

## اخلاق سازمانی؛ جوهره فرهنگ سازمانی کارآمد

دکتر سیدمحمد مقیمی\*

دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۸۶/۷/۱۴؛ تاریخ تصویب: ۸۶/۱۰/۱۹)

### چکیده

در این مقاله تلاش شده است تا یکی از مهم‌ترین مقولات سازمانی که از منظر علمی و عملی و همچنین اعتقادی توجه ویژه‌ای به آن مبذول گردیده؛ از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار گیرد. ایجاد و حفظ فرهنگ سازمانی اخلاقی ضرورتی انکار ناپذیر برای سازمان‌های امروزی است. در این نوع فرهنگ سازمانی، ارزش‌ها، باورهای اخلاقی محیطی و روش‌های فلسفه‌ای که سازمان براساس آن تأسیس گردیده؛ کلیه فرآیندهای ساختاری و رفتاری سازمان را تحت تأثیر قرار داده و در قالب عملیات سازمانی متبلور می‌شود. تعاریف مختلف از اخلاق سازمانی، انواع اخلاقیات سازمانی، مدل اخلاق سازمانی، بررسی ارتباط اخلاق سازمانی با فرهنگ سازمانی، شناخت ابعاد فرهنگ سازمانی اخلاقی در سازمان‌های عمومی، ارزیابی سطوح فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها و آشنایی با انواع فرهنگ اخلاقی سازمانی، از جمله مهم‌ترین موضوعاتی هستند که در این مقاله به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرند. در پایان نیز با عنایت به الزامات علمی در تبیین فرهنگ اخلاقی، مدل فرهنگ اخلاقی بر اساس متون دینی در مکتب الهام بخش اسلام ارائه گردیده است.

### واژگان کلیدی:

فرهنگ سازمانی اخلاقی، مدیریت ارزش‌مدار، اخلاق اسلامی، تئوری توسعه اخلاقی شناختی، اخلاق حرفه‌ای

## مقدمه

اخلاق سازمانی<sup>۱</sup> و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی<sup>۲</sup>، پدیده‌های جدیدی نیستند. موج اخیر ورشکستگی و رسوایی‌های مالی شرکت‌ها و سازمان‌ها، توجه به فوریت نیاز سازمان‌ها به حکمرانی مناسب سازمانی، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق سازمانی را به اوج خود رسانده است. علاوه بر سازمان‌های عمومی، سازمان‌های بازرگانی نیز به این تشخیص رسیده‌اند که مجبورند علاوه بر رفتارهای اقتصادی (حداکثرسازی سود)، به رفتارهای اخلاقی روی بیاورند. لذا رفتارهای اقتصادی و اخلاقی به صورت توأمان تنها گزینه آن‌ها برای دستیابی به اهداف سازمانی است (کُه و بو، ۲۰۰۴، ص ۶۷۷).

اخلاق سازمانی به عنوان یک مفهوم علمی در غرب از نیمه دوم قرن بیستم ظهور نموده است (سونسون و وود، ۲۰۰۴، صص ۱۸۷ - ۱۹۱)؛ و در سطوح فردی و سازمانی توجه پژوهشگران مختلف را در چهار دهه گذشته به خود جلب کرده که از آن به عنوان یک چالش اساسی فراروی سازمان‌های مختلف در سطح جهان یاد می‌شود (کاردی و سلواراجان، ۲۰۰۶، ص ۵۲). ریشه واژه «اخلاق» نشأت گرفته از واژه یونانی ethikos به معنی «اقتدار رسوم و سنت» می‌باشد (Svensson & Wood, 2003, p.350).

اصول اخلاقی راجع به چگونگی بودن افراد و این‌که در سازمان متبوع خود چگونه رفتار کنند، مطرح می‌شوند (گباداموسی، ۲۰۰۴، ص ۱۱۴۵). به طور کلی واژه اخلاق با استانداردهای مربوط به درست و غلط بودن رفتارها سرو کار دارند (فیشر و بون، ۲۰۰۷، ص ۱۵۶۱). تعاریف مختلفی از اخلاق به عمل آمده است. «دایره المعارف انگلیسی چمبرز»<sup>۳</sup>، اخلاق را «مجموعه‌ای از معنویات» و «قواعد رفتاری» تلقی می‌کند. «کانوک»<sup>۴</sup> و «جانز»<sup>۵</sup> معتقدند که موضوعاتی همچون انصاف، تصمیم‌گیری در خصوص این‌که چه چیزی درست یا غلط است،

- 
1. organizational ethics
  2. organizational responsibility
  3. Chambers English Dictionary
  4. Connock
  5. Johns

مشخص نمودن عملیات و مقرراتی که رفتار مسؤولانه بین افراد گروه‌ها را تأیید می‌کند، در حوزه اخلاقیات قرار دارند (آرم و آشتون، ۲۰۰۳، ص ۱۸۵).

«دی. جورج<sup>۱</sup> اخلاقیات را این‌گونه تعریف می‌کند: «تلاشی نظام یافته برای دریافت تجربه اخلاقی و معنوی جامعه و افراد، از طریق تعیین مقرراتی که باید برای اداره رفتار انسانی، مورد استفاده قرار گیرد. دنبال کردن ارزش‌های درست و صفات مشخصه‌ای که بهبودی در زندگی را موجب می‌گردند.»

«سالمون<sup>۲</sup> معتقد است که اخلاقیات موضوعی نگرشی است که مواردی همچون مصادیق ذیل را شامل می‌شود: گذاشتن هر فعالیت و هدف در جای خودش، دانستن این‌که چه کاری درست و چه کاری نادرست است، دانستن این‌که چه خواسته‌ای درست و چه تمایلاتی اشتباه می‌باشد.»

«ولاسکوئز<sup>۳</sup> اخلاقیات را این‌گونه تعریف می‌کند: فعالیت بررسی استانداردهای معنوی و وجدانی یک فرد یا یک جامعه، و پرسش در خصوص این‌که این استانداردها (استانداردهای منطقی و یا غیر منطقی) چگونه در زندگی ما به کار برده می‌شوند (سونسون و وود، ۲۰۰۲، ص ۳۵۰).

بر اساس رویکرد مکتب الهام بخش اسلام، علم اخلاق، پاک ساختن نفس از صفات رذیله و آراستن آن به ملکات جمیله است، که از آن به تهذیب اخلاق تعبیر می‌شود (نراقی، ۱۳۸۶، ص ۴۰).

امام صادق (ع) اخلاق را به دو دسته تقسیم می‌نمایند:

۱. اخلاق ارادی؛

۲. اخلاق ذاتی.

امام (ع) معتقدند که اخلاق ارادی بر اخلاق ذاتی برتری دارد؛ زیرا آن کس که از روی طینت کاری را انجام دهد، توانی بر غیر آن کار ندارد و آن کس که اراده‌مند است، با سختی بر فرمانبرداری خدا شکیبایی کند و این شخص برتر است (حرانی، ۱۳۸۵، ص ۶۷۹).

- 
1. De George
  2. Solomon
  3. Velasquez

## تعریف مساله

موضوعات اخلاقی به طور مستمر با فعالیت‌های سازمانی، حرفه‌ای و زندگی روزمره افراد مرتبطند. در مباحث مربوط به تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری سازمانی، همچون منابع انسانی، بازاریابی، مدیریت عملیات و تولید، امور مالی و غیره، موضوعات اخلاقی حائز اهمیتند (گباداموسی، ۲۰۰۴، ص ۱۱۴۵).

بر این اساس، اخلاق سازمانی نیز عبارت است از: مقررات، استانداردها، کدها و یا اصولی که دستورالعمل‌های لازم برای رفتارهای درست اخلاقی و وجدانی و همچنین درستکاری در شرایط خاص سازمانی را فراهم می‌سازند.

رفتارهای غیر اخلاقی شامل تمامی اقداماتی است که به برخورد غیرمنصفانه با دیگران منجر می‌شود، خواه این رفتارها قانونی یا غیر قانونی باشد (ولز و اسپینکز، ۱۹۹۶، ص ۲۸).

