند بود.

⁸ Professional misconduct

چنانچه خسارت دیده از سوءرفتار حرفه ای فقط فرد باشد، فرد خاطی مسئولیت مدنی دارد و موظف به جبران خسارت فرد آسیب دیده خواهد بود، اما چنانچه آسیب یا سوءرفتار جنبه عمومی داشته باشد علاوه بر جبران خسارت فرد متحمل مجازات‌های کیفری نیز خواهد بود. به عنوان مثال کد اخلاقی و رفتاری تصریح می کند که شاغلین حرف پزشکی باید کلیه مزایا و معایب اقدام پیشنهادی را به روشنی برای بیماران خود توضیح دهند. اگر اطلاعاتی که ارائه می دهند ناقص باشد (اگر مضرات درمان پیشنهادی را ذکر نکنند)، و منجر به ایجاد خسارت شوند علاوه بر مجازات انتظامی ممکن است در معرض مجازات حقوقی نیز قرار گیرند.

نتیجه‌گیری

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است و نقشی اساسی در کامیابی سازمان دارد. سازمان اخلاق مدارتفکر و نگرش سیستمی و فراگیر به مولفه های موفقیت سازمان دارد و مشارکت اعضای خود را از طریق هویت بخشی به جایگاه کارکنان خود و جلب مشارکت آنان در تصمیم گیری های سازمان فراهم می‌آورد و به این ترتیب پیش بینی پذیری سازمان را نیز ارتقا می بخشد. ترویج اخلاق حرفه ای در سازمان، سرمایه های معنوی سازمان را که عامل موفقیت هستند تقویت می کند. اعتماد حاصل تعهد عملی همه ارکان سازمان به ارزش های مهمی چون صداقت، انصاف، احترام و مسئولیت پذیری در قبال همه ذینفعان از جمله گیرندگان خدمات و اعضای سازمان است. لازم است مسئولین سازمان در کنار اعضای سازمان از نقش مهم اخلاق حرفه ای به عنوان ابزاری اثربخش برای غفلت نورزند و باور داشته باشیم که اخلاقی بودن سازمان فراتر از ذینفعان خود بر نهادهای اجتماعی نیز اثرگذار بوده و می تواند بستر اعتلای اخلاقی جوامع را نیز فراهم سازد.

منابع:

- فرامرزی قراملکی احد، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، انتشارات سرآمد، چاپ دوم ۱۳۸۸
- فرامرزی قراملکی احد، اخلاق سازمانی، انتشارات سازمان آموزش مدیریت صنعتی، چاپ سوم ۱۳۹۵
- علی نقی امیری، محمد همتی، مهدی مبینی، اخلاق حرفه ای؛ ضرورتی برای سازمان، معرفت اخلاقی ۴/پاییز ۸۹
- معصومه ایمانی پور، اصول اخلاق حرفه ای در آموزش، مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، دوره ی پنجم، شماره ی ۶، آذر ۱۳۹۱
- کیومرث نیازآذری و همکاران؛ رابطه اخلاق حرفه ای و تعهد سازمانی؛ نشریه پرستاری ایران دوره ۲۷، شماره ۸۷، اردیبهشت ماه ۱۳۹۳
- راهنمای عمومی اخلاق حرفه ای اعضای سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۷
- رسول معصومی، فریبا اصغری، عظیم میرزازاده، تعهد حرفه ای پزشکی چیست و چگونه باید آن را آموزش داد؟ مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی یزد، دوره سیزدهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷

Egener BE, Mason DJ, McDonald WJ, et al. The Charter on Professionalism for Health Care Organizations. *Acad Med*. 2017;92(8):1091–1099. doi:10.1097/ACM.0000000000001561

ZABANI SHADBAD, Mohammadali; HASANI, Mohammad; GHASEMZADEH ALISHAHI, Abolfazl. The Role of Professional Ethics in Individual and Organizational Outcomes. **Medical Ethics Journal**, [S.l.], v. 11, n. 40, p. 53-62, july 2017. ISSN 2423-7604.

Medical professionalism in the new millennium: a physician charter. *Ann Intern Med* 2002;136(3):243–246.

Segall M, From cooperation to competition in national health systems--and back?: impact on professional ethics and quality of care. *Int J Health Plann Manage*. 2000 Jan-Mar;15(1):61-79

Brennan MD. The role of professionalism in clinical practice, medical education, biomedical research and health care administration. *J Transl Intern Med* 2016; 4:64-5.

Ryan M. Antiel, Warren A. Kinghorn, Darcy A. Reed, Frederic W. Hafferty, Professionalism: etiquette or habitus? *Mayo Clin Proc*. 2013 Jul; 88(7): 651–652. doi: 10.1016/j.mayocp.2013.05.008

مقاله پیوست:

اخلاق حرفه‌ای؛ ضرورتی برای سازمان

علی‌نقی امیری* / محمد همتی** / مهدی مبینی***

چکیده

یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌هاست تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل جامعه و حرفه خود پردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. این مقاله بر آن است تا به مفهوم اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ابعاد گوناگون آن و نیاز جوامع امروز به اخلاق بپردازد. همچنین به ویژگی‌های افراد دارای اخلاق حرفه‌ای مانند احساس مسئولیت، برتری‌جویی و رقابت‌طلبی، صادق بودن، احترام و تکریم دیگران، رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، عدالت و انصاف، همدردی با دیگران و وفاداری اشاره می‌شود. در ادامه، با اشاره به عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای، چگونگی اشاعه و ترویج آن در جهت توسعه سازمانی بیان می‌شود. کلید واژه‌ها: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای، تلویحی‌نگری.

* استادیار دانشکده مدیریت پردیس دانشگاه تهران در قم.

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه تهران.

*** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی از دانشگاه علامه طباطبائی، دریافت: 88/3/3 - پذیرش: 89/5/19

مقدمه

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است.^۱ جامعه ما نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه می‌انجامد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده، و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. از این‌رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند؛ وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام می‌نهیم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید؛ مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن.

برای نمونه، چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه فاسد باشد، اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در بنگاه‌ها دارد و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب دانسته‌اند.^۲ در اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است؛ اما حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است. این اصول موجب ایجاد یک شرکت و بنگاه خوب می‌شود.

مفهوم اخلاق حرفه‌ای

در ابتدا مفهوم اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رفت. امروزه نیز عده‌ای از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای، از معنای نخستین این مفهوم برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مثل work ethics یا professional ethics معادل اخلاق

کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است.³ تعریف‌های مختلفی اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است:

(الف) اخلاق کار، متعهد شدن انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو؛⁴

(ب) اخلاق حرفه‌ای یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است.⁵

(ج) اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه‌ای است.⁶

(د) مقصود از اخلاق حرفه‌ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی دچار شوند.

(ه) اخلاق فردی، مسئولیت‌پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، صرفاً به منزله یک فرد انسانی، و اخلاق شغلی، مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود، به مثابه صاحب یک حرفه یا پست سازمانی.⁷

(و) این اخلاق، دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف رفتار و سلوک و دستورهایی برای اجرای آنهاست.⁸

(ز) اخلاق حرفه‌ای، به منزله شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و در تعریف حرفه، آن را فعالیت معینی می‌دانند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین شده همراه با اخلاق خاص است.⁹

در تعریف اخلاق حرفه‌ای به موارد زیر اشاره شده است:

1. اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
2. اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.
3. اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد.
4. اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید.¹⁰

در بیشتر تعریف‌هایی که از اخلاق حرفه‌ای شده است، دو ویژگی دیده می‌شود: الف) وجود نگرش اصالت فرد و فرد گرایی؛ ب) محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است. با توجه به همین دیدگاه بود که در این اواخر نیز بحث از اخلاق حرفه‌ای در منابع مدیریتی و بیشتر در آثار و مباحث مربوط به مدیریت منابع انسانی مطرح می‌شد.¹¹

امروزه با توجه به همین مورد، در مفهوم جدید از اخلاق حرفه‌ای، به مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه و سازمان اشاره می‌شود که جامع‌تر از تعریف سنتی است. در این نگاه، بنگاه به منزله یک شخصیت حقوقی دو گونه مسئولیت دارد: الف) مسئولیت‌های حقوقی کیفری؛ ب) مسئولیت‌های اخلاقی که مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های اخلاقی فردی - شخصی و فردی - شغلی است. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه شامل همه اضلاع و ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را نیز دربرمی‌گیرد.¹² البته اخلاق حرفه‌ای افزون بر اخلاق کار، حقوق کار را نیز دربرمی‌گیرد.¹³

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

امروزه در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف» مبتنی هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صیغه‌ای حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه روی آوردی میان‌رشته‌ای.¹⁴

«کادوزیر» درباره ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:

مسئولیت‌پذیری

در این مورد فرد پاسخ‌گوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد؛ سرمشق

دیگران است؛ حساس و اخلاق‌مند است؛ به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت می‌دهد؛ برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.

برتری‌جویی و رقابت‌طلبی

در تمام موارد سعی می‌کند ممتاز باشد؛ اعتماد به نفس دارد؛ به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می‌کند؛ جدی و پرکار است؛ به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طرق شایسته دنبال ارتقای خود است؛ سعی نمی‌کند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

صادق بودن

مخالف ریاکاری و دورویی است؛ به ندای وجدان خود گوش فرا می‌دهد؛ در همه حال به شرافت‌مندی توجه می‌کند؛ شجاع و با شهامت است.

احترام به دیگران

به حقوق دیگران احترام می‌گذارد؛ به نظر دیگران احترام می‌گذارد؛ خوش‌قول و وقت‌شناس است؛ به دیگران حق تصمیم‌گیری می‌دهد؛ تنها منافع خود را مرجع نمی‌داند.

رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی

برای ارزش‌های اجتماعی احترام قائل است؛ در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کند؛ به قوانین اجتماعی احترام می‌گذارد؛ در برخورد با فرهنگ‌های دیگر متعصبانه عمل نمی‌کند.

عدالت و انصاف

طرفدار حق است؛ در قضاوت تعصب ندارد؛ بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه اجتماعی و اقتصادی، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی‌شود.

همدردی با دیگران

دلسوز و رحیم است؛ در مصائب دیگران شریک می‌شود و از آنان حمایت می‌کند؛ به احساسات دیگران توجه می‌کند؛ مشکلات دیگران را مشکل خود می‌داند.

وفاداری

به وظایف خود متعهد است؛ رازدار دیگران است؛ معتمد دیگران است.¹⁵

نظام‌های اخلاقی عمده

اخلاق حرفه‌ای در تفکر سنتی، کم‌وبیش بر نظام ارسطویی استوار بوده است؛ اما امروزه نظام‌های دیگری نیز کانون توجه است. در حال حاضر، بیشتر از پنج نظام عمده اخلاقی در بیان اخلاق حرفه‌ای استفاده می‌شود. ملاک مقبولیت این پنج نظام در میان ده‌ها نظریه و نظام اخلاقی، توانایی آنها در بیان سیستماتیک فضایل و رذائل اخلاقی، ارائه نظام سازگار، فراگیر و کاراست. این پنج نظام اخلاقی (نظریه‌های عمده) عبارتند از: فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی، عدالت فراگیر، آزادی فردی و زیبا و خیر مطلق. چهار نظریه نخست در واقع اصول راهبردی اخلاق را ملاک نهایی می‌انگارند، اما در نظریه چهارم، خداوند متعال، برترین زیبایی و مشخص‌کننده ملاک نهایی اخلاق است. در این نظام اخلاقی که روشنی‌بخش دیگر نظام‌های اخلاقی است، تقرب به خدا و کسب رضایت او آرمان اخلاق است و دستیابی به عدالت فراگیر اجتماعی، آزادی، حرمت انسان و بیشترین سود برای بیشترین کسان نیز از اهداف زندگی اجتماعی در چهار ساحت فردی، شغلی، سازمان و جامعه است.¹⁶ گفتنی است، همه تحقیقات در چارچوب نظام اخلاقی اسلام، بر اساس نظریه زیبا و خیر مطلق انجام می‌شود.

مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان‌های اجتماعی، وحدت‌بخش جامعه دینی است. تعریف کلی الگوهای اخلاقی و رفتار ارتباطی، مسئولیت‌پذیری در برابر حقوق افراد است. جامعه دینی از حیث تعامل سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی در آن و نیز از نظر رفتار ارتباطی افراد، متضمن مسائل فراوانی است. این مسائل از تعیین دینی چنین جوامعی سر برمی‌آورند و با تعیین دینی نیز باید پاسخ یابند. اخلاق، سامان‌دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و روابط جهانی است. رفتار ارتباطی درون‌شخصی و برون‌شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق سامان و انسجام می‌یابد. همچنین رفتار ارتباطی سازمان با محیط و نیز تعامل نهادهای اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و

جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می‌یابد.¹⁷ برای تعیین مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی)، می‌توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی (در اسلام) عبارت‌اند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسان‌ها، برقراری عدالت در مورد انسان‌ها، امانت‌ورزی در رفتار و بینش شخصی.¹⁸

اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری جمهوری اسلامی باید هویت اسلامی داشته باشد و مبتنی بر اخلاق اسلامی شکل بگیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه‌ای در کشورمان، به چهار دلیل می‌توان اشاره کرد: الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام؛¹⁹ از لحاظ دینی به دلیل جداناپذیری اخلاق از دین در متن دین اسلام؛²⁰ ج) نیاز به پویایی درون فرهنگ اسلامی با توجه به مواجهه آن با چالش جهانی شدن؛²¹ د) از لحاظ نظام حکومتی، الزام به حکومت دین‌مدار در نظام حکومت دینی و از لحاظ قانونی، به تأکید قانون اساسی - در اصل هشتم - بر تصویب قوانین اسلامی در کشور.²² نظام اخلاق اسلامی به گونه‌ای است که با اخلاق حرفه‌ای در هم آمیخته و تفکیک‌ناپذیر است؛ زیرا در این نظام ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌شود؛ از این رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک نهایی، در صدد است با ارائه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اخلاقی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینه سعادت و کمال حقیقی بشر را فراهم آورد.²³

درباره مورد اخیر باید گفت در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند - خیر مطلق - است. مهم‌ترین اصول راهبردی که می‌توانند منشأ شکل‌گیری مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی) شوند، عبارت‌اند از: الف) کرامت انسانی؛ ب) آزادی فردی؛ ج) عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن؛ د) امانت‌ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری²⁴ در این بین، اصل چهارم مهم‌ترین اصل (اصل‌الاصول) است.²⁵

مفهوم امانت‌داری در کسب‌وکار، قابل تجزیه به سه پرسش است: ۱. چه چیزی در کسب‌وکار مورد امانت قرار می‌گیرد؟ ۲. مراد از امانت‌داری در قبال آن امور چیست؟ ۳. صاحبان امانت کیستند؟ البته امانت‌داری در حرفه نمی‌تواند به معنای عدم تصرف باشد؛ زیرا تصرف و به‌کارگیری مقوم کسب‌وکار است؛ بلکه تصرف در حرفه دو گونه است: امانت‌دارانه و غیرامانت‌دارانه. در این زمینه تصرف امانت‌دارانه استفاده بهینه و شایسته است.^{۲۶} ضامن امانت‌داری در نگرش اسلامی این بینش است که عالم همه محضر خداست. با این نگاه، فرد با بصیرت ایمانی به امانت‌نگری در جهان هستی می‌رسد و همه چیز از جمله خود را امانت خداوند می‌داند. پس در مواجهه با همه چیز و در استفاده از همه امور، راه امانت‌داری را می‌پیماید و چنین حزم و احتیاطی تقوا است. اصول منشور اخلاقی در اسلام، در همه حرفه‌ها مشترک است؛ ولی تفاوت حرفه‌ها در فروع است. بدین ترتیب، اصولی را که از منابع اسلامی به دست می‌آید، می‌توان در تمامی حرفه‌ها جاری ساخت. پس باید اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد.^{۲۷}

عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای

یکی از صاحب‌نظران این نظریه به نام زیونتس در مقاله‌ای عواملی را به منزله عوامل پایه‌ای برای اخلاق حرفه‌ای برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

الف: استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی

این عامل مانند اخلاق در هر نظام حرفه‌ای دیگر باید منعکس‌کننده هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای‌ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آنکه در قالب بایدها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود. برای مثال، یک مدیر باید در حرفه خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسئله حفظ اسرار افراد را سرلوحه خویش قرار دهد.

ب) خودفهمی حرفه‌ای

پایه و اساس اخلاق، خودفهمی حرفه‌ای است. افراد تنها با فهمی از کار و فعالیت حرفه‌ای خود، فلسفه آن و نسبتش با زندگی مردم است که به درک اخلاقی از آن نائل می‌آیند و در

نتیجه، در مناسبات خود با طبیعت و جهان پیرامون خود، نوعی احساس درونی از تعهد به آن ارزش‌ها پیدا می‌کنند.

