



تربیت

اخلاق پایبندی می خواهد

تأملی بر فایده‌های زیست اخلاقی

● دکتر فرامرز قراملکی، استاد تمام دانشگاه تهران

کلیدواژه‌ها: اخلاق، پندانگاری، اخلاق حرفه‌ای

راهبردی، انگاره دیگری را بر اساس مطالعات تجربی به میان آورده‌اند که آن مزیت‌انگاری است. اینکه اخلاق مزیتی رقابتی است و مزیت راهبردی می‌آورد، در واقع نوعی نردبان‌انگاری است، اما نردبانی که فاصله قابل توجهی را ایجاد می‌کند و سهم شما را از جذب بازار خدمات آموزشی افزایش می‌دهد. یک انگاره را هم **محمدبن زکریای رازی** سامان داد و آن این است که اخلاق همانند طب است که به آن طب‌انگاری اخلاق می‌گوییم (قراملکی، ۱۳۸۵).

توقعی که از اخلاق به مثابه طب داریم، پیشگیری از این معضلات است که همیشه ارزان‌تر، آسان‌تر، بهتر و عاقلانه‌تر از درمان است. توقع دیگر درمان معضلات اخلاقی است. ما معضلات اخلاقی متعددی داریم. همین که در سازمان ما احساس تبعیض باشد، یک بیماری وجود دارد. مثلاً همین که در کشور ما سرقت علمی، کتاب‌سازی و دادن آمارهای غلط رواج

از پندانگاری اخلاق که اخلاق را مشتی پند و بیمان می‌دانند، تا زیورانگاری اخلاق که اخلاق را زینتی می‌دانند، سخن‌ها بسیار است؛ همانند خانمی که گردنبنندی زینتی به گردن می‌اندازد و سازمانی که کد اخلاقی و منشور اخلاقی می‌نویسد تا بر دیوار سازمان بیاویزد و آن را زینت دهد. زیورانگاری اخلاق هم یک انگاره است. عده‌ای اخلاق را ترمز می‌انگارند و می‌گویند اگر ما اخلاقی باشیم، در رقابت‌ها عقب می‌مانیم، چون رقبای ما پایبند اخلاق نیستند. عده‌ای قائل به سرسری‌انگاری اخلاق هستند و فکر می‌کنند اگر بخواهند اخلاقی باشند، همیشه باید عقب‌تر بروند و هزینه بدهند و نه تنها جلوی پیشرفتشان گرفته می‌شود، بلکه عقب‌ماندگی هم پیدا می‌کنند.

در کشور ما، رایج‌ترین انگاره پندانگاری است. **جیمز کالینز**، **فرد دیوید** و دیگر متخصصان حوزه مدیریت

اگر اخلاقی باشیم، بهره‌وری، سود و مزیت رقابتی بالا می‌رود و اعتماد آفرینی بیشتر می‌شود

بیفزاید. پیش‌بینی‌پذیری مدرسه اولاً
اعتماد می‌آورد و ثانیاً در سلامت روان
دانش‌آموز هم مؤثر است.

اخلاق حرفه‌ای اخلاق در حرفه است،
اما حرفه متمایز از کار و متمایز از شغل
است. حرفه وضعیت برتر شغل است؛
یعنی متغیرهایی در حرفه وجود دارند
که بسیار متعالی‌تر و سرآمدتر از شغل
هستند. تعریف اخلاق حرفه‌ای بسیار
ساده است: مسئولیت‌پذیری افراد شاغل
و سازمان‌های حرفه‌ای نسبت به همه
حقوق همه صاحبان حق در محیط درونی
و بیرونی. اخلاق صفر و یک نیست. اخلاق
یک امر چند درجه‌ای است.

اما در مسیر اخلاقی حرکت می‌کنیم که به این همه
دست پیدا کنیم. مثلاً در یک برنامه چند ساله برسیم به اینکه
پایبند به حقوق همه صاحبان حق و همه حقوقشان باشیم.
آن وقت بر اساس این تعریف، مدرسه اخلاقی مدرسه‌ای است
که اولاً صاحبان حق خودشان را در محیط ۳۶۰ درجه به
دقت بشناسند، یعنی بدانند که در فعالیت مدرسه‌داری
صاحبان حق دقیقاً چه کسانی هستند. نگرش تحولی‌نگر
نداشته باشد. ثانیاً حقوق تک‌تک این‌ها را به تفصیل و به
دقت بشناسد. ثالثاً به نحوی نظام‌مند با برنامه‌ریزی مدیریتی
نه هیئتی، به این حقوق پایبند باشند. یعنی نظامی برای
پایبندی به حقوق این صاحبان حق وجود داشته باشد؛ به
گونه‌ای که در پایان سال بتواند بسنجد من پایبند بوده‌ام
یا خیر.

