

بسمه تعالی

جزوه اخلاق حرفه‌ای (نظارت و بازرسی)

مسئولیت اجتماعی دارای چهار بعد است:

بعد اقتصادی :

مهمترین بعد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بعد اقتصادی است که در آن فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی مد نظر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است. سود مثل اکسیژن است که اگر به موقع به بدن نرسد از بین می‌رود. لذا، وقتی سازمان سود لازم را به دست آورد و حیات خود را تضمین کرد، می‌تواند به مسئولیت‌های دیگر خود بپردازد. در حقیقت اهداف اولیه سازمانی در این بعد مورد توجه قرار می‌گیرد.

ب) بعد قانونی : سازمان‌ها ملزم میشوند که در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه این قوانین را تعیین می‌کند و کلیه شهروندان و سازمان‌ها، موظف هستند به این مقررات به عنوان یک ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بعد قانونی مسئولیت اجتماعی را ((التزام اجتماعی)) نیز می‌گویند.

ج) بعد اخلاقی : از سازمان‌ها انتظار می‌رود همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارهای خود مورد توجه قرار دهند. بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را ((پاسخگویی اجتماعی)) نیز می‌گویند.

د) بعد عمومی و ملی : که شامل انتظارات، خواسته‌ها و سیاست‌های مدیران عالی در سطح کلان است و انتظار می‌رود مدیران و کارگزاران سازمان‌ها با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور، تصمیمات و استراتژی‌های کلی را سرلوحه امور خود قرار داده و با دید بلند مدت تصمیم‌گیری کنند بعد ملی

مسئولیت اجتماعی را واگذار شده است. از این رو پاسخگویی اجتماعی پاسخگویی و تعهد در قبال مسئولیت واگذار شده است. از این رو پاسخگو بودن، دلالت بر نوعی رابطه رسمی دارد که در آن اختیارات از یک طرف به طرف دیگر محول شده است.

((ریچارد هیکس)) در یک تقسیم بندی، پاسخگویی را در شش بند بررسی می کند:

الف) پاسخگویی مدیریتی: این پاسخگویی در برابر مدیر ارشد یا مدیر بالا دست صورت می گیرد:

ب) پاسخگویی سیاسی: این پاسخگویی در برابر نهادی است که مشروعیت سیاسی آن سازمان است:

پ) پاسخگویی مالی: مدیران سازمان در مقابل وجوهی که بابت اجرای طرح یا پروژه در یافت می کنند، پاسخگو هستند:

ت) پاسخگویی عمومی: مدیران سازمان دولتی در برابر شهروندان یا نمایندگان منتخب آنان پاسخگو هستند:

ث) پاسخگویی حرفه ای: در مقابل همکاران متخصص و حرفه ای خود پاسخگو هستند:

ج) پاسخگویی قانونی: این پاسخگویی در برابر مراجع قضایی صورت می گیرد.

مبانی فلسفی مسئولیت اجتماعی، اجرایی تعهد اخلاقی است. یکی از موضوعاتی که توجه محققان در زمینه تعهد را به خود جلب کرده است، جنبه های مختلف مفهوم تعهد است. زیرا، دلبستگی و تعهد کارمند نه تنها با سازمان بلکه با مراجع دیگری چون حرفه، خانواده، سرپرست مستقیم، مذهب و... در ارتباط است. دو جنبه تعهد که بسیار مورد توجه قرار گرفته عبارتند از: تعهد سازمانی و تعهد حرفه ای شناخت ماهیت رابطه، توجه قرار گرفته عبارتند از: تعهد، موضوع بسیاری از مباحث است. در ادبیات سازگاری یا تقابل میان دو نوع تعهد سازمانی و تعهد حرفه ای. شناخت ماهیت رابطه، سازگاری یا تقابل میان دو نوع تعهد، موضوع بسیاری از مباحث است. در ادبیات کلاسیک ((مدل تعارض حرفه ای - سازمانی)) فرض می شود که مجموع تعهد به سازمان و حرفه، صفر است. یعنی اینکه تعهد به یک طرف باعث کم شدن تعهد به طرف دیگر می شود اما عده

ای معتقدند که این گونه نیست و تعهد سازمانی و حرفه ای می تواند به عنوان پدیده های متمایز فرض شوند که در این صورت تعهد حرفه ای و سازمانی در راستای یکدیگر قرار می گیرند. پس حرفه ای ها می توانند به حرفه و در عین حال به سازمان خود متعهد باشند.

موضوع مسئولیت اجتماعی از جمله موضوعاتی است که در سال های اخیر به شدت در محافل کسب و کار مطرح شده و مورد توجه بسیاری از سازمان های بین المللی است. به عنوان نمونه سازمان ملل متحد با تدوین اهداف توسعه هزاره سوم، بخشی از توسعه هزاره سوم، بخشی از توسعه به عنوان نمونه سازمان ملل متحد با تدوین اهداف توسعه هزاره سوم، بخشی از توسعه جوامع را بر عهده سازمان های بخش های خصوصی نهاده و معتقد است که در مسیر توسعه، سازمان ها و موسساتی که در بستر جامعه انسانی، فرصت بروز و رشد پیدا کرده اند، باید نقش خود را در این مسیر جدی بگیرند.

مسئولیت اجتماعی سازمانی عبارت است از تعهد سازمان ها در خصوص رعایت رفتار اخلاقی به عنوان نهادهای اجتماعی به معنای وسیع آن. این اصطلاح می گوید مدیران یعنی کسانی که عهده دار تصمیماتی هستند که رفتار سازمان را هدایت می کنند باید مطمئن باشند که چارچوب اخلاقی آنان در کل سازمان تعمیم می یابد. مدیران باید نقش الگو را برای تمامی اعضای سازمان داشته باشند. آنان باید متعهد شوند که سازمان هم در جهت افزایش بهره وری و هم اهداف مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، گام بر می دارد. یک کنترل داخلی برای اعمال مسئولیت اجتماعی سازمانی، شخصی به نام هشدار دهنده است. این تمامی اعمال خلاف سازمانی را بررسی و از جنبه ضوابط اخلاقی آن را ارزیابی می کند و موسسه را از خطرات اقدامات غیر قانونی و سایر ضربات حفظ میکند. باری افراد هشدار دهنده، خطر تهدید بالقوه انتقام جویانه از سوی کار فرمایان متضرر شده وجود دارد. در این خصوص لازم است قوانینی باری حمایت از این اشخاص وضع شود. عامه مردم به علاوه سازمان های دولتی، رسانه ها و حامیانی که از طرف مردم عمل می کنند، حافظ خارجی مسئولیت اجتماعی سازمانی می باشند. سازمان های امروزی و مدیران آنان با افزایش مسئولیت اجتماعی در قبال تصمیمات مواجه هستند، انتظار

می رود سازمان های مسئول ، کالاها و خدمات با کیفیت خوب و سالم به مراجعان خود عرضه کنند. همین طور این سازمان ها باید از لطمه زدن به محیط زیست نیز اجتناب نمایند. آنها همچنین باید محیط سالم و ایمن برای حفظ سلامت کارکنان ایجاد کنند. بالاخره سازمان های مسئول باید برای رفاه عموم در جامعه ای که در آن کار می کنند ، آثار مثبت داشته باشند. تا اوایل دهه ۱۹۰۰ میلادی ، ماموریت موسسات، سازمان ها و شرکت های کسب و کار صرفاً اقتصادی بود لیکن هر چه به زمان حاضر نزدیک تر می شویم، محیط اجتماعی رشد کرده و مسئولیت های اجتماعی و اخلاقی جایگاه محکم تری یافته اند. اصطلاح اخلاق حرفه ای ناظر به همین بعد اجتماعی و سازمانی رفتار ماست. هر چند اخلاق حرفه ای ، اخلاق فردی و اخلاق شغلی را پوشش می دهد اما از هر دو فراتر می رود. اخلاق حرفه ای ، بالذات از مسئولیت فرد در قبال رفتار خود به عنوان فرد انسانی و حتی مسئولیت فرد در قبال رفتار شغلی خود بحث نمی کند ، بلکه از مسئولیت سازمان به عنوان یک واحد حقوقی در قبال حقوق همه عناصر محیط داخلی و خارجی سازمان بحث می کند.

