

بسمه تعالی

اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها

جزوه آموزشی ضمن خدمت

پیشگفتار

ارزشها و فضائل اخلاقی عامل سعادت دنیوی (پیشرفت مادی) و اخروی انسان‌ها و جوامع انسانی است زیرا زندگی فردی و اجتماعی بشر را سامان می‌دهد و در نهایت عامل رفاه عمومی خواهد شد. اصول اخلاقی در متعالی‌ترین شکلش در سیره و مدیریت پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) متجلی شده و مبنای شناخت حقیقت اخلاقی وجود انسان است. در جزوه سعی شده است با استفاده از تحلیل آیات قرآن کریم و سیره نبی اکرم (ص) و ائمه (ع) و احادیث و روایات، صفات اخلاقی که یک مدیر و یا کارگذار باید داشته باشد تا بتواند جامعه را به سعادت مادی و معنوی برساند، تبیین می‌کند.

در کتاب جزوه اخلاق و اصول اخلاقی در اداره جوامع و سازمان‌ها و ابعاد آن مورد بررسی و بازنگری قرار می‌گیرد. بنابراین تدوین جزوه حاضر جنبه آموزشی و اخلاقی دارد و دانشجویان مدیریت، مدیران سازمان‌ها را در عمل جهت آشنایی با مدیریت اخلاق مدار یاری می‌دهد. جزوه حاضر، حاصل بررسی‌ها، تحقیق و پژوهش‌های صورت گرفته و همچنین مطالعات توسط نویسندگان می‌باشد. همچنین تجربیات و اندوخته‌های نویسندگان در زمان مدیریت بر غنای مطالب و اطلاعات افزوده است. امید است دانشجویان با مطالعه جزوه، بخشی از علم و دانش مدیریت در حیطه اخلاقی را فرا گرفته و نیاز دانش اخلاقی آن‌ها را برآورده سازد و موجب تقویت بنیه اخلاقی آن‌ها گردد. جزوه حاضر یکی از محدود جزوه‌های تألیفی در حوزه مدیریت مبتنی بر اخلاق در اسلام در سطح کارشناسی می‌باشد که توسط دو تن از نویسندگان تألیف شده است. در این زمینه قبلاً کتاب‌هایی چاپ و منتشر شده است. در این جزوه، مدیریت مبتنی بر اخلاق در اسلام و راهکارهای عملیاتی آن با نگاهی تازه مطرح شده است، علاوه بر بهره‌گیری از تجارب علمی و عملی خود، از مراجع و منابع معتبر داخلی و خارجی نیز سود جست‌ه‌اند. با توجه به اینکه هر اثری ممکن است دارای نقص باشد از خوانندگان محترم انتظار داریم، موارد نقص و یا در صورت تمایل نظرات و پیشنهادات خود را در جهت بهبود و ارتقا کیفیت مطالب جزوه اطلاع فرمایند.

مقدمه :

اخلاقیات (Ethics) شامل معیارهای رفتاری است که انتظار می‌رود توسط یک شخص یا گروه مورد نظر عمل شود. اخلاقیات حرفه‌ای 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 نمونه‌های اخلاق حرفه‌ای، سوگندنامه بقراط است که در آن پزشکان سوگند یاد می‌کنند تا به کسانی که معالجه می‌کنند، آسیب نرسانند. در حالی که این یک معیار اخلاقی مطلوب برای همه است، اما بطور ویژه برای افرادی که در سازمان‌ها فعالیت می‌کنند، اعمال می‌شود. به همین دلیل است که برای بسیاری از حرفه‌های مختلف، معیارهای اخلاقی متفاوتی ممکن است وجود داشته باشد. وجود معیارهای اخلاقی در یک سازمان شرایط لازم را برای کارکنان و اعضای سازمان فراهم می‌آورد تا با تعهد به اصول و ارزش‌های حاکم بر سازمان و همچنین جامعه، اعتماد جامعه و ذینفعان را به دست آورند. تعهد عملی به ارزش‌هایی چون صداقت و شرافتمندی، انصاف و عدالت، احترام به حقوق همه ذینفعان و مسئولیت‌پذیری نه تنها خود سبب ارتقای جایگاه سازمان و کارکنان می‌گردد بلکه شکل‌گیری اعتماد عمومی به سازمان و حرفه را نیز فراهم می‌آورند. رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و نهادهای سلامت به سبب گستردگی وظایف و همچنین فراگیری خدمات آنها برای غالب جمعیت کشور ضرورتی بیشتر دارد چرا که کم‌اعتمادی و بی‌اعتمادی به این قبیل سازمان‌ها، میزان پوشش خدمات را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد.

