

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

اخلاق کسب و کار

رویکردی کاربردی

«چاپ دوم»
«ویراست جدید»

نویسنده:
دکتر اندرو گیلیر

ترجمه:
دکتر عادل آذر
محمد حسن خاکباززاده

فهرست مطالب

۱۱ سخن ناشر
۱۳ درباره مؤلف
۱۷ مقدمه
۲۱ پیشگفتار مترجمان
۲۷ بخش اول: تعریف اخلاق کسب و کار
۲۹ فصل ۱. فهم اخلاق
۲۹ اهداف
۳۱ اخلاق چیست؟
۳۲ فهم درست و نادرست
۳۲ من چگونه باید زندگی کنم؟
۳۳ ارزش یک ارزش
۳۴ تعارض های ارزشی
۳۶ قانون طلایی
۳۷ نظریه های اخلاقی
۳۷ اخلاق پرهیزکارانه
۳۸ اخلاق خیر اکبر
۳۸ اخلاق جهان شمول
۳۹ نسیت اخلاقی

۴۱ دوراهی های اخلاقی
۴۳ برطرف نمودن دوراهی های اخلاقی
۴۷ استدلال اخلاقی
۵۲ کتاب شناسی
۵۳ فصل ۲. تعریف اخلاق کسب و کار
۵۴ اهداف
۵۶ تعریف اخلاق کسب و کار
۵۶ ذینفعان چه کسانی هستند؟
۵۹ یک بحران اخلاقی: آیا اخلاق کسب و کار یک ترکیب متناقض است؟
۶۶ تاریخ اخلاق کسب و کار
۶۹ توجیه رفتار غیر اخلاقی
۷۵ ایجاد و اجرای یک کسب و کار اخلاقی
۷۶ کتاب شناسی
۷۷ بخش دوم: کاربرد اخلاق کسب و کار
۷۹ فصل ۳. اخلاق سازمانی
۸۰ اهداف
۸۲ تعریف اخلاق سازمانی
۸۴ اخلاق تحقیق و توسعه
۸۸ اخلاق در تولید
۹۲ اخلاق در بازاریابی
۹۳ اخلاق در منابع انسانی
۹۷ اخلاق در امور مالی
۹۸ وظایف روزمره حسابرسان داخلی
۹۹ چالش های اخلاقی
۹۹ اصول پذیرفته شده حسابداری
۱۰۰ روش های اخلاق در نگهداری سوابق
۱۰۰ تضاد منافع
۱۰۲ انحراف از کجا آغاز می شود؟
۱۰۵ کتاب شناسی

فصل ۴. مسئولیت اجتماعی سازمان.....	۱۰۷
اهداف.....	۱۰۷
مسئولیت اجتماعی سازمان.....	۱۰۹
مدیریت بدون وجدان.....	۱۱۲
مدیریت فراگیر.....	۱۱۳
محرك‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی.....	۱۱۷
ابعاد سه‌گانه.....	۱۲۰
فرصت‌طلبی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی سازمانی.....	۱۲۶
کتاب‌شناسی.....	۱۳۱
فصل ۵. حاکمیت شرکتی.....	۱۳۳
اهداف.....	۱۳۳
حاکمیت شرکتی.....	۱۳۵
ساختار حاکمیت شرکتی چگونه است؟.....	۱۳۷
در جستجوی حاکمیت شرکتی.....	۱۴۰
«اطاعت کن یا توضیح بده» و «اطاعت کن یا تو بر خورد خواهد شد».....	۱۴۲
«مطلع بودن» یا «اطلاع نداشتن».....	۱۴۳
رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل.....	۱۴۸
حاکمیت شرکتی اثربخش.....	۱۴۹
خطرات یک چک لیست حاکمیت شرکتی.....	۱۵۵
مسئولیت‌مباشرتی.....	۱۵۶
کتاب‌شناسی.....	۱۶۰
فصل ۶. نقش حکومت.....	۱۶۱
اهداف.....	۱۶۱
نقش حکومت.....	۱۶۴
قانون اقدامات رشوه‌خواری خارجی.....	۱۶۴
ادعای بزرگ‌تر از واقعیت.....	۱۶۵
قانون اقدامات رشوه‌خواری خارجی در عمل.....	۱۶۶
معنی بخشیدن به قانون اقدامات رشوه‌خواری خارجی.....	۱۶۷
ابتکارات صنعت دفاع.....	۱۶۷

