

هوالمرحيم

اخلاق حرفه ای در سازمان

مدت دوره: ۸ ساعت

تهیه و تنظیم: نصیبه تولایی

اخلاق: اخلاق از ریشه خلق به معنای باطن و صفاتی که به رفتار و حالت انسان تعلق می‌گیرد است. علم اخلاق به منزله یک دانش دارای ارزش فراوانی است، و در آثار عالمان غربی و اسلامی به آن توجه فراوانی شده است.

خلق است که در قرآن هم آمده است. خلق: عادت، رویه، سنجیه و امثال اینها ترجمه شده است.

واژه اخلاق همانند دوواژه **Ethics** و **Moral** دو کاربرد متمایز دارد: گاهی اخلاق به معنی خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود. همانگونه که دو واژه انگلیسی یاد شده، گاهی به معنای عادت و سنجیه و **Custom** بکار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حسن و قبح و خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند. اخلاق حرفه‌ای نیز به دو معنا اطلاق می‌شود: خلق و خوی حرفه‌ای و دانشی که از مسایل اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار بحث می‌کند.

اخلاقیات عمدتاً مربوط می‌شود به اینکه افراد اگر می‌خواهند به درستی عمل کنند چگونه باید رفتار کرده و چگونه باید عمل کنند. مبحث اخلاقیات دارای ریشه‌های عمیق فلسفی، دینی و حقوقی است.

اخلاق فردی

رفتار هر انسانی، صرف نظر از منزلت و جایگاه اجتماعی و عناوین شغلی، خوب یا بد است. کسی که در رفتار ارتباطی درون شخصی، به خود دروغ می‌گوید و خود را فریب می‌دهد، مرتکب رفتار زشت و ناپسند است. و او را می‌توان فرد ضد اخلاقی دانست و کسی که با خود صریح و صادق است، در رفتار با خود، اخلاقی است. کسی که بدلیل مصلحت بینی، از واقع بینی دور می‌افتد و هر باوری را سنجیده و ناسنجیده می‌پذیرد، به تعبیر گیلفورد رفتار غیر اخلاقی دارد.

انسانها در رفتارهای برون شخصی نیز می‌توانند اخلاقی یا غیر اخلاقی عمل کنند. کسی بخشنده است و دیگری خسیس. فردی متواضع است و دیگری متکبر بنابراین هر فردی صرف نظر از اینکه شاغل هست یا نه، نسبت به رفتارهای خود دارای مسوولیت است. این مسوولیت بر اصول معینی استوار است و این اصول در مجموع اخلاق فردی را می‌آفریند.

اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای را مسوولیت‌های اخلاقی سازمان تعریف می‌کنیم که شامل همه اضلاع و ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را هم در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر اخلاق حرفه‌ای مسوولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط مستقیم و غیر مستقیم است و بر اصل حق مردم استوار است و اعتقاد دارد « محیط حق دارد و سازمان وظیفه ». اخلاق حرفه‌ای، رفتار ارتباطی سازمان با محیط بر اساس حقوق و تعهدات و وظایف است.

بسیاری از شرکتهای موفق نسبت به تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده اند و به این باور رسیده اند که در سازمان باید یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. در فرهنگ و تمدن اسلامی در سده های سوم و پس از آن به این مفهوم از اخلاق حرفه ای توجه شده است. نهادها و ارگانهای لشکری و کشوری از وظایف اخلاقی برخوردار بوده اند و آیین نامه های اخلاقی مربوط به مدیریت شهری و غیر آن تدوین شده اند. بسیاری از بنگاههای برتر بر مرامنامه اخلاق خود تاکید می کنند و برخی از آنها بخش مدیریت اخلاق تاسیس کرده اند تا به ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی و ممیزی اخلاقی در همه تصمیمها و اقدامهای بنگاه بپردازد. در جوامعی مانند کشور ما، اخلاق حرفه ای نه در سطح بنگاهها و سازمانها تولد یافته و نه در مراکز دانشگاهی و حوزوی توسعه پیدا کرده است.

ویژگی های حرفه

حرفه را اینگونه تعریف می کنند: (پیشه ای که مستلزم وجود دانشی است تخصصی و اغلب تدارکی طولانی و ژرف شامل آموزش مهارتها و روشها و همچنین اصول علمی، تاریخی و محققانه ای که بر آن مهارتها و روشها تاکید دارد و با استناد به سازمان و تشکیلات یا اتفاق آراء و استانداردهای والای دستاوردها و رفتار و سلوک پشتیبانی می شود و اعضای خود را به مطالعاتی مستمر و نوعی کار متعهد می کند نخستین آن ارائه خدماتی عمومی است).

فرهنگ علوم اجتماعی می گوید: «واژه حرفه به شغلی اطلاق می شود که داشتن دانش و مهارت سطح بالایی را طلب می کند و باید حداقل بخشی از آن دانش و مهارت از طریق گذراندن دوره های کم و بیش نظری و نه با ممارست عملی صرف کسب شود، به نحوی از انحا در دانشگاه یا مؤسسه ای معتبر مورد آزمایش و امتحان قرار می گیرد و بر افرادی دلالت می کند که در مقایسه با مشتریان آن حرفه صاحب نظر هستند... در حال حاضر این واژه معمولاً در باره مشاغل معینی بکار میرود که اعضای آن به ارائه خدمات و نه تولید و توزیع کالا اشتغال دارند»

طبق گفته بلومر «لازمه حرفه ای شدن عبارت است از اشاعه استانداردهای برتری در زمینه ای معین، تعیین و تثبیت الگوهای رفتاری، پرورش و گسترش احساس مسئولیت، تعیین موازین استخدامی و آموزشی، تامین و تضمین حمایت از اعضا، برقراری کنترل همه جانبه، در زمینه مورد بحث و تعالی بخشیدن به آن به گونه ای که به مقام و موقعیت اجتماعی خود در جامعه دست یابد».

این تعاریف نشان می دهد که ویژگیهای یک حرفه چه می تواند باشد، با این حال تفاوتهایی در آنچه مورد تاکید قرار می گیرد وجود دارد.

سازمان

هر محلی که در آن هدفی دنبال می شود و بر آن ضوابط و قوانینی حاکم است و یا جایی که افراد جمع می شوند تا با کمک و همیاری هم کارهای پیچیده و مشکل را انجام دهند سامان نام دارد بر این اساس هر مجتمعی که از افرادی با تخصص خاص و ابزار مورد نیاز برای رسیدن به اهداف کوتاه مدت و یا دراز مدت تشکیل شده و قوانین اجرایی مدون و رسمی بر آن حاکم است را سازمان می گویند.

در تعریف دیگر سازمان را اجتماع انسانهایی با ایده ها و ایدئولوژی های مختلفی می دانند که همگی برای به ثمر رسیدن یک یا چند هدف مشخص و معین با یکدیگر بوده و همگامی و هماهنگی تنگاتنگ داشته و از تمام امکانات تکنولوژی جدید و نیروی انسانی استفاده می کنند.

چستر بارنارد، سازمان را یک سیستم از افراد یا نیروهایی می داند که آگاهانه هماهنگی دارند. هربرت سایمون سازمان را عبارت از سیستمی که فعل و انفعالات سلوکی و رفتاری یک اجتماع انسانی است می داند که هر یک از اعضاء و یا گروههای شرکت کننده برای کاری که انجام می دهند سودی در یافت می کنند.

جان ام کائوس سازمان را اجتماع افراد جهت تسهیل در به ثمر رسیدن مقاصد همگانی از راه فرایند کارکرد و تعیین وظایف می داند... در تعاریف دیگر سازمان چهار چوب و اساس فلسفه فکری یک عده از افرادی که مدیران سازمانی توسط آن می توانند تصمیماتی را برای تعیین سلوک و رفتار اعضاء سازمانی و اصلاح آن اتخاذ نمایند تعریف می کنند..

منشور اخلاقی

منشور اخلاقی نتیجه وجود اصول اخلاق حرفه ای است که مختصری از آن را در قالب الفاظ صریح و روشن برای کارکنان یک حرفه بیان می دارد... و رویک عقیده دارد منشور اخلاقیات سازمانی باید در بر گیرنده چهار مصلحت باشد:

*** مصلحت عمومی، مصلحت حکومتی و قانونی، مصلحت سازمانی و حرفه ای، مصلحت فردی .

منشور اخلاقی جانشین کار آمد کدها و آیین نامه های اخلاقی است. منشور اخلاق نوع رفتار مورد انتظار همه مدیران و کارکنان را بیان می کند و به عنوان ملاکی برای ممیزی اخلاقی هر گونه اقدامی در سازمان به کار می آید.

اصول اخلاقی معیارهای فکری و رفتاری را فراهم میکند تا از طریق آنها کارکنان به مسوولیت و وظایف خود در مقابل سازمان، جامعه، حرفه، همکاران و مراجعان پی ببرند. آنها همچنین معیارهایی برای قضاوت در مورد عملکرد یا توجه آن فراهم میکنند. ما بعنوان متخصص حرفه ای در مقابل کسانی که به آنها خدمت می کنیم و در مقابل یکدیگر مسوول هستیم و به عنوان شهروند وظیفه داریم که از دانش خاص خودمان برای خیر جامعه استفاده کنیم و به عنوان عضوی از خانواده بشریت، مسوولیت حفظ و حمایت از منزلت انسانی را بر عهده داریم .

کارایی و اثر بخشی منشور اخلاقی سازمان مرهون وجود ویژگی های خاصی در آن است:

۱ منشور اخلاقی باید کامل باشد، منشورهای ناقص علاوه بر همه ایرادها و رخنه ها سبب مقاومت افراد در عملی کردن آن می گردد. کمال منشور اخلاق در گرو جامعیت و فراگیری آن نسبت به حقوق همه افراد، نهادها و امور ذیربط است.

۲ منشور اخلاقی باید قابل تحقیق، عملی و قابل اجرا باشد. آرمان گرایی و تاکید افراط جویانه بر کمال و فراگیر بودن منشور سبب می شود که بجای قواعد کاربردی، شعارهای زیبا و غیر قابل تحقق به میان آید.

۳ منشور اخلاق باید بر ملاک نهایی اخلاق به گونه ای مبتنی باشد که ارزش ذاتی و اصالت آن را حفظ کند. در نظام اخلاق دینی، ملاک نهایی اخلاق خدا است و رضایت و عدم رضایت خداوند شاخص فضیلت و رذیلت است.

۴ مهمترین خصیصه منشور اخلاق عاری بودن از هر گونه ابهام است: راه یافتن هر گونه ابهامی منشور را از عملی بودن دور می سازد، زیرا دستورهای مبهم سبب حیرت و سرگشتگی افراد می شود.

۵ ویژگی دیگر منشور اخلاق، ترتیب منطقی در بیان تعهدات مسئولیتهای سازمان است. اولویت در

مسئولیتهای اخلاقی که ناشی از اولویت در حقوق محیط است، باید در ترتیب مفاد منشور اخلاقی به منزله اصل مهم اخلاقی خود را نشان دهد.

۶ سازگاری درونی منشور: منشور بر خلاف کد و آیین نامه به صورت شبکه ای از عناصر تدوین می شود که مناسبات هریک از عناصر به صورت منسجم تنظیم شده است. مجموعه ای آشفته از باید ها و نبایدها سبب حیرت و سرگشتگی افراد می شود.

برای نشان دادن لزوم داشتن منشور اخلاق حرفه ای که در بیشتر کشورهای دنیا احساس شده است و باعث شده ایشان دست به تدوین آن بزنند، نظام نامه های اخلاقی کشورهای مختلف در قسمت "پیوستها" آورده شده است، در این کشورها و سایر کشورهایی که منشور اخلاقی شان در این مقال محدود آورده نشده است تلاش شده تا اصول اخلاق حرفه ای برای کتابداران تعریف شود و جنبه های مختلف آن مورد توجه قرار گیرد، جدیدترین این نظامنامه ها منشور اخلاقی کتابداران آمریکا است که ترجمه آن در زیر آورده شده است.

آثار فرا سازمانی اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای هم بسترهای فرا سازمانی دارد و هم آثار و نتایج فرا سازمانی را به ارمغان می آورد. ترویج اخلاق در سازمان و تعالی اخلاقی فرهنگ سازمانی نه تنها محیط با نشاط و مساعد برای افزایش بهره وری می آفریند بلکه فراتر از سازمان نقش مؤثری در جامعه دارد. بهداشت، سلامتی و فراتر از آنها تعالی اخلاقی جامعه از سازمانها ی آن سخت متأثر است. اخلاق حرفه ای، آنگاه که حوزه حرفه به بنیانهای فرهنگی و نهاد های سیاسی مربوط می شود، از زیر ساختهای تمدن بشری است. چگونه می توان اثر تباہ کننده دانشگاههایی را که اخلاق حرفه ای در آنها محترم نیست نادیده گرفت برکات و آثار سازنده دانشگاههای اخلاقی یک جامعه را انکار نمود. دانشجویی که فاقد وجدان کاری، عدم شایسته سالاری، دور زدن قانون، چاپلوسی و کم کاری را در محی آموزش خود بطور

مستمر تجربه کند، پس از فراغت از تحصیل در شغل خود و در مدیریت سازمانها بی که مالک یا مدیر می شود، به ناچار همه آنچه را تجربه کرده منعکس می کند .

اخلاق اسلامی کار

اخلاق حرفه ای محتاج یک نظام اخلاقی است. در جهان نظامهای اخلاقی مختلفی وجود دارد. برخی از نظامهای اخلاقی فارغ از دین هستند و برخی دیگر نظامهای اخلاقی مبتنی بر وحی و تعالیم دینی اند. اسلام دینی است که یکی از رسالتهای مهم خود را اخلاق می داند و پیامبر گرامی اسلام (ص) می فرماید: (انی بعثت لاتمم مکارم الاخلاق).

اخلاق حرفه ای به دلیل هویت اسلامی، ملاک نهایی اخلاق و اصول راهبردی آن را از قرآن و روایات بدست می آورد و روش تعلیم اخلاق و زبان آموزشهای اخلاقی را نیز از زبان وحی می آموزد بنابر این اخلاق حرفه ای که بتواند توقعات یاد شده را بر آورد باید در عین حرفه ای بودن، اسلامی باشد و مراد از اسلامی بودن بهره مندی از منبع بسیار مهم قرآن و روایات است و البته این به معنای بی نیازی از سایر منابع نیست.