اخلاق سازمانی شامل ابعاد مختلفی است: کاربرد ارزش‌ها و اصول اخلاقی، فرآیند منطقی مطرح در اتخاذ تصمیمات اخلاقی و تصمیمات و رفتارهایی که منتج از فرآیندهای سازمانی است (فیشر و بون، ۲۰۰۷، ص ۱۵۶۱).

از آن‌جا که مدل اخلاق سازمانی کارآمد باید متناسب با اصول و قواعد علمی و همچنین باورها و ارزش‌های اساسی هر جامعه‌ای تنظیم شود و به اجرا در آید؛ ضروری است ضمن آشنایی با تعاریف اولیه و ابعاد اخلاق و فرهنگ سازمانی، به مدلی بومی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی دست یافت تا راهنمای عمل در محیط‌های سازمانی کشورمان باشد. این مقاله به دنبال پاسخ به این مساله اساسی است.

## مدل اخلاق سازمانی

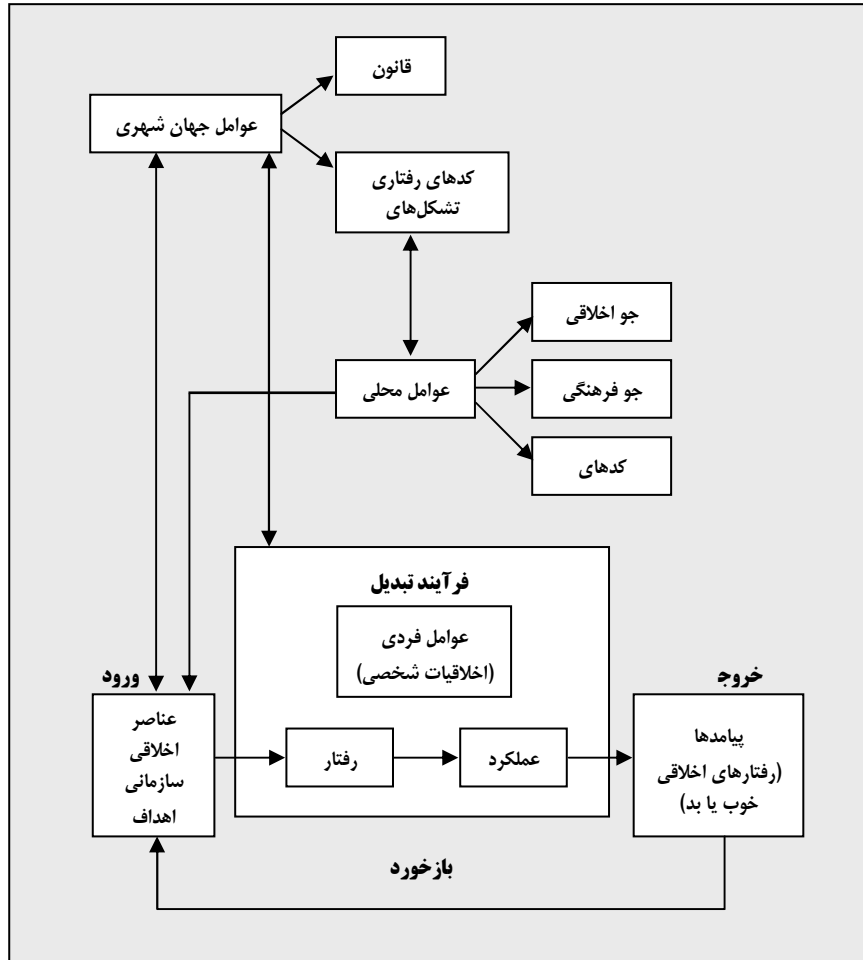
مدل اخلاق سازمانی رویکردی نظام یافته است که رفتار، عملکرد و نتایج چرخه‌ای است که به عنوان منطق شناختی اساسی مدل به کار گرفته شده‌اند.

سه سطح نفوذ اخلاقی مبنا قرار داده شده‌اند که عبارتند از:

- سطح فردی؛

- سطح محلی (گروه‌های داخل سازمان و اعضای سازمان)؛

- سطح جهان شهری<sup>۱</sup> (اجتماعی و بیرونی) (لیوتال، ۲۰۰۴، ص ۴۴۱).  
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 شده‌اند (همان، ص ۴۴۲).  
نمودار ذیل به بررسی مؤلفه‌های مطرح در سطوح مختلف اخلاقی می‌پردازد:



نمودار شماره ۱: مدل اخلاق سازمانی با رویکردی نظام یافته

(لیو و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۴۴۳)

## 1. Cosmopolitan

کدهای اخلاقی در شکل‌گیری رفتارهای مناسب سازمانی از اهمیت والایی برخوردارند. کدهای اخلاقی گویای رفتار مناسب بین اعضای یک گروه، بین فرد به عنوان عضو گروه با گروه به عنوان یک مجموعه و همچنین با افراد خارج از گروه می‌باشند. از این‌رو کدها اعلامیه‌های عمومی هستند که اصول اخلاقی انطباق یافته با حرفه‌ها و سایر سازمان‌ها را ارائه می‌کنند (همان، ص ۴۳۹).

کدهای اخلاقی به عنوان مجموعه‌ای از قواعد مدون هستند که (همان، ص ۴۴۱):

۱. در حل مشکلات موضوعات خاصی که افراد با آن مواجه می‌شوند مفید هستند (جرج، ۱۹۹۵)؛

۲. باورها و رفتارهای اخلاقی را بهبود می‌بخشند (ولر، ۱۹۸۸)؛

۳. راهنمایی‌های لازم را برای افراد حرفه‌ای در تعیین اقدام مناسب فراهم می‌نمایند، به گونه‌ای که به طور مستمر و پایدار در تصمیم‌گیری راجع به موضوعات اخلاقی و معنوی به آن‌ها کمک می‌کنند (ریک، ۱۹۸۲).

به صرف وجود کدهای اخلاقی در سازمان‌ها، نمی‌توان کاهش مصداق‌های رفتاری غیرقانونی را انتظار داشت و علاوه بر آن، کدهای اخلاقی به خودی خود نمی‌توانند معضلات اخلاقی را برطرف نمایند. «هافمن»<sup>۱</sup> پیشنهاد می‌کند که کدهای اخلاقی باید به وسیله ساختار و ساز و کارهای سازمانی مناسب مورد حمایت قرار گیرند (لیو و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۴۳۹).

سه رویکرد در خصوص اخلاقیات سازمانی وجود دارد که عبارتند از:

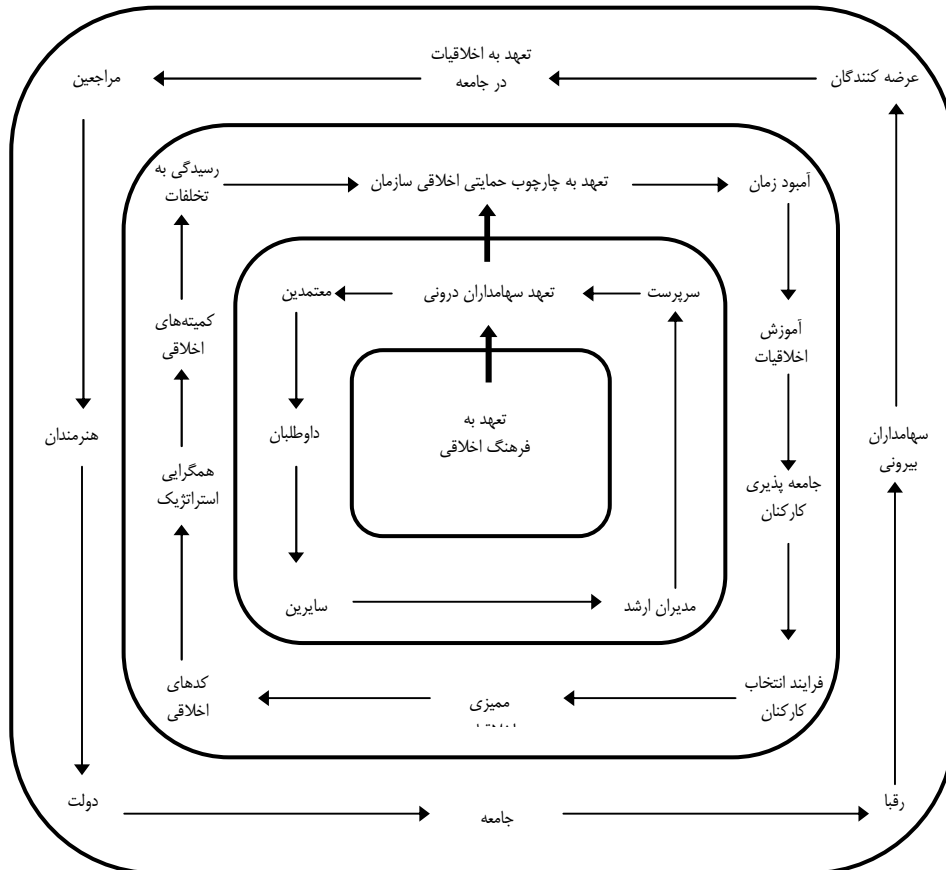
۱. **اخلاق اجتماعی**:<sup>۲</sup> قواعد اساسی برای زندگی متمدانه که از یک گروه یا جامعه به گروه و جامعه دیگر متفاوت است. به عبارت دیگر، سازمان الف ممکن است به علت ویژگی ارزشی و اصولی متفاوت، اخلاقیات متفاوتی نسبت به سازمان «ب» داشته باشد.