ج: عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری

از مهم‌ترین اصول اساسی که در اغلب اسناد و مباحث مربوط به اخلاق حرفه‌ای علمی مورد تأیید قرار می‌گیرد، رعایت عینیت‌گرایی و بی‌طرفی است. فردی که اخلاق حرفه‌ای را در زندگی شغلی‌اش به کار می‌گیرد، نباید جانب‌داری غیرعقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیراخلاقی است نشان دهد.

د) فراتر رفتن از مفهوم معیشتی

تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم‌رنگ‌تر خواهد بود. معنای اخلاق حرفه‌ای با عبور از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد. زمانی که افراد در فعالیت و کسب‌وکار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی مادی فراتر می‌آیند، دست‌کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد: 1. احساس کارآیی، اثربخشی و تولید کیفیت به عنوان ارزش افزوده؛ 2. احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن؛ 3. احساس رهاسازی از طریق بازتوزیع فرصت‌ها و نقد قدرت.²⁸

ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان

توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد.²⁹ هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است.³⁰

با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. البته در زمینه مذکور از جمله موانع تغییر رفتار اخلاقی در هر سازمان، جهل و ناآشنایی کارکنان از اخلاقیات شغل و سازمان بیان شده است.³¹ با توجه به اینکه امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد،³² لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد.³³

از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفت‌وگو و مشارکت تمامی کارکنان و رؤیسان به وجود آمده است، به منزله یک میثاق عمومی سازمان پذیرفته شده است. به تدریج سازمان گسترش این اصول را جزو اهداف خود می‌پذیرد. بدین منظور، شیوه‌های مختلفی برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به وجود آمده است که یادگیری مستقیم، رایج‌ترین آنهاست؛ اما این شیوه نشان داده است که کارآیی لازم را ندارد. پس با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان، به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های حین عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، توجه بیشتری شود.³⁴

اما جدای از نوع آموزش، به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب (با آنچه لازمه پاسخ‌گویی به منشور اخلاقی و اهداف سازمان است) مشخص کند.³⁵ برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان) و حتی برای تعیین وضع مطلوب (دیدگاه کارکنان به عنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی برای ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی) لازم است از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای حمایت کرد.

منشور اخلاقی هر سازمانی، از اشتراک عمومی همه اعضای سازمان در مورد اصول و قواعد اخلاقی خاصی که در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمانی است، به دست می‌آید.³⁶ در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به صورت پذیرش همگانی در آوریم، باید در ابتدا از توسعه آگاهی‌ها و دانش‌های مرتبط شروع کنیم. سپس به تدریج نگرش‌ها را تغییر، و در نهایت به عنوان خروجی، رفتارها را تحت تأثیر قرار داد.³⁷

وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

پنیو اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌های گوناگون می‌پردازد. او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این‌گونه برمی‌شمارد:

الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛

- ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛
 د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛
 ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛
 و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش‌آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛
 ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای
 ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان؛³⁸

عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند از خودبیگانگی افراد می‌تواند تأثیر مستقیمی بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن داشته باشد. اخلاق کار قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال‌شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است. بدیهی است که یک ذهن از خودبیگانه نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاق و فیزیکی از خود بروز دهد. کاهش اخلاق کار، منجر به کاهش مسئولیت‌پذیری می‌شود.³⁹

تعهد ذهنی و فیزیکی از خود بیگانگی صنعتی شدن جوامع و تأثیر آن بر اخلاق کار، تغییرهایی بنیادی در ساختار جامعه پدید می‌آورد.⁴⁰

در نظام پیشه‌وری، رابطه موجود بین کارگر و کارفرما شخصی بود و این رابطه ایجاب می‌کرد که کارگر و کارفرما در مقابل یکدیگر دارای تعهدات و وظایفی گسترده‌تر از آنچه امروز انتظار می‌رود باشند؛ اما تولید کارخانه‌ای، در وضعیت اجتماعی همه کارگران تغییرهای اساسی به وجود آورد و بر مهارت‌های پیشه‌ای و روابط کار اثر عمیقی گذاشت. بدین ترتیب، نیروی کار در یک کارگاه یا کارخانه متمرکز و محل زندگی و کار از یکدیگر جدا شد. کارگران می‌بایست از نظم که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگر چه از نظر حقوقی آزاد بودند، از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند.

یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار، بعد روان‌شناختی آن است؛ زیرا اخلاق متغیری است که آگاهی و اراده فردی نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. بسیاری از اندیشمندان برای بهبود اخلاق کار، بر نظریه‌های رفتاری تأکید داشته‌اند. هرگاه فردی کار اخلاقی انجام داد و

از سوی جامعه تشویق شد، احتمال انجام کارهای اخلاقی دیگر تقویت می شود؛ تا جایی که کار اخلاقی به صورت ارزش های درونی درمی آید. به این ترتیب، برنامه ریزان کلان کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه درونی کنند؛ زیرا تغییر مدیریت اساساً در شیوه های انگیزش افراد در محیط های کاری و نحوه پاداش های مادی آنها تأثیر می گذارد که ابعاد اقتصادی و روانی اخلاق کار محسوب می شوند.⁴¹

ضمانت اجرای رعایت قواعد اخلاق حرفه ای در مؤسسات تجاری و ادارات

اخلاق حرفه ای، از مهم ترین ابزار گسترش فعالیت های تجاری و اداری است. اخلاق حرفه ای ایجاب می کند که بعضی افراد با استفاده از شیوه های غیرقابل قبول و با زیر پاگذاشتن شرایط رقابت سالم، امتیازهای خاصی به نفع خود و به ضرر سایر افراد در سراسر جهان تحصیل نکنند.⁴²

اربابان حرفه ها و مشاغل بازرگانی و اداری در هر رشته ای باید برای حرفه خود قواعد اخلاق حرفه ای خاصی تنظیم کنند؛ قواعد اخلاق حرفه ای در محدوده شرایط اجتماعی - سیاسی و حقوقی حاکم بر فعالیت اصحاب حرفه ها در هر کشوری باید برای همان کشور تدوین شود. البته هیچ کد اخلاق حرفه ای که لااقل اصول اخلاق حرفه ای را رعایت نکرده باشد، قابلیت شناسایی ملی و بین المللی ندارد.