امیر المومنین علی (ع) اصولی را برای اخلاق حرفه ای بیان داشته اند که آن چند چیز است :

۱ حرمت انسان، یعنی بدانیم انسان چه در سیمای کارگر، کارمند یا مدیر و ... محترم است.

۲ ارزش داوری در مورد رفتار انسان نه خود انسان

۳ آزادی انسان، آزادی یک ارزش اخلاقی است

۴ وفاداری، وفاداری به سازمان، گروه، افراد

۵ امانت، حفظ امانت اخلاقاً واجب است

مزیت وجود اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای نقش راهبردی در موفقیت معطوف به آینده سازمان دارد و دوری از آنها، سازمانها را سخت آسیب پذیر و متضرر کرده است. دست یابی سازمان به اخلاق حرفه ای موجب مزیت استراتژیک می شود. بخشی از هزینه های تبلیغاتی را صرف اخلاقی سازی سازمان کنید تا تاثیر ژرف آن را در موفقیت سازمان تجربه کنید. سازمانها از طرفی خواهان اخلاق اند و از طرف دیگر اخلاق ورزی و پایبندی به اخلاقیات را دردسر زا و مانع آفرین می بینند و این مهمترین مانع سازمانها در روی آوردن به اخلاق حرفه ای است. مشکل عمده سازمانها در این مقام مهارت مواجهه با مسایل اخلاقی سازمان است .

تعارض در عرصه رفتار سازمانی

امروز صاحب نظران مدیریت بر این باورند که نیروی انسانی به عنوان اصلی ترین دارایی سازمانها و به عنوان مزیت رقابتی مطرح است و وجود روابط سالم مبتنی بر همکاری و همدلی بین این منابع ارزشمند از جمله مهمترین عوامل اساسی برای موفقیت در همه سازمانها اعم از صنعتی، اداری، خدماتی، آموزشی و مانند آنهاست .

از طرف دیگر با توجه به پیچیدگی روزافزون سازمانها و تفاوت در اندیشه، نگرش و باورهای افراد، تعارض به عنوان جزء اجتناب ناپذیر زندگی سازمانی امروز مطرح است. نکته قابل توجه اینجاست که اجتناب ناپذیر بودن تعارض بر منفی بودن آن نیست بلکه چه بسا اگر تعارض خوب مدیریت شود، برای سازمان مفید نیز باشد. به عبارت دیگر تعارض سکه‌ای است که دو وجه مثبت و منفی دارد و شیوه برخورد و یا رویارویی با آن است که اثر آن را برای سازمان تعیین می‌کند. از این رو، بی‌شک توانایی مدیریت و کنترل پدیده تعارض در سازمانها از مهمترین مهارتهای مدیریت است که مدیران امروز نیازمند آن هستند. در این مقاله سعی شده است با ارایه مفهوم تعارض، سطوح و انواع آن و رابطه آن با عملکرد و سبکها و راهبردهای مدیریت تعارض گاهی در راستای آشنایی مدیران با این مهارت مدیریتی برداشته شود .

● مفهوم و ضرورت مدیریت تعارض:

تعارض جزئی طبیعی و عادی از زندگی روزمره ما و واقعی است که بشر در طول تاریخ با آن آشنا بوده ولی متأسفانه به دلیل عدم مدیریت صحیح، بیشتر به ستیزه جویی و دشمن مبدل شده است. لذا امروز افراد پیشینه ناخوشایندی از آن دارند و به تعارض به عنوان یک پدیده منفی نگاه می‌کنند. تعارض زمانی رخ می‌دهد که دو یا چند نفر از افراد در مقابل یکدیگر قرار گیرند زیرا نیازها، خواسته‌ها، اهداف و ارزشهای آنها متفاوت است (تومی). به عبارت دیگر تعارض فرایندی است که در آن فردی در می‌یابد که شخص دیگری به طور منفی روی آن چیزی که او تعقیب می‌کند تأثیر گذاشته است.

تعارض تقریباً همیشه با احساس عصبانیت، درماندگی، رنج، اضطراب یا ترس همراه است. در حالی که تعارض و برداشت ما از آن به سوی تصویر منفی گرایش دارد، اما تعارض لزوماً امری منفی نیست و این توانایی، برای مدیریت تعارض است که بر پیامدهای آن اثر می‌گذارد .

نکته مهم در اینجا این است که هر چند تعارض امری اجتناب ناپذیر است و به دلیل متفاوت بودن اهداف، ارزشها و عقاید به وجود می‌آید، ولی می‌توان آن را هدایت و به حداقل رساند و حل کرد.

لذا آگاهی از دانش و مهارتهای مدیریت تعارض به منظور استفاده از آن امری ضروری به نظر می‌رسد. چنانکه حتی برخی معتقدند که دانش اینکه چگونه تعارضات خود را مدیریت کنید به اندازه اینکه بدانید چگونه بخوانید، بنویسید و صحبت کنید مهم است.

مدیریت تعارض فرایند برنامه‌ریزی برای پرهیز از تعارض در جایی که ممکن است سازماندهی آن برای حل تعارض، جایی که رخ می‌دهد است .

● رابطه تعارض و عملکرد

همان طور که بیان شد تعارض ذاتا امر منفی نیست، چه بسا بسیاری اوقات امری مثبت و سازنده نیز است. می توان اینگونه نتیجه گیری کرد که تعارض هنگامی سازنده است که :

منجر به تبیین مسایل و مشکلات شود منجر به حل مسئله شود افراد را در حل اموری که برای آنها اهمیت دارد درگیر کند موجب ارتباطات شود به افراد در توسعه و ادراک و مهارتشان کمک کند. موجب ایجاد مشارکت در میان افراد از طریق یادگیری بیشتر درباره یکدیگر شود. و هنگامی تعارض مخرب است که: موجب تضعیف عزت نفس شود توجه را از فعالیتهای مهم دور سازد موجب دوقطبی شدن افراد و کاهش همکاری شود. منجر به رفتارهای مضر و غیر مسئولانه شود .

● سطوح تعارض :

به طور کلی تعارض سازگار می تواند در پنج سطح ظهور کند و افراد در سازمانها ممکن است با هر یک از این پنج سطح سروکار داشته باشند که عبارتند از: درون فردی، میان فردی، درون گروهی، میان گروهی و درون سازمانی .

- تعارض درون فردی :

این نوع تعارض در درون فرد اتفاق می افتد و زمانی رخ می دهد که فرد در جهت رسیدن به اهداف به مانعی برخورد کند. نوع دیگر تعارض درون فردی تعارض در هدف است که به سه صورت است :

- تعارض خواست - خواست

فرد تلاش می کند از بین دو هدف مطلوب یکی را انتخاب کند، به عنوان مثال انتخاب بین دو شغل در دو سازمان معتبر .

- تعارض اجتناب - اجتناب

فرد تلاش می کند از بین دو گزینه یا بیشتر که دارای پیامدهای منفی یکسان هستند یکی را انتخاب کند. مانند فردی که برای رهایی از بیکاری باید از بین دو شغلی که مطلوب نیستند یکی را انتخاب کند .

- تعارض خواست - اجتناب

فرد باید در مورد انجام دادن کاری تصمیم بگیرد که هم جنبه های مثبت و هم جنبه های منفی دارد، مانند قبول پیشنهاد یک کار خوب در یک موقعیت بد .

- تعارض بین فردی

بین دو یا چند فرد رخ می دهد که دارای ارزشها، آرزوها، سبکهای ارتباطی و دیدگاههای متفاوت هستند. از جمله نشانه های تعارضات بین افراد، صحبت نکردن همکاران با یکدیگر و اعتنا نکردن به یکدیگر، بدگویی یکدیگر، رد کردن و آگاهانه به تضعیف یکدیگر پرداختن است .

- تعارض درون گروهی

شامل برخورد بین برخی یا تمام اعضای گروه است که غالباً بر فرایند و اثربخشی گروه تأثیر دارند .

- تعارض بین گروهی

از آنجا که گروهها میل دارند خود را برتر از گروههای دیگر بدانند این امر موجب تعارض می شود .

- تعارض درون سازمانی

شامل تعارض و برخورد بین گروههاست که ممکن است به صورت یکی از شکلهای زیر باشد .

- تعارض عمودی

برخورد بین کارکنان در سطوح مختلف یک سازمان تعارض عمودی نامیده می شود .

- تعارض افقی

تعارض بین کارکنان در سطح مراتبی یکسان در سازمان. این تعارض زمانی به وجود می آید که هر بخش بدون توجه به اهداف بخشهای دیگر برای تحقق اهدافش تلاش کنند .

- تعارض بین صف و ستاد

گاهی کارکنان صف احساس می کنند که مسئولیتشان از اختیارانشان بیشتر و این اختیارات در دست کارکنان و مدیران ستاد است. از این رو این امر موجب تعارض می شود .

● منابع ایجاد تعارض

تعارض در سازمانها بر اثر منابع مختلفی به وجود می آید که برخی از آنها عبارتند از :

■ اهداف و افقهای زمانی ناسازگار

عدم هماهنگی بین اهداف کوتاه مدت و بلند مدت، اهداف بخشهای مختلف سازمان و اهداف فرد و سازمان می تواند عامل بالقوه ایجاد تعارض شود .

▪ تداخل اختیارات

زمانی که دو مدیر یا دوی بخش برای یک فعالیت یا کار یکسان اختیارات مشابهی را ادعا می کنند .

▪ سیستم ارزیابی و پاداش ناهماهنگ

اگر سیستم پاداش با سیستم ارزیابی سازگاری نداشته باشد عامل بالقوه ای برای ایجاد تعارض می شود .

▪ وابستگی متقابل وظایف

هنگامی که افراد، گروهها یا بخشهایی که دارای وظایفی هستند که وابستگی متقابل با یکدیگر دارند به صورت مستقل و جدا از هم کار کنند .

▪ منابع ناکافی

هنگامی که منابع در سازمان ناکافی باشد، ممکن است برای دستیابی به آنها تعارض ایجاد شود .

- مغایرتهای منزلتی: این حقیقت که برخی افراد، گروهها و بخشهای داخل یک سازمان بیشتر از افراد، گروهها و بخشهای دیگر مورد توجه قرار می گیرند، یک عامل اساسی ایجاد تعارض است .

● مراحل تعارض

بیشتر تعارضات طی مراحل خاص ایجاد می شوند که آگاهی از آنها می تواند برای مدیریت تعارض راهگشا باشد .

مراحل تعارض را می توان به ۶ مرحله تقسیم کرد .

▪ شرایط پیشین

شرایطی که به طور بالقوه تعارض را هستند .

▪ درک تعارض

زمانی که شرایط پیشین واقعا به پایه ای برای اختلاف بین افراد با گروهها تبدیل شوند مرحله درک تعارض به وجود می آید البته این ادارک ممکن است فقط توسط یکی از طرفین تعارض صورت گیرد .

■ احساس تعارض

تمایز بین مرحله درک تعارض و احساس تعارض مهم است. زمانی تعارض احساس می‌شود که به عنوان تنش مطرح شود که شخص را برای انجام عمل به منظور کاهش احساسات ناخوشایند برانگیزاند. برای اینکه تعارض حل شود، همه طرفین تعارض باید آن را درک و احساس کنند که نیاز دارند کاری را در مورد آن انجام دهند .

■ تعارض آشکار

زمانی که تعارض به صورت آشکارا در رفتار ظهور کند. به هنگام تعارض آشکار، دو راه حل وجود

دارد که یکی از آنها سرکوب کردن تعارض است. در این حالت هیچ تغییری در شرایط ایجاد کننده تعارض داده نمی‌شود و فقط رفتارهای تعارضی آشکار کنترل می‌شود. دوم حل تعارض که در اینجاسعی بر اصلاح و تغییر شرایط ایجاد کننده تعارض است. سرکوب، راه حل موقتی و سطحی حل تعارض است و در واقع تعارض حل نشده است .

نتایج حاصل از تعارض بسته به اینکه ما چه راهی را برای مواجهه با تعارض به کار ببریم نتایج و پیامدهای خاصی نصیبمان خواهد شد .

● مدیریت تعارض و سبکهای آن

همان طور که بیان شد تعارض لزوما امری منفی نیست. چنانچه تعارض در جهت مقاصد شخصی مورد استفاده قرار گیرد امری مضر و غیر کارکردی است ولی اگر در جهت مقاصد سازمانی و خلق استعدادها مورد بهره برداری قرار گیرد کارکردی خواهد بود. به عبارتی مدیریت تعارض شیوه‌ای است که تعارضهای سازمانی را در خدمت اهداف سازمان قرار می‌دهد و از جنبه غیر کارکردی آن می‌کاهد و به جنبه‌های کارکردی آن می‌افزاید .

به عبارت دیگر مدیریت تعارض عمل شناسایی و اداره تعارض با یک شیوه معقول، عادلانه و کاراست

به طور کلی پنج روش پاسخگویی به تعارض وجود دارد که از آنها به عنوان سبکهای مدیریت تعارض یاد می‌شود و معمولا هر فرد در یکی از این سبکها غالب است .

در اینجا سعی می‌شود به صورت مختصر به توضیح هریک از سبکها پرداخته شود.

رقابت

سبکی که در آن فرد دنبال اهداف و علایق خویش بدون توجه به دیگران است. ویژگیهای این روش این است که اولاً غیر مشارکت جویانه و ثانيا قدرت مدار باشد. فرد هرگونه قدرتی را که به نظر برسد برای بردن در موقعیت خاص مناسب است به کار می‌گیرد.

■ سازش (تسلیم)

این سبک نقطه مقابل رقابت است. فرد از علایق و اهداف خویش جهت تحقق اهداف و ارضای نیازهای دیگران صرفنظر و چشم پوشی می‌کند. ویژگی مهم این روش از خود گذشتگی است ولی باز هم مشارکت جویانه است .

■ اجتناب

زمانی که فرد نه علایق و اهداف خود را دنبال می‌کند نه علایق و اهداف دیگران را و بیشتر سعی بر آن دارد که از موقعیت تعارض طرفه رود یا آن را به تعویق اندازد یا از آن کناره‌گیری کند .