اگر روزی سخن گفتن از اخلاق در حوزه مدیریت ، موضوعی فانتزی در مدیریت به حساب می آمد و یا نیاز به اخلاق ، از نوع نیازهای درجه دوم و نیازهای معنوی طبقه بندی میشد، اما امروزه نه تنها چنین نگرشی در دنیای مدیریت و کسب و کار منسوخ شده ، بلکه ضرورت آن از حوزه منابع انسانی هم فراتر رفته و مساله ای راهبردی و استراتژیک به شمار می آید. به درستی ، گفته است که ((روز به روز اعتقاد سازمان ها در این مورد راسخ تر می شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی ، موجب ایجاد مزیت های استراتژیک خواهد شد، به گونه ای که اصول اخلاقی و رقابت تفکیک ناپذیر می شوند)) امروزه ، رویکرد به اخلاق در حوزه مدیریت ، رویکرد به اخلاق در حوزه مدیریت ، رویکردی مبتنی بر استراتژیک است و از رهیافت منابع انسانی فراتر رفته است . بنابراین ، مسئولیت رشد اخلاق یک سازمان به واحد انسانی سپرده نمی شود بلکه به مدیر سپرده می شود ، اما نه مدیران اجرایی بلکه مدیران استراتژیست که مسئولیت معنوی سازمان را بر عهده دارند.

مسئولیت اجتماعی ، تعهد و مسئولیت مدیریت در قبال جامعه و افراد جامعه به هنگام تصمیم گیری ها و رفتار های مدیریتی است. به طور مثال ، آن گونه که ((دوبرین و آیرلند)) گفته اند ((مدیران باید در تصمیم گیری های

خود نسبت به مسایلی نظیر آلودگی محیط زیست ، تبعیض ، فقر، بیکاری و تورم از خود مسئولیت نشان دهند. آنها نباید صرفاً منافع سازمان خود را در نظر گیرند. سازمان به عنوان یک زیر سیستم در قبال جامعه و آثاری که کارکردها و عملکردهای سازمانی بر جامعه و افراد آن باقی می گذارد مسئولیت دارد)) در متون و پیشه تحقیق ، اخلاق به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتاری سازمان ، مدیر ، یا هر فرد دیگر توجه دارد. در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسایل فراسازمانی مربوط می گردد. گرچه این دو مفهوم از نظر معنی و ریشه با یکدیگر متفاوت می باشند، برای درک بهتر لازم است که به صورت تجزیه ای به آنها نگریده شود : اما در واقع دو مفهوم به هم مربوط می باشند و باید در حالت کلی و مجموعه ای مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند تا معنی کامل آنها قابل درک باشد . دلیل مهم این امر آن است که بسیاری از اخلاقیات و رفتارها و به عبارت دیگر سبک های مدیران که جنبه فردی دارد و از ویژگی های شخصیتی و تربیتی آنها سر چشمه می گیرد ، بر رفتار همه افراد سازمان و در نتیجه بر کل جامعه اثر می گذارد. به عبارت دیگر ، در این رویکرد ، مدیران علاوه بر آنکه باید منافع و حقوق سازمان خود را تأمین کنند ، باید به عنوان یک امر اخلاقی در راه رفاه ، آسایش ، نیازها و علایق مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند.

از جهت دیگر نباید تصمیمات و رفتارهای مدیریتی منجر به خسارت ، زیان و آسیب به جامعه و افراد آن شود. به طور مثال: اگر مدیریت آموزشی نتواند برنامه های آموزش نیروی انسانی را بر اساس نیازهای جامعه طراحی کند موجب بیکاری ، اتلاف نیروها و هدر دادن سرمایه های ملی میشود. در این صورت ، مدیر به مسئولیت اجتماعی خود عمل نکرده است . لازمه موفقیت سازمان عملکرد مناسب آن است . شاخص هایی مانند سودآوری ، بقا، رشد میزان دستیابی به اهداف و قابلیت های رقابتی را می توان به عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد. برخی از صاحب نظران مانن ((هیگز و وینکر)) موفقیت سازمانی را با عملکرد سازمانی معادل فرض کرده و بر این باورند که عملکرد سازمانی نتیجه ای است که به عنوان براین رفتار سازمان ، اتفاق می افتد. شاخص هایی مانند سودآوری ، بقا، رشد، میزان دستیابی به اهداف و قابلیت های رقابتی به عنوان شاخص های موفقیت تلقی شده ، تمامی مواردی که به طور غیر مستقیم به عملکرد کمک میکنند (از قبیل بهبود کیفیت رضایت مشتریان ، افزایش همکاری ، تعارض و کاهش هزینه ها) مورد توجه قرار می گیرند. از آنجا که در ادبیات سازمان و

مدیریت ، مسئولیت اجتماعی بخشی از مقوله اخلاق کار محسوب شده و از آن به عنوان اخلاقیات فرا سازمانی یاد می شود، لازم است ابتدا مفهوم اخلاق کار و پس از آن ارتباط چارچوب های اخلاقی و مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد.

اخلاق کار

اخلاقیات ارتباط نزدیک و تنانتگی با ارزش ها دارند و به عنوان ابزاری نگریسته می شوند که ارزش ها را به عمل تبدیل می کنند. اخلاق ، یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است ، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است ؟ اخلاق ، مفاهیمی نظیر اعتماد ، صداقت ، درستی ، وفای به عهد نسبت به دیگران ، عدالت و مساوات و فضایل شهروندی و خدمت به جامعه را در بر می گیرد . اخلاق در معنی ، تشخیص درست از نادرست و خوب از بد ، همیشه موضوع مورد بحث فلاسفه بوده است. به علاوه برخی ها اخلاق را تمدن ساز به شمار می آورند. بیشتر استانداردها و قواعد اخلاقی در یک فرهنگ نسبت به فرهنگ های دیگر و در زمان های مختلف با یکدیگر تفاوت دارند . به عبارت دیگر ، نسبت گرایی ، اخلاقی باعث می شود آنچه که در یک جامعه ، عملی درست نامیده می شود در فرهنگ یا جامعه ای دیگر نادرست تلقی شود و میزان ابهام و بعضاً تعارض در ارزش ها افزایش یابد.

اخلاق کار به معنی شناخت در ست از نادرست در محیط کار و آنگاه انجام درست و ترک نادرست است . اخلاق کار ، به عنوان شاخه ای از دانش مدیریت ، از زمان پدیدار شدن نهضت مسئولیت اجتماعی ، انتظارات مردم را از سازمان ها بالا برده ، آنها را به این نتیجه رسانده بود که سازمان ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی نظیر فقر ، خشونت ، حفاظت از محیط زیست ، تساوی حقوق ، بهداشت عمومی و بهبود وضع تحصیلات استفاده کنند . مردم بر این باور بودند که چون شرکت ها با استفاده از منابع کشور به سود دست می یابند ، مدیون کشور هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند اگر چه انگیزه و توجه شرکت به رعایت مسایل اخلاقی به سال ۱۹۲۳ میلادی و به بنیانگذار شرکت مبلمان و اثاثیه هرمان میلر دوپیر بر می گردد ولی توجه به اخلاقیات در نوشته های مدیریت ، در کتاب ((وظیفه های

مدیران)) چستر بارنارد و آثار ماکس وبر به چشم می خورد. بارنارد بر این باور بود که ((نا ممکن است سازمان های رسمی بتوانند بدون عنصر اخلاقی عمل کنند. رهبری که به اصول اخلاقی عمل نمی کند نفوذ خود را از دست می دهد و نمی تواند باری مدت طولانی دوام آورد.))

طرفداران اخلاق کار در دو دسته قرار می گیرند. افرادی مانند چپل بر این باورند که رعایت اخلاق کار، باعث افزودن ارزش به سهامداران شده، ابزاری برای دستیابی به هدف پیشینه کردن سود است (دیدگاه اخلاقیات ابزاری). در مقابل، افرادی مانند بارنارد، کوئین و جونز و میاتون - اسمیت، دیدگاه غیر ابزاری داشته و باور دارند که سازمان بایستی گذشته از ملاحظات مالی، اخلاق کار، به دلیل آنکه ماهیت این کار درست است آن را رعایت کند.