از لحاظ حقوقی، هر قاعده اخلاقی که فاقد ضمانت اجرا باشد، صرفاً جنبه توصیه خواهد داشت. طبیعی است که توصیه کاربردی مؤثر در جامعه ندارد. بنابراین، لازم است قواعد اخلاق حرفه ای به تصویب اعضای هر حرفه برسد و همچنین سازمان رسیدگی انضباطی، به منظور مجازات انضباطی در مورد اشخاص عضو حرفه مزبور تشکیل شود. به همین دلیل، توصیه می شود قواعد اخلاق حرفه ای خاص هر رشته به تصویب کانون های غیردولتی یا دولتی همان رشته برسد و سپس در شرایط مقتضی اجرا شود. بعضی از انجمن ها و حرفه ها وابستگی های بین المللی نیز دارند؛ مانند: انجمن حساب رسان، انجمن مدیران فروش شرکت های چند ملیتی، انجمن مؤسسات تبلیغاتی، انجمن تولیدکنندگان محصولات دارویی و بهداشتی، انجمن متخصصان محیط زیست و سازمان ها و مؤسسات بانکی و بیمه. هر یک از این کانون های فعال در تجارت بین المللی، خود قواعد حرفه ای خاص را تدوین، و به تصویب اعضای خود رسانده اند.⁴³ برخی رفتارهای مخالف اخلاق

تجاری و اداری مانند پول‌شویی، فساد مالی، اعمال نفوذ و معاملات و ایجاد انحصارات، مشمول ضمانت اجرای جزایی در قوانین کشورهای مختلف‌اند که وظیفه مجازات تبه‌کاران اقتصادی به دولت‌ها مربوط می‌شوند.⁴⁴

بدیهی است مهم‌ترین قاعده اخلاق حرفه‌ای، ضرورت اجرای قوانین، به ویژه قوانین مربوط به مبارزه با فساد مالی و تقلب‌های تجاری و اداری است. در چنین مواردی، سازمان‌های انضباطی مجری اخلاق حرفه‌ای بر اقدام‌های متقلبانه و سوءاستفاده‌های اعضای حرفه‌ها نظارت می‌کنند و حتی بدون داشتن دلایل کافی، و به استناد مدارک و اطلاعات موثق دیگر، اعضای متخلف را مشمول مجازات‌های انضباطی قرار می‌دهند. طبیعی است تعقیب اشخاص به منظور اعمال مجازات انضباطی مانع پیگیری کیفری نیست و سازمان‌های حرفه‌ای هرگاه به دلایل قانونی مجرمانه پی‌برند، معمولاً چنین دلایل و مدارکی را به دادستان‌های مربوط تسلیم می‌کنند.⁴⁵

مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای

ارزش‌مداری به جای مسئله‌محوری

بسیاری از مشکلات، ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی صرفاً فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار هستیم نه مسئله‌محور؛⁴⁶ جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه است، نه کارآمدی. ورود ما به معضل اخلاقی، صرفاً موعظه‌ای، تبشیری و انذاری است. در حالی که برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد.⁴⁷

رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را وامی‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری کرده، بر آن اصرار کنیم. در چنین مواقعی، تا می‌توانیم از احساسات و عواطف خود خرج می‌کنیم، اما برای حل معضل، ذره‌ای مهارت به خرج نمی‌دهیم. فضیلت‌گرایی، یک رویکرد نیست، بلکه یک نوع موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش⁴⁸ است. رویکرد،⁴⁹ غیرشخصی و روشمند بوده، ناظر به درک درست مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین، رویکرد، مبتنی بر «توصیف تعلیلی»⁵⁰ موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و سنجش‌گر سود می‌برد؛ اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر به حل مسئله نیست. با جهت‌گیری

مسئله محور، ذهن، بی آنکه به بیراهه برود، فقط همان را می یابد و همان قدر و همان گونه می یابد که به کار حل مسئله⁵¹ می آید.

غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه ای

در دانش مدیریت این مسئله کاملاً روشن است که عوامل محیط بیرون سازمان، به ویژه عوامل محیط جهانی کمتر در دسترس سازمان بوده و امکان تأثیر گذاری یا کنترل این دسته عوامل تقریباً ناممکن است؛ اما با وجود این، در مقام تحلیل مسائل داخلی سازمان، از آن غافل نیستند. کمترین فایده ای که درک این عوامل دارد این است که ما را در اخذ استراتژی و خط مشی سازمانی، واقع بین تر و در نتیجه موفق تر خواهد کرد. در حوزه اخلاق حرفه ای نیز، لاقلاً در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غفلت کرد. غفلت از این عوامل در تحلیل و تبیین علل معضل اخلاقی، ما را دچار تحویلی نگری و غیر واقع گرایی می کند که نتیجه ای جز ناکامی در پی نخواهد داشت. پنیو⁵² عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه ای را به سه جنبه تقسیم می کند:

1. جنبه فردی: یعنی ویژگی ها و خصوصیات فردی، ارزش های مذهبی، ملاک های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه ای از جنبه فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه ای متناسبی نیز برخوردار نخواهد بود.