امام علی (ع): آنچه را که برای خود می‌پسندی برای دیگران هم بپسند و آنچه را که برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم نپسند و آنگونه که دوست نداری به تو کسی ستم کند به کسی ستم نکن و همانگونه که دوست داری به تو نیکی شود نیکوکار باش. (نهج البلاغه نامه ۳۱)

معنی و مفهوم اخلاق

واژه اخلاق گاهی به معنای خُلق و خو، رفتار عادت شده به کار می‌رود. معنای دیگر واژه، دانشی است که از حُسن و قُبْح و خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (رضی، ۱۳۹۲، صص: ۱۱-۱۰؛) به عقیده حسینی منش، صادقان و اسلامی اخلاق و تعهد سازمانی یک رویکرد جدید در برخورد با مسائل پیچیده فردی و اجتماعی به ویژه در سازمان‌ها، است. پولاتون اخلاق را در قالب اخلاق توصیفی، اخلاق هنجاری و اخلاق کاربردی که شاخه‌ای از اخلاق هنجاری بشمار می‌آید دسته بندی کرد. (فیض، ۱۳۹۵) مفهوم لغوی واژه اخلاق عبارت است از خوی، سرشت، طبیعت باطنی یا سرشت درونی انسان و در فرهنگ لغت دکتر معین آن را دانش بد و نیک، خوی‌ها و تدابیر انسان برای نفس خود یا یک فرد خاص تعریف کرده‌اند. (معین، ۱۳۶۲) مؤلف کشف اصطلاحات الفنون اخلاق را «علم معاشرت با خلق» می‌داند. خواجه نصیرالدین طوسی، دانشمند بزرگ ایرانی، در سال ۶۳۳ ه، ق کتاب اخلاق ناصری را در خصوص حکمت عملی و اصول اخلاق تألیف کرد و در سال ۹۰۰ ه، ق حسین واعظ کاشی صفات پسندیده و مبانی اخلاقی را در کتابی با نام اخلاق محسنی در چهل باب به رشته تحریر درآورد. ابن مسکویه، مورخ و نویسنده شهیر ایرانی (در عصر دیلمیان)، نیز کتابی در باب مسائل اخلاقی با نام الطهاره فی علم الاخلاق نگاشت.. همه این‌ها نشان‌دهنده این است که توجه به مسائل اخلاقی در زندگی روزمره از قرن‌ها پیش در کشور ما مطرح بوده است. (علمی، ۱۳۸۷) اخلاق حالتی نفسانی است که بدون نیاز به تفکر، آدمی را به سمت انجام کار و رفتاری سوق می‌دهد، اگر این حالت نفسانی به گونه‌ای باشد که کارهای خوب و پسندیده از انسان صادر شود آن را فضیلت اخلاقی می‌نامند و اگر افعال بد و ناپسند از انسان صادر شود به آن رذیلت اخلاقی گویند (محمدعلی پور، ۱۳۹۰) اخلاق، مسئولیت پذیری انسان در رفتار ارتباطی است که به رعایت حقوق غیر الزامی از منظر قانونی خود و دیگران معطوف است و اجرای آن کمال و سعادت انسان را در دنیا و آخرت تأمین می‌کند. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۳) اخلاق به عنوان اصول و استانداردهای نگرشی، رفتاری، گفتاری و ارتباطی گفته می‌شود که جهت دهنده تفکر، رفتار و عمل افراد در سازمان است.