اخلاق و فرهنگ سازمانی

انبوه مطالعات مربوط به فرهنگ سازمانی که در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی انجام گرفت، نحوه نگرش دانش پژوهان و مدیران را نسبت به سازمان تغییر داد و تجزیه و تحلیل فرهنگ سازمانی به یکی از مهمترین تخصص ها در زمینه فرهنگ سازمانی مبدل شد. فرهنگ سازمانی از جمله مهمترین عناصر هر سازمان است که با اندیشه، احساس و عمل اعضا عجین شده است و هر گفتار، پندار و رفتاری از آن رنگ پذیرفته و جهت می گیرد. به وضوح دو گونه از فرهنگ سازمانی (رسمی و غیر رسمی) از یکدیگر قابل تمایز است. فرهنگ سازمانی به معنای رسمی آن به قوانین، مقررات، آئین نامه های مکتوب و سلسله مراتب با ضمانت اجرای رسمی اشاره دارد، فرهنگ سازمانی غیر رسمی به قواعد، اصول، باورها و انتظارات مشترکی اشاره دارد که از طریق ارتباطات گروهی خودمانی دورنی می شود.

((ادگار شاین)) مدعی است جوهره و بن مایه فرهنگ سازمانی ارزش ها، عقاید و باورهای عمیقی است که در فرآیند با هم آموزی فرا گرفته می شود و نسبت به آنها نوعی احساس تعلق وجود دارد. اهمیت این نوع از فرهنگ سازمانی (غیر رسمی) نامرئی و عمیق بودن آن است که مقدار زیادی انرژی و حرارت لازم برای

سازگاری اعضاء با محیط بیرونی و یکپارچه درونی فراهم می سازد. فرهنگ، سازمان و اعمال آن را راه اندازی میکند. آن، چیزی شبیه ((سیستم عمل)) سازمان است که کارمندان را در چگونگی فکر کردن و چگونه احساس و عمل کردن هدایت می کند. فرهنگ، پویا و سیال است و هرگز ثابت نمی شود. فرهنگ ممکن است تحت مجموعه ای از شرایط اثر گذار بوده و یا اثر گذار نباشد. فرهنگ سازمانی به منزله شخصیت سازمانی است که آن را از سایر سازمان ها متمایز می سازد. فرهنگ سازمانی، ارزش های مشترک یا ادراکات عمومی است که به وسیله اعضاء یک سازمان حفظ می شود. ((ادگار شاین)) برای فرهنگ سازمانی سه سطح در نظر گرفته است: الف) رفتارها، ابزارها و هنجارهای گروهی: ب) احساس آنچه باید باشد (ارزش) ج) سطح سوم (پایین ترین سطح) شامل فرضیات اساسی است. با توجه به این سه سطح، فرهنگ سازمانی مجموعه ای از فرضیات اساسی است که افراد سازمان در مواجهه با مسائل، برای انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، کشف و ایجاد کرده اند و ثابت کرده اند و ثابت شده که سودمند و با رازش هستند و در نتیجه به عنوان روش صحیح ادراک، تفکر و احساس به اعضاء جدید انتقال می یابد.

بسیاری از صاحب نظران در این مورد اتفاق نظر دارند که مقصود از فرهنگ سازمان سیستمی از استنباط مشترک است که اعضاء نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک در سازمان از یکدیگر می شود. یک سیستم که اعضاء آن دارای استنباط مشترک از آن هستند، دارای مجموعه ای از ویژگی های اصلی است که سازمان به آنها ارجح می نهد یا برای آنها ارزش قایل است. چنین به نظر می رسد که هفت ویژگی وجود دارد که در مجموع معرف و نمایانگر عصاره و فرهنگ سازمانی اند.

الف) نوآوری و خطر پذیری: میزانی که کارکنان به نوآوری و خطر پذیری تشویق می شوند:

ب) توجه به جزئیات: میزانی که کارکنان باید به جزئیات پردازند، دقیق باشند و کارها را تجزیه و تحلیل نمایند:

پ) توجه به ره آوردها: میزانی که مدیریت باید به نتیجه ها و دستاوردها توجه کند. (و نه به شیوه های اجرایی که به شیوه های اجرایی که به این نتیجه ها انجامیده است.)

ت) توجه به اعضای سازمان : میزان توجهی که مدیریت (به هنگام تصمیم گیری و مشارکت دادن افراد) به اعضای سازمان می کند :

ث) توجه به تیم : میزانی که فعالیت ها حول محور تیم (و نه افراد) متمرکز شده است:

ج) جاه طلبی : میزان یا درجه ای که افراد و اعضاء سازمان بلند پرواز و جاه طلب هستند . (و نه این که همواره سر به زیر و تسلیم باشند)

چ) پایداری : میزان یا درجه ای که سازمان بر حفظ وضع موجود تأکید می کند (که این روند با رشد و پیشرفت مغایر است)

در یک سازمان ، فرهنگ نقش های متفاوتی ایفا می کند یا وظایف گوناگونی بر عهده دارد. نخست ، فرهنگ تعیین کننده مرز سازمانی است ، یعنی سازمان ها را از هم تفکیک می نماید. دوم ، نوعی احساس هویت به پیکر اعضای سازمان تزریق می کند . سوم ، فرهنگ باعث می شود که در افراد نوعی تعهد نسبت به چیزی به وجود بیاید که (آن چیز) بسی بیشتر از منافع شخصی فرد است . چهارم ، فرهنگ موجب ثبات و پایداری سیستم اجتماعی می گردد. سرانجام فرهنگ به عنوان یک عامل کنترل به حساب می آید که موجب به وجود آمدن یا شکل دادن به نگرش ها و رفتار کارکنان می شود در دهه ۱۹۶۰ میلادی نقش فرهنگ به عنوان عاملی موثر بر رفتار اعضای سازمان ، اهمیت زیادی پیدا کرد. در سازمان ها حوزه یا قلمرو کنترل گسترده شده ، ساختار ها در سطح افقی گسترش یافته اند ، تیم های تشکیل شده ، از میزان رسمی بودن کارها کاسته شده و اختیارات یا مسئولیت های بیشتر به کارکنان داده است . وجود پدیده ای به نام ((استنباط مشترک)) که از ره آورده های یک فرهنگ قوی است این واقعیت را تایید کرده است که همه اعضای سازمان در یک مسیر هدایت می شوند . از سوی دیگر ارزش های مشترک اعضای سازمان با ارزش هایی که موجب افزایش اثر بخشی سازمان می شود مغایر باشند، فرهنگ به صورت یک قلم بدهی در ترازنامه سازمان پدیدار می گردد. به احتمال بسیار زیاد چنین وضعی هنگامی پیش می آید که سازمان در محیطی پویا قرار گرفته باشد. تغییرات شدیدی که در محیط سازمان رخ می دهد ، احتمالاً موجب نامناسب شدن فرهنگ حاکم بر سازمان می گردد. بنابراین هنگامی که سازمان در

محیطی ثابت و پایدار قرار گیرد ، تداوم رویه در رفتار به صورت یک دارایی در ترازنامه سازمان نمایان می گردد. ولی امکان دارد فرهنگ به عنوان نوعی بار اضافی در آید که بر سازمان تحمیل می شود و اجازه نمی دهد که سازمان در برابر تغییرات محیط از خود واکنش مناسب نشان دهد .

فرهنگ سازمانی افراد را توجیه می کند و به طرزی بسیار ظریف به اعضای خود این پیام را می دهد که چه کارهایی مخالف قوانین و مقررات باشد . نقطه قوت فرهنگ سازمانی این است که می تواند بر رفتار اخلاقی مدیران اثر بگذارد . یک فرهنگ قوی (در مقایسه با یک فرهنگ ضعیف) بهتر می تواند بر مدیران اعمال نفوذ نماید . اگر فرهنگ قوی باشد و استانداردها یا معیار های با بلای اخلاقی را مورد تأیید قرار دهد ، باید بتواند بر رفتار اخلاقی مدیران اثرات مثبت بگذارد . ولی در یک فرهنگ ضعیف ، به احتمال بسیار زیاد فرهنگ ها برای تعیین نوع رفتار ، بر زیر مجموعه های فرهنگی و هنجار های آن فرهنگ ها تکیه می کنند، بنابراین اگر در سازمانی فرهنگی ضعیف حاکم باشد ، معیارها یا استانداردهای گروه و دایره می توانند بر رفتار اخلاقی اعضا اثراتی شدید بگذارند . معمولاً به این نکته هم توجه می شود که محتوای فرهنگی بر رفتار اخلاقی اثر می گذارد . اگر چه امکان دارد رعایت اصول اخلاقی ، در کوتاه مدت بر عملکرد سازمان اثراتی نامطلوب بگذارد ولی در بلند مدت سود های زیادی به بار خواهد آورد . زیاده روی در رعایت اصول اخلاقی باعث انجام کارهای خوب به حد افراط می گردد.