2. جنبه سازمانی: عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، ارتباط با زیردستان و فرادستان، نظام تشویق و تنبیه، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و رویه ها، جو و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می گیرند. بدیهی است که نا مطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده اخلاق حرفه ای خواهد بود و بالعکس.

3. جنبه محیطی: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و همچنین دیگر سازمان ها و عوامل رقابتی بین آنها، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه ایست.⁵³

افزون بر این، کمبود امکانات و ابزار کار، نامناسب بودن ابزار، فضای نامناسب کاری، حجم کاری مازاد بر توان کارمند، محیط شلوغ اداره و رخنه های قانونی بر معضلات اخلاقی دامن می زنند؛ بی ثباتی اقتصادی، بی ثباتی سیاسی، دردهای مزمن فرهنگی - تاریخی مانند استبدادزدگی که به شدت با فرهنگ مشارکتی و کار تیمی ناسازگار است،

آموزش‌های نادرست اجتماعی مانند مسئولیت‌گریزی و تنبلی در کار را نوعی زرنگی تلقی کردن، وضعیت نابرابر رقابت جهانی که تهدیدکننده اخلاق کسب‌وکار است. و دیگر عوامل این چنینی، بی‌گمان در وضعیت اخلاقی سازمان تأثیرگذار است.⁵⁴

تحویلی‌نگری

تحویلی‌نگری یعنی ارجاع هر پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از آن شیء به جای کنه و حقیقت آن، که منطق‌دانان مسلمان شکل ساده آن را مغالطه کنه و وجه می‌نامند.⁵⁵ تمثیل فیل در یکی از داستان‌های مثنوی معنوی (فیل در خانه تاریک) برای آشکار کردن خطای تحویلی‌نگری مطرح شده است. رهیافتی که سیستم را خارج از توصیف زیرسیستم‌هایی که آن را تشکیل داده‌اند، توصیف و تبیین می‌کند و ارتباط بین آنها را ملاحظه نمی‌کند. تحویلی‌نگری تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای است که آثار زیانبار فراوانی دارد؛ به گونه‌ای که آن را از موانع عمده رشد اخلاقی در سازمان‌ها دانسته‌اند. هر کسی متناسب با تصور خود از یک فعالیت به آن می‌پردازد. تصویری که از مقصد داریم، راه و ابزار ما را تعیین می‌کند. مدیران، متناسب با تصورشان از اخلاق حرفه‌ای به ترویج آن می‌پردازند. تصور ناقص یا ابزارانگارانه مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود. به اعتقاد دکتر قراملکی، تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای ابعاد فراوانی دارد که به برخی از ابعاد زیانبار آن اشاره می‌کنیم:

الف) تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات، آیین‌نامه‌ها: قانون نسبت پیچیده‌ای با اخلاق حرفه‌ای دارد. بیشتر قانون‌ها ابتدا اخلاقیات بوده‌اند و به تدریج برای برخورداری از حمایت کیفری 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.

ب) تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی، خود امری اخلاقی است؛ اما اخلاق حرفه‌ای بسی فربه‌تر 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 برمی انگیزد. مسئولیت حرفه‌ای شما را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه دوم سال بعد به تعویق بیندازید؛ اما مسئولیت اخلاقی به تسریع در تقسیم سود سهامداران الزام می‌کند.

ج) **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 و آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها گروه وابسته‌اند و جهان شمول نیستند. هنجارها می‌توانند اخلاقی و ضد اخلاقی باشند. برای 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 مصداق از کم‌فروشی نکوهیده شده است.

د) **تحويل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی:** اخلاق در سازمان‌ها را با دو رهیافت می‌توان بررسی کرد: ۱. 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 و اخلاق مهندسان روبه‌رو می‌شویم؛ ۲. رهیافتی که بر آن است منابع انسانی در کنار سایر مؤلفه‌ها و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو عملکرد اخلاقی سازمان است. 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 تحويلی‌نگر است. رهیافت استراتژیست‌ها به اخلاق حرفه‌ای در پی سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت استراتژیک می‌انگارد.^{۵۶} سازمانی اخلاقی است که اهداف، وظایف و ساختار خود را به ممیزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروه‌های ذی نفع، 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.

ذ) **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 همان گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذی نفع در محیط آن است: خط مشی اخلاقی شرکت در قبال مشتریان، خط مشی اخلاقی شرکت در قبال رقیبان، سهامداران، تأمین‌کنندگان، شهروندان، محیط زیست و 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 درمی‌آیند و در مواردی مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌شوند.

و) **تحويل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها:** هر حرفه‌ای را عهدنامه‌ای است که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی بدان پایبند می‌شوند. عهدنامه پزشکان، عهدنامه وکیلان، عهدنامه حسابرسان و... عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقش عمده‌ای دارد؛ اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد و 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، نوعی نگرش تحویلی‌نگری است. امروزه شرکت‌ها درگیر مشاغل مختلفی هستند و مناسبات حرفه‌ای سازمان چندگانه است. بنابراین، منشور اخلاقی سازمان بسی پیچیده‌تر از عهدنامه اخلاقی است.

پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری

فیلسوفان پدیدارشناسی که در تشخیص عارضه تحویلی‌نگری پیشگام بودند، رهیافت پدیدارشناختی را روش درمان تحویلی‌نگری می‌دانستند؛ اما پس از پنجاه سال کارآیی، شیوه‌های آنها مورد تردید و نقد قرار گرفت؛ به ویژه در حوزه اخلاق حرفه‌ای

پدیدارشناسی نتوانست الگوهای پژوهشی قابل اجرا به میان آورد. از دهه شصت سده بیستم، الگوهای حل مسئله میان رشته‌ای به منزله رهیافت مؤثر در پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری معرفی شد. متأسفانه عده‌ای تلقی تحویلی‌نگر از رهیافت میان رشته‌ای اخذ کرده‌اند و آن را به مطالعه چندرشته‌ای کاهش داده‌اند. مطالعه چندرشته‌ای بدون الگوهای حل مسئله، عقیم است.