همکاری

این سبک نقطه مقابل سبک اجتناب است. در اینجا همکاری شامل تلاشی به منظور کار با دیگر افراد برای یافتن راه حلی است که موجب تحقق اهداف هر دو فرد بشود به عبارتی دیگر در این سبک طرفین برای به دست آوردن منافع خود محکم ایستاده‌اند اما در عین حال خواهان همکاری با یکدیگرند و منافع طرف مقابل را در نظر می‌گیرند. از این رو ویژگی اصلی این سبک این است که مشارکت جویانه است .

مصالحه

هدف مصالحه یافتن برخی تدابیر و راه‌حلهای قابل قبول برای هر دو طرف است که موجب تحقق نسبی منافع و تحقق اهداف هر دو طرف بشود. به عبارتی این سبک بینابین رقابت و سازش قرار دارد و نسبتاً مشارکت جویانه است. در اینجا طرفین توافق می‌کنند که از بخشی از مواضع خود کوتاه‌بیایند و مقداری امتیاز به حریف مقابل بدهند و در برابر آن مقدار امتیاز بگیرند.

اما نکته مهم در اینجا این است که هیچ‌یک از این سبکها مردود نیست بلکه برای موقعیتهای مختلف می‌توان از هر یک از این سبکها استفاده کرد. نکته ظریف مدیریت تعارض نیز همین جاست یعنی هنر به کاربردن سبک مناسب در موقعیت مناسب. از طرفی گفته شد که معمولاً در هر فرد یکی از سبکهای فوق غالب است. به گفته مازلو (۱۹۸۲) اگر تنها ابزاری که شما در دسترس دارید یک چکش باشد، گرایش خواهید داشت که هر مشکل را به عنوان یک میخ ببینید .

اگر تنها یک سبک مدیریت تعارض بر شما حاکم باشد محدودیتهای زیادی در زمینه این امر خواهید داشت. از این رو، بدین منظور باید استفاده از سبکهای دیگر را در خود گسترش دهید. در زیر سعی می‌شود موقعیتهای مناسب برای کاربرد هر سبک بیان شود:

■ موقعیتهای مناسب برای به کاربردن سبک رقابت

- زمانی که به تصمیمات فوری نیازمند هستید

- زمانی که می‌دانید که حق دارید
- زمانی که اقدام سریع و قطعی حیاتی است
 - موقعیتهای مناسب براس سبک سازش
- زمانی که مسایل برای شما اهمیتی ندارد اما برای فرد دیگر خیلی مهم است
- زمانی که شما می‌فهمید که اشتباه کرده‌اید
- زمانی که رقابت مداوم زیان بخش باشد و شما بدانید که برنده نمی‌شوید
- زمانی که هماهنگی و ثبات اهمیت ویژه‌ای دارد
 - موقعیتهای مناسب برای سبک اجتناب
- زمانی که وقت رویارویی با آن را ندارید
- زمانی که بستر مناسب نیست
- زمانی که مسایل مهمتری برای شما مطرح است
- زمانی که شما هیچ شانس برای برآورد ساختن خواسته‌هایتان ندارید
- وقتی مسایل پیش پا افتاده است
- وقتی جمع‌آوری اطلاعات جایگزین تصمیمات فوری می‌شود
- زمانی که دیگران می‌توانند تعارض به وجود آمده را به صورت مناسبتری حل کنند
 - موقعیتهای مناسب برای سبک همکاری
- وقتی شما نمی‌خواهید مسئولیت کامل کاری را داشته باشید .
- وقتی سطح بالایی از اعتماد وجود دارد
- وقتی شما می‌خواهید تعهد افراد را به دست آورید
- وقتی هدف یادگیری است

▪ موقعیتهای مناسب برای سبک مصالحه

- زمانی که اهداف مهم هستند، اما ارزش این را ندارند که باعث تعارض شوند

- وقتی طرفین تعارض دارای قدرت برابر هستند

- برای دستیابی به توافق موقت در موضوعات پیچیده

- به عنوان یک راه حل کمکی زمانی که همکاری و رقابت موفقیت آمیز نیست

- وقتی فشار زمانی وجود دارد و باید به راه مقتضی دست یافت .

● فنون و راهبردهای مدیریت تعارض:

در هنگام مواجهه با تعارض اولین و مهمترین اقدام تجزیه و تحلیل تعارض است، به گونه‌ای که برخی معتقدند که درصد حل تعارض، تجزیه و تحلیل آن است. در تجزیه و تحلیل تعارض باید به سه سؤال پاسخ داد شود:

▪ چه کسی در تعارض است؟

همان طور که گفته شد تعارض ممکن است بین افراد بایکدیگر، درون افراد، بین واحدها و مانند آنها باشد.

▪ منبع تعارض چیست؟

تعارض ممکن ناشی از کمبود منابع، رقابت، ناسازگاری اهداف و... باشد .

سطح تعارض چه میزان است؟ آیا در حد متوسط است؟

یا در حد بالاست و محتاج اقدام فوری است .

پس از تجزیه و تحلیل تعارض باید به حل آن پرداخت. بدین منظور روشهای مختلفی وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از :

- مذاکره:

یکی از فنون حل تعارض است که در آن طرفین تعارض راه‌های مختلف را به منظور حل تعارض بررسی می‌کنند تا به راه‌حلی که برای هر دو قابل قبول است دست یابند .

به طور کلی دو نوع مذاکره وجود دارد: مذاکره توزیعی و مذاکره تلفیقی در مذاکره توزیعی که به آن رقابتی نیز گفته می‌شود، علائق و خواسته‌های یک شخص در مقابل شخص مقابل قرار دارد و یکی از طرفین می‌برد و دیگری می‌بازد. به عبارتی رویکرد برد-باز باخت حاکم است. راهبردهای غالب در این روش، زور، تقلب و امتناع از اطلاع رسانی صحیح است. در حالی که در مذاکره تلفیقی که به آن مشارکتی نیز گفته می‌شود، هدف برد - برد است، در اینجا خواسته غالب به حداکثر رساندن نقاط مشترک است و راهبرد حاکم، مشارکت حل مسئله متقابل و اطلاع رسانی صحیح است. این نوع مذاکره ایجاد کننده ارزش نیز نامیده می‌شود. به منظور اینکه مذاکره به مذاکره تلفیقی تبدیل شود رعایت موارد زیر ضروری است:

- خودتان را به سوی رویکرد برد - برد سوق دهید .

برای خود راهبرد و برنامه داشته باشید. آنچه را که برای شما اهمیت دارد و چرایی اهمیت آن را برای خود روشن کنید. افراد را جدا از مشکلات ببینید.

توجه خود را کاملاً معطوف جریان مذاکره کنید، وضعیت طرف مقابل را در نظر داشته باشید و از مهارت‌های ارتباطی به خوبی استفاده کنید .

گزینه‌هایی را برای سود دو جانبه ایجاد و توجه خود را معطوف آنچه که عادلانه است سازید (ورتیم، ۲۰۰۲).

- میانجیگری

در این روش، شخص ثالث بی‌طرف به عنوان میانجی سعی می‌کند که به طرفین در یافتن راه‌حلی برای حل مشکلات کمک کند .

- داوری

اگر در فرایند میانجیگری طرفین قادر نباشند که از طریق میانجیگری به راه‌حلی برسند، آنگاه میانجی‌گری تبدیل به داوری می‌شود و فرایند میانجیگری به داوری تغییر می‌یابد و این شخص ثالث بی‌طرف است که راه‌حل ارائه می‌دهد .

از آنجا که معمولاً برای طرفین تعارض حل تعارض از طریق میانجیگری قابل قبولتر و ارجح است تا از طریق داوری. از این رو کسی که می‌خواهد نقش داوری را ایفا کند باید به صورت تدریجی و آهسته از میانجیگری به طرف داوری حرکت کند. بخصوص وقتی که طرفین بخواهند کار با یکدیگر را ادامه بدهند. نکته دیگر اینکه باید تلاش برای اتخاذ تصمیمی که باعث شادی هر دو طرف شود پرهیز کرد زیرا این امر به سادگی امکان ندارد بلکه به جای آن باید سعی بر آن داشت که بی‌طرف بود و عادلانه راه‌حلی برای حل تعارض ارائه داد .

- نظریه کثرت گرا:

موضوع قدرت و تضاد، گرچه در نظریه‌های سازمان مورد توجه بوده اما به ندرت یک بررسی نظام‌مند و جامع درباره آن انجام شده است. تلاشهایی که برای مطالعه "قدرت" و "تضاد" در سازمان صورت گرفته، راه را برای پیدایش نظریه جدیدی به نام «نظریه کثرت گرا» در سازمان هموار کرده است ..

بر اساس این نظریه، سازمان اساساً بر پایه تضاد استوار شده است. سازمان، صحنه تضاد و فعالیتها و جهت‌گیریهای گروهی و فردی است که برای دستیابی به «اهداف»، «منافع» و «ارزشهای» گروهی یا فردی صورت می‌گیرد .

بسیاری از نظریه‌پردازان سازمان، عناصر فوق را در بررسی سازمان به عنوان عناصر اساسی آن مورد توجه قرار داده‌اند، اما هنوز نمی‌توان یک نظریه با اصول و مفروضات مشخص در این باره تعیین کرد و تا رسیدن به این مرحله از تکامل نظریه، کمی فاصله داریم.

بحث تضاد و قدرت، تاکنون یا به عنوان پدیده‌ای استطرادی و جدای از بحثهای اصلی سازمان مطرح شده و یا به عنوان زیر مجموعه و بحثهای فرعی موضوعات اصلی دیگری مطرح می‌شده‌اند و به ندرت به عنوان پدیده‌هایی که ماهیت و طبیعت سازمان را تشکیل می‌دهند بدانها نگریسته شده است

تعبیرها و تفسیرهای مختلفی از نظریه کثرت گرا مطرح شده است. اما آنچه که ما از گفتگوهای گسترده‌ای، که انجام داده‌ایم، به دست آورده‌ایم این است که نظریه کثرت گرا، در نقطه مقابل نظریه وحدت گرا، بر سه عنصر کلیدی "منافع"، "تضاد" و "قدرت" در تحلیل سازمانی تاکید دارد. این دیدگاه، این سه مفهوم را به عنوان واحدهایی که با یکدیگر در ارتباط هستند، به عنوان مفروضات بنیادی سازمان ملاحظه می‌کند .

در بحث منافع، در حالی که، از نقطه نظر وحدت گرایان، افراد سازمان همکاری هستند که با مشارکت هم، جهت رسیدن به یک هدف مشترک کار می‌کنند، کثرت گرایان بر منافع و اهداف فردی اصرار می‌ورزند .

دیدگاه کثرت گرا، معتقد است که اگر افراد به اهداف سازمانی علاقه نشان می‌دهند صرفاً به این جهت است که آنها را در راستای اهداف فردی و گروهی خود می‌بینند. اهداف سازمانی، اگر برای افراد موجه هستند، به دلیل مشروعیت‌شان نیست بلکه از این نظر مورد توجه هستند که مجموعه منافع فردی و گروهی را تحت پوشش قرار داده و تامین می‌کنند .

و اما در بحث تضاد، وحدت گرایان به تضاد، به عنوان پدیده‌ای نادر و عارضی و گذرا نگاه می‌کنند که در هنگام ظهور آن می‌توان با برخورد مدیریتی مناسب، آن را بر طرف و یا کنترل نمود. این نظریه، چون منافع را در سطح سازمان، کاملاً هماهنگ می‌بیند لذا با تضاد به عنوان یک نیروی بیگانه و باز دارنده و عنصر ناپسند می‌نگرد، که از سوی افراد نابهنجار و مشکل ساز، ایجاد می‌شود. در مقابل، کثرت گرایان تضاد را چهره اجتناب ناپذیر و جدا نشدنی سازمان و بلکه چهره هر روزه زندگی می‌بینند .

از نظر اینان، اساساً حیات سازمان در گرو وجود تضادهای همه‌جانبه‌ای است که بین منافع افراد و گروهها در سازمان وجود دارد. صاحبان این نظریه، معتقدند به جای تلاش برای بر طرف کردن تضاد باید از نقش سازنده آن به نفع سازمان به عنوان یک کل، بهره جست. کثرت گرایان، تضاد سازمانی را یک عنصر نهادی می‌دانند که می‌تواند به صورتی نهادینه شود، که بدون آنکه بقای کل سیستم را تهدید کند، در تمام سطوح سیستم وجود داشته باشد.

اما در مورد قدرت، وحدت گرایان تا حد زیادی نسبت به مساله قدرت بی‌توجه‌اند و آن را نادیده می‌گیرند. آنان، عالیت سازمانی را اقدامی هماهنگ و غیر متضاد می‌دانند که بطور متحد و یکپارچه برای رسیدن به اهداف مشترک و منافع همگانی در تلاش است. بنابراین، غالباً سؤال و مساله‌ای درباره قدرت و منابع آن، برای آنان مطرح نمی‌شود.

در اینجا مفاهیمی چون، اختیار، رهبری و کنترل به عنوان امتیازات ویژه مدیر برای هدایت سازمان به عنوان یک کل به سوی اهداف و مقاصد آن ترجیح داده می‌شود. از این دیدگاه، قدرت منبع کاملاً بیطرفی محسوب می‌شود که بدون توجه به منافع یک فرد یا گروه مشخص چرخهای کل سیستم را به حرکت در می‌آورد.

در مقابل، از دید نظریه کثرت گرا قدرت گروههای مختلف در سازمان به عنوان یک متغیر بسیار مهم برای فهم فعالیتهایی که هر روز در سازمان به وقوع می‌پیوندد باید در نظر گرفته شود. قدرت، وسیله‌ای است که در تضادهای سازمانی تعیین می‌کند که نتیجه و برآیند تضاد چگونه باشد.

به نظر کثرت گرایان، حیات سازمان، صحنه بازیهای قدرت بین افراد و گروههاست که هر یک تلاش می‌کنند از طریق گونه‌های مختلفی از قدرت، که در اختیار دارند، موقعیت کاری خود را کنترل کنند و به اهدافی که برای آنان مهم و با ارزش محسوب می‌شود دست یابند. سازمان در واقع، مجموعه متکثری از دارندگان قدرت است که با استفاده از انواع متعدد و متکثر قدرت، نفوذشان را بر سازمان تحمیل می‌کنند.