فرهنگ سازمانی قوی رفتار کارمندان را شکل می دهد ، باعث هماهنگی در رفتار می شود ، باورهای مشترک و تعهد کاری ایجاد میکند ، باعث ایجاد هویت سازمانی برای کارکنان می شود، شکل ظاهری افراد را مشخص می کند ، از بی نظمی در سازمان جلوگیری می کند ، کنترل بیرونی را کاهش می دهد (باعث ایجاد خود کنترلی می شود) و موجب کاهش تضاد ، هزینه و نارضایتی شغلی می شود . نهادی شدن سازمان باعث ایجاد درکی مشترک میان کارکنان و اعضای سازمان نسبت به آنچه مناسب و شایسته است می گردد . از این رو هنگامی که سازمان به صورت نهاد در آید ، الگوی های خاصی از رفتار ، مورد قبول همه اعضای سازمان قرار خواهد گرفت و این نمونه های رفتاری در همه جای سازمان به چشم می خورد . فرهنگ سازمانی شیوه انجام

امور را در سازمان برای کارکنان مشخص میکند ، و ادراکی یکسان از سازمان است که وجود آنها در همه اعضای سازمان مشاهده می شود و در ضمن نشان دهنده مشخصات معمول و ثابتی است که سازمان را از دیگر سازمان ها متمایز می سازد . به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی ، هویت اجتماعی هر سازمان را مشخص می کند. فرهنگ سازمانی مجموعه ای از اعتقاداتها ، باورها و ارزش های مشترک است که بر اندیشه و رفتار اعضای یک سازمان اثر می گذارد . به این علت اعتقادها و ارزش ها ، شالوده و پایه فرهنگ سازمانی است و این عوامل است که به سازمان قدرت می دهد و اساس فلسفه سازمانی برای رسیدن به کارایی و اثر بخشی را بنیان می نهد .

پژوهش ((اسپینس)) موید آن است که بهبود شرایط محیطی سازمان اثر های مثبتی بر کارکنان دارد و آنان را متعهد می سازد تا تلاش بیشتری در انجام وظایف سازمانی می کنند . ((سی اونجی هارتون)) نیز بر این نکته تأکید دارد که در اثر توسعه و بهبود منابع انسانی ، کارایی سازمانی افزایش می یابد.

((سیلور تون))((والاس))((کوبرک)) و((چاسمیر)) نیز در تحقیقات خود دریافتند که بین فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد . با عنایت به اینکه یکی از عوامل موثر بر بهره وری سازمانی رضایت شغلی است. در نتیجه افزایش آن موجب می شود کارکنان بیشتر از حد توان خود تلاش کنند ، همچنین متعهد می شوند که نه تنها وظایف سازمانی خود را به درستی و در کمترین زمان انجام دهند (کارایی) بلکه اهداف صحیحی را برای انجام امور انتخاب می کنند (اثر بخشی).

تحقیقات ((هرسی و بلانچارد)) نشان می دهد که فرهنگ قوی منجر به ایجاد احساس بهتر برای کارکنان و انجام بهتر کارها می شود . همچنین فرهنگ قوی سازمان موجب افزایش تعهد افراد به سازمان و ایجاد همسویی میان اهداف کارکنان و اهداف سازمانی می شود و این نکته عامل موثری در جهت افزایش بهره وری است.

به نظر ((اوریلی)) فرهنگ سازمانی تعیین می کند شخص چگونه خودش را با سازمان وفق دهد ، یا چگونه به صورت مطلوب با سازمان ارتباط برقرار کند ، زیرا این کار موجب می شود که فرد در داخل آن جو سازمانی احساس راحتی کند.

موضوعات اخلاقی به طور مستمر با فعالیت های سازمانی ، حرفه ای و زندگی روزمره افراد مرتبط است و در مباحث مربوط به تصمیم گیری و سیاستگذاری سازمانی حائز اهمیت می باشد . براین اساس ، اخلاق سازمانی نیز عبارت است از مقرارت ، استانداردها ، کدها و یا اصولی که دستور العمل های لازم برای رفتار های درست اخلاقی و وجدانی و همچنین درستکاری در شرایط خاص سازمانی را فراهم می سازند. رفتارهای غیر اخلاقی شامل تمامی اقداماتی است که به برخورد غیر منصفانه با دیگران منجر می شود ، خواه این رفتارها قانونی یا غیر قانونی باشد. اخلاق سازمانی شامل ابعاد مختلفی است : کاربرد ارزش ها و اصول اخلاقی ، فرآیند منطقی مطرح در اتخاذ تصمیمات اخلاقی ، تصمیمات و رفتارهایی که منتج از فرایندهای سازمانی است.

رویکرد های اخلاق سازمانی

مدل اخلاق سازمانی ، رویکردی نظام یافته است که در آن رفتار ، عملکرد و نتایج چرخه ای است که به عنوان منطق شناختی اساسی مدل به کار گرفته شده اند . سه سطح نفوذ اخلاقی مبنای قرار داده شده اند که عبارتند از :الف) سطح فردی ؛ ب) سطح محلی (گروه های داخل سازمان و اعضای سازمان) ؛ ج) سطح جهان شهری (اجتماعی و بیرونی).

سطوح فردی ، محلی و جهان شهری نفوذ اخلاقی به منظور تسهیل بررسی آثار بین سه سطح و ملاحظه گرایش درونی و بیرونی به کار گرفته شده اند.

انواع فرهنگ اخلاقی در سازمان های اداری

((ویکتور)) ((کولن)) با طراحی ابزاری تحت عنوان پرسشنامه اخلاقی شش نوع فرهنگ اخلاقی مختلف را در سازمان ها شناسایی کرده اند.

فرهنگ اخلاقی حرفه ای : کارکنان ازمقرارت ومجموعه دستور العمل هایی که به وسیله گروههای حرفه ای مربوط یا قوانینی که به وسیله دولت تعیین و ابلاغ گردیده تبعیت می کنند. در چنین شرایطی ، کارکنان برای اینکه از نظر اخلاقی چطور رفتار کنند ، نگاه آنها به بیرون سازمان است.

فرهنگ اخلاقی مراقبتی :

کارکنان درون سازمان به طور واقعی و راستین به رفاه دیگران هم در درون و هم در برون سازمان توجه می کنند. اقدامات گروهی که چنین جوی را از خود بروز می دهند ، باید توجه را به تمامی کسانی که به وسیله تصمیمات آنها مورد تاثیر قرار گرفته اند نشان دهد .

فرهنگ اخلاقی مقرراتی :

از کارکنان انتظار می رود تا از قوانین واحد یا سازمان ممنوع خود دقیقاً پیروی کنند.

فرهنگ اخلاقی ابزاری

اعضای سازمان مراقب منافع خود و اغلب به دنبال بهره مندی از دیگران می باشند.

فرهنگ اخلاقی کارآیی مدار :

راه و روش درست انجام دادن کارها در درون سازمان ، راه و روشی است که از کارایی بیشتری برخوردار باشد.

فرهنگ اخلاقی مستقل :

کارکنان به شدت تحت تاثیر احساس و برداشت خودشان از درست یا غلط بودن کارها ، اقدام به فعالیت می کنند.

نظریه سود انگاری

در تعریف این نظریه آورده اند ((مکتبی است که معتقد است کار صواب به آن است که خیر و سود هر چه بیشتر به جهانی ارزانی دارد)) به بیان دیگر اساس اخلاقی این مکتب بر سود مندی یا اصل بزرگترین خوشبختی می باشد. همچنین آورده اند: ((مذهب اصالت نفع قوانینی است که مراعات آنها موجب بیشترین لذت و زیر پا نهادن آنها منتهی به افزونی بدبختی های بشر می شود.)). انسان باید در مورد هر چیزی در زندگی مبتنی بر توانایی خود قضاوت کند تا بزرگترین سعادت فرد را ترویج دهد. سود انگاری نظریه ای است در مورد خوبی و درستی که بر طبق آن تنها چیز خوب، فایده و سود است و فایده باید، در یک راه، به صورت حداکثری لحاظ شود.