۱۷۱.....	راهبردهای کمیسیون اعمال مجازات فدرال آمریکا برای سازمان‌ها (۱۹۹۱).....
۱۷۲.....	جریمه‌های پولی.....
۱۷۴.....	فعالیت سازمانی به قید ضمانت.....
۱۷۴.....	برنامه رعایت.....
۱۷۶.....	راهبردهای تجدید نظر شده مجازات فدرال برای سازمان‌ها (۲۰۰۴).....
۱۷۹.....	قانون ساربانس اوکسلی (۲۰۰۲).....
۱۸۷.....	کتاب‌شناسی.....
۱۸۹.....	فصل ۷. مخبری
۱۸۹.....	اهداف.....
۱۹۲.....	مخبری.....
۱۹۳.....	مخبری چیست؟.....
۱۹۴.....	اخلاق مخبری.....
۱۹۵.....	چه زمانی مخبری اقدامی اخلاقی است؟.....
۱۹۵.....	چه زمانی مخبری اقدامی غیر اخلاقی است؟.....
۱۹۷.....	سال مخبر.....
۲۰۲.....	وظیفه در پاسخگویی.....
۲۱۱.....	مخبری به‌عنوان آخرین راه‌حل.....
۲۱۲.....	کتاب‌شناسی.....
۲۱۳.....	فصل ۸. اخلاق و فناوری
۲۱۳.....	اهداف.....
۲۱۶.....	اخلاق و فناوری.....
۲۱۷.....	آیا می‌دانید اطلاعات شخصی شما به کجا فرستاده می‌شود؟.....
۲۱۹.....	افزایش بهره‌وری کارکنان.....
۲۲۰.....	موقعیت کارفرما.....
۲۲۰.....	موقعیت کارمند.....
۲۲۳.....	چه زمانی «سرکار» هستید؟.....
۲۲۸.....	خطرات بر جای گذاردن مدارک مستند.....
۲۳۰.....	مسئولیت ناشی از فعل غیر.....
۲۳۴.....	حق برخورداری از حریم خصوصی - برادر بزرگ تو را نظاره می‌کند.....
۲۳۵.....	ده حکم در ارتباط با اخلاق در استفاده از کامپیوتر.....

فهرست مطالب □ ۹

۲۳۶.....	برادر بزرگ، خواهد ماند.....
۲۳۹.....	کتاب‌شناسی.....
۲۴۱.....	بخش سوم: آینده اخلاق کسب و کار.....
۲۴۳.....	فصل ۹. اخلاق و جهانی شدن.....
۲۴۳.....	اهداف.....
۲۴۵.....	اخلاق و جهانی شدن.....
۲۴۶.....	اخلاق در کشورهای توسعه یافته و کمتر توسعه یافته.....
۲۵۳.....	جنبه‌های مختلف اخلاق جهانی.....
۲۵۹.....	اجرای اخلاق جهانی و تأکید بر آن.....
۲۶۰.....	معاهده جهانی سازمان ملل.....
۲۶۰.....	حقوق بشر.....
۲۶۱.....	راهبردهای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی برای بنگاه‌های اقتصادی چند ملیتی.....
۲۶۷.....	کتاب‌شناسی.....
۲۶۹.....	فصل ۱۰. به وعده‌های خود بر انجام یک کسب و کار اخلاقی وفادار بمانید.....
۲۷۰.....	اهداف.....
۲۷۳.....	به وعده‌های خود بر انجام یک کسب و کار اخلاقی وفادار بمانید.....
۲۷۴.....	ایجاد یک کد اخلاقی.....
۲۷۶.....	حمایت از کدهای اخلاقی از طریق آموزش‌های گسترده برای هر یک از اعضای سازمان.....
۲۷۷.....	استخدام یک متولی اخلاق.....
۲۸۳.....	رفتار اخلاقی کارکنان خود را ترغیب و تشویق نمایید.....
۲۸۴.....	تعهد سازمان خود به رفتار اخلاقی را افزایش دهید.....
۲۸۷.....	استمرار در نظارت رفتار اخلاقی کارکنان در مسیر پیشرفت.....
۲۸۸.....	شفافیت در عملکردهای سازمانی.....
۲۹۳.....	نتیجه‌گیری.....
۲۹۶.....	کتاب‌شناسی.....
۲۹۷.....	پیوست‌ها.....
۳۴۹.....	واژه‌نامه.....
۳۶۱.....	نمایه.....