جو سازمان، محیطی آمیخته با عدم اطمینان است که قدرتهای متعددی در آن برای رسیدن به اهداف خود داد و ستد و بده بستان دارند. البته، شبکه‌ای از قوانین و مقررات در سازمان وجود دارد که ضمن آنکه اجازه می‌دهد این فرآیند تعارض قدرتها در سازمان اتفاق بیفتد، در عین حال، سازمان را به عنوان یک کل حفظ می‌کند و بقای آن را ممکن می‌سازد.

خلاصه دیدگاه وحدت گرا را می‌توان در نظریه کلاسیک مدیریت دید. از نظر کلاسیک‌ها، سازمان به منزله ماشینی است که برای تحقق اهداف رسمی آماده کار شده است. از نقطه نظر کلاسیک‌ها سازمان ابزاری است که بر مبنای غرضی عقلایی اعضایش را در جهت یک رفتار کارآ و مؤثر هدایت می‌کند. اعضای سازمان با محرکهایی انگیزه می‌شوند که تعهد آنها را نسبت به اهداف رسمی سازمان تضمین می‌کند. بنابراین، انتظار آن است که کلیه فعالیتها به صورتی ترکیب شوند که حرکتی واحد را، که بطور همزمان اهداف

تمامی اعضا را بطور رضایتمند تامین کند، به وجود آورد. کار و وظیفه مدیر در این میان آن است که اطمینان حاصل کند که ساختار و هدایت و کنترل سازمان به گونه‌ای است که موفقیت این تلاشها را تضمین می‌کند .

دیدگاه وحدت گرا، همچنین در بسیاری از نظریه‌های دیگر مشاهده می‌شود. به عنوان مثال، نگاه بارنارد، به سازمان به عنوان یک "سیستم co-oprative"، یا توجه مکتب "روابط انسانی" به تلفیق نیازهای فردی و سازمانی و یا نگاه نظریه "سیستم باز" به سازمان به عنوان "سیستمی که فرآیندهای آن در جهت بقای سازمان صورت می‌پذیرد"، همه و همه با درجات مختلفی منعکس کننده عناصر تفکر وحدت گرای سازمان هستند. به هر حال، از زمان مطالعات هاثورن، به مساله تضاد در سازمان، توجه شده و از آن به بعد پیوسته این توجه زیادتر شده است و امروزه اندیشه‌های نظری بسیار کمی یافت می‌شوند که دیدگاه افراطی وحدت گرای سازمانی را داشته باشند. نظریه سازمان، در روند رشد و توسعه خود در چهل سال اخیر مرتبا از دیدگاه وحدت گرا فاصله گرفته و به دیدگاه کثرت گرا نزدیکتر شده است. اما، همان‌طور که قبلا نیز گفتیم، این نظریه هنوز کامل نیست و گر چه دیدگاهها و عناصر آن در بسیاری از نظریه‌های سازمانی منعکس شده است، اما هنوز تا تدوین یک نظریه جامع و کامل و مشخص و مدون به نام نظریه کثرت گرا فاصله داریم.

بیان انتظارات و توقع از اخلاق حرفه‌ای به منزله یک دانش

یکی از مهمترین وظایف و ویژگیهای علم اخلاق را تعیین بایدها و نبایدهای اخلاقی دانستیم و گفتیم علم اخلاق با ارائه جدولی از فضایل و رذایل ما را به اکتساب فضایل و اجتناب از رذایل رهنمون می‌سازد. بطور کلی تکالیف و بایدهای اخلاقی به دو مفهوم سنتی و جدید قابل طرح هستند و اخلاق سنتی را می‌توان جدولی دانست که شامل تکالیف و شیوه‌های رفتار فردی و ارزش‌شناسی رفتاری است و نکات اخلاقی ارائه شده در این بخش گستره محدود و ساده‌ای دارد و چندان فراتر از اخلاق فردی نمی‌رود، بلکه در نظامهایی چون نظام ارسطویی، تقسیم تدبیر منزل و سیاست مُدن قرار می‌گیرد .

اما در مفهوم جدید، علم اخلاق تکالیفی را مطرح می‌نماید که به نحوه ارتباط فرد با خودش، دیگران، خدا و طبیعت نظر دارد، به بیان دیگر ناظر به رفتار ارتباطی است. در رفتار ارتباطی، گستردگی و تنوع روابط به اشکال مختلف، شبکه پیچیده‌ای بوجود می‌آورد که این پیچیدگی نیازمند نظم و برنامه‌ریزی خاصی است .

مفهوم نخست از علم اخلاق به تنهایی قادر به سازماندهی این روابط که گاهی پیچیدگی‌ها و دشواری‌های آن منجر به معضلات بزرگ اخلاقی در جامعه می‌گردد، نیست .

اخلاق به عنوان یک نظام از ارزش‌ها (خیر و شر) و اراده معطوف به آنها، در دنیایی که همه چیز رنگ تجارت، بازده، سود، حق الزحمه، کارآیی و بهره‌وری و مانند آنها را به خود می‌گیرد، دیگر نمی‌تواند به صورت یک نظام نظری به افراد درگیر عرضه شود. در

جهانی که به تعبیر هابز، انسانها گرگ یکدیگر می‌شوند (یا هستند) اخلاق در جهت کاهش مشکلات و تنش های میان افراد عمل می‌کند و از آنها می‌خواهد که مسئولیت اجتماعی داشته و شهروندانی شایسته باشند

برای یک شغل یا موسسه‌ای که در قلمرو تأملات اخلاقی سقوط می‌کند باید سئوالاتی درباره رفتار مطرح کند، خواه درباره اینکه چگونه یک فرد یا گروه باید رفتار کند یا درباره رفتار یک پیشه خاص.

در اینجا علم اخلاق با معنا، مفهوم، وظایف و عملکردهای جدیدی ظاهر می‌گردد. قبل از پرداختن به علم اخلاق در مفهوم جدید به ویژگی‌های ارتباطات در مفهوم جدید می‌پردازیم :

1- ارتباط حداقل چهارسویه است، بدین معنا که رابطه فرد می‌تواند با خودش، دیگران، خدا و طبیعت شکل بگیرد. در اینجا فرد می‌تواند یک رابطه درون شخصی با خودش داشته باشد که این رابطه در واقع با نحوه عملکرد اخلاق به مفهوم سنتی مشترک است و در آن فرد به تهذیب و تزکیه نفس می‌پردازد، ولی در این مفهوم فرد به تنهایی و بدون در نظر گرفتن دیگران به خود نمی‌پردازد بلکه رابطه او با دیگران در زندگی اجتماعی و رابطه او با خدا در زندگی دینی و مذهبی و رابطه او با محیط زیست در زندگی طبیعی و مادی بر نحوه رفتار او با خودش یا اخلاق فردی او تاثیرگذار است .

در این معنا رفتار فردی او رفتاری است که همسو و مکمل رفتار ارتباطی‌اش می‌باشد و سایر روابط نیز به این ترتیب با لحاظ اخلاق فردی او شکل می‌گیرد .

2- همانطور که روابط چهارگانه‌ای با نظم و هماهنگی داریم، هر کدام از این ارتباطات دوسویه نیز هستند و دارای تاثیر متقابل می‌باشند. بدین معنا که به عنوان مثال رابطه فرد با دیگران تنها وظایف اخلاقی او را نسبت به جامعه بیان نمی‌کند بلکه در قبال ارتباط او با دیگران، دیگران نیز در مقابل فرد موظف به رعایت اصول اخلاقی هستند .

3- ویژگی بعدی رفتار ارتباطی، سازمانی بودن این نحوه ارتباطات است. در واقع شبکه پیچیده روابط موجود در علم اخلاق به معنای جدید در عین پیچیدگی و پیوستگی دارای نظم سازمان یافته‌ای است که موجب عدم تعارض و تضاد می‌گردد. در این سیستم ارتباط فرد با هر یک از مقولات چهارگانه و روابط دوسویه آنها به شکل شبکه‌ای منظم صورت می‌گیرد. علم اخلاق با ارائه اصول و کدهای اخلاقی مناسب در روابط اجتماعی، حرفه‌ای، سیاسی و غیره نظم و هماهنگی لازم را در رفتار ارتباطی حاصل می‌کند .

چگونگی اعمال این کدها و آیین‌نامه‌های اخلاقی و میزان پای‌بندی و التزام به این قوانین نیازمند آموزش‌های رسمی و غیررسمی است که از وظایف علم اخلاق محسوب می‌گردد .

4- نحوه ارتباطات رفتاری موجب ازدیاد و تضایف فضایل یا رذایل می‌گردد و این روابط جنبه تشدیدگرایانه دارند؛ بدین معنا که بدلیل تاثیر متقابل هر یک از این روابط و پیوستگی و سازمانی بودن آنها، وجود یک فضیلت یا رذیلت در هر یک از روابط زمینه مناسب

برای ایجاد آنها را فراهم می‌آورد، بعنوان مثال وجود یک فضیلت اخلاقی در رفتار فردی مانند صداقت در جنبه‌های مختلف اجتماعی از رذایلی مانند تملق، چاپلوسی و عداوت در رفتار و کردار ممانعت بعمل می‌آورد و فضایلی مانند راستی و درستکاری در رفتار و گفتار با دیگران را موجب می‌شود و به این ترتیب با رشد فضایل و کاهش رذایل مواجه می‌شویم .

پس از بیان ویژگی‌های ارتباط رفتاری در علم اخلاق به معنای جدید ابتدا به یکی از ارتباطات رفتاری به نام «علم اخلاق حرفه‌ای» می‌پردازیم .

در اخلاق حرفه‌ای بصورت اجتماعی در گستره حرفه‌های مختلف و روابط افراد در حرف با یکدیگر، سازمان و جامعه بحث می‌کند. اخلاق حرفه‌ای بمنزله یک دانش اصول کلی رفتار ارتباطی در سازمان را بصورت نظام‌مند و منظم مطرح می‌کند و بدلیل شبکه‌ای بودن ارتباطات رفتاری در سطح جامعه، این علم بر رفتار فردی، خانوادگی، اجتماعی و غیره تاثیرگذار است و در صورت اجرای کدهای اخلاقی در حرفه‌های مختلف شاهد پیامدهای مثبت و کارساز فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و غیره خواهیم بود که موجب رشد و تکامل یک جامعه در جنبه‌های فوق می‌گردد .

هر فرد در یک حرفه یک شأن حرفه‌ای دارد که جایگاه فرد را در حرفه‌اش نشان می‌دهد و افراد با هویت‌های حرفه‌ای خاص خودشان دارای روابط حرفه‌ای با یکدیگر نیز هستند که سازماندهی این رفتارهای ارتباطی حرفه‌ای، بر عهده اخلاق حرفه‌ای است. بدین معنا که در یک حرفه نحوه عملکرد افراد در سطوح مختلف آن سازمان هویت حرفه‌ای آنها را تشکیل می‌دهد، لذا مثلاً هویت حرفه‌ای مدیر یک سازمان با هویت حرفه‌ای زیردستان متفاوت می‌باشد .

هر یک از این افراد با هویت‌های خاص خود دارای ارتباط رفتاری و تبادل اندیشه و برخورد اجتماعی هستند لذا چگونگی رفتار مدیر سازمان با بقیه افراد سازمان یا رفتار اعضای سازمان با یکدیگر یا تعهد آنها در قبال سازمان یا نحوه عملکرد آنها در قبال افراد سازمانی دارای پیچیدگی‌ها و برنامه ریزیهای دقیقی است که به عهده علم اخلاق حرفه‌ای می‌باشد .

بنابراین مسائل در اخلاق حرفه‌ای اصولاً هنگامی رشد می‌یابند که ارزشها در مشاغل و حرف خاص حاکم شوند و با ارزشهای دیگر در حین انجام و پرداختن به حرفه ناسازگار گردند؛ صاحبان حرف، به احتمال زیاد این ارزشها را به عنوان امر غالب و حاکمی که دیگران ممکن است درک نکنند دریافت می‌نمایند .

تعهد به ایده‌آلهایی که آنها بیان می‌کنند در یک سطح وسیع، منشأ اعتبار و صلاحیت صاحبان حرف است و چنین تعهدی بوسیله شناسایی و تعیین هویت همکاران و سازمانهایی که در آن کار می‌کنند تقویت خواهد شد و آن در بسیاری از کدهای اخلاقی بکار برده می‌شود و عملکردهایشان را جهت دار می‌کند.

بنابراین احساس ضرورت وجود اخلاق حرفه‌ای در یک جامعه موجب پیشرفت آن جامعه در سطوح مختلف خواهد شد و با توجه به ویژگی تشدیدگرایانه علم اخلاق، اخلاق برون سازمانی در تشدید عملکردهای مثبت درون سازمانی دارای نقش بسزایی است .

اخلاق حرفه‌ای بطور کلی به عنوان یک حوزه مطالعه شناخته می‌شود. که دارای یک نوع جدید از ارتباطات رفتاری است و با روابط اجتماعی بصورت سنتی کاملاً متفاوت است. اخلاق رفتاری جوامع در گذشته به مفهوم بسیط اخلاق نزدیکتر بود، بدین معنا که اخلاق فردی و اجتماعی و همچنین صنفی، سیاسی، فرهنگی و غیره همه در گرو پرداختن هر فرد به خودش بود و در واقع هر فرد با تزکیه و تهذیب نفس، با اصلاح معیارهای اخلاقی و رفتاری خود، موظف به اجرای آنچه بدان مقید بود، می‌نمود .

از جمله این رفتارهای ارتباطی می‌توان اخلاق فتيان، عياران، شوالیه‌ها و قلندران را نام برد. بعنوان مثال در مورد اخلاق فتيان قابل ذکر است که فتوت در اصل مفهومی به خلق و خوی مربوط است و در صدر اسلام و عصر اموی و قسمتی از عصر عباسی مسلکی فردی بود که برخی از افراد در آن گام می‌زدند و آثارش در رفتار آنان جلوه‌گر بود، در این دوران سازمان و تشکیلاتی اجتماعی برای اهل فتوت ملاحظه نشده است.