۲. **اخلاق اشراقی و فوق طبیعی**:<sup>۳</sup> متکی به مفهوم مطلق خوبی و بدی و حس عدالت خواهی است که فارغ از نوع محیط اجتماعی، جغرافیایی و فرهنگی برای تمامی انسان‌ها کاربرد یکسانی دارد. دیدگاه غالب این است که سازمان‌ها در حال حرکت به سوی درک این نوع اخلاقیات هستند که مرحله بعدی تکامل سازمان‌ها در جهان است.

- 
1. Hoffman
  2. Social ethics
  3. transcendental ethics

۳. اخلاق تاکتیکی: این نوع اخلاقیات سازمانی مبتنی بر تبعیت از قوانین و مقررات به منظور اجتناب از هر نوع مجازاتی می‌باشد که نشأت گرفته از تخلفات است. این نوع اخلاقیات به جای احساس درست یا غلط بودن، معمولاً بر اساس قرارداد و یا منفعتی که برای فرد دارد، خود اعمال می‌شوند.

نمودار ذیل عناصر تاثیر گذار در سطوح مختلف و نوع روابط بین سطوح اخلاقی را نشان می‌دهد:



نمودار شماره ۴: عناصر تاثیر گذار در سطوح مختلف و نوع روابط بین سطوح اخلاقی

(ام سی دونالد و نیگف، ۱۹۹۹، ص ۱۳۴)

در همین جهت، بسیاری از افراد، «چماق قانون» را لازمه اخلاقی بودن سازمان‌ها می‌دانند. صاحب‌نظران بر این باورند که اخلاق تاکتیکی یک گام به سوی تحقق اخلاق اشرافی یا فوق

طبیعی است (ارم و آشتون، ۲۰۰۳، صص ۶- ۱۸۵).

وقتی بحث از اخلاقیات سازمانی به میان می‌آید، سه سطح متفاوت باید مورد توجه قرار گیرد: سطح کلان بر سیستم‌های سیاسی تمرکز دارد؛ سطح میانه که بر سیستم‌های سازمانی متمرکز است، و سطح خرد بطور مبسوط جزئیات مربوط به افراد درون سازمان را تشریح می‌کند (ام سی دونالد و نیگف، ۱۹۹۹، ص ۱۳۳).

### اخلاق سازمانی و فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی شامل عناصر متعددی است که از عناصر شناختی نهفته همچون مفروضات، ارزش‌ها و باورها تا عناصر آشکارتر همچون مصنوعات و الگوها، ارزش‌ها، عملیات و رفتارها را در برمی‌گیرد. در مجموع، اخلاق سازمانی، جوهره اصلی فرهنگ سازمانی است که شالوده فرهنگ بر پایه آن بنیان نهاده شده است (لیو و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۴۳۹).

همانند هر انسانی، هر سازمان باید دارای وجدان باشد. اگر چه داشتن وجدان یک موضوع فطری و ذاتی است، ولی آگاهی و درک ارزش‌هایی که وجدان را آگاه سازد، این‌گونه نیست؛ بلکه ارزش‌ها باید آموخته شوند (جونز، ۲۰۰۶، ص ۸۴).

اگر چه برخی صاحب‌نظران استدلال می‌کنند که تشریح و مشخص نمودن فرهنگ به عنوان یک سازه سازمانی در ادبیات نظری بخوبی صورت نگرفته است؛ ولی در مجموع، بر این موضوع توافق دارند که فرهنگ سازمانی:

۱. سازه‌ای چند وجهی است؛
۲. انعکاس دهنده تفکر، آداب و رسوم، احساسات و احترام است که به گروه خاصی از افراد نسبت داده شده که بر اثر تعامل با محیط فراگرفته‌اند و شامل تشخیص، تأثیر و رفتار است؛
۳. هم آموخته می‌شود و هم انتقال می‌یابد؛
۴. انتزاع شده از رفتار و محصولی از رفتار است، اما تعیین مولفه‌های سنجش پذیر جزئیات کافی برای اندازه‌گیری دقیق فرهنگ سازمانی مشکل است (لیو و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۴۳۹).

عامل مهم موفقیت سازمان‌های امروزی، تبدیل آن‌ها به سازمان‌های اخلاقی است. یک رویکرد جامع و سرمایه‌گذاری در سازمان‌ها، ایجاد حفاظت‌های اخلاق و رعایت ملاحظات



اخلاقی در تصمیم‌گیری، عملکرد، سودآوری و سایر موضوعات استراتژیک را طلب می‌کند (امیز و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۱۴۶).

«اوت»<sup>۱</sup> مدعی است که فرهنگ سازمانی اخلاقی، حس عاطفی در خصوص مشارکت و تعهد به ارزش‌ها و کدهای اخلاقی را فراهم نموده و قویاً بر عملکرد کارکنان سازمان تأثیر گذار است (لی ات ال، ۲۰۰۴، ص ۴۳۸).

صاحب‌نظران معتقدند که فرهنگ سازمانی را می‌توان مدیریت، کنترل و به صورت خودخواسته تغییر داد (همان). از زمانی که اخلاق به عنوان معیار قضاوت در خصوص این‌که چه چیزی درست و چه چیزی نادرست است، قرار گرفت؛ جنبه‌های ارزشی و اخلاقی، محوریت عناصر فرهنگ سازمانی را به خود اختصاص داده‌اند (همان، ص ۴۳۹).

در یک فرهنگ سازمانی اخلاقی، رفتارهای درست و غلط برای کارکنان سازمان تشریح می‌گردد و ارزش‌هایی همچون عدالت، احترام، ارتباطات باز و شفاف در آن اهمیت پیدا می‌کند (اسمال، ۲۰۰۶، ص ۵۸۹).

### ابعاد فرهنگ سازمانی اخلاقی

سازمان‌های امروزی ضرورت دارد که نسبت به ایجاد و حفظ «فرهنگ سازمانی اخلاقی»<sup>۲</sup> متعهد باشند. این نوع فرهنگ سازمانی از سوی یکی از صاحب‌نظران تحت عنوان «چسب اجتماعی»<sup>۳</sup> لقب گرفته است؛ چرا که اطراف سازمان از طرق ارزش‌ها، باورها و روش‌هایی که براساس آن تأسیس گردیده و عملیات سازمانی به اجرا درمی‌آید؛ باندپیچی شده است (وود و رنچلر، ۲۰۰۳، صص ۵۳۰ - ۵۳۱).