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
(قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که از سوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. ازاین منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید

می‌رود با اتکاء به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام‌عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آن‌ها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد.

هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند- درک کاستی‌ها و اصلاح آنهاست تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت **مکتب علمی امام صادق علیه السلام** را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان‌شاءالله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

درباره مؤلف

دکتر اندرو گیلیر، رئیس دانشکده بازرگانی و فناوری اطلاعات دانشگاه آرگوسی در فلوریدا است. دکتر گیلیر در گذشته دارای سمت‌هایی همچون کارشناس ارشد شرکت نرم‌افزاری مهندسی راه و ساختمان، و مدیر روابط بین‌الملل کسب و کار برای یک سازمان آموزشی در کلاس جهانی بوده است. دکتر گیلیر مدرک دکترای خود را در رشته مطالعات مدیریت، از دانشگاه سوئیدر بریتانیا دریافت نمود. سوابق تخصصی وی، ۲۲ سال تجربه مدیریت در شرکت‌ها، بازارها و فرهنگ‌های مختلف را در بر می‌گیرد.

کتاب‌های وی در زمینه‌های کیفیت خدمات به چاپ رسیده و در محیط‌های سازمانی و کار آفرینی، پیشینه‌ای سرشار از رشد و پیشرفت داشته است.

مقدمه

حوزه اخلاق از جمله مهم‌ترین و حساس‌ترین مباحثی است که در ادبیات مدیریت مطرح است و اگر این مباحث از منظر آموزه‌ها و تعالیم اسلامی مدنظر قرار گیرد بر غنای آن افزوده خواهد شد؛ و طبعاً در محتوای آنچه که در حال حاضر تحت عناوینی چون اخلاق حرفه‌ای و یا اخلاق کسب و کار در محافل علمی و یا محیط‌های اجرایی مطرح است، تغییرات قابل ملاحظه‌ای رخ خواهد داد. بی‌تردید میان نگاه ارزشی و دینی مبتنی بر آموزه‌های ادیان الهی و خاصه اسلام ناب، و نگاه مادی مبتنی بر اصالت سود، تفاوت‌های متعددی وجود دارد که اوج این تفاوت‌ها در اخلاق و منش نیروی انسانی تبلور می‌یابد. لذا در راستای تبیین اندیشه‌های اسلامی مدیریت، بخصوص در حوزه‌های فکر و اندیشه، توجه به اخلاق ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. با عنایت به این مهم، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) در راستای نیل به اهداف و مأموریت‌های خویش، ورود به مباحث بنیادین و اندیشه‌ای مدیریت را مدنظر دارد و اخلاق از جمله این اصول و بنیادهاست. البته شروع این مسیر با شناخت و فهم آنچه در دانش مدیریت به‌عنوان اخلاق حرفه‌ای معرفی می‌شود آغاز می‌گردد و امید است در ادامه، با نقد منصفانه و عالمانه آراء صاحب‌نظران این عرصه، و با بهره‌گیری از تجارب مفید و قابل استناد جامعه بشری، به تولید نظریات و یافته‌های جدید مبتنی بر آموزه‌ها و تعالیم اسلام، در شرایط و فضای ملی، نائل گردیم.

انتشار کتاب اخلاق کسب و کار که توسط استاد محترم و گرانقدر، جناب آقای دکتر عادل آذر و همکار محترم ایشان ترجمه شده است و در چاپ اول نیز مورد اقبال و مذاقه خیرگان قرار گرفته است بشارتی است برای شروع مسیر؛ و نه ایستگاهی پایانی در حرکت تولید علم بومی. امید آنکه با مطالعه این کتاب و تفکر منطقی، صادقانه و اندیشمندانه در خصوص آن، در آینده‌ای نزدیک شاهد تعالی و غنای بیشتر مطالب بویژه از منظر مباحث اسلامی در قالب کتب تألیفی باشیم.