در واقع این نظریه خوبی و بدی اخلاقی را به وسیله نتایج یا سبب های یک عمل، یک قانون تعیین کند و عقده ای است که آن افعال درست و غلط به وسیله خوبی و بدی نتایج آن تعیین می شوند. برطبق تعاریف فوق، از نظر این مکتب، فعل درست، فعلی است که قطعاً یا حداقل به عنوان مقدار خوبی درونی نتیجه خواهد داد. یا فعلی است که در صورت تمایل به سعادت، خوب و درست و در صورت عکس بدمی باشد.

نظریه تکلیف گرایی

براساس این نظریه، ارزش اخلاقی هر عملی، به نتیجه آن بستگی ندارد، زیرا نتیجه آن در زمان اخذ تصمیم مشخص نیست ولی ارزش آن عمل به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد. در واقع ما وظایفی نسبت به دیگران داریم. عده ای در تعریف این نظریه آورده اند: ((دست کم بعضی افعال اخلاقی را می توان یافت که با قطع نظر از نتایجی که به بار می آورند، انجام آنها برای انسان الزامی است و این الزام در خود افعال قرار دارد. همچنین در تعریف دیگری در می یابیم طبق مکتب وظیفه شناسی برخی افعال الزام آور از نظر اخلاقی نسبت به نتیجه شان برای سعادت و بدبختی بشری بی اعتنا هستند. عده ای معتقدند تکلیف گرایی بر این مبنا است که یک وظیفه یا عمل درست در تناقض با سیستم اخلاقی می باشد که مبتنی بر نتیجه خوب یا فراهم کننده شرایط ضروری زندگی است. ضمناً مکتبی است که طبق نظریه ارزش، مبتنی بر این اعتقاد است که یک فعل ممکن است شناخته شود تا درست باشد بدون ملاحظه خوبی آن یا دست کم فعلی که ممکن است درست باشد. در

واقع نظریه ای است که التزام و تعهد یا وظایف اخلاقی را لحاظ می کند و آنچه با لذات و صرف نظر از نتایج اش درست یا غلط است بر نمونه های مطلق اخلاقی و حقوقی انسانی تأکید دارد. به طور کلی در نظر ایمانوئل کانت، نباید رفتار را به وسیله روابط عاطفی یا احساسی همانند همدردی، رحم و شفقت و جستجوی لذت تبیین کرد، بلکه توصیه می شود باید به وسیله تکلیف و پیروی از قانون اخلاقی که در ضمیر انسان نهفته است، انجام گیرد. در واقع کانت جز ادای تکلیف هر نوع انگیزه اخلاقی را طرد و رد می کند: البته افعال خیر خواهانه، به اشکال مختلف مورد تقبیح واقع نمی گردد ولی بر طبق اندیشه های اخلاقی کانت ارزشی اخلاقی به افعالی تعلق می گیرد که به سبب تکلیف و وظیفه انجام می گیرد این وظیفه و تکلیف از نظر گاه کانت امری مطلق بوده و مشروط بر هیچ قید و شرطی نیست: و به صورت حکم بدیهی عقل عملی و از احکام پیشی بوده و اختصاص به فرد خاص و شرایط و نتایج خاص نداشته باشند.

نکته قابل توجه دیگر در تکلیف اخلاقی، نسبت رابطه تکلیف با اختیار و آزادی است: بدین معنا که اگر همه چیز برای انسان، ضروری بود و انسان از آزادی و اختیار بهره مند نبود، وظیفه اخلاقی و تکلیف و الزام برای او معنی نمی داشت. بنابراین از نظر کانت افعالی اخلاقی و پسندیده هستند که انسان از روی اراده و اختیار و برای ادای تکلیف و وظیفه انجام دهد. پس از توضیح. تبیین و تبیین مکتب پیرامون واژه ((تکلیف)) یا ((وظیفه))، ((تعهد)) می گردد، در واقع برای آگاهی بیشتر از این معیار، به معنا و مفهوم تکلیف و وظیفه می پردازم.

عده ای تکلیف را عمل کردن ناشی از احترام به قانون تعریف نموده اند. همچنین آن را ((رفتاری می دانند که وضع شخص نسبت به اشخاص دیگر موجد آن است)) عده ای از متخصصین اخلاق به نحوی خاص، تکلیف را تعریف نموده اند. چنانچه گفته اند: ((تکلیف چیزی است که وجدان آن را واجب نماید: امری قطعی است که قانون اجراء آن را لازم می شمارد)) به طور کلی در تعریف مفهوم تکلیف در واقع نوعی تعهد و معنای لازم نهفته است، حال در پاسخ به این پرسش که چرا تکلیف همیشه همراه با تعهد و الزام نهفته است؟ باید گفت: تکلیف یک الزام اخلاقی است که یک واسطه نسبت به فرد دیگری دارد و وظایفی که نسبت به فرد دیگری دارد و وظایفی که نسبت به فرد دیگر هست. تکلیف امری است که محتاج تعلق است یعنی تکلیف کسی بر

کسی در خصوص امری است . از آنجا که با توجه به این متعلق نوعی اجبار و الزام به همراه دارد ، به رمز همراهی تکلیف و تعهد پی می بریم . عده ای برای بیشترین تکالیف تقسیم بندی ای شامل دو طبقه مهم از وظایف ذکر نموده اند : نخست وظایفی که شامل روابط شخصی و اجتماعی ما با دیگران است . والدین نسبت به فرزندان و فرزندان نسبت به والدین وظایفی دارند ، عموم مردم در خصوص مشاغل خود و شرکتهایی که به شغلشان مرتبط است ، وظایفی دارند : بدهکاران نسبت به پرداخت بدهی به بستانکاران جهت حفظ وعده و قول ضامن و برگردان آنچه نزد قرض دهندگان به عاریه گذاشته شده است وظایفی دارند . دوم وظایفی نسبت به روابط سیاسی که داوطلبانه وارد آن می شویم.

نظریه عدالت توزیعی

نظریه عدالت توزیعی به عنوان یک مکتب اخلاقی توسط جان رالز پیشنهاد شده است . وی با تلاش در دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ میلادی نظریه عدالت را به روشنی براساس برتری یک ارزش واحد به نام عدالت ، مطرح نمود . از مهمترین آثار او ((نظریه عدالت)) یکی از متن های نخستین در فلسفه سیاسی است که در آن تلاش میکند در قرداد اجتماعی و سیاسی را ابراز نماید . در واقع او تحت تأثیر قرار داد لیبرال و سوسیال دموکرات آنها استدلال می کند :بیشترین اصول استدلالی عدالت آنهایی هستند که هر یک باید با عدالت اجتماعی ، سیاسی و اقتصادی موافق باشند و آن را بپذیرند .)) زیرا رالز معتقد است که این منظومه های توزیع تدوین شده ناعادلانه هستند . طبق پیشنهاد او تقدم عدالت در ساختار اساسی جامعه ما نیازمند تساوی بیشتر است : زیرا اشخاص آزاد و عقلانی که مزایای مشهود همکاری را می دانند و کمتر نگران توزیع آن منافع هستند ، نابرابری های اقتصادی و اجتماعی را خواهند پذیرفت . از آنجا که دو مکتب سود انگاری و تکلیف گرایی نمی توانند یگانه معیار اساسی صواب و خطای قانع کننده در اخلاق باشند ، باید اصلی را درباره عدالت معتبر بدانیم تا ما را در توزیع خوبی و بدی

هدایت کند و مستقل از هر اصلی باشد که درباره به حد اعلا رساندن غلبه خوبی بر بدی در جهان کمک کند و آن مکتب عدالت توزیعی است.

قبل از پرداختن به معنا و مفهوم عدالت توزیعی به خود واژه عدالت به عنوان یک مفهوم اخلاقی می پردازیم تا در سایه روشن شدن این اصطلاح مکتب عدالت توزیعی نیز محسوس تر گردد. عدالت از دید افلاطون عبارت است از این که ((هر کس کار خود را انجام دهد و در کار دیگران دخالت نکند)) عده ای نیز عدالت را رعایت و احترام به حقوق دیگران دانسته اند که شعار عدالت ((ادای حق هر کس)) یا ((دیگران را دادن)) می باشد. عده ای نیز آورده اند: ((عدالت عبارت است از احترام به شخص و حقوق وی)). قداما عدالت را در دو پند خلاصه می کردند، ((به کسی زیان مرسان)) و ((حق هر کس را بده و بازده)). برخی عدالت را به عنوان یک فضیلت چنین تعریف می کنند: ((مراعات قوانین مقوم و ردیلت چیزی نیست جز نقص این قوانین و پیمان شکنی)).