سازمان‌های عمومی هم در سطح حکومت مرکزی و هم در سطح محلی، فشار زیادی برای کارآمدتر شدن و ایجاد تغییر تجربه می‌کنند. برخی از صاحب‌نظران «مدیریت ارزش‌مدار»<sup>۴</sup> را گزینه‌ای مناسب برای پاسخ به این فشارها قلمداد می‌کنند. مدیریت ارزش‌مدار در قالب ساختار مدیریتی ابزاری و اخلاقی، نقطه اتکای اقدامات خود را بر مبنای ارزش‌های سازمان قرار

- 
1. Ott
  2. ethical organizational culture
  3. Social glue
  4. Value – based management

می دهد (ردرسن و رنتروف، ۲۰۰۴، ص ۷۱).

«سونسون و وود»<sup>۱</sup> با ارائه مدلی با عنوان مقیاس "PUBSEC" ابعاد کدهای اخلاقی در سازمان‌های عمومی را به هفت بعد تقسیم می‌نمایند:

- فلسفه و نظریه‌ها<sup>۲</sup>؛
- محیط کاری<sup>۳</sup>؛
- مسئولیت‌پذیری رهبری<sup>۴</sup>؛
- مسئولیت‌پذیری کارکنان<sup>۵</sup>؛
- برابری و مساوات<sup>۶</sup>؛
- تعامل با مردم<sup>۷</sup>؛
- سایر موضوعات اخلاقی<sup>۸</sup>.

### ۱. فلسفه و نظریه:

این بعد به مبانی و ارزش‌هایی اشاره دارد که باید در عملیات واحدهای سنجش عمومی رسوخ نمایند. بعد فلسفی فرهنگ اخلاقی بر خردمندی، استدلال، باورها، ایدئولوژی و نگرشی که باید مظهر واحد سازمانی بخش عمومی در درون جامعه باشد؛ دلالت دارد. عناصر هفتگان‌های برای تحلیل این بعد مورد توجه قرار گرفته است:

**تاریخچه سازمان:** جایگاه توجه سازمان‌ها به اصول اخلاقی در زمینه‌ای که در آن قرار دارند. ترسیم جلوه تاریخی سازمان در گذشته و چشم‌انداز آینده برای کارکنان سازمان. **حرفه‌ای گرایی:** استانداردهایی که یک فرد باید خواهان آن در سازمان بخش عمومی باشد و در هر شرایطی حرفه‌ای عمل نماید.

**صداقت:** امانتداری در کسی که در سازمان بخش عمومی به فعالیت مشغول است.

- 
1. Svensson & Wood
  2. Philosophy
  3. Labor
  4. Leadership responsibility
  5. employee responsibility
  6. equality
  7. involvement with publics
  8. other issues

وفاداری: بیعت با سازمان بخش عمومی.

مهربانی و محبت: همدردی و شفقت با افراد دیگر در داخل و خارج سازمان بخش عمومی.

درستکاری: بیان صادقانه درباره خودمان و عملیات سازمان بخش عمومی.

صراحت و باز بودن: نباید در خصوص موقعیت‌ها و شرایط سازمان بخش عمومی پنهانکاری نمود، بلکه باید برای بیان شرایط آمادگی لازم وجود داشته باشد.

## ۲. محیط کاری:

این بعد به موقعیت کاری عملیات سازمان بخش عمومی اشاره دارد. محیط کاری همچنین بر جو سازمانی، محیط اطراف، بومگاه، شرایط و مقتضیات سازمان بخش عمومی تأکید دارد. محتوای این بعد را می‌توان در قالب عناصر ذیل مورد تجزیه و تحلیل قرار داد:

**ملاحظه عوامل روان‌شناختی:** افراد نیازمند آن هستند که شادی و لذت‌بخشی در محیط کاری آن‌ها ارتقا یابد. تمرکز بر خشنودی کارکنان از کار و فلسفه کاری‌اشان است. این عنصر بر عوامل غیر ملموس در سازمان بخش عمومی تأکید دارد.

**ملاحظه عوامل فیزیکی:** محیط کاری فیزیکی برای کارکنان که عمدتاً بر عوامل ملموس در سازمان بخش عمومی تأکید دارد.

**عدم استفاده از مواد ممنوعه:** به علت تأثیر منفی مواد مخدر و مشروبات الکلی و غیر مجاز بر عملکرد کارکنان، نباید اجازه استفاده از آن‌ها به کارکنان داده شود.

**سلامتی کارکنان:** سازمان بخش عمومی از این جهت که باید محیط کار ایمن و سالمی را برای کارکنان به وجود آورد؛ مدیون آن‌هاست.

## ۳. مسؤولیت پذیری رهبری:

این بعد به تعهدات اخلاقی، وظایف، مراقبت و خدمت مدیریت سازمان بخش عمومی به کارکنان سازمان اشاره دارد که برای تحلیل آن، توجه به عناصر ذیل ضروری است:

**مسؤولیت‌پذیری سرپرست به مرشدیت برای دیگران:** سرپرستان به تمرکز بر روی بهبود و کمک به کارکنان برای شکوفا نمودن ظرفیت‌های بالقوه آن‌ها در سازمان بخش عمومی نیاز دارند.

**ایجاد اشتیاق و شورمندی در دیگران:** برانگیختن دیگران به عنوان یک رهبر برای دستیابی به چشم‌انداز سازمان بخش عمومی براساس برنامه‌های کاری دائمی و روزانه.

**درگیر ساختن دیگران:** درگیر نمودن کارکنان با کارشان و مشارکت دادن آن‌ها در تصمیمات سازمانی و هدایت کارکنان با رویکردی آموزشی مبتنی بر بحث و مناظره.

**اتخاذ تصمیمات:** مدیران باید در مقابل تصمیماتی که می‌گیرند، مسؤولیت‌پذیری داشته باشند و مسؤولیت‌پذیری خود را زیر چتر بوروکراسی سازمان بخش عمومی پنهان نکنند.

#### ۴. مسؤولیت‌پذیری کارکنان:

بعد مسؤولیت‌پذیری کارکنان به تعهدات اخلاقی، وظایف، مراقبت‌ها و تکالیف سازمان بخش عمومی اشاره دارد. از طریق عناصر ذیل می‌توان به تحلیل این بعد از فرهنگ اخلاقی پرداخت:

**ارتقای اصول اخلاقی:** هر کارمندی باید فردی اخلاقی باشد و اصول اخلاقی را در سازمان زنده نگه دارد.

**ایجاد مشغولیت کاری با همکاران:** تعامل با یکدیگر برای بهره‌مندی از مزیت‌های طرفینی برای هر کارمند و مزایایی که برای سازمان به همراه دارد.

**ارتقای اطلاعات در سازمان بخش عمومی:** تسهیم اطلاعات به منظور ارتقای درک و فهم بیش‌تر افراد درون سازمان بخش عمومی.

**رفتار با دیگران همان‌گونه که برای خود می‌خواهیم:** حاکمیت فلسفه و اصل اساسی مساوات و برابری در سازمان بخش عمومی.

**مقاومت در مقابل فشارهای نادرست:** در خصوص مجاب کردن افراد در درست یا نادرست بودن رفتارها در سازمان بخش عمومی با قدرت و مستحکم باشید.

**تضاد منافع:** از این‌که شما موقعیت خود را در سازمان بخش عمومی از طریق تضاد منافع مورد سوءظن قرار نداده‌اید؛ اطمینان حاصل کنید.

**استفاده از منابع سازمانی:** از منابع سازمانی بخش عمومی همچون کامپیوتر، اینترنت، تلفن و غیره استفاده شخصی ننمایند.

**استفاده از اطلاعات برای کاربری شخصی:** از اطلاعات سازمان بخش عمومی (بویژه

اطلاعات محرمانه) در جهت مطامع شخصی مورد استفاده قرار ندهید.  
**گزارش تخلفات:** از کارکنان انتظار می‌رود که تخلفات را گزارش دهند تا اطمینان حاصل شود که همه چیز در سازمان بخش عمومی طبق روال قانونی در حال اجراست.