غلامرضا گودرزی

رییس دانشکده معارف اسلامی و مدیریت

دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

مقدمه

اخلاق کسب و کار به یکی از زمینه‌های مطالعاتی مورد توجه در دهه‌های گذشته تبدیل شده است. شرکت‌هایی همچون آدلفیا کیبل^۱، انرون^۲، گلوبال کراسینگ^۳، ایمکولن^۴، پارمالات^۵، تیکو^۶، و ورلدکام^۷، با روند رو به رشد رفتار غیر اخلاقی کسب و کار پیوند خورده‌اند. زمانی که مدیران عامل این شرکت‌ها به‌عنوان افراد مسئول در این اقدامات در دادگاه متهم شدند، هر یک از رسوایی‌های مالی این شرکت‌ها مورد بررسی مجدد قرار گرفت. اخبار مدیران عامل مشهوری همچون لی لاکوکا^۸ در شرکت کرایسلر^۹ و جک ولج^{۱۰} در شرکت جنرال الکتریک جای خود را به آرشیو عکس مدیران عامل مجرمی^{۱۱} داده است که به دریافت حقوق‌های چند میلیون دلاری از طریق فریب سرمایه‌گذاران و مشتریان متهم شده‌اند. این ارقام به اندازه‌ای بزرگ هستند که تصور آن‌ها نیز دشوار است، به‌طور مثال ۶۳ میلیارد دلار در شرکت انرون و ۱۰۷ میلیارد دلار در شرکت ورلدکام، و البته انتظار ناخوشایندی که وجود دارد این است که رسوایی‌های

-
- 1- Adclphia Cable
 - 2- Enron
 - 3- Global Crossing
 - 4- ImClone
 - 5- Parmalat
 - 6- Tyco
 - 7- WorldCom
 - 8- Lee Lacocca
 - 9- Chrysler
 - 10- Jack Welch
 - 11- Rogue's Gallery of Executives

دیگری با ارقام بسیار بزرگ‌تر در انتظار افشاء شدن هستند. در پاسخ به این روندهای رفتاری غیر اخلاقی و تمام تبلیغات منفی که در ارتباط با آن‌ها به جریان افتاد، دولت تلاش کرد تا در قالب قانون ساریانس اوکسلی ۲۰۰۲ که مدیران عامل را ملزم می‌دارد تا صورت‌های مالی سازمان خود را در قالبی درست و دقیق تهیه کنند و بدین طریق اعتماد جامعه به شرکت‌ها و احساس وجود نظارت بر آن‌ها را احیا نماید.

در حالی که قانون ساریانس اوکسلی به‌طور رسمی تلاش می‌کند تا در یک چارچوب اخلاقی، سیاست‌گذاران سازمانی را به متابعت از خود برانگیزد، کارکنانی که در زمینه تصمیم‌گیری اخلاقی به راهنمایی نیاز دارند، اغلب به کدهای اخلاقی سازمان مراجعه می‌کنند که تصور می‌شود جهت‌گیری‌های روشنی را در زمینه انجام کارهای درست در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. اگر برای کارکنان هیچ‌گونه کد اخلاقی برای پیروی از آن وجود نداشته باشد، ترغیب می‌شوند تا «بهترین قضاوت‌های^۱ خود را به‌کار گیرند» و از سازمان، سهامداران آن، مشتریان، کارکنان و هر یک از ذینفعان دیگر مراقبت نمایند. در اینجا است که دشواری‌هایی به وجود می‌آید: اگر کاری درست برای مشتریان، کاری نادرست برای سهامداران تلقی شود، چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

دانشجویان اخلاق کسب و کار معمولاً با کتاب‌های درسی‌ای مواجه هستند که برای مدیران عملیاتی، متولیان سازمان که مسئولیت حفظ اعتبارات اخلاقی سازمان را بر عهده دارند، یا برای مدیران عالی که نسبت به خلق کدهای اخلاقی سازمان خود مسئولیت دارند، تهیه شده است. این قبیل متون اغلب با سؤالاتی کلی در خصوص روابط بین کسب و کار و اخلاق و بین کسب و کار و جامعه، آغاز می‌شود:

- چرا یک سازمان وجود دارد؟
 - چرا یک سازمان به ارائه خدمات اقدام می‌کند؟
 - مسئولیت‌های سازمان در قبال ذینفعان خود چیست؟
 - آیا در کسب و کار، برتری معنوی^۲ وجود دارد؟
 - آیا مدیریت یک کسب و کار اخلاقی می‌تواند در بلند مدت سودمند باشد؟
- متأسفانه، هیچ کدام از این موارد نمی‌تواند در زندگی کاری روزانه کارکنان