اما نظریه عدالت توزیعی ((جان رالز)) را به عنوان یک مکتب اخلاقی می توان از یک سیستم اقتصادی خاص توزیع منافع به یک سیستم اخلاقی برای ارزیابی رفتار گسترش داد که بر اساس آن می تواند یک عمل را در صورتی که منجر به افزایش همکاری بین اعضای جامعه می گردد، ((درست))، ((عادلانه)) و ((مناسب)) نامید و هر چه مخالف این جریان باشد ((نادرست))، ((نامناسب)) دانست. همچنین آورده اند که عدالت توزیعی از طرف قدرت حاکمه به اجرا در می آید و عبارت است از تقسیم خوبی ها و بدی ها بر حسب لیاقت اشخاص: به عبارت بهتر ((عدالت توزیعی یعنی آنچه مربوط است به تقسیم افتخارات، اموال یا هر گونه امتیازات دیگری که قابل تقسیم بین افراد اجتماع باشد و جز به تقسیم امتیازات و ثروت اجتماعی به چیز دیگری اطلاق نمی گردد)) عده ای دیگر در تعریف عدالت توزیعی می گویند: منظور از عدالت توزیعی عبارت است از توزیع و تقسیم اموال، املاک، غنایم، افتخارات و امتیازات بر حسب لیاقت افراد)) به عبارت دیگر عدالت توزیعی به تناسب بین اعمال و رفتار و لیاقت و فضایل آنان مربوط است. از دیدگاه ارسطو عدالت یا جزیی است یا کلی. عدالت جزیی نیز خود به دو گونه است: عدالت در توزیع شرافت و ثروت در میان شهروندان و عدالت جبرانی در

روابط بین مردم . عدالت به عنوان مظهر توزیع شهرت ، پول ، حقوق و مزایا در میان افراد یک جامعه ، توسعه ارطوبه به عنوان ضرورت مساوات در تناسب بین افراد و اجرا و پاداش ها توصیف می شود. در واقع عدالت توزیعی ، به انصاف در توزیع مربوط می شود ، و توزیع انصاف ، توزیعی است که در یک معنا ، سود آور است ، بعضی نیز ذکر می کنند توزیع انصاف ، توزیعی است که در آن هر چه از بازار آزاد نتیجه می شود ، وجود دارد . در فلسفه مدرن نیز بحث درباره عدالت به وسیله سوالات زیادی در مورد اینکه چه چیزی عدالت را در منابع انجام می دهد ، تحت الشعاع قرار گرفته است . به طور کلی معارهای اخلاقی بودن بر اساس ((عدالت)) بدین معنا است که هر فردی در جامعه انسانی عمل نماید تا توزیع عادلانه منافع عملی گردد، چرا که اجرای عدالت موجب افزایش عزت نفس می گردد.

بر خلاف مکتب سود انگاری با انحصارش که به سعادت مجموع مربوط است، رالز استدلال میکند که ارزش های اساسی بین حقوق فردی یا عدالت به عنوان انصاف مربوط می شود از آنجا که پذیرش این مکتب به همکاری اجتماعی برای دستیابی به منافع وابسته است ، تلاش فردی کم اهمیت گرفته می شود ، حال آنکه فعالیت های سازمانی اتفاق نخواهد افتاد مگر اینکه یک نفر راضی شود خطرات و مسئولیت های شروع و هدایت این فعالیت را بپذیرد . در واقع تمع های گروهی که قصد انجام فعالیت های مفید اجتماعی ، سیاسی ، اقتصادی و غیره را دارند متشکل از افراد عضو این سازمان ها هستند و از کنار هم قرار گرفتن فعالیت های فردی ، نتایج بزرگ اجتماعی را در پی دارد .

نظریه آزادی فردی

از ابتکارات ((رابرت نوزیک)) که بر اساس تقدم یک ارزش به نام ((آزادی فردی)) طراحی گردیده است . بر طبق این نظریه اخلاقی ، او آزادی فردی را از یک منظومه بازار دارایی ها به یک منظومه اخلاقی ویژه ارزیابی رفتار ها گسترش داد. بدین معنا که فرد با انتخاب های آگاهانه خود به آن چه درست و مناسب است دست می یابد . در تبیین مفهوم آزادی برخی معتقدند : مفهوم آزادی کلید تبیین استقلال اراده است . همانطور که اراده نوعی از علیت موجودات زنده است تا آنجا که خردمند باشند، آزادی نیز همچنان خصیصه ای از علیت

است که به وسیله آن بتواند مستقل از تعیین شونددگی توسط علت های بیگانه عمل کند . آزادی در مکتب مدرسی در واقع یک استعداد برای هر یک از دو متقابل است مانند اینکه کار خود انجام دهد یا انجام ندهد ، عمل کند یا عمل نکند . عده ای نیز واژه هایی مانند ((آزادی)) و ((آزادی خواه)) را واژه های مبهمی میدانند که گاهی در یک معنای سیاسی در انگستان در اوایل قرن نوزدهم توسط مخالفان محافظه کار و گاهی به شکل اسپانیایی به کار می رفت نکته قابل توجه اینکه اگر رفتار انسان قابل تبیین علی است ، آیا می تواند به مفهومی که مقتضای مسئولیت اخلاقی است آزاد باشد؟ به عبارت بهتر آیا بین اصل علیت و اراده آزاد تعارضی وجود ندارد ؟ در تبیین سوال می گوئیم : نکته محقق در این موضوع این است که اگر ما اراده آزاد داریم باید به یک معنی ، درست باشد که ما قادر بودیم فعل انجام نداده را انجام دهیم : و دیگر اینکه اگر هر چیزی علتی دارد ، باید درست باشد که هرگز نمی توانستیم فعلی را که انجام نداده این انجام دهیم . اما بر طبق مکتب آزادی فردی ، همه باید برای آزادی بیشتر فعالیت کنند زیرا موجب افزایش تبادل بازار گردد که برای بهره جویی اجتماعی ضروری است .

در نظریات مربوط به آزادی خواهی ، در محیط سیاسی حداکثر حقوق فرد حمایت می شود ، به ویژه حقوقی که به عملکرد بازار آزاد و حداقل نمودن نقش دولت مربوط می شود.

بر طبق این نظریات نقش دولت محدود می شود به نقش ((نگهبان شب)) البته به شرط اینکه خدمات عمومی از طریق بازار آزاد خود به خود به وجود نیاید . بر طبق نظر ((رابرت نوزیک)) در کتاب ((هرج و مرج)) دولت و جزیره خیالی)) در واقع دولت نگهبان شب است . همچنین آزادی فردی به عنوان یک قالب برای ((جزیره خیالی)) نوزیک است که در آن افراد می توانند خارج از رفتار شخصی خود عمل کنند به طور کلی نظریه آزادی فردی نوزیک بر خلاف مکتب عدالت توزیعی در مورد عدالت مبتنی بر بزرگترین مرتبه حقوق شخصی استدلال میکند و ظاهراً این اندیشه نسبت به نیازها و زیان های دیگران بی عاطفه است.

از جمله انتقادات وارده بر این نظریه اخلاقی عبارت است از این که این مفهوم براساس تعریفی کوتاه بینانه از آزادی بنا شده است و به حق منفی محدود می باشد و افراد دیگر حق دخالت ندارد . اگر چه حق مثبتی برای بهره مندی از بعضی منافع که نصیب دیگران شده وجود داشته باشد.

از برترین قواعد اخلاق اسلامی، مسئولیت پذیری اجتماعی است که اصل اسلامی آن بر مفهوم امر به معروف و نهی از منکر مبتنی است. معنای تلویحی این اصل آن است که هر فرد و گروه مسئولیت دارند تا در مجموع، افراد جامعه را برای پذیرش اصول اسلامی و اخلاق، سامان دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و روابط جهانی است . رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق سامان و انسجام می یابد. همچنین رفتار ارتباطی سازمان با محیط و نیز تعامل نهادهای اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می یابد.