امروز حسابرسی اخلاق در برخی از سازمان‌های بزرگ
در دنیا به‌طور سالانه انجام می‌شود. حسابرسی وقتی انجام
می‌شود که برنامه باشد. اصلاً حسابرسی سنجش بر اساس
برنامه است. باید در آموزش و پرورش، چه در بخش ستادی
و چه در بخش مدرسه‌ای، دو نوع حسابرسی باشد: یکی
حسابرسی مدیریتی و یکی هم حسابرسی اخلاق. حسابرسی
اخلاق در برخی از سازمان‌های ایرانی غایب است، اما
حسابرسی مدیریتی در همه جای کشور غایب نیست. فقدان
حسابرسی اخلاق نشانگر غیبت مدیریت اخلاق و غیبت
برنامه‌ریزی برای اخلاق است.

اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان یک حوزه تخصصی اخلاق عام
است. بنابراین، اصول و فضایل و بایست‌های اخلاقی عام
در اخلاق حرفه‌ای هم هست. مثلاً فرض کنید حفظ حریم
خصوصی همه‌جا یک واحد اخلاقی است. منتها در اخلاق
حرفه‌ای می‌گوییم در فعالیت‌های حرفه‌ای شما مجازید هر
مصاحبه‌ای بکنید، مجازید در مصاحبه هر سؤال بکنید یا
نه. این سؤال ورود به حریم خصوصی افراد است. یا مثلاً
مواجهه منصفانه همه‌جا یک ارزش اخلاقی است. اما طرح
این شیوه ارزیابی و ارزشیابی در کلاس منصفانه است؟ این
سؤال را چگونه می‌توان جواب داد؟ از نظر اصل اخلاقی
که نگاه می‌کنیم، همان بحث منصفانه بودن است. اما قصه

پیدا کند، بیماری اخلاقی داریم. اخلاق
به مثابه طب است و انتظار داریم درمان
کند. منتها نظر محمد بن زکریای
رازی را با یک افزودنی کامل می‌کنم
و آن هم این است که مهم‌ترین توقع
ما از دانش اخلاق حرفه‌ای، رشد است.
وقتی شما اخلاق را فقط یک مشت پند
و پیمان می‌دانید، دیگر در مدرسه علاقه
ندارید به اخلاق بپردازید، چون پند و
پیمان همه جای کشور قابل دسترس
است. من این انگاره را یکی از موانع رشد
اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌دانم.

امروز مطالعات تجربی هم‌بستگی چند متغیر
با اخلاق حرفه‌ای را به خوبی نشان داده‌اند:

● اگر محیط‌مان اخلاقی باشد، امنیت و سلامت روانی را
برای همه به ارمغان می‌آورد. پس سلامت روانی در محیط
کار با اخلاقی بودن آن محیط هم‌بستگی دارد.

● اخلاقی بودن بهره‌وری را افزایش می‌دهد، چون آدم‌های
متعلق امانت‌دار هستند. رسم امانت‌داری بهره‌وری است.
یعنی کسانی که بهره‌وری پایین دارند، از رسم امانت‌داری
دورند. امانت‌داری در حرفه به معنای استفاده بهینه از همه
فرصت‌ها و امکانات است و استفاده بهینه از همه فرصت‌ها
و امکانات دو مؤلفه دارد: یکی کارایی و دیگری اثربخشی، و
این دو می‌شود بهره‌وری. در ضمن، مطالعات تجربی هم این
را نشان داده‌اند.

● اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به مدیریت تعارض کمک کند.
در بیشتر اوقات مدیریت تعارض‌ها با اهرم اخلاق بوده‌است.

● اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به افزایش کار گروهی کمک
کند. کتاب بسیار خوبی نوشته شده است که دو بخش دارد.
یک بخش آن داستان یا رمان است و بخش دوم تحلیل این
رمان. این کتاب به فارسی هم ترجمه شده است با عنوان
«پنج دشمن کار تیمی^۱». این کتاب خیلی خواندنی است.
در این کتاب پنج دشمن برای کار تیمی تعریف می‌شوند که
هر پنج تا از جنس نبود اخلاق‌اند. معنایش این است که ما
اگر مؤلفه اخلاق را به میدان بیاوریم، از ورود دشمنان کار
گروهی پیشگیری و موضوع را درمان کرده‌ایم.