#### ۵. مساوات و برابری:

بعد مساوات و برابری به انصاف و عدالت سازمان بخش عمومی اشاره دارد. این موضوع همچنین با توازن، بی‌غرضی، تساوی‌گرایی و همانندی در میان افراد سازمان بخش عمومی سروکار دارد. برای ارزیابی این بعد از فرهنگ اخلاقی، توجه به عناصر ذیل ضروری است:  
**مزااحت و آزار و اذیت:** هیچ کارمندی نباید موجبات آزار و اذیت دیگران را در سازمان بخش عمومی فراهم سازد.

**تبعیض:** هیچ کس نباید تبعیضی (تبعیض نژادی، جنسیتی و...) در سازمان بخش عمومی قائل شود.

**تنوع قومیت:** هر کسی باید به قومیت‌های مختلف احترام بگذارد و تنوع قومیتی در سازمان بخش عمومی را محترم بشمارد.

**آرایش کاری منعطف:** شرایط کاری در سازمان بخش عمومی باید به گونه‌ای فراهم شود که افراد در عملیات کاری و انجام دادن وظایف به صورت دوستانه و همانند اعضای یک خانواده رفتار نمایند.

**موضوعات جنسیتی:** کارهای محوله به افراد باید با جنسیت آن‌ها متناسب باشد تا بتوانند در سازمان بخش عمومی استعدادهای خود را شکوفا سازند.

#### ۶. تعامل با مردم:

این بعد به محسور شدن و تعامل نزدیک با مردم اشاره دارد که سازمان بخش عمومی باید ضمن تعامل با مردم، به افراد مختلف در جامعه تعهد داشته باشد. همچنین در این بعد از فرهنگ اخلاقی، مولفه‌هایی همچون مشارکت، توجه به مردم و منافع مشترک با توده مردم مطرح هستند. برای تحلیل این بعد، عناصر مختلفی مورد شناسایی قرار گرفته‌اند:

**شهروندان به عنوان کانون توجه:** محوریت سازمان بخش عمومی بر شهروندان متمرکز است؛ همان‌گونه که مشتریان در بازاریابی سازمان‌های بخش عمومی در کانون توجه قرار دارند.

**ارتقای وضعیت کارفرما در دید مردم خارج از سازمان:** کارکنان باید به گونه‌ای با مردم برخورد نمایند که ذهنیت مثبتی از سازمان بخش عمومی در آن‌ها ایجاد شود.

**رفتار با افراد خارج از سازمان همان‌گونه که برای خود می‌خواهیم:** یک فلسفه اساسی این است که شراکت بین سازمان بخش عمومی و گروه‌های رأی دهنده و عموم مردم وجود داشته باشد.

**روابط با تأمین کنندگان و عرضه کنندگان:** کارکنان باید با عرضه‌کنندگان و تأمین کنندگان محترمانه و صادقانه برخورد نمایند. هر چند که این گروه‌ها به سازمان بخش عمومی خدمت می‌کنند؛ ولی نباید اینگونه وانمود شود که خدمتگزار ما هستند.

**موضوعات رسانه‌ای:** در خصوص ارتباط با رسانه‌های گروهی تنها باید مدیران ارشد اجازه داشته باشند تا دربارهٔ عملکرد سازمان بخش عمومی توضیح دهند؛ چرا که آن‌ها در مقایسه با دیگران از درک بیش‌تری نسبت به سازمان برخوردارند. در غیر این‌صورت سازمان بخش عمومی ممکن است لطمه ببیند.

**آزادی اطلاعات:** اطلاعاتی را که در اختیار دارید با کسانی که از شما درخواست اطلاعات دارند و آن اطلاعات مورد نیاز آن‌هاست، تسهیم نمایید. در این زمینه باز و صادقانه عمل کنید.

**ارتباط سریع:** همیشه بسرعت فعالیت‌های ارتباطی را به انجام رسانید و نباید به خاطر ترس از پیامدهایی که ممکن است برای سازمان بخش عمومی داشته باشد، تأخیر نمود؛ چرا که افراد حق دارند در خصوص موضوعات مربوط به سازمان بخش عمومی اطلاعات حاصل نمایند.

**تعامل با تمامی اقشار جامع:** فلسفه وجودی سازمان بخش عمومی خدمت نمودن و رساندن منفعت به مردم جامعه است. این خدمت می‌تواند از طریق حمایت، کمک و امدادسانی باشد؛ ولی علاوه بر آن، سازمان بخش عمومی می‌تواند از طریق وضع قوانین، اعمال اقتدار، توصیه‌ها و سیاست‌های ارشادی به جامعه خدمت نماید.

**حمایتگری:** سازمان بخش عمومی باید نیازهای مردم جامعه را بدقت مورد ملاحظه قرار دهد.

**حفاظت از محیط طبیعی:** سازمان بخش عمومی باید در محافظت از منابع جامعه کوشا باشد.

### سایر موضوعات اخلاقی:

این بعد از فرهنگ اخلاقی به آمیزه‌ای از عوامل متعدد اشاره دارد که باید عملیات سازمان‌های بخش عمومی را شکل دهند. برخی متغیرهای این بعد شامل موارد ذیل است:

**قانونگذاری:** قوانین مصوب که نحوه اداره سازمان بخش عمومی را مشخص می‌کند.

**دستورالعمل‌های صادره از رهبری:** اگر رهبری سازمان حداقل با نگارش یک دستورالعمل یا بخشنامه در مورد موضوعات اخلاقی سازمان به تشریح موضوع برای کارکنان در سازمان بخش عمومی بپردازد؛ ویژگی‌های اخلاقی قدرتمندتر و تأثیرگذارتر خواهند بود (سونسون و وود، ۲۰۰۴، صص ۱۸۷ - ۱۹۱).

### سطوح فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها

تجلیگاه اخلاقیات افراد، تصمیمات و اقداماتی است که تعهدات آن‌ها به ارزش‌های شخصی را نشان می‌دهد. ارزش‌ها در زندگی افراد رسوخ می‌کنند و بر اقدامات آن‌ها تأثیرگذارند. تصمیمات و اقدامات مدیران انعکاسی از اخلاقیات آن‌هاست و آینه تمام‌نمای ارزش‌ها و باورهای شخصی می‌باشد (باگلیون و زیمنر، ۲۰۰۷، ص ۱۱۱).

تئوری توسعه اخلاقی شناختی کوهلبرگ<sup>۱</sup> سه سطح برای منطق اصول اخلاقی ارائه می‌نماید. این سطوح عبارتند از:

- سطح منطق اخلاقی پیش‌قرار دادی<sup>۲</sup>؛
- سطح منطق اخلاقی قراردادی<sup>۳</sup>؛
- سطح منطق اخلاقی فراقراردادی<sup>۴</sup>.

این سطوح از نظر کیفیت از یکدیگر مجزا هستند و مطابق دیدگاه «کوهلبرگ»، پیشرفت و ترقی از طریق این سلسله سطوح به رشد در مدل توسعه شناختی اخلاق منجر می‌گردد. در درون هر یک از این سطوح سلسله مراتبی، قضاوت‌های اخلاقی افراد کم‌تر تحت تأثیر عوامل بیرونی آسیب‌پذیر می‌گردد و نطفه اولیه آن‌ها از این‌که چه چیزی درست است از حالت

- 
1. Kohlberg's theory of cognitive moral development
  2. Reconvension moral reasoning
  3. Conventional
  4. Post conventional

خودمحوری به درک وسیع تر از نقش قراردادهای اجتماعی و اصول عدالت و حقوق تغییر جهت می‌دهد. صاحب‌نظرانی همچون «گودرهام»<sup>۱</sup>، «نورداگ»<sup>۲</sup>، «تروینو»<sup>۳</sup> و «نلسون»<sup>۴</sup> با استفاده از «تئوری کوهلیبرگ»، سه سطح منطق اصول اخلاقی را در سازمان‌ها مورد توجه قرار می‌دهند. بر این اساس، سازمان‌ها در سطح خاصی از اخلاق اقدام به فعالیت می‌نمایند و مدیریت عالی در ایجاد جو اخلاقی در سازمان تأثیرگذارتر از سایر عوامل می‌باشد. (فیشر و بون، ۲۰۰۷، ص ۱۵۶۱).