اخلاق در اسلام

اخلاق اسلامی به مجموعه‌ای از قواعد و ارزش‌های انسانی گفته می‌شود که از آموزه‌های دینی و الهی نشأت می‌گیرد. یک فرد مسلمان بر اساس اصول و ارزش‌های اخلاق اسلامی رفتار و اعمال فردی و اجتماعی خود را تنظیم، کنترل و هدایت می‌کند و رفتار و اعمال دیگران را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. یکی از اهداف مهم بعثت پیامبر اسلام (ص) و تعالیم امامان معصوم (ع) ترویج، توسعه و نهادینه کردن فضائل و ارزش‌های اخلاقی در فرد و اجتماع انسانی است.

اهمیت اخلاق در سازمان

سولومون، اخلاق را نخستین و ضروری‌ترین چیزی می‌داند که همه در پی آن بوده و اولین درکی است که از یک زندگی خوب دارند. خوب زیستن، یا به عبارتی یک زندگی ارزشمند. (گوران و گورج، ترجمه امینی فسخودی، ۱۳۸۷) فضایل اخلاقی فطری است، (روم/۳۰) ارزش‌های اخلاقی، اساس و بنای ارزش‌ها در سازمان را تشکیل می‌دهد.

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، به ویژه 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. مشاغلی که خود را به جامعه به صورت خدمتگزار و برآورنده بخشی از خدمات اساسی اجتماعی معرفی می‌کنند، حرفه¹ 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 یا ارزش می‌نگرند و برای آنها جایگاه

¹ profession

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

پروفسنالیسم مفهوم جدیدی نیست و در تمام طول تاریخ وجود داشته است. آن چه رابطه شاغلین حرف و جامعه را مؤثر می‌سازد اعتماد جامعه به ارائه دهندگان خدمات اجتماعی است.

پروفسنالیسم 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 خصوصیات 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.

^۲ professionalism or Professional behavior

اخلاق به عنوان یک فلسفه اخلاقی یا معیار اخلاقی تعریف می شود که توسط شخص یا گروهی از افراد صورت می گیرد. اخلاق حرفه ای، معیارهای رفتاری است که توسط شاغلین یک حرفه تنظیم می شوند و شامل اصول حاکم بر رفتار فرد یا گروه در یک محیط حرفه ای یا کاری است. اخلاق حرفه ای مانند ارزش‌ها، قواعدی را در مورد چگونگی رفتار یک شخص نسبت به افراد و نهادهای دیگر در چنین محیط‌هایی را فراهم می کند. اخلاق حرفه‌ای به عنوان قواعد فردی یا سازمانی تعریف می شود که رفتار را در چارچوب یک حرفه خاص حاکم می کند.

اعتماد جامعه به سازمان مهمترین سرمایه یک نهاد است و سازمان‌ها برای افزایش میزان اعتماد جامعه تلاش می کنند 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 داده اند 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 اعضاء یک سازمان کمک می کنند تا نقش های خود را به روشنی و وضوح کامل ایفاء نمایند. بنابراین اخلاق حرفه ای بخش مهمی از اخلاق سازمانی است که به ارتقای جایگاه یک سازمان کمک می کند.

چرا اخلاق سازمانی^۳ 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.

³ Organizational Ethics

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

عمل به روش‌هایی سازگار با آنچه که جامعه و افراد معمولاً فکر می‌کنند ارزش‌های خوبی هستند و گرایش به رفتار اخلاقی برای حرفه مطلوب است و شامل احترام به اصول و ارزش‌های 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 می‌کند. یک سازمان یا یک حرفه تلاش می‌کند تا ضمن بهره‌مندی از کارکنان سازمان یا اعضای حرفه در ایجاد صلاحیت و شایستگی‌های بیشتر، به دنبال اهداف خود باشد. در این راستا، پیروی از معیارهای اخلاقی می‌تواند در دستیابی به موفقیت‌های 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 غیراخلاقی ترغیب کند، اما فرد اخلاقی کسی است که علی‌رغم مواجهه با معضلات و چالش‌های اخلاقی، موقعیت‌ها را درست ارزیابی کند و بین آنچه از نظر اخلاقی خوب و بد است تفاوت قائل شود تا برابر قوانین و کدهای رفتار حرفه‌ای عمل کند. اخلاق خوب باعث می‌شود 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 می‌دهیم.