برای تعیین مؤلفه های کاربردی اخلاق حرفه‌ای، می توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی در اسلام عبارتند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسانها، برقراری عدالت در مورد انسانها، امانت ورزی در رفتار و بینش شخصی (عاملی، ۱۳۸۱).

در جمهوری اسلامی ایران، سازمان بازرسی کل کشور مطابق اصل ۱۷۴ قانون اساسی عهده‌دار این مسئولیت است. این سازمان وظیفه خود را از طرق مختلف انجام می‌دهد که در رأس آنها انجام بازرسی‌های مستمر، فوق العاده و موردی است. مسلماً این بازرسی‌ها توسط بازرسانی صورت می‌گیرد که دوره‌های تخصصی ویژه‌ای را طی می‌کنند. در کنار این دوره‌های تخصصی، بازرسان برای آنکه بتوانند کارهای خود را تا حد ممکن عاری از نقص و کاستی انجام دهند، باید راهبردها و معیارهای اخلاق حرفه‌ای در حوزه نظارت و بازرسی را به کار بگیرند.

با توجه به اینکه امروزه، هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد (مختاری پور، ۱۳۸۳) لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد. از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفتگو و مشارکت تمامی کارکنان و مدیران 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 بوجود 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 شیوه های غیر مستقیم مانند آموزش های حین عمل و آموزش های اجتماعی و فرهنگی توجه بیشتری شود. 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. برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه ای 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. (pennino, 2004). در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به صورت پذیرش همگانی درآوریم، 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 دهیم).

انسان مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و نیازها است. ویژگی‌های هر فرد تحت تأثیر دیگران و نیازهای او در تعامل و ارتباط با دیگران برآورده شدنی است؛ به گونه‌ای که زندگی امروز ما محصول تفکرات و اندیشه‌های دیروز و اندیشه‌ها و تصورات امروز سازنده زندگی فردا خواهد بود. در جامعه امروزی هیچ کسی نمی‌تواند به

تنهایی تمامی نیازهای خود را برآورده نماید. همان گونه که نیازها متغیر است، راه های برآورده کردن آن نیز نوبه نو و متغیر است که در طول زمان روبه تکامل خواهد بود. یکی از شیوه های اصلاح، رشد و تکامل تفکرات و رفتارهای بشر، بهره گیری از نقد سازنده است. عیب جویی، منافع اصلی جریان تکاملی اندیشه ها و رفتار آدمی و بروز نقد سازنده است. عیب جویی و تلاش و اصرار بر جستجو و رصد کردن و تحت نظر گرفتن منش ها و رفتارهای دیگران یک رفتار و عمل غیر اخلاقی به شمار می رود.

نظر به اهمیت نقد در رفتارهای ناظران و بازرسان و ضرورت تبیین تمایز آن با عیب جویی، به برخی تفاوت های بین این دو اشاره می گردد: از آنجا که انتقاد یک سبک تفکر به حساب می آید، دارای قوانین و نظم فکری مشخصی است زیرا اندیشه ها در قالب یک ساختار منظم و هدفمند ذهنی تبیین می گردد. در حالی که عیب جویی از ساختار و نظم برخوردار نبوده، سخنی است لغو و نامنظم. در عیب جویی صرفاً به عیوب، نقاط منفی و ضعف پرداخته می شود و حال آنکه در انتقاد به نقاط قوت و ضعف و مثبت و منفی پرداخته و ارزیابی می گردد؛ لذا بر ایند یک تعامل عیب جویانه، یأس، افسردگی، سرخوردگی، ناراحتی، موضع گیری، دلگیری، خشونت و تنش ها و ناهنجاری های رفتاری است. در انتقاد، نگاه مؤکد به نقاط ضعفی است که قابل اصلاح هستند، نه آن مواردی که از توان فرد یا مجموعه خارج است. به عنوان نمونه: فردی سوگندهای مکرر و بی مورد یا می کند؛

می توان این نقطه ضعف را با انتقاد برطرف کرد؛ ولی اگر فردی به دلیل کوتاهی پایش می لنگد، این نقطه ضعف را نمی توان برطرف کرد. در عیب جویی به نقاط ضعفی پرداخته میشود که قابل اصلاح نبوده، اغلب با

لحنی تمسخر آمیز ادا می شود. هدف منتقد، اصلاح وس ازندگی، تعالی رفتاری و ارتقای کیفی روابط است؛ اما محوریت عیب جویی، بر تحقیر، تخریب و برتری جویی است. عنصر کلیدی انتقاد، محبت است و حال آنکه در عیب جویی، اصل بر انتقام، خشم، حسد و اقدام تلافی جویانه است. انتقاد یک ارتباط و تعامل انسانی است و عیب جویی یک رفتار ضد انسانی؛ چنان که خدا فرموده است: « وای بر هر عیب جو و بدگوی دیگران» (سوره همزه، آیه ۱)

انگیزه صدق در وجود بازرس، در روایات، یک فضیلت بزرگ است. این فضیلت اخلاقی، مانند همه فضایل اخلاقی دیگر، ریشه‌هایی در اعماق جان انسان دارد که نتایج ذیل را به همراه دارد:

الف- اعتماد به نفس و نداشتن عقده حقارت، انسان را به راستگویی دعوت میکند.

ب- شجاعت و شهامت ذاتی و اکتسابی سبب میشود که انسان واقعیت‌ها را بگوید

ج- پاک بودن حساب و کتاب و نداشتن نقطه ضعف، سبب میشود انسان گرایش به راستی پیدا کند، در حالی که آلودگان، برای پوشاندن عیوب خود به سراغ دروغ می‌روند.

د- ایمان به خدا و روز جزا و برخوردار از تقوای الهی، عامل اصلی صدق و راستی است، به همین دلیل، حدیث معروفی در نهج البلاغه آمده است، به این مضمون که: « نشانه ایمان آن است که راستگویی را در آنجا که به توزیان می‌رساند بر دروغ در آنجایی که به تو سود می‌رساند، مقدم داری ». همچنین در روایتی،

امام علی (ع) می فرمایند: «الصدقُ صلاحُ كُلِّ شَيْءٍ الكذبُ فسادُ كُلِّ شَيْءٍ؛ راستگویی سبب اصلاح هر چیز و دروغ، سبب فساد همه چیز، میشود».

از مجموع روایات در خصوص «تقیه» و «کتمان سر و ذم اذاعه»، چنین برداشت میشود این امور مختص افراد نبوده بلکه در سطح کلان و در روابط بین الملل و جوامع با دولت اسلامی کاربرد وسیعی دارد. چه بسا، برخی اطلاع رسانی های جهانی در خصوص اهداف، باورها و راهبردهای دولتی منتهی به انزجار افکار عمومی دنیا و تحریک مخالفان گردد؛ این موضوع پس از تغییر دولت ها و روی کار آمدن دولت جدید و افشاگری ها و سیاه نمایی های برنامه ها و عملکردهای دولتمردان قبلی نیز صادق است.

توریه از محسنات معنوی سخن به شمار میرود که دارای دو معنا می باشد؛ یکی ظاهر و مطابق با واقع (راست) و دیگر، خلاف ظاهر (دروغ) و گوینده معنای خلاف ظاهر را اراده کند؛ هر چند که مخاطب (شنونده) تنها معنای ظاهر آن را دریابد. برای توضیح بیشتر، به مثال های زیر توجه کنید:

✓ راننده ماهری هستم چون از وقتی که ماشین خریدم تنها دوبار تصادف کردم؛ درحالی که او یک هفته است ماشین خریده است.

✓ دستم خالی است، نمی توانم پولی را به شما قرض دهم؛ درحالی که پولش درون کیف یا جیب اوست.

✓ همسایه از او جاروبرقی بخواهد و او بگوید: جاروبرقی ما کار نمیکند؛ درحالی که جاروبرقی او خاموش است.

توریه در لغات به معنای پنهان کردن، پوشانیدن و افشانکردن راز است و در اصطلاح متون دینی و فقهی آن است که متکلم از سخن خود، معنایی را غیر از آنچه مخاطب و شنونده، می‌فهمد (معنای خلاف ظاهر) اراده کند که فقط محدود به گفتار نبوده، عمل و رفتار را نیز شامل می‌شود. توریه با واژه‌هایی مانند «تأویل، تخیل، مغالطه، ایهام، معاریض و توجیه» نیز هم معنا گردیده است.