● اخلاق حرفه‌ای می‌تواند اعتماد آفرینی کند. مثالی
می‌زنم. امروز مدرسه‌های بخش غیردولتی ما نیاز دارند
سهامشان را از جذب بالا ببرند. یکی از وضعیت‌های رقابتی و
یکی از شیوه‌های افزایش سهم اعتماد آفرینی است. اولیا
انتظار دارند مدرسه‌ها برای بچه‌های آن‌ها پیش‌بینی‌پذیر
باشند و مدرسه‌ای پیش‌بینی‌پذیر می‌شود که اخلاقی
باشد. بنابراین، اخلاق می‌تواند بر پیش‌بینی‌پذیری مدرسه

وقتی شما اخلاق را فقط یک مشت پند و پیمان می دانید، دیگر در مدرسه علاقه ندارید به اخلاق پیردازید، چون پند و پیمان همه جای کشور قابل دسترس است

منصفانه بودن مواجهه این معلم با این تقلب در این موقعیت تحلیل خاصی دارد که بدون شناخت حرفه نمی شود. به همین دلیل ما معتقدیم، اهالی هر رشته ای باید به دنبال اخلاق بروند. درست است که اصول بیش و کم یکسان هستند، اما اگر بخواهید این اصول را در حرفه کار کنید، اساساً مسئله شما و در نتیجه پاسخ شما متفاوت است. روش شما هم متفاوت است. در عین حال بعضی نکات را هم داریم که بسیار خاص هستند.

آلپورت می گوید دین داری دو گونه است:

دین داری درونی و بیرونی. دین داری بیرونی عبادت و نوعی دین داری برای اهدافی بیرون از دین است. حال این اهداف ممکن است مثبت و منفی باشند. مثلاً ما روایت داریم که صدقه دفع بلا می کند. حال اگر من صدقه بدهم که تصادف نکنم، این را دین داری بیرونی می گویند. در عین حال، اگر نماز بخوانم که مدیرم ببیند، این هم دین داری بیرونی است. یعنی دین داری بیرونی می تواند شکل های متفاوت داشته باشد. دین داری درونی هم این است که صدقه بدهم فقط برای اینکه خدا خوشش می آید یا نماز بخوانم فقط برای اینکه خدا خوشش می آید. این تقسیم بندی دینی آلپورت در فرهنگ دینی ما هم هست. حضرت علی (علیه السلام) می فرماید: **إِنَّ قَوْمًا عَبَدُوا اللَّهَ رَغْبَةً فِتْلِكَ عِبَادَةِ التَّجَارِ، وَ إِنَّ قَوْمًا عَبَدُوا اللَّهَ زَهْبَةً فِتْلِكَ عِبَادَةِ الْعَبِيدِ، وَ إِنَّ قَوْمًا عَبَدُوا اللَّهَ شُكْرًا فِتْلِكَ عِبَادَةِ الْأَحْرَارِ** (نهج البلاغه، حکمت ۲۳۷).

یک بحث دیگر هم این است که دین داری درونی و بیرونی چه نسبتی با هم دارند. پاسخش این است که فرایند رشد دین داری، با دین داری بیرونی شروع می شود. ولی حتماً جهت گیری دین داری به دین داری درونی تبدیل می شود و اگر به دین داری درونی تبدیل نشود، طرف خداپرست نمی شود، بلکه شکم پرست، قدرت پرست یا خودپرست می شود. عین این ماجرا در اخلاق هم هست. در رشد اخلاقی، براساس نظریات خیلی از روان شناسان مانند کلبرگ، این حرف درست است که رشد اخلاقی با اخلاق ورزی بیرونی شروع می شود، اما اگر درونی نشود، دیگر اخلاق نمی شود، بلکه یک فریب می شود؛ یک اقدام برای رسیدن به منافع شخصی می شود.