اهمیت اخلاق در زندگی حرفه‌ای را می‌توان با مثال‌هایی از عدم موفقیت در مشاغل و چندین مورد رسوایی نشان داد. به جرات می‌توان گفت اگر رعایت موازین 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 می‌دهد و به ما این امکان را می‌دهد تا از انجام فعالیت‌هایی که ممکن است باعث ایجاد بی‌اعتمادی به حرفه شود، خودداری کنیم. بنابراین، پایبندی به اخلاقیات خوب این است در همه حال وجدان خود را ناظر اعمال خود بدانیم.

آلبرت شوایترز می‌گوید، "اخلاق فعالیت‌هایی است که انسان برای تأمین کمال درونی شخصیت خودش انجام می‌دهد".

منظور از کد اخلاق^۴ 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.

⁴ Ethical Code

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.

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^۵ و مصادیق آن:

واژه‌ای که در طی سالهای اخیر بیشتر مورد توجه بوده است عبارت Professional Integrity است. معنی لغوی Integrity، یکپارچگی است که می‌توان 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 می‌سازند. یکپارچگی ممکن است مناسب‌ترین کلمه مورد استفاده برای توصیف فردی باشد که داوطلبانه و مستمر مطابق با استانداردهای حرفه‌ای، اجتماعی یا ارزش‌های اخلاقی جامعه عمل می‌کند.

یکپارچگی حرفه‌ای همان سرآمدی است که فرد در تبعیت از مجموعه معیارهای حرفه‌ای خود در برخورد با هر موقعیتی در حرفه خود نشان می‌دهد. این بدان معناست که حتی زمانی که کسی ناظر رفتارهای شما

^۵ Professional Integrity

نیست مطابق معیارهای حرفه‌ای 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 می‌کنند. مشخصه فردی است که اصول اخلاقی و اخلاق صحیح را در کار نشان می‌دهد.

۱. صداقت و راستگویی^۶

صداقت بستر اعتماد و امانتداری است. دستور اخلاقی صادقانه بودن ما را ملزم می‌کند که تا در رفتار و گفتار خود چنان باشیم که اعتماد دیگران را جلب کنیم. این موضوع تا حد زیادی ساده به نظر می‌رسد اما صداقت مفهومی وسیع‌تر از آن است. یک فرد صادق، حقیقت را می‌گوید، بی‌ریا است، از فریب، گمراه کردن، عمل ناشایست و فریبنده اجتناب می‌کند، از اعتماد دیگران سوءاستفاده نمی‌کند، اطلاعات ضروری برای حفظ اعتماد را مخفی نمی‌سازد، دزدی و تقلب نمی‌کند.

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 نمی‌دهد. صداقت صفتی است که فارغ از عنوان شغلی، نقش و مسئولیت فرد در یک سازمان از هر شخصی انتظار می‌رود. شخصی که صداقت دارد در روابط با همکاران، مشتریان و ذینفعان، به ارزشهای خود باور دارد و به آنها پایبند است. صداقت و اعتماد پایه‌های اساسی integrity هستند.

۲. انصاف و عدالت^۷

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.

^۶ Honesty

^۷ Fairness

منصف بودن مربوط به فرایند تصمیم‌گیری 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^۸

احترام یک نیاز اساسی برای یک محیط کار سالم است. کار گروهی را ارتقا می‌بخشد و باعث افزایش بهره‌وری و کارایی در محل کار می‌شود و این امکان را به کارمندان می‌دهد تا از توانایی‌ها، کیفیت‌ها 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 می‌شود و انگیزه کارمندان برای انجام بهترین خدمات افزایش می‌یابد. کسانی که به دیگران احترام نمی‌گذارند، غیر حرفه‌ای بوده و تهدیدی برای سلامتی سازمان خود هستند.