**سطح اول:** منطق اخلاقی پیش قراردادی: در این سطح از منطق اخلاقی، سازمان براساس منافع خود برانگیخته می‌شود؛ به گونه‌ای که نگرش آن به قانون، فعالیت‌های هدایتگری به منظور اجتناب از مجازات و همچنین بهره برداری از حوزه‌های سایه و روشن جهت دستیابی به منفعت است. موضوعات اخلاقی به عنوان عنصری بیرونی تلقی می‌شوند که برای فعالیت‌های سازمانی جنبه محدودکنندگی دارند. نگرش سازمان‌هایی که در این سطح اخلاقی قرار دارند، بر «تئوری چماق و هویج» مبتنی است. این نوع نگرش به اخلاقیات به خودخواهی گروهی اشاره دارد و چنین سازمانی به دنبال حداکثرسازی منافع خود در بلند مدت است.

**سطح دوم:** منطق اخلاقی قراردادی: سازمانی که در سطح قراردادی در حال فعالیت است، دیدگاهی وسیع‌تر از منفعت خود را پذیرفته است. چنین سازمانی، اصول اخلاقی قراردادی را می‌پذیرد و در ارتباط خود با ذینفعان سازمان و حتی در سطح وسیع‌تر که شامل انتظارات جامعه است؛ اخلاقیات را رعایت می‌نماید. رفتارهای اخلاقی شامل انجام دادن وظایف مشخص شده، تبعیت از جامعه و اجابت انتظارات جامعه می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که منطق قراردادی در زمینه‌هایی که نهادهای بومی کافی وجود دارد، می‌تواند راهنمایی‌های اخلاقی بهتری را فراهم می‌سازد.

**سطح سوم:** منطق اخلاقی فراقراردادی: برای سازمانی که در سطح فراقراردادی فعالیت می‌کنند، اخلاقیات به عنوان یک موضوع سازمانی مهم تلقی می‌شود، به گونه‌ای که الزاماتی وجود دارد مبنی بر این که قضاوت‌های اخلاقی باید به تمامی شرایط و موقعیت‌های مشابه قابلیت تعمیم داشته باشد. سازمانی که در این سطح فعالیت می‌کند، ارزش‌ها، اصول و حقوق

- 
1. Gooderham
  2. Nordaug
  3. Trevino
  4. Nelson



جهانی را تبعیت می‌کند. در چنین شرایطی، اخلاقیات با فعالیت‌های سازمانی امتزاج می‌یابد. «فالکنبرگ»<sup>۱</sup> (سال ۲۰۰۴) ادعا می‌کند که این شرایط وقتی در سازمان‌ها عملی می‌شود که تصمیمات سازمانی در بلند مدت سودمند و پایدار باشند (همان، صص ۱۵ - ۶۳). ذکر این نکته است که منطق اخلاقی فرا قراردادی بدین معنی نیست که تفاوت‌های فرهنگی بر اخلاقیات تأثیرگذار نمی‌باشد، بلکه مدعی است که برخی هنجارهای اساسی وجود دارد که جهانی و عام هستند و نباید از آن‌ها تخطی نمود. به عنوان نمونه «دی، جورج»<sup>۲</sup> ادعا می‌کند که تمامی فرهنگ‌ها و کشورها بر این باورند که قتل عمد، سرقت، دروغ گفتن، وفا نکردن به عهد و قرارداد، از جمله رفتارهای اخلاقی نادرست هستند (همان).

### انواع فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها

«ویکتور»<sup>۳</sup> و «کولن»<sup>۴</sup> با طراحی ابزاری تحت عنوان پرسشنامه جو اخلاقی (ECQ)<sup>۵</sup> شش نوع فرهنگ و جو اخلاقی مختلف را در سازمان‌ها مورد شناسایی قرار دادند:

۱. فرهنگ اخلاقی حرفه‌ای<sup>۶</sup>: کارکنان از مقررات و مجموعه دستورالعمل‌هایی که به وسیله گروه‌های حرفه‌ای مربوطه یا قوانینی که به وسیله دولت تعیین و ابلاغ گردیده؛ تبعیت می‌کنند. در چنین شرایطی، کارکنان برای این که از نظر اخلاقی چطور رفتار کنند، نگاهشان به بیرون سازمان است.

۲. فرهنگ اخلاقی مراقبتی<sup>۷</sup>: در جو اخلاقی مراقبتی، کارکنان درون سازمان به طور واقعی و راستین به رفاه دیگران هم در درون و هم در برون سازمان توجه می‌کنند. اقدامات گروهی که چنین جوی را از خود بروز می‌دهند، باید توجه را به تمامی کسانی که به وسیله تصمیماتشان مورد تأثیر قرار گرفته‌اند؛ نشان دهد.

۳. فرهنگ اخلاقی مقرراتی<sup>۸</sup>: در جو اخلاقی مقرراتی از کارکنان انتظار می‌رود تا از قوانین

- 
1. Falkenberg
  2. De George
  3. Victor
  4. Cullen
  5. Ethical Climate Questionnaire (ECQ)
  6. Professional
  7. Caring
  8. Rules

واحد یا سازمان متبوع خود دقیقاً پیروی کنند.

۴. **فرهنگ اخلاقی ابزاری**<sup>۱</sup>: در این نوع فرهنگ اخلاقی، اعضای سازمان مراقب منافع خودشان هستند و اغلب به دنبال بهره‌مندی از دیگران می‌باشند.
۵. **فرهنگ اخلاقی کارآیی مدار**<sup>۲</sup>: در این نوع جو اخلاقی، راه و روش درست انجام دادن کارها در درون سازمان، راه و روشی است که از کارایی بیش‌تری برخوردار باشد.
۶. **فرهنگ اخلاقی مستقل**: در فرهنگ اخلاقی مستقل، کارکنان بشدت تحت تأثیر احساس و برداشت خودشان از درست یا غلط بودن کارها، اقدام به فعالیت می‌کنند (الپایوم و همکاران، ۲۰۰۵، ص ۴۵).

علاوه بر نوع شناسی ششگانه ای که «ویکتور» و «کولن» از فرهنگ و جو اخلاقی در سازمان‌ها ارائه نموده‌اند، نگارنده بر این اعتقاد است که می‌توان بر اساس تعالیم اسلامی الگویی جامع از فرهنگ اخلاقی ارائه نمود که ضمن تحقق بخشی اهداف سازمانی، ارزش‌ها و کرامت انسانی را نیز ارتقا بخشید. در این بخش از مقاله با استفاده از مدل ابداعی که از متون اسلامی استخراج گردیده، به تبیین این مدل پرداخته می‌شود:

#### فرهنگ اخلاقی اسلامی

فلاسفه یونان باستان همچون سقراط<sup>۳</sup>، افلاطون<sup>۴</sup> و ارسطو<sup>۵</sup>، علم اخلاق را به منظور مطالعه فلسفه اخلاق بنیان نهادند (جونز، ۲۰۰۶، ص ۸۳).

مکاتب مختلف فکری همچون مکتب اصالت نفع، مکتب قرارداد گرایی، مکتب خودپرستی و غیره، راه‌حل‌های متفاوتی برای موضوع اخلاقیات دارند (سینتون و تاکال، ۲۰۰۲، ص ۸۴۹). در میان مکاتب مختلف، اخلاق در مکتب الهام بخش اسلام از جایگاه والاتری برخوردار است.

اهمیت اخلاق در دین مبین اسلام به حدی است که رسول مکرم اسلام (ص)، دیندارترین افراد را خوش اخلاق‌ترین آن‌ها می‌دانند (حرانی، ۱۳۸۵، ص ۷۵)؛ و در جایی دیگر می‌فرمایند که اخلاق بهترین چیزی است که خداوند به بنده‌اش عطا نموده است (همان).

- 
1. Instrumental
  2. Efficiency
  3. Socrates
  4. Plato
  5. Aristotle

امام علی (علیه السلام) می‌فرماید: «شش چیز است که اخلاق افراد در آن آزمایش می‌شود: خشنودی، خشم، امنیت، ترس، منع (جلوگیری) و رغبت (میل) (غرر الحکم، ۱۳۸۴، ص ۳۳۳). یعنی در این شش چیز هر کس از حد اعتدال و میانه خارج نشود، نیکوست و گرنه اخلاق او مذموم است.