کم‌کم فتوت در همه جنبه‌های زندگی، حتی در وضع حرفه‌ها و مشاغل رخنه کرده و در مشاغل گوناگون، سازمان، رسوم و قواعد آنها اثر عمیقی داشت. در سایه این خصلت و با رشد و توسعه آن در گستره اجتماع «فرد مومنی که به حرفه‌ای اشتغال دارد، بصورت نمونه مطلوب در می‌آید. حرفه کسی که به فتوت می‌پیوندد، هر حرفه‌ای که باشد به نوعی خدمت شوالیه‌گری تبدیل می‌گردد.» البته در این دوره شوالیه‌گری جنگی به عرفانی منتقل شد .

بطور کلی در این دوره هر فرد به عنوان یک «فتی» و جوانمردی سعی می‌نمود تا در زندگی فردی و اجتماعی خویش به نحوی خودسازی و تهذیب نفس را بکار گیرد و با وارد شدن در جرگه «فتیان» در برابر خود و جامعه ملزم به رعایت اصول و بایدها و نبایدها شرعی و اخلاقی باشد .

اخلاق در گذشته بصورت سنتی بوده که بیشتر جنبه فردگرایانه دارند زیرا استانداردهای اخلاقی میان افراد مختلف درست یا نادرست است، مگر اینکه ثابت شود آن استاندارد به راستی نوعی تعهد اخلاقی در قبال دیگران به وجود می‌آورد و منفعتی برای خود ندارد.

لذا امروزه این نحوه ارتباط رفتاری چندان کارساز نبوده و با پیشرفت زمینه‌های مختلف اجتماعی و پیچیدگی روابط اجتماعی و قانونمندتر شدن جوامع مدنی، صرفاً پرداختن به خویش به عنوان یک فرد از یک مجموعه، پاسخگوی معضلات اجتماعی و سازمانی جوامع بشری نخواهد بود و بطور کلی فرد به تنهایی و با اتخاذ تدابیر اخلاقی و اصلاحی برای خود قادر به اصلاح جامعه و سازمان‌های حرفه‌ای نیست .

پس از بررسی سیر تکامل علم اخلاق حرفه‌ای از گذشته تاکنون به بیان توقعات و انتظاراتی که از اخلاق حرفه‌ای بمنزله یک دانش داریم می‌پردازیم :

یکی از وظایف علم اخلاق به طور عام و اخلاق حرفه‌ای بطور خاص ارائه ملاک نهایی در نظام اخلاقی است: هر نظامی چه دینی و چه غیردینی دارای ملاک‌هایی است که به عنوان شاخص در آن نظام حائز اهمیت است. اما در نظام اخلاق اسلامی ملاک نهایی «خدا» است

یعنی تقرب به او ارزش و دوری از او ضدارزش است؛ لذا هر آنچه در علم اخلاق حرفه‌ای رضایت خدا را به دنبال داشته باشد، ملاک نهایی ارزش‌ها و عدم رضایت او ملاک نهایی ضد ارزش‌ها محسوب می‌شود .

همچنین ملاک‌های دیگری مانند کرامت و حرمت انسان که موجب «عدالت» و «آزادی» در سطح جامعه بصورت کاربردی می‌گردد بعنوان شاخص‌های نهایی و مقیاس سنجش رفتار فرد یا افراد در مقابل خود یا اجتماع حائز اهمیت هستند .

از دیگر وظایف حرفه‌ای پس از تعیین شاخص‌های رفتاری، ارائه جدول‌هایی از فضایل و رذایل است که این ویژگی نیز در تمام نظام‌های اخلاقی جایگاه خاصی دارد :

در واقع با ارائه کدها و آیین‌نامه‌های حرفه‌ای تکالیف افراد در سازمان با یکدیگر، در قبال سازمان و فراسازمان را روشن می‌نماید و آنها را ملزم به اجرای بایدها و پرهیز از نبایدها می‌کند. در هر سازمانی حداقل پنج نوع تکلیف قابل ذکر است که باختصار به بیان هر یک می‌پردازیم :

1- وظایف اخلاقی اعضای گروه در یک سازمان: بدین معنا که افراد یک حرفه نسبت به دیگر افراد آن حرفه و همچنین در قبال سازمان مربوطه چه وظایف و التزامات اخلاقی را باید رعایت کنند و از چه موانع اخلاقی باید اجتناب کنند .

2- تکالیف سازمان نسبت به افراد گروه: سازمان یا حرفه در قبال افراد و اعضای گروهش چه وظایف و مسئولیت‌هایی دارد و چه تسهیلات و امکاناتی برای بهبود زندگی اجتماعی و فردی‌شان و اصلاح اخلاقی آنها دارد .

3- وظیفه اخلاقی سازمان نسبت به ذی‌نفعان: سازمان علاوه بر اینکه نسبت به اعضای گروه سازمانی خویش وظایفی دارد، آیا نسبت به دیگران مانند ارباب رجوع، سهامدار و افراد برون‌سازمانی وابسته به خود، وظایف و مسئولیت‌هایی دارند .

4- تکالیف اخلاقی سازمان نسبت به جامعه: علاوه بر افراد خود سازمان و افراد فراسازمانی وابسته به آن، سازمان نسبت به جامعه انسانی و ملی و بین‌المللی خویش چه وظایفی دارد، آیا سازمان موظف است برای اصلاح جوامع بشری نیز قدم‌هایی بردارد .

5- تعهد اخلاقی سازمان نسبت به طبیعت و محیط زیست: سازمان علاوه بر افراد انسانی و بشری بصورت درون سازمانی و برون سازمانی، آیا در قبال محیط و طبیعت نیز خود را موظف به اجرای قوانین اخلاقی خواهد دانست و آیا در صدد حفظ منابع طبیعی و زیست محیطی خواهد بود .

بطور کلی ما در صورت وجود تعارضات، نابسامانی و نابهنجاری در حرف، باید به اصلاح و بازسازی آیین‌نامه‌های اخلاقی بپردازیم، چرا که ترمیم نواقص موجود در تکالیف اخلاقی حرفه‌ها و مشاغل موجب بهبود زندگی و سلامت روانی افراد در زمینه‌های مختلف می‌گردد بعنوان مثال اخلاق پزشکی، مدیریت، صنایع، اقتصاد و غیره تأثیرات مستقیمی بر زندگی فردی و اجتماعی و همچنین بین‌المللی افراد خواهد گذاشت .

علم اخلاق برای کارآمدبودن در حوزه اخلاق حرفه‌ای چه ویژگیهای معرفتی دارد؟

اخلاق حرفه‌ای برای کارآمد بودن باید دارای سه عنصر روشمندی، حل مسئله و داشتن مبادی باشد و این موارد از ارکان علم و دانش بودن محسوب می‌شوند.

از نظر علم اخلاق «رفتار و کردار انسان» طوری توجیه و توصیف می‌گردد که قابل فهم و مفید بوده و محدود به جهل و نادانی نباشد؛ به همین دلیل است که علم و دانش دامنه مسئولیت اخلاقی ما را زیادتر کرده و با پیشرفت تکنولوژی نه تنها طرز تعلیم و تربیت نسل جدید تغییر کرده بلکه وظایف باطنی افراد نیز افزونتر شده است.

بطور کلی نتیجه می‌گیریم که ما نیازمند «علم و دانشی» بنام اخلاق حرفه‌ای هستیم که بصورت سیستماتیک و هماهنگ عمل می‌کند. با توجه به اینکه عده‌ای معتقدند علم به تنهایی کافی نیست، اگرچه لازم است، بلکه باید نوعی آمادگی و خواست قلبی هم در کار آید. هر انسانی به حسب فطرت خود به خدا متمایل است؛ اما این تمایل باید به خواست خودآگاه او برسد و ظهور یابد تا واسطه ایمان قرار گیرد. قید اسلامی بودن یک امر، معانی مختلفی به‌مراه خواهد داشت: گاهی اسلامی بودن یک چیز دارای معنای مجازی است یعنی وصف شیء به حال خود شیء نیست بلکه وصف شیء به حال متعلق شیء است مانند فلسفه اسلامی.

گاهی اطلاق اسلامی بودن، امری محال و بی‌معنا می‌نماید؛ مانند زیست‌شناسی اسلامی و اما گاهی اسلامی بودن به معنای حقیقی کلمه استعمال می‌گردد و در واقع بدلیل هویت واسطه‌ای داشتن علم اخلاق، اسلامی بودن آن معنایی واقعی داشته و قابل اطلاق می‌باشد. مراد از هویت واسطه‌ای داشتن یک علم، آن است که آن علم واسطه معرفتی بین وحی و ذهن و زبان مخاطبان باشد. و اخلاق اسلامی معرفتی است که فضایل و رذایل اخلاقی را از متون دینی به فهم و درک انسانها می‌رساند.

همچنین می‌توان یکی از ویژگیهای خود «اخلاق اسلامی» را توصیفی بودن این علم دانست، چرا که «اخلاق توصیفی» دانشی است که اصول اخلاقی مورد قبول یک شخص یا گروه را توصیف و تبیین می‌کند. همچنین حرفه‌ای بودن از اجزای لاینفک اخلاق حرفه‌ای محسوب می‌شود. از طرف دیگر کاربردی بودن علم اخلاق حرفه‌ای تنها با تحلیلها و تئوری‌های صرفاً نظری سروکار نداشته، می‌توانیم نتایج و دستورالعملهای اخلاق حرفه‌ای را در زندگی اجتماعی و روزمره خود، در سطح شهر، کشور و حتی جهان شاهد باشیم.

حرفه‌ای بودن اخلاق در زمانهای گذشته نیز بصورت فوت‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌های صنفی و گروهی به چشم می‌خورد بطوری که هر حرفه خود را مقید به اجرای کدهای اخلاقی آن حرفه می‌نمود. اما امروزه با تکامل جوامع بشری به دلیل پیشرفت در صنعت و فن‌آوری و وجود شبکه‌های پیچیده‌ای از دستورالعملهای اخلاقی، حرفه‌های مختلف نیازمند علم اخلاق حرفه‌ای نظام‌مند و دقیقی هستند. بطور کلی علم اخلاق حرفه‌ای به دلیل کاربردی بودن ناظر به مسائل عینی حرفه‌ها است و با توجه به تنوع حرفه‌ها، هر حرفه دارای مسائل و آیین‌نامه‌های خاص خود است که تمایز هر آیین‌نامه از آیین‌نامه‌های دیگر و رفع نواقص و تدوین نهایی آنها نیز بر عهده علم اخلاق حرفه‌ای می‌باشد. و نیز کاربردی بودن علم اخلاق حرفه‌ای با جنبه علمی و نظری بودن آن منافات ندارد و این علم مانند منطق علمی

ابزرای است که با ارائه اصول و آیین‌نامه‌های علمی و عملی، موجب کارایی تمام برنامه‌های آموزشی اخلاق حرفه‌ای می‌شود و بلحاظ کاربردی بودن آن با مشاهده نحوه عملکرد این حوزه علمی به نقاط ضعف و قوت آن پرداخته و با تغییر و اصلاح آیین‌نامه‌های حرفه‌ای موجب پیشبرد بهتر اهداف اخلاق حرفه‌ای در عرصه مشاغل و سازمانهای حرفه‌ای می‌گردد .

گاهی اخلاق ناظر به مسائل بومی و منطقه‌ای است که در اخلاق منطقه حائز اهمیت و تاثیر شگرف است، که آداب و رسوم مناطق مختلف با طابع افراد بومی آن و تمایل آن به مشاغل و حرف خاص آنها ارتباط تنگاتنگ دارد و مسلماً عملکردها آیین‌نامه‌های اخلاقی خاص را می‌طلبند .

البته با پیشرفت های صنعتی و فرهنگی که در سطح جوامع صورت می‌گیرد ضرورت تغییر و تحول در این آیین‌نامه‌های اخلاق را بیشتر می‌کند و نیازمند علم به روز و جدید است .

پس علم اخلاق حرفه‌ای ناگزیر از داشتن ویژگی بنام «فرهنگ وابسته (Cultural index)» که تنوع این ویژگی در جوامع مختلف به عواملی چون زبان، ملیت، تاریخ، حتی موقعیت جغرافیایی و صنعت مربوط می‌شود و بالا بودن نقاط اشتراک جوامع در موارد فوق تقریب فرهنگی و اخلاقی به‌مراه خواهد داشت .

در اخلاق حرفه‌ای نیز با توجه به حرف و مشاغل از علوم مختلف استفاده می‌شود، بعنوان مثال در اخلاق پزشکی از علوم مختلفی چون روانشناسی، علم دین، جامعه‌شناسی، علم زیست‌شناسی و غیره بهره‌برداری می‌شود؛ و همه این علوم دست به دست هم داده تا مسائل این علم در عرصه حرفه‌ها، میان رشته‌ای باشد .

از آنجا که موضوع اخلاق را بسیاری از علمای اخلاق «انسان» دانسته‌اند، می‌توانیم اخلاق را چه به معنای رفتار فردی و چه رفتار ارتباطی، علمی انسانی بدانیم؛ چرا که دو سوی رابطه یا حداقل یک سوی آن قطعاً انسان خواهد بود، و درباره افراد انسانی و هویت انسانی بحث می‌کند. پس هیچ نظام اخلاقی نباید با انسانیت و منافع انسانی در تضاد باشد .

اما معنای دوم از بشری بودن نیز نشان می‌دهد که اصول و قوانین اخلاقی نباید خارج از محدوده توانایی‌های بشر باشد و توسط فرد یا افراد جامعه و سازمان قابل اجرا بوده و در رفتار و کردار آنها مشهود باشد .

اما مهمترین نتیجه‌ای که از بشری بودن علم اخلاق حرفه‌ای حاصل می‌گردد، متعالی نمودن انسان است، زیرا هدف از این علم را عده‌ای رسیدن انسان به درجه کمال و سعادت او را تقرب الهی و رستگاری و فلاح او دانسته‌اند.