همیشه با مردم به گونه‌ای که می‌خواهید با شما رفتار شود با احترام رفتار کنید. بپذیرید که همانند شما، همکاران و روسای شما نیز حقوق، عقاید، امیال و آرزوها، تجارب و توانمندی‌هایی دارند و آنها نیز اشتباهاتی را انجام می‌دهند که صرفاً آموختنی است. نگرانی‌ها و دغدغه‌های مشابه شما دارند و اهداف مشترکی را که دوست دارند با موفقیت به انجام برسانند. احترام، جنبه‌های بسیار متعددی دارد و پاسداشت حقوق همه ذینفعان شامل مشتریان، کارکنان، همکاران، مسئولین، جامعه و... یکی از وظایف بسیار مهم همه حرفه‌مندان است. احترام به نظرات، باورها و عقاید دیگران، خوش‌قولی و وقت‌شناسی، احترام به حق انتخاب افراد از مصادیق تعهد به ارزش احترام است.

۴. مسئولیت‌پذیری^۹

مسئولیت حرفه‌ای وظایفی را شامل می‌شود که حرفه‌مندان به روشی حرفه‌ای عمل کنند، از قانون پیروی کنند، از تعارض منافع خودداری کنند و منافع گیرندگان خدمت را بر منافع خودشان ترجیح دهند. زمانی

^۸ Respect

^۹ Responsibility

حرفه‌مندان به ارزش مسئولیت‌پذیری متعهد خواهند بود که وظیفه خود را به نحوی رضایت‌بخش به انجام برسانند. تعریف رایج برای مسئولیت‌پذیری 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^{۱۰}

با شفافیت در همه کارهایی که انجام می‌دهیم، اعتماد عمومی به حرفه خود را بدست می‌آوریم. "شفافیت" به این معنی است که ذینفعان، تصمیم‌گیرندگان و عموم مردم به داده‌ها، استدلال‌ها و سایر اطلاعات که پایه و اساس نظرات و نتیجه‌گیری‌های ما است، دسترسی دارند. به طور خلاصه، شفافیت یک عنصر اصلی حرفه‌ای 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 می‌شود. شفافیت نقش مهمی در تعامل بین حرفه، سازمان و مردم ایفا می‌کند و با نشان دادن صداقت و قضاوت مسئولانه، اعتماد به خود را ایجاد می‌کند. شفافیت در سازمان حاصل پیش‌بینی‌پذیر بودن سازمان و به عبارتی قابل پیش‌بینی بودن فرایندها و عکس‌العمل‌ها در شرایط مختلف است. به این صورت که سازمان و شاغلین حرف در واکنش به موقعیت‌های مشابه پاسخ یکسان داشته باشند. به هر میزان که رفتارهای سازمان و شاغلین حرف پیش‌بینی‌پذیر باشد به همان میزان اعتماد آفرین خواهند بود.

سوء رفتار حرفه‌ای:^{۱۱}

رفتار حرفه‌ای عمدتاً بر مبنای وظیفه‌ای است که شاغلین حرف بر مبنای حقوق ذینفعان عهده‌دار شده‌اند. این مبنا برای 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.

¹⁰ Trust

¹¹ Professional misconduct

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 تشکیل‌دهنده 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 سوءرفتار 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.

چنانچه خسارت دیده از سوءرفتار حرفه‌ای 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.

منشور اخلاق حرفه‌ای برای سازمان‌ها:

نمونه‌ای از منشورهای تهیه شده در راستای اخلاق حرفه‌ای سازمان‌ها سند یاد شده به منظور ارائه‌ی مجموعه‌ای از اصول و رفتارها برای سازمان‌ها که به دنبال ترغیب و پرورش اخلاق حرفه‌ای در راستای تعالی توسط همه کارکنان و دستیابی طیف وسیعی از جامعه به سعادت تنظیم شده است. این سند به عنوان مجموعه‌ای از انتظارات در مورد نحوه هدایت و مدیریت سازمان‌ها تنظیم شده است. که الهام بخش بوده و حامی یک نظامی است که به طور مستمر برای بهبود تلاش می‌کند.