امروزه تلفیق منسجم رهاورد رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌ها، دو الگوی اثربخش در حل مسائل چندتباری شناخته می‌شوند. مسائل اخلاقی در حرفه، ماهیت چندتباری دارند و بدون اخذ الگوهای میان رشته‌ای قابل تحلیل نیستند. تلقی تحویلی‌نگر بر چندتباری بودن مسائل اخلاقی پرده می‌افکند و حصرگرایی روش شناختی را در فهم و تحلیل مسائل اخلاقی در حرفه رواج می‌دهد و این امر، خود تحویلی‌نگری را تشدید می‌کند و بر آن دامن می‌زند و این چنین حلقه معیوب رشد می‌کند.

برای پیشگیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه‌های کسب و کار، تدوین سند جامع اخلاقی شرکت را توصیه می‌کنیم. این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است و در اخلاق پژوهی الگوهای میان رشته‌ای، تحویلی‌نگری را پیشگیری و درمان می‌کنند.

برای درمان این معضل، باید اخلاق حرفه‌ای را بسیار گسترده‌تر از قوانین و مقررات و مسئولیت‌های حرفه‌ای و هنجارهای جاری مشاغل، مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی، اصول اخلاقی و عهدنامه‌های اخلاقی حرفه‌ها در نظر بگیریم. تدوین سند جامع اخلاقی شرکت‌ها که به روش پویا به صورت دو الگوی تلفیق منسجم رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌هاست، راه حل مناسبی برای این معضل به نظر می‌رسد.

نتیجه‌گیری

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه باید مد نظر ما قرار گیرد، این است که نخست اخلاق حرفه‌ای، دربرگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر دو فراتر رفته و به سازمان به مثابه یک مجموعه حقوقی ناظر است.

دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه ای پیدا شده است و به همین دلیل مسئولیت معنوی شرکت به مدیران استراتژیست سپرده می‌شود؛ نه به واحد پرسنلی و نه حتی به مدیران اجرایی. سوم آنکه در حوزه اخلاق باید دو نوع رویکرد «فضیلت‌گرایانه» و «مسئله‌محور» را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً «فضیلت‌محور» است، نه «مسئله‌محور»؛ در حالی که آنچه از معضلات اخلاقی سازمانی گره‌گشایی می‌کند، رویکرد «مسئله‌محور» است. چون معضل اخلاقی، یک مسئله است و برای حل اثربخش آن، نیازمند کسب تخصص و مهارت هستیم. نکته اساسی این است که ما باید از تلویحی‌نگری درباره اخلاق حرفه‌ای پرهیز کنیم. چهارم آنکه اخلاق سازمانی نه لزوماً فرد - وابسته و نه حتی سازمان - وابسته و نه محیط - وابسته است؛ بلکه عوامل فردی، محیطی و سازمانی در آن تأثیر دارد. بنابراین، ما در پرداختن به اخلاق، نیازمند نگرش سیستمی هستیم. غفلت از این عوامل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی، تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد.



پی‌نوشت‌ها

1. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، «روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان» اندیشه حوزه، ش 49 و 50.
2. ر.ک: همو، اخلاق حرفه‌ای، ص 137.
3. آریانپور کاشانی، فرهنگ جامع، ذیل واژه.
4. Cadozier, V, *The moral profession: A study of moral development and professional ethics*, Retrieved from proquest.com, p.137.
5. Hartog, Mary and Winstanley, Diana, *Ethics and Human Resource, Management: Professional Development and Practice*, p.6.
6. wikipedia.com.
7. Moberg, Dennis J., and Mark A. Seabright, *The development of moral imagination*, p.845.
8. ژکس، فلسفه اخلاق: حکمت عملی، ترجمه ابوالقاسم پورحسینی، ص 92.
9. احد فرامرز قراملکی، اخلاق حرفه‌ای، ص 137.
10. ر.ک: حسینیان، س، اخلاق در مشاوره و روانشناسی.
11. ر.ک: قراملکی، ا. فرامرز، «روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان» اندیشه حوزه.
12. احد فرامرز قراملکی، اخلاق حرفه‌ای، ص 105.
13. همان.
14. همان.
15. Cadozier, Ibid, P167.
16. احد فرامرز قراملکی، «جامعه دینی، جامعه‌ای هماهنگ»، اندیشه حوزه، ش 56، ص 29 - 38.
17. ر.ک: منیژه، عاملی، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام.
18. همان.
19. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، اخلاق حرفه‌ای.
20. ر.ک: ج. جزنی، اخلاق تجاری و بازار یابی در اقتصاد اسلام.
21. ر.ک: ب. رشیدی، عصر اطلاعات و مدیریت اسلامی، چالش‌ها و راهکارها.
22. ر.ک: م. حمیدی، «فلسفه و سازوکار پاسخگویی در نظام جمهوری اسلامی»، اندیشه حوزه.
23. ر.ک: منیژه، عاملی، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام.
24. همان.
25. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، «روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان».
26. احد فرامرز قراملکی، اخلاق حرفه‌ای.
27. ن. میر سپاسی، مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار.
28. C.f: Zions, T, L, *Professional Standards of Educational Managers: Their Importance and Ease of Implementation*. Retrieved from Proquest.com.
29. ر.ک: رابرت، جی، آونز، رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ترجمه سلیمی. ق و فروغی.
30. همان.
31. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، اخلاق حرفه‌ای.
32. م. مختاری پور و ع. سیادت، مبانی و اصول اقتصاد آموزش و پرورش.