همچنین با توجه به اینکه اخلاق دانش صرفاً نظری نیست که به تحلیل و تبیین امور بسنده کند، زبان آن با فلسفه و منطق تفاوت اساسی دارد و زبان خاصی را می‌طلبند که در پرتو آن به توصیه اخلاقی بپردازد و با برانگیختن عواطف و هیجانات افراد انسانی آنها را به انجام تکالیف اخلاقیشان رهنمون گردد .

علم اخلاق به معنای عام و اخلاق حرفه‌ای به معنای خاص بعنوان علمی که در صدد فراهم نمودن بستر مناسب برای سعادت و اصلاح بشر و زندگی بشری‌اند، به وضع و ایجاد یکسری قوانین و دستورالعملهای اخلاقی می‌پردازد. البته نه به معنای «قراردادی محض، شبیه مفاهیمی که در حقوق بکار می‌بریم مانند ملکیت، ریاست، زوجیت و ... که نه ما بازای عینی دارد و نه یک تمایل تکوینی انسان به آن تعلق می‌گیرد و صرفاً امری قراردادی و وضعی است. و نه به معنای قرارداد محضی که اشاعره وضع آن را به شارع مقدس نسبت می‌دهند و هر چه از نظر شارع خوب و حسن است، اخلاقی و هر چه بد و قبیح است غیر اخلاقی بدانیم و در واقع اختیار و اراده را از انسان سلب نموده و برای اخلاق واقعیت خارجی قائل نباشیم. بلکه ما معتقدیم اصول و قوانین اخلاقی واقعیت‌هایی با معیار و ملاک دائمی و حقیقی هستند و انسان بصورت تکوینی برای رسیدن به سعادت تمایل به سوی خیر و اعمال آن دارد و از شر و بدی دوری می‌گزیند؛ بعنوان مثال در اخلاق اسلامی ما با مراجعه به آیات قرآنی و روایات به وضع اصول اخلاقی می‌پردازیم که با فطرت کمال‌جو و حقیقت طلب ما کاملاً در تناسب است، چنانچه با اندیشه در آیه شریفه «وَلِكُلِّ لِكُلِّ أَفْكَ أَثِمٌ» (جائیه ۱) به این مهم رهنمون می‌شویم که «دروغ گفتن بد است»، «دروغ فعل غیر اخلاقی است.» و از موانع کمال انسانی محسوب می‌گردد. در واقع با استناد به آیات و احادیث که دارای ثبات و دوام هستند حکم اخلاقی مانند «دروغ بد است» را استنباط نموده و بصورت عام و کلی وضع و قرارداد می‌نماییم .

در حیطه اخلاق حرفه‌ای نیز به وضع قوانین و آیین‌نامه‌هایی می‌پردازیم که در درجه نخست با فطرت بشری، اعتقادات و ارزشهای انسانی در تضاد نباشد و مبتنی بر معیارهای ثابتی باشد و در درجه بعدی همسو با شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و ... به هدف معین شده بیندیشد .

در مورد تفاوت اخلاق و حقوق و قوانین وضعی در جوامع انسانی نیز آورده‌اند: «غایتی که در قوانین منظور است به نظم جامعه باز می‌گردد. البته نظمی که نشان از افعال اختیاری انسان باشد. در هر زمان، حقوقدان و قانون‌گذار می‌اندیشد به چه صورتی نظم در جامعه بهتر برقرار می‌شود و اجتماع به خواسته‌های خودش بهتر می‌رسد، بحسب آنچه عقلشان می‌رسد یا محیط خاص و زمان و مکان خاص اقتضا می‌کند قوانینی وضع کند.

نکته دیگری که در مورد قراردادی بودن کدهای اخلاق در خور توجه می‌نمایاند این است که با توجه به رشد جوامع بشری و پیشرفت صنعت و تکنولوژی، در حوزه کسب و کار و مشاغل با پیچیدگی روابط و ارتباطات شبکه‌ای مواجه می‌گردیم که قوانین و دستورالعملهای اخلاقی گذشتگان کارساز نبوده و ما را به نتایج مطلوب نمی‌رساند. در نتیجه ما نیازمند وضع و جعل قواعد و آیین‌نامه‌های اخلاقی جدیدی هستیم که در عین تناسب با فطرت تکوینی بشری و ارزشی بودن، دچار تغییر و تحولات بنیادی می‌گردد .

لذا نمی‌توانیم علم اخلاق را علمی طبیعی و خارج از اختیار و اراده انسان بدانیم و اخلاق حرفه‌ای بعنوان شاخه‌ای از علم اخلاق، علمی وضعی و قراردادی است. با توجه به اینکه هر مطلوبی را نمی‌توان در ردیف ارزشهای اخلاقی قرار دارد چنانچه در تعریف ارزش‌های اخلاقی آورده‌اند: «آن مطلوبی است که برای روح انسان در اثر عمل اختیاری و به انگیزه خواستهای فوق غرایز حیوانی انجام می‌گیرد.»

اخلاق حرفه‌ای علم ارزشی است بدین معنا که دستورالعمل‌های اخلاقی در حرفه‌های گوناگون بنحوی روی سوی تکامل و سعادت انسانی دارد و به خواسته‌های متعالی انسان ارتباط می‌یابد. و اعمال کدهای اخلاقی در یک سازمان علاوه بر نتایج مثبت مادی و اجتماعی که به دنبال دارد به منظور حفظ حرمت و هویت انسانی و تقویت آن جهت تکامل بشر بکار گرفته می‌شود و از سوی دیگر ارزشی بودن اخلاق حرفه‌ای موجب تعادل و توافق دو بعد مادی و غیرمادی انسان می‌گردد، بگونه‌ای که انسان در عین حال که ناگزیر به پیشرفت و تکامل در زمینه‌های مادی و غریزی خود در حد مجاز است و به رفاه دنیوی خویش از نظر اقتصادی، صنعتی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... می‌اندیشد، لحظه‌ای از اندیشه‌ی تعالی و تکامل بشری و دستیابی به هدف الهی خویش باز نخواهد ماند و چنانچه بار ارزشی از کدهای اخلاق حرفه‌ای حذف گردد، این هدف متعالی بصورت اجتماعی و ارتباطی رخت بر می‌بندد و تعالی انسانی جنبه فردی یافته و محدود به تلاش‌های شخصی برای تهذیب و تزکیه نفس می‌گردد. لذا اخلاق حرفه‌ای علاوه بر بایدها و نبایدهای ارتباطی که مطرح می‌سازد و اهداف سازمانی را دنبال می‌نماید، به ایجاد حریم امن انسانی و تقویت انسانیت و اخلاق متعالی انسانی همت می‌گمارد.

● تعارض‌های اخلاقی در سازمان:

تعارض‌های اخلاقی از عمده‌ترین موانع مسئولیت‌پذیری سازمان است که میزان پیش‌بینی و به تبع آن اندازه‌ای اعتماد آفرینی سازمان را کاهش می‌دهد. تعارض اخلاقی در واقع، بلا تکلیفی در مواجهه با وضعیتی است که سازمان جز دو طریق نمی‌یابد و انتخاب هر دو مستلزم عملکرد غیر اخلاقی است. راه حل سنتی تعارضات اخلاقی، گزینش طریق بد برای رهایی از راه بدتر یا دفع افسوس به فاسد است. این راه حل فاقد کارآیی در حل تعارضات در اخلاق حرفه‌ای است و کاربرد نابه جای آن منشأ ترویج اخلاق گریزی در فرهنگ سازمانی است. جست‌جو از راه‌های سوم، حل خلاق تعارض‌های اخلاقی است که به مدیر یاری می‌کند تا از بن بست موهوم «یا» فراتر رود و از انجام بد و بدتر بپرهیزد.

مفهوم مورد بحث با تعبیر مختلفی بیان می‌شود: عده‌ای از آن به تناقص نمای اخلاقی تعبیر می‌کنند و گروهی از آن به عنوان دو شاخ اخلاقی یاد می‌یابند که تعبیر رساتر است. و عده‌ای نیز تعبیر تعارض اخلاقی را ترجیح می‌دهند.

تعارضات اخلاقی از پیچیده‌ترین و رایج‌ترین معضلات در اخلاق کاربردی است: اخلاق معطوف به زندگی فردی و اجتماعی، حداقل شامل پنج سطح عمده است: اخلاق شخصی، معطوف به زندگی فردی - شخصی؛ اخلاق کار، معطوف به زندگی فردی - شغلی؛ اخلاق سازمان، معطوف به حیات سازمان به عنوان شخصیت حقوقی؛ اخلاق اجتماعی، معطوف به حیات ملی و اخلاق جهانی. در همه سطوح یاد شده با تعارضات اخلاقی می‌توان روبه‌رو شد.

تعارضات اخلاقی در حیات سازمان شامل سه مسأله عمده است:

حل اثر بخش مسأله (EPS) در گرو تشخیص دقیق آن است (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۳، ص ۵۰) رعایت این قاعده روش شناختی در خصوص تعارضات اخلاقی، اهمیت بیشتری دارد. زیرا آن‌ها غالباً به صورت مشکل بروز می‌کنند تبدیل مشکل به مسئله و صورت بندی منطقی آن شرط لازم تشخیص دقیق است. از این رو در گام نخست باید به بیان چيست تعارضات اخلاقی پرداخت.

روش رایج و سنتی مدیران در جامعه ما در حل تعارضات اخلاقی، تمسک به قاعده دفع افسد به فاسد است. آیا این قاعده کارآیی لازم را در حل تعارضات اخلاقی دارد؟ بنابراین دومین مسأله، نقد قاعده دفع افسد به فاسد و تأمل در نقش آن در عملکرد اخلاقی سازمان است. سومین مسأله جست و جوی راهی است که بدون تمسک به قاعده یاد شده بتواند تعارضات اخلاقی را با کمترین هزینه اخلاقی حل کند.

امروزه بیش از پیش به نقش راهبردی اخلاق در موفقیت معطوف به آینده سازمان پی برده ایم. مسئولیت پذیری اخلاقی سبب می‌شود میزان پیش بینی پذیری سازمان افزایش یابد و به تبع آن اندازه اعتماد آفرینی سازمان را افزایش می‌دهد.

«روز به روز اعتقاد سازمان‌ها در این مورد راسخ تر می‌شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیکی خواهد شد... در سازمان، اصول اخلاقی خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیکی خوب است و اصول اخلاقی خوب یعنی شرکت خوب.»

سازمان اخلاقی، سازمانی است که نسبت به مسئولیت خود در قبال حقوق طبیعی و قرار دادی همه عناصر محیط (اعم از محیط داخلی و خارجی، مستقیم و غیر مستقیم) آگاه و پای بندی است. داشتن منشور چند وجهی اخلاق حرفه‌ای (و نه کدهای اخلاقی که منشور پنداشته می‌شوند) و ممیزی اخلاقی تصمیم‌های مدیریتی از مهمترین شرایط پای بند به مسوولیت‌های اخلاقی است.

مهم‌ترین مانع اخلاقی بودن سازمان، مواجهه با تعارضات اخلاقی است. فقدان الگوی کارآمد در حل تعارضات اخلاق میزان مسئولیت پذیری سازمان را کاهش می‌دهد و به تبع آن اندازه پیش بینی پذیری سازمان را کاهش می‌دهد. کاهش میزان پیش بینی پذیری سازمان به اعتماد اصیل و فراگیر محیط نسبت به سازمان لطمه می‌زند و در نهایت امر رابطه آسان و درست محیط با سازمان که رمز و راز موفقیت سازمان است، مخدوش می‌شود.

● تعریف اخلاقی چیست؟

تعارض اخلاقی در سازمان، بلا تکلیفی سازمان در اخذ الگوی رفتار ارتباطی با محیط در وضعیت خاص است. این وضعیت خاص واجد چهار عنصر زیر است:

سازمان برخوردار از دغدغه اخلاقی است.

سازمان خود را در گزینش دو راه مختار می‌یابد.

راه سومی را در این میان نمی یابد .

انتخاب هر یک از دو راه غیر اخلاقی است .

به عنوان مثال ، سازمان واجد دغدغه اخلاقی ، خود را ناچار از اخراج پنجاه نفر از کارکنان و یا زیان منجر به ورشستگی می یابد .
راه سومی نیز در این میان نمی یابد . هر دو طرف انتخاب غیر اخلاقی است .

تعارضات اخلاقی گاهی ناشی از تعارض مسئولیتهای حرفه ای در سازمان و مسئولیتهای اخلاقی مدیر است . این نوع تعارض اخلاقی از قدیمی مسایل اخلاق حرفه ای است . اندر و وال ، اسم مقاله خود را « اخلاق و مدیریت : نفت و آب ؟ » می نهد . قریب به همین تعبیر است عنوان مقاله فرید من و همیار وی . از این دست مقالات و بحث های چالش انگیز بسیار می توان یافت . با توجه به این که حسن انجام مسئولیتهای حرفه ای خود از مسئولیتهای اخلاقی مدیران است ، تعارضات اخلاقی غالباً به صورت تعارض بین مسئولیتهای اخلاقی سازمان صورت بندی می شود .

بیان نمونه ای می تواند تعارض بین مسئولیتهای اخلاقی سازمان را توضیح دهد . شرکت A در صنعت خودرو سازی فعالیت می یابد . این شرکت شیشه خودرو را از شرکت B می خرد . مشتری و مصرف کننده در خصوص شرکت B متمایز است : شریک خود رو سازی مشتری شرکت B است از این رو شرکت B در قبال مشتری خود (شرکت A) مسئولیت دارد . شرکت A خواهان قیمت ارزان است . شرکت B برای ارزان بودن قیمت می تواند کیفیت شیشه را از حیث مواد اولیه یا طراحی و یا پروسه ساخت کاهش دهد . اما شرکت B در قبال مصرف کننده (یعنی راننده ای که از خودرو استفاده می کند) نیز مسئولیت اخلاقی دارد . بین کیفیت شیشه جلوی خودرو و پیری زودرس چشم راننده (مصرف کننده) نسبت علی وجود دارد . البته اگر شرکت B فاقد دغدغه اخلاقی باشد ، مشتری را ترجیح می دهد و به تعارض اخلاقی بین مسئولیت در قبال شرکت (A مشتری) و مصرف کنندگان نمی اندیشد .