تحول در حوزه سازمان‌ها چالش‌هایی را برای حرفه‌های سنتی در سازمان‌ها ایجاد می‌کنند از آن جا که تعداد فزاینده‌ای از اعضای این حرفه‌ها در این سازمان‌ها استخدام شده و فعالیت می‌کنند، سازمان‌ها فرصت‌های بیشتری برای تاثیر عمیق بر رفتارهای حرفه‌ای آن افراد به صورت مثبت و منفی خواهند داشت.

تاثیر رفتارهای سازمانی بر تعهد حرفه‌ای افراد سازمان بیش از ایجاد تغییرات محیطی است. آن‌ها تاثیری قوی‌تر و فراتر از حد خود در محیط دارند.

ارتباطات سازمانی مبتنی بر اخلاق

سیستم ارتباطات یکی از ابزارهای انسجام و مکانیسم هماهنگی و انتقال اطلاعات سازمانی است. سیستم ارتباطات عامل تقویت صمیمیت و افزایش همکاری و هماهنگی بین واحدهای سازمانی است. اطلاعات از طریق سیستم ارتباطات در بین واحدهای مختلف سازمانی رد و بدل می‌شود. اگر سیستم ارتباطات بهینه طراحی و اجرا شود اطلاعات مفید و مرتبط و به هنگام در اختیار افراد سازمانی قرار می‌گیرد. و اطلاعات در انجام وظایف سازمانی مانند برنامه ریزی، تصمیم‌گیری و کنترل و نظارت و شناسایی نقاط ضعف و کمبودها استفاده می‌شود. سیستم ارتباطات مدیریت بستر همکاری بین همه واحدهای سازمانی و افراد را تشکیل می‌دهد. سیستم ارتباطات به مدیران کمک می‌کند تا نظارت موثرتری اعمال کنند.

اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام

اصول اخلاقی به عنوان مهمترین مولفه در اثر بخشی ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی مطلوب محسوب می‌گردد. بنابراین بر مدیران واجب است که توجه زیادی به رعایت مبانی ارزشی و اخلاقی که ضامن ارتباطات سالم و مطلوب سازمانی خواهد بود داشته باشد.

مهمترین اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام به شرح زیر بیان می‌شود:

- **امانتداری:** در امانتداری نباید خیانت کرد. امانت داری عامل ایجاد اعتماد و تقویت روابط صمیمی بین واحدها و افراد سازمانی می‌شود.
- **وفای به عهد:** یک فرد مسلمان باید به عهد و معاهده خود وفا کند. وفای به عهد روابط بین افراد را تداوم می‌بخشد.
- **رازداری:** سخنان و گفتارهای دیگران را نباید فاش کرد. وفای به عهد، رازداری و امانت داری باعث ایجاد اعتماد و پایه و اساس ارتباطات اثر بخش و توسعه ارتباطات سازمانی است.
- **انضباط کاری**
- **مسئولیت پذیری**
- **خوش رفتاری:** خوش رفتاری از خصوصیات درونی افراد است و موجب صمیمیت و محبوبیت بیشتر می‌شود.
- **دلسوزی و خیرخواهی**

- عدل و انصاف در روابط و مناسبات اداری
- بردباری و صبر
- خوش اخلاقی

پیامبر اکرم (ص): «أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا» (سنن الترمذی)

«کامل ترین مومنان در ایمان خوش اخلاق ترین شان می‌باشد.»