عناصر اخلاق حسنه چهار فضیلت است که هر یک از آنها از تهذیب و پاکی یکی از قوای چهارگانه حاصل می‌شود. پس حقیقت هرصفت نیکی منشعب از این فضائل است:

۱. حکمت. شناختن حقایق موجودات به طریقی که هستند بر دو قسم است: حکمت نظری (علم به حقایق موجوداتی است که وجود آنها به قدرت و اختیار ما نیست) و حکمت عملی (علم به حقایق موجوداتی است که وجود آنها به قدرت و اختیار ماست و افعالی می‌باشد که از انسان صادر می‌شود) در مجموع، پس از تهذیب و پاکیزگی قوه عاقله، صفت حکمت حاصل می‌شود.

۲. عفت: مطیع بودن قوه شهویه از قوه عاقله، و سرکشی نکردن از امر و نهی عاقله برای خلاصی از بندگی و عبودیت هوا و هوس.

۳. شجاعت. انقیاد و فرمانبرداری قوه غضبیه از برای قوه عاقله، تا آن که آدمی خود را در مهالکی نیفکند که عقل حکم به احتراز آنها کند و مضطرب نشود از آنچه عقل حکم به عدم اضطراب از آنها می‌کند.

۴. عدالت: مطیع بودن قوه عامله از برای قوه عاقله و متابعت آن عاقله را در جمیع تصرفاتی که در مملکت بدن می‌کند، یا در خصوص بازداشتن آن غضب و شهوت را در تحت اقتدار و فرمان عقل و شرع.

در مقابل هر صفت فضیلتی، اوصاف رذیله خواهد بود، و مجرد انحراف از فضائل، موجب افتادن در رذیله خواهد بود. بر این اساس، جهل ضد حکمت، ترس ضد شجاعت، شره ضد عفت و جور ضد عدالت خواهد بود (نراقی، ۱۳۸۶، صص ۵۰-۵۳).

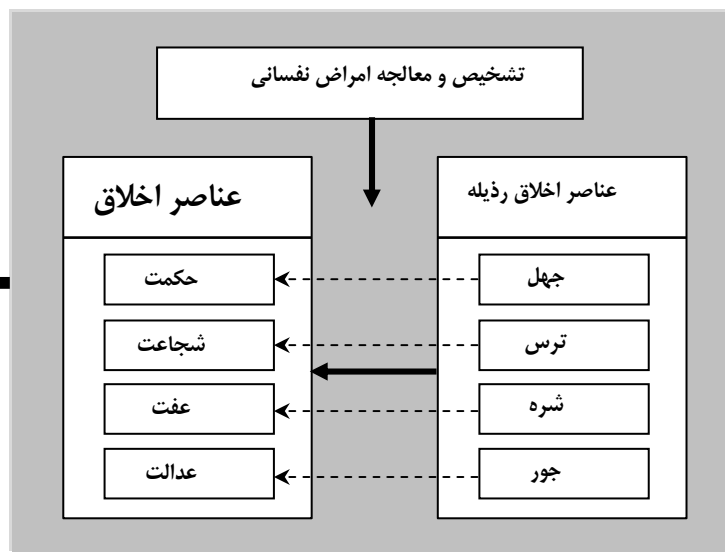
با عنایت به این که رفتارهای اخلاقی هر فرد، گروه یا سازمانی تحت تأثیر ارزش‌های اعتقادی، نگرش‌های فلسفی و باورهای بنیادین حاکم بر انسان‌هاست؛ پرداختن به فضائل اخلاقی و دوری جستن از رذائل اخلاقی در فرآیند تهذیب اخلاق در جهت تحقیق هر یک از عناصر فرهنگ اخلاقی و توسعه اخلاقیات در جامعه و سازمان، ارتباط متقابل بین مجموعه‌ای از موضوعات اخلاقی را به عنوان واقعیتهای انکارناپذیر نمایان می‌سازد. از آنجا که سازمان در

کشورمان متأثر از نظام ارزشی اسلامی می‌باشند، روابط نظام یافته بین ورودی‌ها، فرآیندها و خروجی‌های فرهنگ اخلاقی را می‌توان در قالب الگوی ارائه شده در نمودار ۳ مورد بررسی قرار داد.

## خروجی‌ها

عناصر فرهنگ اخلاقی	
• امدادگری	• توکل به خدا
• حمایت همسایگان و همکاران	• پرهیزگاری
• مهمان‌نوازی	• قناعت
• تواضع	• شکیبایی
• تسلط بر هوای نفس	• سپاسداری
• مهربانی	• شرم و حیا
• میانه‌روی و اعتدال	• سخاوت‌مندی
• سعه صدر	• دلیری
• پرهیز از خودپسندی	• غیرت
• احتیاط	• راستگویی
• عدالت‌گرایی	• نیکوکاری
• پاسداشت سنتهای نیکو	• امانت‌داری
• پرهیز از رابطه‌گرایی	• مردانگی
• پوزش طلبی	• یقین
• قدرشناسی	• اینثار و گذشت
• رایزنی با خردمندان	• رازداری
• مسؤولیت‌پذیری	• حسن ظن

## فرایند تزکیه نفس و تهذیب اخلاق



## ورودی‌ها

ارزش‌ها و نگرش‌های دین‌فغان
• فلسفه سازمان
• ارزش‌های بنیانگذاران
• نگرش‌های مدیران
• نگرش‌های کارکنان
• نگرش‌های سایر دین‌فغان

نمودار ۳: مدل ابداعی فرهنگ اخلاقی برگرفته از متون اسلامی

برای استخراج عناصر مختلف فرهنگ اخلاقی که می‌بایست به عنوان مصداق‌های رفتاری نمود پیدا کنند؛ کاوش در سیره نظری و عملی پیامبر اعظم اسلام (ص) و ائمه بزرگوار (علیهم السلام) راهگشا خواهد بود. از آن‌جا که در این مجال امکان بررسی جامع در این زمینه وجود ندارد، نگارنده به برخی از عناصر فرهنگ اخلاقی که از متون اسلامی استخراج گردید، اشاره می‌نماید:

۱. پیامبر اسلام (صلی الله و آله و سلم) فرمودند: «بهترین اخلاق عبارت است از این‌که با کسی که با تو قطع رابطه کرده ارتباط برقرار سازی و به کسی که از تو دریغ داشته بخشش نمایی و کسی که به تو ستم کرده، عفو کنی» (حرانی، ۱۳۸۵، ص ۷۵).

۲. امام صادق (علیه السلام) می‌فرمایند: «همانا خداوند پیغمبران را با مکارم اخلاق ممتاز ساخت. پس هر که دارای مکارم اخلاق باشد، خدا را سپاس دارد و هر که از مکارم اخلاق بی‌نصیب باشد، باید با زاری کردن به پیشگاه خداوند، مکارم اخلاق را از او بخواهد» (همان، ص ۶۵۷).

۳. طبق فرمایش امام صادق (علیه السلام) مؤلفه‌های مکارم اخلاقی عبارتند از: «پرهیزگاری، قناعت، شکیبایی، سپاسداری، صبر پیشه‌گی، حیا، سخاوت‌مندی، دلیری، غیرت، راست گفتاری، نیکوکاری، بازپردازی امانت، یقین، نیک خوئی و مردانگی» (همان).

۴. رسول اکرم (صلی الله و آله و سلم) می‌فرمایند: «سه چیز است که در پیش خدا از فضایل اخلاق است: آن که از ستمگر درگذری، کسی را که تو را محروم کرده است عطا دهی، و با آن که از تو بریده است، پیوندگیری» (نهج‌الفصاحه، ۱۳۸۵، ص ۳۵).

۵. حضرت محمد (صلی الله و آله و سلم) در جایی دیگر می‌فرمایند: «اخلاق خوب ده چیز است: راستی گفتار، پایمردی در سختی، کمک به نیازمندان، نیکی در عوض نیکی، حفظ امانت، پیوند خویشان، حمایت همسایه، حمایت دوست، مهمان‌نوازی و سرسلسله آن حیا» (نهج‌الفصاحه، ص ۳۸۵، ص ۳۵).