1- Judgment

2- Moral High Ground

سودمند محسوب شوند. فشار مداوم برای دست یافتن به اهداف بسیار چالش برانگیز بهره‌وری یا سهمیه‌های فروش، اغلب باعث ایجاد محیطی می‌شود که سازمان دستیابی به آن اهداف را به‌عنوان بالاترین استاندارد اخلاق کسب و کار اعلام می‌کند، و مدیران آن‌ها جهت‌گیری روشن‌تری را برای کارکنان خود ارائه می‌دهند: هر کاری را که به دستیابی به آن هدف یا سهم ختم می‌شود، انجام دهید. مشارکت آن‌ها در اخلاق کسب و کار به احتمال قوی با یک دوراهی اخلاقی آغاز می‌شود: انتخاب بین تعهدشان به «انجام کار درست» برای کارفرمای خود به‌عنوان یک شهروند سازمانی شایسته و تمایل آن‌ها به انتخاب و تصمیم‌گیری.

هدف این کتاب، این است که با ورود به دنیای چالش برانگیز اخلاق کسب و کار در سطوح سازمانی به‌جای ورود به حیطه مفاهیم انتزاعی و مباحث فلسفی، به کارکنان در فعالیت‌های سازمانی و اخلاقی‌شان کمک نماید. با بررسی موضوعات و طرح‌هایی که به‌طور مستقیم به محیط کاری کارکنان (و میزان استقلال آن‌ها در آن محیط) مرتبط است، کارکنان می‌توانند احساسی روشن‌تر از این که چگونه کدهای اخلاقی سازمانشان با تصمیماتی که به‌طور روزانه اتخاذ می‌شود در ارتباط است، بدست آورند. همچنین، این امکان را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد تا استانداردهای اخلاقی خود را مورد بررسی قرار دهند.

به همین ترتیب، دانشجویان:

- با تعاریف اساسی و موقعیت‌های اخلاقی آشنا می‌شوند.
- با موضوعات اخلاقی که هر یک از بخش‌های کارکردی یک سازمان با آن‌ها مواجه است، آشنا می‌شوند.
- با دوراهی‌های اخلاقی مواجه می‌شوند و برای برطرف نمودن آن‌ها، فرصتی در اختیارشان قرار خواهد گرفت.
- با دو نوع مثال فرضی و واقعی از رفتار غیر اخلاقی آشنا خواهند شد.
- به حسی از اعتماد به نفس در توانایی خود برای شناخت و برطرف نمودن دوراهی‌های اخلاقی دست خواهند یافت.
- به حسی از اعتماد به نفس در توانایی خود برای برطرف کردن نیازهای ذینفعان سازمان دست خواهند یافت.

• با مفاهیم حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی سازمان آشنا خواهند شد. با مجهز نمودن دانشجویان اخلاق کسب و کار به اطلاعات و ابزارهایی برای برطرف نمودن دوراهی‌های اخلاقی که در زندگی خود با آن‌ها مواجه هستند، امید است پوشش رسانه‌ای غالباً منفی در زمینه اخلاق کسب و کار بتواند با این درک و اعتقاد راسخ که کسب و کارها می‌توانند به شیوه‌ای اخلاقی و محترمانه اداره شوند، در تعادل و موازنه قرار گیرد. ممکن است کدهای اخلاقی سازمان به هیچ وجه با کاری که کارکنان آن انجام می‌دهند یا چالش‌هایی که با آن مواجه هستند مشابهتی نداشته باشد، و ممکن است مدیران عالی آن‌ها به سادگی کدهایی را که از کارکنان خود می‌خواهند تا از آن‌ها تبعیت نمایند، انکار کنند، اما کارکنان سازمان برای انجام اقداماتی قطعی‌تر در تلاش برای «انجام کار درست»، منابعی را در اختیار دارند.

در این کتاب همه‌ی تلاش‌ها به‌منظور دستیابی به تعادلی مناسب بین استفاده از مطالعات موردی کلاسیک برای انتقال نکات مهم و اساسی و اطلاعات موردی که به لحاظ موضوعی مناسب هستند، انجام شده است.