در فرایند کشف حقیقت که هدف غایی عملیات نظارت و بازرسی است چون قضاوت پا به میان می‌نهد ناگزیر یافته‌ها بایستی مبتنی بر استدلال و استنباط دقیق باشد و بدون دقت این مهم به دست نمی‌آید. از سویی چنین مذاقه و موشکافی نیز مستلزم صرف وقت بیشتری است پس چگونه می‌توان در مواردی که سرعت در رسیدگی و اظهار نظر در اولویت است دقت را فدای سرعت ننموده؟ در این رابطه بایستی به این اصل مهم اشاره داشت که نتیجه هر بررسی به هر حال در موعد زمانی مشخصی بیشترین اثر را دارد و ارائه هر گونه نتیجه دقیقی پس از سپری شدن زمان قابل ملاحظه از آن اساساً سالبه به انتفاع موضوع خواهد بود.

بنابراین، برای این که کار نظارت و بازرسی با دقت و سرعت لازم انجام شود نیازمند اتخاذ دو تدبیر است:

الف- بازرس با برقراری تعامل مؤثر و مطلوب با مسئولین و کارشناسان دستگاه یا غیر آن این توان کارشناسی بالقوه را به خدمت بگیرد.

ب- با تفکیک موضوع مورد بررسی به اجزاء کوچکتر نتایج حاصل از بررسی هر جزء را منعکس و اظهار نظر قطعی را موقوف به اتمام عملیات بنماید. در این روش علاوه بر این که افکار عمومی یا حداقل مسئولین

ما فوق بازرس متوجه پویایی و حرکت رو به جلو تحقیقات میشوند از پیش داوری نیز پرهیز شده و به دقت نیز عمل خواهد شد.

۱۱، ۳، ۲. برنامه ریزی:

یکی از صفاتی که بازرسان باید واجد آن باشد، برنامه-ریزی است. بدیهی است برنامه ریزی وسیله مناسبی برای مهار کردن امکانات انسانی و مادی، منضبط نمودن ابزار کار، تنظیم و ترتیب آنها جهت بخشیدن به کارها، تسریع در افعال رسیدن به مقصود و مطلوب و به ثمر رساندن امکانات مقدور خواهد بود و هیچ گونه خلافی به وجود نخواهد آمد تا این که پشیمانی و ندامت در آن حاصل گردد. امام علی (ع) فرمودند: «عمیق اندیشیدن در امور قبل از شروع آنها تو را از پشیمانی ایمن می سازد». اندیشه عمیق باعث میشود که انسان درباره جوانب کار به ویژه نتیجه بخشیدن آن در آینده تدبیر کند و صحیح و با آرامش کامل پیش رود. همان گونه که عدم تدبیر در امور مشکلات را از بین نمی برد بلکه آنها را زیاد میکند چنان که امام علی (ع) فرمودند: «کسی که راهیابی حل مشکلات را رها کرد شدیداً در مقابل او ایستادگی می کنند». روشن است طرح و برنامه باید از ویژگی خاصی برخوردار باشد تا به هدر رفتن نیروها و امکانات یا اتلاف وقت ها یا عدم سود و بهره رسانی به جامعه و دستگاهها منجر نشود.

امام علی (ع) می فرمایند: «ظرافت و دقت در طرح برنامه بهتر از ایجاد امکانات است». امام علی (ع)، در روایات دیگر می فرمایند: «لا تدعُ أن یكونَ لکَ عَلَیْهِمْ عَیونٌ مِن أَهْلِ الْأَمَانَةِ وَ الْعُقُولِ بِالْحَقِّ عِنْدَ النَّاسِ؛ فراموش مکن، باید برای نظارت بر آنها بازرسانی از میان مردم که به داشتن دو صفت امانتداری و حق گویی

شهرت دارند انتخاب شوند تا بتوانند کارهای نظارتی و کنترلی را به طور شایسته، انجام دهند و نتیجه بازرسی آنان مورد قبول مردم و جامعه قرار گیرد» (مجلسی، ج ۴، ۱۴۰۳ق). لذا اسرار نظام و گفتار مدیران و کارمندان، نزد بازرسان، امانت است و به جز مقامات ذیصلاح، به فرد دیگری نباید گزارش شود.

((جمع بندی فصل چهارم))

به طور خلاصه می توان گفت ، فصل چهارم کتاب به راهبردهای اخلاق حرفه ای در نظارت و بازرسی پرداخته است که در بخش اول به نظارت و بازرسی ، مولفه ها و ابزارها اختصاص یافت که تعاریف نظارت و بازرسی ، تاریخچه نظارت و بازرسی در اسلام و ایران و نهادهای نظارت و بازرسی در نظام جمهوری اسلامی ایران (با تاکید بر سازمان بازرسی کل کشور) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند . و در بخش دوم

به ضرورت اخلاق در نظارت و بازرسی و همچنین راهبردهای اخلاق نظارت و بازرسی با تأکید بر راهبردها و ویژگی های قلبی ، قولی و عملی بازرسان و ناظران با نگاهی عملی و مبتنی بر آموزه های دینی می پردازد . یکی از ضرورت ها در موفقیت برنامه های سازمان های اداری ، وجود یک نظام دقیق نظارت و بازرسی است که مدیریت را نسبت به نحوه تحقیق اهداف و انجام عملیات آگاه می سازد . در این راستا ، دستگاه های نظارتی کشور به ویژه سازمان بازرسی کل کشور مطابق با اصل ۱۷۴ قانون اساسی ، بر اساس حق نظارت قوه قضاییه نسبت به حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین در دستگاه های اداری به عنوان اصلی ترین مرجع نظارتی کشور و یک دستگاه ضد فساد و حافظ حقوق شهروندی وظیفه دارد با انجام نظارت و بازرسی اقدام به آسیب شناسی ، پیشگیری و مقابله با سوء جریانات نماید . در مقوله نظارت و بازرسی از آنجایی که جامعه و سازمان نظارت شونده و پیشبرد امور و تحقیق اهداف در جامعه به طور کامل متأثر از این امر می باشد ، وجود اخلاق و ویژگی های خاصباری نظارت و بازرسی الزامی و بدیهی است . بازرسان باید بیشتر از هر گروه دیگری از جامعه ، خود را ملزم به رعایت اصول اخلاق حرفه ای در کار نماید زیرا وجود مشکلات در این امر باعث بوجود آمدن خطرات بسیاری خواهد شد که هم به ضرر بازرسان و سازمان مربوطه و هم به ضرر سازمان های نظارت شونده می باشد . به این ترتیب ، به مهم ترین ویژگی های اخلاق حرفه ای در نظارت و بازرسی از نگاه اسلامی اشاره گردیده که بازرسان با شناخت و داشتن این ویژگی ها و راهبردها می توند ضمن دقیق وظایف خود یعنی نظارت بر حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین در دستگاه های اداری کشور ، فساد اداری را پیشگیری نماید : راهبردها و ویژگی های قلبی (نظیر ، اخلاص ، توکل ، نصیحت

و خیر خواهی ، پرهیز از کینه و غضب ، حسن ظن و سوء ظن ، مناعت طبع ، خدا ترسی و دینداری ، راهبردها و ویژگی های قولی (نظیر: صمت و رازداری ، عیب پوشی ، صداقت و راستگویی ، تیز بینی ، عزت نفس و پرهیز از ذلت ، روانشناسی آبرو و پرده پوشی ، وفایداری و عفت و پاکی قلم و بیان ، تقه و توریه ، امانت داری) و راهبردها و ویژگی های عملی (نظیر تواضع ، صبر و پشتکار ، پرهیز از رشوه ، خوش خویی و خوش رویی ، علم و آگاهی و بهره مندی از تجارت گذشتگان و متخصصان ، تبیین اهمیت و ضرورت موضوع برای دستگاه های بازرسی شونده ، حفظ توأمان حریم بیت المال و حرمت و حقوق افراد ، تمایز قایل شدن بین نظارت و تجسس (حریم خصوصی) ، داشتن دیدی سیستمی و دقت در ارزیابی ، شجاعت و فراست و برخورد با خطا کار ، برنامه ریزی ، هوش هیجانی و رعایت عدالت)