تعارضات اخلاقی گاهی برخاسته از تعارض بین اصول اخلاقی است . مانند ، تعارض بین صداقت و راز داری یا تعارض بین اصل عدم ورود به حریم شخصی و اصل کنترل و نظارت .

● راه حلی سنتی در رفع تعارض :

گرفتار آمدن آدمی در گزینش بین دو طریقی یا هر دو به لحاظ اخلاقی ، فقهی و حقوقی خطا محسوب می شوند ، معطله ای پر سابقه است . غالباً توصیه می شود که برای پرهیز از انجام بدتر ، مبادرت به فعل بد اجتناب ناپذیر است . این راه حل سنتی در منطق ترجیح نزد پشینیان (مثلاً ابن سینا ، ص ۱۶۰) به عنوان یبسی از مواضع اولی و اثر مورد بحث قرار گرفته است و فقها نیز از آن استفاده کرده اند . مشهور ترین نام این راه حل ، قاعده دفع افسد به فاسد است . وقتی امر بین بد و بدتر دایر است () به گونه ای که ترک یکی از مستلزم انجام دیگری است (مثلاً ابن سینا، ص ۱۶۰) گزینش عاقلانه در این است که برای پرهیز از افسد ، مرتکب فاسد گردیم . اکل مردار اگر امر دایر بین آن و مرگ باشد ، براساس چنین منطقی مباح می شود . ظاهراً مولوی با اقتباس از آیه ۱۷۳ سوره بقره گفته است

کز ضرورت هست ، مرداری مباح بس فسادى كز ضرورت شد صلاح

مثنوى ، دفتر دوم ، بيت ۵۲۰

مراد مولوى اين است كه هويت فساد آميز بودن يك فعل به دليل ضرورت صلاح آميز مى شود چرا كه اين امر ، انقلاب ماهيت و محال است ؛ بلكه مراد وى آن است كه اگر امر بين انتخاب فاسد و افسد باشد ، ضرورت اقتضاء مى كند تا فاسد را بر گزينيم .

استفاده از قاعده دفع افسد به فاسد ، نزد مديران سازمانها رواج فراوانى دارد . غالب آن ها در مواجهه با تعارض اصول اخلاقى و با تعارض مسئوليتهاى اخلاقى ، سعى مى كنند براى پرهيز از گزينه بدتر ، گزينه بد را انتخاب كنند . اما آيا اين طريق كارآمد و اخلاقى است ؟

● نقد راه حل سنتى

الف (قاعده دفع افسد به فاسد بر مبنای عقلانی استوار است هم چنین در ظاهر با اصل بهره وری و اقتصاد

در هزینه نیز سازگار است . زیرا مفاد اين قاعده توصيه به اين است كه راهى را انتخاب كن كه هزینه اخلاقى (فساد و تباهى) كم ترى دارد . به همین دليل است كه کاربرد فراوان یافته است . مقداری رشوه بده تا مانع ضرر فراوان بر بنگاه باشد ! اما آیا قاعده دفع افسد به فاسد در اخلاق سازمان ، كار آيى دارد ؟

ب (اين قاعده ، صحت ، اعتبار و عقلانى بودن خود را وام دار دو شرط مهم است . زیرا قاعده را مى توان به شكل صورت برهان زیر تقرير كرد :

در چنین مقامی احراز دو شرط لازم است:

مقدمه باید به معنای منطقی کلمه منع خلو باشد به گونه ای که شق سوم ممتنع گردد.

بد بودن و بدتر بودن باید به نحو واقعی سنجش و اثبات شده باشد و علم ظاهری و ظنی کافی نیست .

سؤال اين است كه آيا كسانى كه در تعارضات اخلاقى سازمان به قاعده دفع فساد به افسد تمسك مى كنند ، اساساً جايگزين هاى مختلفی دارند . در موارد فراوانى خطای استنتاج « نیست » از « نيافتم » راهزنى مى كند .

اولاً ، در مسایل اخلاقى سازمان ، نتایج تصميم هاى اخلاقى نا پيدا و بلند مدت است . و لذا تعيين ميزان بدى دو تصميم به سهولت قابل سنجش نیست . ثانياً در غالب مسایل اخلاقى ، شق سوم وجود دارد .

استفاده از قاعده دفع افسد به قاسد را بدون توجه به احراز دو شرط یاد شده کاربرد نا به جای قاعده می نامیم . کاربرد نابه جای قاعده دفع افسد به فاسد ، عمده ترین عامل ترویج اخلاق گریزی در فرهنگ سازمانی است . در بن دروغ گویی ، ارتشاء اختلاس ، افزونه خواهی (رانت خوانی) و تخریب رقیب به وضوح می بینیم که فرد در آغاز مبادرت به این موارد ، در واقع سعی می کند به یاری قاعده دفع افسد به فاسد عمل خویش را به نحوی موجه سازد .

ج) قاعده دفع افسد به فاسد فقط در مواردی کارآمد است که طرفین تعارض ، هم آورد نباشد اما در موضعی که هر دو طرف تعارض به یکسان بد و فساد آمیز باشند ، به این قاعده نمی توان تمسک جست .

د) تمسک به قاعده دفع افسد به فاسد ، غالباً خلایقیت مدیران را در جستن راه حل های سوم از بین می برد .

بن بست موهوم « یا » تحلیل دقیقی می دهد ، در غالب موارد تعارض اخلاقی ، آن چه به صورت « یا این یا آن » خود را نشان می دهد ، در واقع متضمن یای منع خلو به معنای منطقی کلمه نیست ، بلکه امکان پیدا کردن طریق شوم در میان است . در این موارد ، سازمان گرفتار بن بست موهوم « یا » است و « یافتن برون شد » از چنین بن بست به خلایقیت مدیر و هنر مدیریت وی بستگی دارد . در چنین مواردی تمسک به قاعده دفع افسد به فاسد خطا انگیز است

موانع رشد اخلاق حرفه ای

مسائل اخلاقی سازمان

سازمان به عنوان شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه است. دغدغه های اخلاقی در زندگی شغلی غالباً در مقام تصمیم گیری بروز می کند و فرد خود را اخلاقاً با تکلیف می یابد و از خود می پرسد تکلیف اخلاقی من چیست، به عبارت دیگر، مسئله در اخلاق حرفه ای با تکلیفی اخلاقی است : نمی دانیم چه باید بکنیم یا نمی دانیم به آنچه باید انجام دهیم چگونه برسیم. موضوع مسائل اخلاقی، اشیاء و افراد نیستند بلکه اقدامها و رفتارهای ارتباطی، یعنی رفتار ارتباطی افراد است: فرد در شغل و خود سازمان: هر دو با خود یا با محیط.

مسائل اخلاقی بنگاه ویژگی هائی دارد. آنها بسیار فراگیر هستند و همه ابعاد سازمان را شامل می شوند. در پس هر اقدام و در بن هر تصمیم مدیریتی و هر فعالیت سازمانی، انبوهی از مسائل اخلاقی را می توان رصد کرد زیرا با حقوق افراد گوناگون چون مشتریان، مالکان، کارکنان و کلیه ذی نفعان ارتباط دارد. بستر مسائل اخلاقی ریشه در خارج از سازمان دارد و زمینه های تربیتی، خانوادگی، فرهنگ اجتماعی، میراث تاریخی، نهادهای دینی و ... در آن نقش دارند. بدین جهت است که سنخ این مسائل در جوامع و کشورها متفاوت است.

نتایج و آثار و تبعات مسائل و تصمیم های اخلاقی معمولاً ناپیداست و بنابراین انسانها و سازمانها سود کوتاه مدت را می بینند و چشم بر ضرر بلند مدت می بندند: رشوه بده و کالای وارد شده را به سرعت دریافت کن! دو دفتر مالی تدوین کن و از پرداخت مالیات بگریز! با چاپلوسی و زیر آب زنی و نفاق خود را جا بزنی و رشد کن! در حالی که هر رفتار غیر اخلاقی مانند سوراخی که موش در انبار گندمی ایجاد می کند، مسائل اخلاقی به دلیل پیچیدگی، از جایگزین های مختلف برخوردارند و تلقی پاسخ صریح و دوگانه خیر یا آری از آنها بن بست موهوم است که غالباً نیز عامل سوق افراد به انتخاب قاعده دفع افسد به فاسد و اقدام غیر اخلاقی می گردد. در حالی

که یک انتخاب اخلاقی صرفاً گزینش یک طرف و فرو نهادن طرف دیگر نیست بلکه فرو نهادن مولفه‌های فراوان دیگر است که آثار و تبعات به هم تنیده‌ای دارد. ضمن آنکه ماهیت آن مسائل - نظیر پدیده اعتیاد در کارخانجات با کم کاری و مانند آن - چند تباری است و با ساده‌انگاری قابل حل نیست و اصولاً تشخیص و حل آن بسیار مشکل است و نیاز به مراجعه به متخصصان فن اخلاق حرفه‌ای در سازمان دارد.

ملاک‌های اخلاق

ملاک‌ها و ترازوهای مختلفی در نظام‌های اخلاقی برای ارزش داوری وجود دارد. این ملاک‌ها، ملاک‌های اخلاقی است یعنی چیزی که خوب بودن آن محتاج به امر فراتر از خود نیست. در اخلاقی بودن هر اقدام می‌توان "چرا" مطرح کرد و به صورت زنجیره استدلال خواهی به ملاک‌های نهایی رسید. ملاک‌های نهایی معنابخش همه اقدام‌های اخلاقی است و خود محتاج معنا نیست. قدیمی‌ترین نظام اخلاقی، نظام اخلاقی ارسطویی است که بر اساس چهار مقوله ناشی از چهار قوه (شهوی، غضبی، عامله و عاقله) به چهار فضیلت عمده (عفت، حکمت، عدالت و شجاعت) و هشت رذیلت (طرف‌های افراط و تفریط چهار فضیلت) می‌رسد. رفتار اخلاقی در سازمان منوط به شناخت ارزش‌ها و ضد ارزش‌هاست. امروزه پنج نظام عمده اخلاقی در بیان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. ملاک مقبولیت آنها توانایی در بیان سیستمی فضائل و رذائل اخلاقی و ارائه نظام سازگار، فراگیر و کارآمد است:

نظام فایده‌گرا (سودانگاری)

نظام وظیفه‌گرا

نظام عدالت‌گرا

نظام آزادی‌گرا

نظام خیرگرا (دینی)

در نظام فایده‌گرا، بالاترین سود برای بیشترین افراد همراه با کمترین زیان مورد نظر است. فایده‌انگاری مفهوماً به بهره‌وری نزدیک است: بالاترین سود با کمترین هزینه برای بیشترین مردم. اما به هر حال این ملاک، ملاکی فراگیر برای همه اقدام‌های اخلاقی نیست و امکان استثمار را فراهم می‌کند و باز جای این سؤال باقی است که چرا سود بیشتر برای افراد بیشتر خوب است؟ نظام وظیفه‌گرا را امانوئل کانت مطرح ساخت. او منتقد جدی فایده‌انگاری بود. کانت فلسفه اخلاق محض را کاملاً منزله از هر چیز تجربی می‌دانست و معتقد بود هنجارهای اخلاقی را نمی‌توان بر تجربه بنیان نهاد. کانت بر این باور بود که نباید فقط به آثار افعال (غایت: فایده‌انگاری) نگاه کرد. کانت تکلیف را ملاک اخلاقی بودن می‌دانست. ملاک کانت نیز نهایی نیست زیرا این پرسش هنوز باقی است که چرا باید به وظیفه عمل نمود. پس خود این نظریه نیز محتاج ملاک‌های اخلاقی است.

نظریه پردازان عدالت فراگیر معتقدند کانت اخلاق را به صورت کاربردی بی‌روح و دلنشین از عقل درآورد. اینان از ملاک‌های فردگرایانه در اخلاق دوری جسته‌اند و بر نقش بنیادین عدالت اجتماعی تأکید کرده‌اند. عدالت فراگیر که بر بهره‌مندی عادلانه تکیه می‌کند بی‌تردید از مهمترین اصول راهبردی اخلاق است و در آموزه‌های دینی نیز آمده است اما ملاک‌های اخلاقی نیست زیرا همه احکام اخلاقی مثل ایثار و عشق و تفضل را پاسخ نمی‌دهد.

بین طرفداران عدالت و آزادی همواره دعوا بوده است. طرفداران نظریه آزادی‌گرا، نخستین نیاز آدمی را آزادی می‌دانند نه عدالت، پس ملاک‌های نهایی ارزش‌ها را آزادی می‌دانند. تعریف دقیق آزادی اما مشکل است. به تعبیر اسپینوزا: آزادی در گرو انگیزه‌های فعال و درونی برخاسته از بصیرت آدمی به هستی است.

در نظام اخلاقی دینی ملاک نهایی اخلاق، خدا و تقرب به او و رضایت اوست. تمام ادیان آسمانی خداوند را ملاک نهایی اخلاق دانسته‌اند. چون خدا مطلق و نامشروط است محتاج ملاک دیگری برای ارزش یافتن نیستیم. پس شاخص خوب، رفتار نزدیک کننده به خدا و شاخص بد، رفتار دورکننده از خداست. در نظام اخلاقی دینی، رضایت خدا همه ملاک‌های عدالت و آزادی و رساندن بیشترین سود را در برمی‌گیرد.

اخلاق در ورطه عمل

اخلاق، صرفاً به مجموعه اعتقادات ذهنی و باورها و ارزش‌های انتزاعی محدود نمی‌شود بلکه فراتر از آنها، نحوه خاصی از زندگی است. رفتارهای اخلاقی در واقع شیوه معینی از زیستن است. صرفاً توصیه افراد به خوب عمل کردن و اخلاق حسنه داشتن، آنها را متخلق نمی‌کند:

اخلاقی بودن یک سازمان، در واقع، به سبک خاصی از زندگی آن سازمان اشاره دارد. اخلاقی بودن شرکت هرگز به مجموعه باورهای اخلاقی که در منشور اخلاقی شرکت آمده محدود نمی‌شود بلکه شرکتی اخلاقی است که زندگی آن و سبک تعامل آن با محیط و حیات گروهی اعضای آن در همه لحظه‌ها، اخلاقی باشد. اخلاق حرفه‌ای چیزی جز رعایت حقوق مردم در کسب و کار نیست و مهمترین حق مردم احترام اصیل و نامشروط آنهاست.