پیامبر اکرم (ص): «إِنَّ مِنْ أَحَبِّكُمْ إِلَيَّ وَ أَقْرَبِكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَحْسَنُكُمْ أَخْلَاقًا» (سنن الترمذی)

«همانا از محبوب ترین و نزدیک ترین شما در مجلس من روز قیامت خوش اخلاق ترین شما می‌باشد.» (الغزالی مصری، ۱۳۷۸، ص ۲۴)

عوامل کاهنده اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

عوامل فردی و سازمانی متعددی در سازمان‌ها وجود دارند که تضعیف کننده و کاهنده اخلاق و به تعبیری موانع رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی محسوب می‌شوند که در زیر به مهم ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

مهم ترین موانع سازمانی ترویج و رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی سازمان‌ها عبارتند از:

- **خودبینی و خود خواهی:** خودبینی و خودخواهی مهم ترین عامل تضعیف ارتباطات و رفتار سازمانی محسوب می‌شود. اهداف خود را ترجیح دادن و بی توجهی به اهداف و خواسته های دیگران نوعی خودبینی است.
- **فشارهای روانی**
- **فقدان نگرش اخلاقی:** فقدان نگرش اخلاقی می‌تواند منجر به بروز رفتارهای غیر اخلاقی گردد.
- **فراפקنی و مسئولیت گریزی:** فراפקنی به مفهوم مبرا دانستن نسبت به عملکرد خود و نادیده گرفتن نقش خود در نتایج است.
- **فقدان انگیزش**
- **فرهنگ سازمانی ضعیف**

- جو غیر مشارکتی کار
- جو کار گروهی ضعیف و تعارضی

مهم ترین موانع فردی ترویج و رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی سازمان ها عبارتند از : دروغ، خودخواهی، فخر و کبر، حسادت، تهمت و غیبت، تبعیض و بی عدالتی، عجب، بدگمانی، ریا، شقاوت، بخل، پیمان شکنی، خیانت، ظلم، تندخویی، سخن چینی، تملق و چاپلوسی، استبداد رای

عوامل رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

عوامل متعددی در سازمان ها وجود دارند که تقویت کننده و ترویج دهنده اخلاق حرفه ای محسوب می شوند و سبب نهادینه کردن اخلاق در سازمان ها می شود که در زیر به مهم ترین آن ها اشاره می شود.

مهم ترین عوامل رشد و ترویج اخلاق در روابط سازمانی عبارتند از:

- انگیزش: افراد برای بروز رفتارهای ارزشی و اخلاقی باید دارای انگیزه‌های سازمانی و معنوی باشند. در این صورت است که کارکنان با میل درونی و علاقه اخلاقیات و ارزش های اخلاقی را در روابط سازمانی و رفتار با همکاران و ارباب رجوع رعایت می کنند.
- نگرش اخلاقی: سازمان ها می توانند با استخدام و بکارگیری نیروی انسانی مقید به اخلاقیات، اخلاقیات را نهادینه کنند چرا که این افراد توان و تمایل بیشتری به رعایت اخلاقیات و انجام وظایف و مسئولیت‌های اخلاقی دارند. نگرش اخلاقی می تواند منجر به بروز رفتارهای اخلاقی گردد.

• فرهنگ سازمانی قوی و مشارکتی

- تدوین منشور و نظام جامع اخلاقی: منشور اخلاقی به منظور ایجاد هماهنگی و وحدت رویه رفتاری و روش در بین مدیران و کارکنان سازمان تدوین می شود. (الوانی، ۱۳۷۹، ص: ۱) منشور اخلاقی سازمانی، همچون سوگندنامه‌ی پزشکان، اخلاق حرفه ای و سازمانی کارکنان را شکل می دهد و راهنمای عمل آنان در مسیر خدمت و فعالیتشان است. (حسینی و عباسی، ۱۳۹۱، صص: ۱۵۴-۱۲۹) داشتن منشور اخلاقی در زمینه‌های مختلف نظیر انتصاب و ارتقاء، استخدام، پرداخت، نظارت و ارزیابی و از جمله عوامل تقویت کننده اخلاق و رشد اخلاقی در سازمان هاست. منشور اخلاقی، ضوابط رفتاری و جزئیات ارتباطی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند را مطرح می کند.