۶. امام علی (علیه السلام) می‌فرمایند: خود را به خصلت‌های پسندیده دلبسته و مقید کنید: نگه‌داشتن حرمت همسایه، وفای به عهد و پیمان، فرمانبرداری از کار نیک، نافرمانی از تکبر و سربرزگی کردن و آراسته شوید به اخلاق نیکو (غررالحکم، ۱۳۸۴، ص ۳۳۳).

۷. امام علی (ع) در نامه مبارک خود به مالک اشتر این سردار بزرگ اسلام، خصایص اخلاقی مدیران و کارگزاران را بیان می‌دارند که از جمله آن‌ها می‌توان به پرهیزگاری، تسلط بر هوای

نفس، امانتداری، مهربانی با زیردستان، اعتدال و میانه‌روی، سعه صدر، وفای به عهد، پرهیز از خودپسندی، احتیاط، توکل به خدا، عدالت‌گرایی، پاسداشت سنت‌های نیکو، پرهیز از رابطه‌گرایی، پوزش‌طلبی، قدرشناسی، رایزنی با خردمندان، حسن ظن، رازداری، و مسؤولیت‌پذیری اشاره نمود (مقیبی، ۱۳۸۵، صص ۳-۵۴).

### نتیجه

اخلاق سازمانی به عنوان یک مفهوم علمی در سطوح فردی و سازمانی توجه پژوهشگران مختلف را در چهار دهه گذشته به خود جلب نموده است که از آن به عنوان یک چالش اساسی فراروی سازمان‌های مختلف در سطح جهان یاد می‌شود. از سوی دیگر، بر اساس آموزه‌های دینی در مکتب الهام بخش اسلام، پاک ساختن نفس از صفات رذیله و آراستن آن به ملکات جمیله مورد توجه ویژه بوده است. مضافاً این‌که عامل مهم موفقیت سازمان‌های امروزی، تبدیل آن‌ها به سازمان‌های اخلاقی است. یک رویکرد جامع در این زمینه، اشاعه فرهنگ سازمانی اخلاقی، می‌باشد که رعایت ملاحظات اخلاقی در تصمیم‌گیری‌ها، عملکرد، سودآوری و سایر موضوعات استراتژیک لازمه آن است. سازمان‌های عمومی، حتی سازمان‌های بازرگانی نیز به این باور رسیده‌اند که رفتارهای اقتصادی و اخلاقی به صورت توأمان تنها گزینه آن‌ها برای دستیابی به اهداف سازمانی است. در یک فرهنگ سازمانی اخلاقی رفتارهای درست و غلط برای کارکنان سازمان تشریح می‌گردد و ارزش‌هایی همچون عدالت، احترام، ارتباطات باز و شفاف در آن مطرح می‌شود.

فرهنگ سازمانی اخلاقی باید در سطوح کلان، میانه و خرد مورد توجه قرار گیرد که این امر نیازمند ساختار، خط مشی، کد عملیاتی یا یک درک فرهنگی از مقررات است تا کدهای اخلاقی به وسیله ساختار و ساز و کارهای سازمانی مناسب مورد حمایت قرار گیرند. این مقاله تشریح جنبه‌های علمی و مذهبی مقوله اخلاق سازمانی پرداخت تا گامی در جهت شناخت ابعاد فرهنگ سازمانی اخلاقی به منظور تحقق رفتارهای اخلاقی در سازمان‌های دولتی و خصوصی در کشور عزیز اسلامیمان برداشته شود.

## منابع و مأخذ:

۱. آمدی، سیدناصح‌الدین (۱۳۸۴) "غررالحکم و دررالکلم (سخنان قصار امام علی (علیه السلام)" ترجمه: سیدهاشم رسولی محلاتی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۲. حرانی، ابومحمد (۱۳۸۵) "تحف العقول (سخنان چهارده معصوم علیهم السلام)"، ترجمه: صادق حسن زاده، قم، انتشارات آل علی (علیه السلام).
۳. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۵) "منشور مدیریت: نگرشی تطبیقی به فرمان امام علی (علیه السلام) به مالک اشتر"، تهران، انتشارات مهربان.
۴. نراقی، ملاحمد (۱۳۸۶)، "معراج السعاده"، قم، دفتر انتشارات زینی.
۵. "نهج الفصاحه (سخنان و خطبه‌های رسول مکرم اسلام (صلی الله و آله و سلم)" (۱۳۸۵)، تصحیح و تنظیم: عبدالرسول پیمانی و محمدامین شریعتی، اصفهان، انتشارات خاتم‌الانبیاء.
6. Appelbaum Steven & Deguire kyle & lay Mathieu (2005), "The relationship of ethical climate to deviant workplace behaviour", Corporate Governance, vol. 5, No.4, pp.43-55.
7. Baglione Stephen & zimmener Tom (2007), "Ethics, values and Leadership beliefs and practices", Chinese management studies, vol. 1, No, 2, pp.111-125.
8. Cardy Robert & Selvarajan T. (2006), "Assessing ethical behavior: the impact of outcomes on judgment bias", Journal of managerial psychology, vol. 21, No.1, pp. 52-72.
9. Embse Thomas & Desai mayor & Desai Seema (2004), "How well are Corporate ethics codes and policies applied in the trenches? : key factors and conditions", Informantion Management Computer security, Vol. 12, No. 2, PP.146-153.
10. Fisher Josie & Bonn Ingrid (2007), "Internatinal Strategies and ethics: exploring the tension between head office and subsidiaries", management Decision, vol. 45, No. 10 , pp. 1560-1572
11. Gbadamosi Gbolahan (2004), "Academic ethics: what has morality, Culture and administration got to do with its measurement?", management Decision, Vol. 42, No.9, pp.1145-1161.
12. Johns paul (2006), "E-thics: the new moral methodology for business", Journal of Investment compliance, vol. 7, no.1, pp.83-90.
13. koh Hian & Boo elfred (2004), "Organizational ethics and employee satisfaction and commitment", Management Decision, vol. 42, No.5, pp.677-693.
14. Liu Anita & Fellows Richard & Ng Jess (2004), "Surveyors Perspectives on ethics in organizational Culture", Engineering, Construction and Architectural Management, Vol. 11, No.6, pp.438-449.
15. Mc Donald Gael & Nijhof Andre (1999), "Beyond Codes of ethics: an integrated framework for stimulating morally responsible behavior in organizations", leadership & organization Development Journal, Vol. 20, No. 3, pp.133-146.



16. Orme Geetu & Ashton Carolann (2003), "*Ethics – a foundation competency*" , Industrial and commercial Training , Vol. 35, No.5, pp.184-190.
17. Pedersen John and Rendtorff Jacob (2004), "*Value – based Management in Local Public Organizations A Danish A Experience*", Cross Cultural Management, Vol 11, N2.pp.71-94.
18. Sintonen Teppo & Takala Tuomo (2202), "*Racism and ethics in the globalized business world*" , International Journal of Social Economics, Vol. 29, No.11, pp.849-860.
19. Small Michael (2006), "management development: developing ethical corporate culture in three organizations" , Journal of management Development, Vol. 25, No, 6, PP. 588-600.
20. Svensson Goran & wood Greg (2003), "*The dynamics of business ethics: a function of time and culture – cases and models*" , Management Decision, vol. 41, No. 4, pp.350-361.
21. Svensson Goran & Wood Greg (2004), "*Codes of ethics best practice in the Swedish public sector: a PUBSEC-scal*", The International Journal of public sector management, vol. 17, No. 2, pp.178-195.
22. Wells Barron & Spinks Nelda (1996), "*Ethics must be communicated from the top*" , Career Development international, Vol. 1, No. 7, pp.28-30.
23. Wood Greg & Rentschler Ruth (2003), "*Ethical behavior the means for creating and maintaining better reputations in arts organizations*", Management Decision, vol. 41, No. 6, pp. 528-537.