تحقیقات نشان داده اند، اگر اخلاقی باشیم، بهره وری، سود و مزیت رقابتی بالا می رود و اعتماد آفرینی بیشتر می شود. اما این ها می توانند انگیزه های بیرونی برای شروع اخلاق باشند. اگر همین جا تثبیت شود و اخلاق را برای این ها بخواهیم، آن وقت ما در پی اخلاق نیستیم و در پی منافع هستیم و اگر آن منافع را بتوان با روش های غیر اخلاقی بیشتر کرد، به طور طبیعی ما به دنبال آن ها می رویم. برای اینکه موضوع بهتر روشن شود، دو تا مفهوم را از هم جدا کنید؛ یکی مفهوم

هدف و دیگری مفهوم فایده. سود، مزیت رقابتی و اعتماد آفرینی فایده اخلاق هستند نه هدف اخلاق.

من برای اینکه این دو مفهوم کلیدی را روشن کنم، فقط یک مثال می زنم. شما یک همایش علمی می گذارید. هدف از همایش چیست؟ قطعاً انتقال اطلاعات و تجربه ها. اما من وقتی به این همایش می آیم، دوستم را هم که مدتی است ندیده ام، در آنجا می بینم و کیف یا ناهاری هم به من می دهند.

دیدن دوست، گرفتن کیف و خوردن ناهار هدف همایش نیستند. حال اگر من برای آن

کیف یا ناهار یا دیدن دوستی به همایش شما

بیایم، به این می گویند «مغالطه هدف پنداری فایده».

این خطای بسیار رایجی است. تأکید بر فایده های اخلاق برای ایجاد انگیزه های اولیه است. برای نشان دادن فایده های اخلاق است. اما اگر کسی این را هدف اخلاق بداند، از اخلاق خیلی فاصله گرفته و آن را از درون تهی کرده است. علتش هم این است که اخلاق انگیزه های درونی و خودانگیزختگی می خواهد. اخلاق برای اخلاق و برای انسانیت است. در دنیا این موارد زیاد پیش آمده است. طرف می گوید اخلاقی بودن باعث می شود که این کار صرف نداشته باشد. پس من مغازه ام را تعطیل می کنم. اشکال ندارد. اما نمی گویم چون نمی صرفد پس باید گران بدهم و تقلب کنم.

روبرت جانسون اولین سند جامع و مدون اخلاق را در سال ۱۹۵۳ نوشت. او که مدیرعامل یک شرکت بود، می گوید: تقریباً ۱۷ تا ۱۸ سال بعد متوجه شدم که این سند اخلاقی را هیچ کس در شرکت ما عمل نمی کند. همه مدیران خود را جمع کردم و این سند اخلاقی را هم آوردم. قیچی هم آوردم و گفتم داشتن سندی که نتوان به آن عمل کرد، فریب دادن مردم است. پس امروز می خواهم این سند را پاره کنم. او می گوید، یک سخنرانی هیجانی کردم که همه گریستند و بلند شدند و با این سند دوباره بیعت کردند و من جواب گرفتم. بعد به نمایندگی هایمان در سراسر دنیا رفتم و این قصه را در آنجا هم اجرا کردم.

به راحتی می توان تصور کرد، اخلاق در عین حال که سود می آورد، یکجا هم ممکن است شما هزینه بزرگی داشته باشد. شما اگر یک کار غیر اخلاقی کنید که آبروی کسی برود، آیا نباید جبران کنید؟ نباید اعلام کنید که آبروی کسی برود؟ آیا نباید جبران کنید؟ نباید اعلام کنید تا عاده حیثیت شود یا اگر به کسی خسارت برزید نباید خسارتش را جبران کنید؟ خب این هزینه را چه کسانی می دهند؟ کسانی که درون انگیزختگی دارند. اخلاق پایبندی می خواهد. پایبندی به اخلاق هم انگیزه های درونی و خودانگیزختگی می خواهد. بنابراین، تأکید می کنم که اخلاق بسیار مفید است، اما این فایده های اخلاق هستند و اهداف اخلاق نیستند و از مغالطه هدف پنداری فایده باید به ضرر خودمان دوری کنیم.

پی نوشت

۱. لنچونی، پاتریک. پنج دشمن کار تیمی. ترجمه فضل اله امینی (۱۳۹۴). فراتر. تهران.

منابع

۱. دیوید، فرد آر. مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسیانیان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش های فرهنگی. تهران. ۱۳۸۰.
۲. فرامرز قراملکی، احد. اخلاق حرفه ای. چاپ دوم. مجنون. قم. ۱۳۸۳.
۳. کالینز، جیمز و پوراس جری. ساختن برای ماندن. فراتر. تهران. ۱۳۸۰.