موانع رشد اخلاق حرفه‌ای

فقدان نگرش راهبردی به اخلاق حرفه‌ای: اخلاق حرفه‌ای در نگرش راهبردی، مسئولیت‌پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی است که نقشی راهبردی در موفقیت معطوف به آینده سازمان دارد. نگرش غیر راهبردی، تصویری ناقص، نارسا و حداقل‌گرایانه از اخلاق حرفه‌ای است که جامعیت را از آن می‌ستاند و آن را به سطح مسئولیت اخلاقی فرد در شغل پایین می‌آورد. در این صورت رویکرد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه‌ای، جایگزین رویکرد راهبردی می‌شود.

تحویلی‌نگری: تحویلی‌نگری عمده‌ترین مانع رشد اخلاقی سازمان‌هاست. تحویلی‌نگری نگرش یک بعدی و تحویل و تقلیل یک پدیده چند وجهی و چند ضلعی به یک وجه یا ضلع آن و تحویل یک شکل به جزئی از آن و تحویل یک پدیدار به مقطعی از تاریخ آن است. روش‌شناسی علوم تجربی که خصلت‌گزینی دارد و تنها بعدی از پدیدار را مورد امعان نظر قرار می‌دهد در رواج تحویلی‌گری در دوران مدرنیسم تاثیر تام داشته است. تخصص‌گرائی نیز مزید بر علت شد و به رواج تحویلی‌نگری کمک کرد. تحویلی‌نگری مانع دیدن جامع مشکلات می‌شود، مهارت تشخیص و حل مسئله را دچار انحراف می‌کند. داشتن تفکر تحویلی‌نگری باعث تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری غیراخلاقی در حل مشکلات اخلاقی سازمان می‌شود.

راه درمان تحویلی‌نگری، ترویج الگوهای میان‌رشته‌ای برای کشف و حل مسائل و افزایش مهارت تفکر سیستمی است. نداشتن مهارت تفکر سیستمی خطر تحویلی‌نگری را افزایش می‌دهد. علاوه بر آن انتصاب استراتژیست‌ها، و نه کسانی که نگرش عملیاتی دارند، به سمت‌های راهبردی می‌تواند در کم‌رنگ شدن تفکر تحویلی‌نگری موثر باشد.

فرافکنی: فرافکنی، نادیده نقش خود و تاکید شدید بر نقش عوامل محیطی است. نباید مسئولیت‌های اخلاقی را متوقف بر اخلاقی بودن دیگران کرد. مشتریان حتی اگر خود اخلاقی نباشند انتظار دارند که سازمان با آنها برخورد اخلاقی داشته باشد. بنابراین هر فرد و هر سازمانی باید تغییر و تحول و اخلاقی بودن را خود آغاز کند.

مشتری مداری ابزار انگار و نه اصیل: مشتری مداری ابزار انگار یعنی نگاه کردن به مشتری به عنوان ابزار سود. چنین نگاهی نوعی تحویلی نگری است که مشتری را تا سطح یک ابزار پایین می آورد. با این نگرش، اگر سودی در کار نباشد یا احتمال زیانی متصور باشد، بنگاه نیز خود را ملزم به پای بندی به حقوق مشتری نمی داند، در حالی که در مشتری مداری اصیل، مشتری از حقوق اصیل برخوردار است که رعایت آنها در گرو سود و زیان شرکت نیست. در این حالت مشتری مداری انگیزه درونی دارد و منوط به هیچ چشم داشتی نیست؛ مانند احترام والدین به فرزند یک طرفه است.

فقدان انگیزش: انگیزش و اخلاق همبستگی دارند. فقدان انگیزش مانع از ترویج اخلاق در سازمان می شود، نتایج غیر اخلاقی دارد و انگیزه اخلاقی بودن را از بین می برد، زیرا توجه بسیاری از مدیران و افراد جامعه برای اعمال غیر اخلاقی شان این است که جامعه و انسان ها اخلاقی نیستند. سلسله مراتب نیازهای مازلو: نیازهای ارضا نشده انسان را منبع اصلی انگیزش می داند. این سلسله مراتب از سطح پایین به بالا عبارت است از: نیازهای زیستی، ایمنی، اجتماعی (احساس تعلق)، شهرت و اعتبار (عزت نفس) و خود شکوفائی.

نارضایتی شغلی: رضایت شغلی، احساس ها و نگرش هایی است که هر کس به شغل خود دارد. تعهد سازمانی اما، نگرش و احساس های کارکنان درباره کل سازمان است. تلقی جدید از امنیت شغلی، ریشه آن را از درون می داند نه از مقررات و خط مشی ها و رویه های قانونی. اگر روز آمد باشیم، اگر یاد بگیریم و خوب عمل کنیم، اگر در تخصص و کار خود اعتبار و ارزش بیابیم و اگر به امور شرکت آگاه باشیم و اگر برای ارائه کاری با ارزش، کوششی مستمر داشته باشیم، برای خود امنیت شغلی ایجاد کرده ایم.

فقدان مهارت تصمیم گیری: مدیریت هنر تصمیم گیری است. ضعف در تصمیم گیری باعث بروز رفتار غیر اخلاقی در سازمان می شود. تصمیم گیری فرآیندی است محصول الگوهای مواجهه با مشکل، تبدیل مشکل به مسئله و حل اثربخش مسئله. تصمیم گیری اخلاقی به شش اصل وفادار است: اعتماد، کرامت انسانی، مسئولیت پذیری، انصاف، پای بندی به منش شهروندی و مراقبت و توجه نسبت به دیگران.

بلا تکلیفی یا تعارضات اخلاقی: از عمده ترین موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان بلا تکلیفی سازمانی است. پیچیده ترین وضعیت بلا تکلیفی اخلاقی، تعارضات اخلاقی است، یعنی وضعیتی که فرد یا سازمان با دو راهه ای مواجه می شود و راه سومی نمی یابد و هر دو راه نیز غیر اخلاقی اند. بنابراین تعارض اخلاقی عبارت است از رفتاری که انجام آن از جهتی اخلاقاً زشت و ترک آن از جهت دیگر نارواست.

فقدان نظام های جامع و اخلاقی: فقدان نظام های جامع و اخلاقی در زمینه های مختلف نظیر جذب و استخدام، پرداخت حقوق و مزایا و پاداش و تشویق، انتصاب و ارتقاء، اطلاع رسانی، نظارت و ارزیابی از جمله موانع رشد اخلاقی در سازمان هاست. نظام مند کردن همه امور مانع رفتارهای سلیقه ای و موردی و وجود آئین نامه های پراکنده می شود. صرف وجود قانون و آئین نامه در افزایش پیش بینی پذیری، که عامل مهم اعتماد سازی و موفقیت سازمان است، کافی نیست بلکه نظام مند ساختن سبب می شود قانون چنان تقویت شوند که امکان دور زدن قانون کاهش یابد.

مهارت های برقراری ارتباط موثر با دیگران

برای برقرار کردن ارتباط موثر با دیگران نیاز به مهارت‌های مردمی و اجتماعی دارید که در زیر به ۸ مورد از ضروری‌ترین این مهارت‌ها اشاره می‌کنیم. آدمها نه تنها دارای شکل‌ها و سازه‌های مختلفی هستند، بلکه انواع و اقسام شخصیت‌ها را هم دارند. تفاوت‌های آدمها با همدیگر درست به اندازه شباهت‌های آنها به هم است. برای اینکه بتوانید به بهترین نحو با آدمها ارتباط برقرار کنید، باید با سبک و سیاق خاص هر کدام، زبان خاصشان، حالات و اشارات و سرعت و تن صدای خودشان با آنها ارتباط برقرار کنید.

۱. درک دیگران: آدمها نه تنها دارای شکل‌ها و سازه‌های مختلفی هستند، بلکه انواع و اقسام شخصیت‌ها را هم دارند. تفاوت‌های آدمها با همدیگر درست به اندازه شباهت‌های آنها به هم است. برای اینکه بتوانید به بهترین نحو با آدمها ارتباط برقرار کنید، باید با سبک و سیاق خاص هر کدام، زبان خاصشان، حالات و اشارات و سرعت و تن صدای خودشان با آنها ارتباط برقرار کنید.

پس از کجا باید بفهمید چطور می‌توانید به بهترین نحو با کسی ارتباط برقرار کنید؟ باید با آنها وقت بگذرانید! نباید انتظار داشته باشید با کسی که تازه آشنا شده‌اید بتوانید طی یک دقیقه صمیمانه حرف بزنید. درک یک موضوع زمان می‌برد—چه آن موضوع موضوعی علمی باشد و چه اجتماعی.

۲. ابراز مشخص افکار و احساسات: مغز ما مقدار مشخصی اطلاعات را می‌تواند در یک زمان دریافت کند. در هر ثانیه ما با بمبارانی از پیام‌ها روبه‌رو هستیم و به همین دلیل پیامی که به دیگران می‌رسانید باید مشخص و واضح باشد.

برای اینکه مطمئن شوید کمترین مدت زمان لازم برای ابراز افکار و احساساتتان را به طریق درست صرف می‌کنید، خیلی خوب است که برای ارتباطتان برنامه‌ریزی داشته باشید—مهم نیست که با چه روشی می‌خواهید ارتباط برقرار کنید.

۳. وقتی نیازهایتان برآورده نمی‌شود، اعتراض کنید: اعتراض کردن برای اطمینان از اینکه نیازهایتان برآورده می‌شوند—چه در روابط کاری و چه اجتماعی—بخش مهمی از یک رابطه است.

اما پنج راه وجود دارد که می‌توانید در ارتباط و گفتگویتان به جای اینکه خشن به نظر برسید، قاطع دیده شوید: با تمرین رفتارتان قبل از برقراری ارتباط و گفتگو؛ با تکرار گفتگو؛ درخواست فیدبک منفی؛ توافق آزمایشی با فیدبک منفی؛ و ایجاد مصالحه عملی.

قاطعیت ابزار بسیار مفیدی در ارتباط است. کارایی این ابزار بسته به موقعیت است و درست نیست که در همه موقعیت‌ها قاطع باشید. به خاطر داشته باشید، استفاده ناگهانی از قاطعیت ممکن است در نظر دیگران خشونت به نظر برسد.

۴. درخواست فیدبک از دیگران و ارائه فیدبک در مقابل: در کنار تکنیک قاطعیت، دادن و گرفتن فیدبک یک امر مهم در مهارت‌های ارتباطی است که اگر بخواهید روابط کاری طولانی‌مدت و بادوامی ایجاد کنید حتماً باید آن را یاد بگیرید.

یک روش برای ارائه فیدبک مفید این است که ابتدا تمجید کرده و بعد از آن توصیه‌ها و پیشنهادات عملی برای بهبود وضعیت ارائه کنید و بعد دوباره آن را با تحسین و تمجید صادقانه جمع‌آوری کنید.

در این مورد هم باید به خاطر داشته باشید که صداقت دیدگاهی نسبی و فردی است. خصوصیتی در کسی که ممکن است به نظر شما ناخوشایند بیاید، ممکن است دیدگاه فردی دیگر عالی و ایدآل به نظر برسد.

۵. تاثیر گذاشتن بر افکار و اعمال دیگران : همه ما فرصت این را داریم که بر افکار و اعمال دیگران اثر بگذاریم. ما این قدرت را داریم که نحوه فکر کردن و عمل کردن دیگران را شکل دهیم.

از یک چیز ساده مثل لبخند زدن و سلام کردن بعنوان راهی برای تاثیر گذاشتن بر روحیه دیگران تا الگو شدن برای دیگران در شرایط سخت، راه‌های زیادی برای تحت تاثیر قرار دادن افکار و اعمال دیگران دارید.

یادتان باشد که یک نگرش منجر به یک احساس می‌شود که در مقابل به عمل می‌انجامد. شما باید نگرش‌ها را شکل دهید تا بتوانید اعمال آنها را پیش‌بینی کنید.

۶. رو کردن مشکلات و تعارضات و حل کردن آنها : ممکن است کارمندانان خصومتی پنهان در دلشان از شما انباشته باشند و تا زمانی که نفهمید این مشکلات چه هستند، نخواهید توانست به خوبی با آنها کنار بیایید.

خجالت آور و تحقیرآمیز است و نیاز به صبر و حوصله بسیار دارد تا به حالت دفاعی نروید و به دیگران فرصت دهید نگرانی‌ها، ناامیدی‌ها و عصبانیت‌هایشان را رودررو ابراز کنند اما با این روش می‌توانید فرصت پیدا کنید همه چیز را درست کنید یا به آنها کمک کنید سوء تفاهم‌تشان برطرف شود.

۷. همکاری با دیگران به جای تنها انجام دادن کارها : اینکه یاد بگیرید با همکاری دیگران کارهایتان را انجام بدهید، نقش بسیار مهمی در رشد و پیشرفت کارتان خواهد داشت.

سریع‌ترین راه برای اینکه خودتان را زیر کوهی از جزئیات و حجم کار مدفون کنید این است که سعی کنید همه کارها را خودتان انجام دهید. تقسیم کردن حجم کاری با دیگران هوشمندانه‌ترین اقدام است. دلیل آن این است: استفاده از مهارت‌ها و توانایی‌هایتان و اجازه دادن به دیگران برای بالا بردن حجم کار شما. شما آنها را آموزش می‌دهید تا کارهایی که خودتان انجام می‌دهید را انجام دهند و خودتان کار دیگری انجام می‌دهید.

درسی که از این نکته می‌گیرید ساده است: اگر بخواهید همه کارها را خودتان انجام دهید، زیر حجم کار مدفون خواهید شد. پس به دیگران کاری که باید انجام دهید را آموزش دهید و خواهید دید که چقدر کارتان پیشرفت خواهد کرد.

۸. تعویض دنده وقتی روابط دیگر کارایی ندارند : بعضی وقت‌ها لازم است که دست بکشید و بروید. بعضی وقت‌ها باید از شر بار ناسالم خودتان را خلاص کنید. و بعضی وقت‌ها لازم است قدم‌هایی بزرگ بردارید تا تعادل و شتاب حرکت خودتان را بازیابید.