33. ر.ک: ن. میر سپاسی، همان.
34. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، *اخلاق حرفه‌ای*.
35. ر.ک: ن. میر سپاسی، همان.
36. Pennino, Clare M, Managers and professional ethics, *Journal of Business Ethics*, P.242.
37. ر.ک: ذاکر صالحی، 1383.
38. Pennino, Ibid, p193
39. Wilson, Ian, ethics, social responsibility and strategy, *journal of Strategy & Leadership*, V45, p15.
40. Jos, Philip H, "Social Contract Theory Implications for Professional Ethics", *journal of Public Administration*, V36, N5, p143
41. Wilson, Ibid, p.16
42. jos, Ibid, p152
43. Fassin, Yves, "The Reasons Behind Non-Ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, V, p163.
44. jos, Ibid, p143
45. fassin, Ibid, p163.
46. problem _ oriented
47. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، *اخلاق حرفه‌ای*.
48. Attitude
49. Approach
50. causal description
51. Problem _ solving
52. Pennio, Ibid.
53. pennio, Ibid, P.123
54. Fassin, Ibid, P.269
55. ر.ک: احد فرامرز قراملکی، همان.
56. ر.ک: فرد دیوید، 1380 به نقل از فرامرز قراملکی.



منابع

- آریان‌پور کاشانی، م، *فرهنگ جامع پیشرو آریان پور*، تهران، جهان رایانه، 1385.
- اساسنامه مراکز تربیت معلم*، بازیابی در شده 7 اردیبهشت، 1387، از <http://medu.ir>، 1387.
- ای وارد، جی. ا، «مبانی فلسفی اخلاق جهانی روزنامه نگاری»، ترجمه پیروز ایزدی، رسانه، ش 2، سال هفدهم، 1385.
- باقری، خسرو، بیرونی کاشانی، راضیه، *مبانی و اصول اخلاق تدریس مبتنی بر فلسفه اخلاق اسلامی*، در دست ویرایش، 1387.
- جزنی، ج، *اخلاق تجاری و بازاریابی در اقتصاد اسلام*، تهران، کمال مدیریت، 1382.
- حسینیان، س، *اخلاق در مشاوره و روانشناسی*، تهران، کمال تربیت، 1385.
- حمیدی، م، فلسفه و سازوکار پاسخگویی در نظام جمهوری اسلامی، مشهد، اندیشه حوزه، 1385.
- رابرت، جی، آونز، *رفتار سازمانی در آموزش و پرورش*، ترجمه سلیمی. ق و فروغی. ا، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان، 1382.
- رشیدی، ب، عصر اطلاعات و مدیریت اسلامی، چالش‌ها و راهکارها، دانشگاه آزاد اسلامی، 1385.
- قراملکی، ا، فرامرز، «جامعه دینی، جامعه‌ای هماهنگ»، *اندیشه حوزه*، سال 11، بهمن و اسفند 84، ش 56، ص 38 - 29.
- قراملکی، ا. فرامرز، *اخلاق حرفه‌ای*، تهران، احد فرامرز قراملکی، 1382.
- قراملکی، ا فرامرز، «اخلاق حرفه‌ای در مدیریت علوی»، *مجله اندیشه حوزه*، شماره 32 و 33 بهمن و اسفند 1380 و فرودین و اردیبهشت 1381
- قراملکی، ا. فرامرز، «روش‌شناسی مسئولیت‌پذیری در سازمان» *اندیشه حوزه*، شماره 49 و 50، آذر و اسفند 1383
- مختاری پور، م. سیادت، ع، مبانی و اصول اقتصاد آموزش و پرورش. اصفهان، جنگل، 1383.
- ای وارد، جی. ا، «مبانی فلسفی اخلاق جهانی روزنامه نگاری»، ترجمه پیروز ایزدی، نشریه رسانه، شماره 66، تابستان 1385
- مصباح، مجتبی، *فلسفه اخلاق*، قم، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ج سوم، 1387.
- معین، محمد، *فرهنگ فارسی*، تهران، امیر کبیر، 1364.
- مکارم شیرازی، ناصر، *زندگی در پرتو اخلاق*، قم، نسل جوان، 1377.
- میر سپاسی، ن، مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار، تهران، میر، 1381.
- عاملی، منیژه، *بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام*، پایان نامه جهت اخذ کارشناسی ارشد، تهران، موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران، 1381.
- ژکس. *فلسفه اخلاق: حکمت عملی*، ترجمه ابوالقاسم پورحسینی. تهران، سیمرغ، 1355.

- Cadozier, V, The moral profession: A study of moral development and professional ethics, Retrieved from proquest.com, 2002.
- Fassin, Yves, "The Reasons Behind Non-Ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, 2005, V.60.
- Hartog, Mary and Winstanley, Diana, Ethics and Human Resource, "Management: Professional Development and Practice", *Journal of Business & Professional Ethics*, V21, N2, 2007.
- Jos, Philip H, "Social Contract Theory Implications for Professional Ethics", *Journal of Public Administration*, V36, N5, 2006.
- Moberg, Dennis J., and Mark A. Seabright, "The development of moral imagination", *Business Ethics Quarterly*. Retrieved from emeraldinsight.com.
- Pennino, Clare M, "Managers and professional ethics", *Journal of Business Ethics*, 2004, 41:337-47.
- Wikipedia.com, retrieved 15th may 2008
- Wilson, Ian, ethics, "social responsibility and strategy", *Journal of Strategy & Leadership*, 2000, Vol. 45
- Zionts, T, L, Professional Standards of Educational Managers: Their Importance and Ease of Implementation, Retrieved from Proquest.com, 2006.