پیشگفتار مترجمان

امروزه یکی از چالش‌های پیش روی مدیران بنگاه‌ها و صاحبان کسب و کار، «اخلاق» است. چگونه می‌توان به هدف سازمانی وفادار بود و همچنان اهداف کارکنان و مشتریان را تحقق بخشید؟ واضح است که تعارض و ناهمگونی بین اهداف فرد، سازمان و اجتماع وجود دارد و دستیابی به سطح بیشینه‌ای از اهداف سازمان با رعایت اهداف کارکنان و جامعه امری دشوار و پرتنش برای مدیران سازمان‌ها است. چگونه می‌توان به کیفیت زندگی کارکنان توجه داشت و آثار زیست محیطی محصولات و کارخانه را کمینه کرد ولی به بیشینه‌ی هدف بنگاه دست یافت؟ یک کارمند ساده اگر بین آینده حرفه‌ای خود و وجدان فردی و روحیه اخلاقی دچار تعارض شد، چگونه باید تصمیم بگیرد؟ راه‌حل غلبه بر دوراهی‌های اخلاقی چیست؟

شاید تشخیص حق و باطل و پاسخ صحیح و چند جانبه به سؤالات فوق است که رسوایی‌های اخلاقی فراوانی را در دنیای کسب و کار رقم زده است. امروزه از طریق رسانه‌ها و مطبوعات، شاهد رسوایی‌های اخلاقی در بنگاه‌ها چه در سطح جهانی و چه در کشور هستیم. جاه طلبی و ولع مدیران و کارکنان بنگاه‌ها، تمام نشدنی است و از طرفی ناکارآمدی دستگاه و نظام‌های نظارتی در بنگاه‌ها سبب شده است که دنیای کسب و کار بیش از پیش با چالش عدم رعایت آیین حرفه‌ای و کدهای اخلاقی روبرو باشد. به قول چارلز هندی، فیلسوف مدیریتی، «خیر و شر در وجود همه ما سکنی دارد و جامعه باید تنها به مهار بدی‌ها حساس باشد».

موضوع اخلاق در همه ادیان الهی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است ولی در

دین مقدس اسلام، مسئله اخلاق دارای چنان جایگاه ویژه‌ای است که پیامبر اکرم (ص) در خصوص فلسفه بعثت می‌فرماید: «أَنْتِ بُعِثَتْ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ». یعنی من مبعوث شده‌ام تا مکارم اخلاق را بر شما کامل نمایم.

آیات قرآن به‌طور مکرر، فلسفه و دلیل بعثت انبیاء را تزکیه اخلاق و ترویج اخلاق حسنه ذکر می‌کند. برای مثال در آیه ۲ سوره جمعه می‌فرماید: «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَان كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» یعنی او کسی است که از میان مردم درس نخوانده، رسولی از میان خودشان برانگیخت تا آیاتش را بر آنها بخواند و آنها را تزکیه نماید و به آنها کتاب و حکمت بیاموزد هر چند پیش از آن در گمراهی آشکار بودند. و باز در سوره اعلی می‌فرماید: «قَدْ أَفْلَحَ مَنْ تَزَكَّى» (اعلی ۱۴): به یقین رستگار شد آنکه پاکی پیشه کرد و خود را تزکیه نمود. و یا در آیه ۹ سوره شمس می‌فرماید: «قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّىهَا» (شمس ۹): به درستی که رستگار شد آنکه تزکیه نفس نمود و خود را به اخلاق نیکو آراست.

آیات فوق در واقع یک حقیقت را دنبال می‌کنند و آن اینکه یکی از اصلی‌ترین اهداف بعثت پیامبر اکرم (ﷺ)، تزکیه نفس و پرورش اخلاق حسنه می‌باشد و صلاح و رستگاری نهایی بشر را دستاورد تزکیه و رعایت اصول اخلاقی معرفی می‌نماید. منابع اخلاق اسلامی، قرآن کریم، سنت پیامبر (ﷺ) و ائمه هدی (علیهم‌السلام) می‌باشد. چنانچه در قرآن کریم در مورد اخلاق رسول اکرم (ﷺ) بررسی شود، به آیاتی چون «وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ» (سوره قلم آیه ۴): یعنی پیامبر، به یقین تو بر خلق بس عظیم استوار هستی، بر می‌خوریم. و یا حضرت آیت الله جوادی آملی در تفسیر آیه «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ» (بخشی از آیه ۲۱ سوره احزاب) می‌نویسد: «حضرتش اسوه خوبی برای شماست، این اسوه خلق عظیم است. شما به خلق عظیم اقتدا کنید، راه اقتداء به خلق عظیم آن است که اخلاق او را یکی پس از دیگری در خود احیاء کنید، و این نمی‌شود مگر اینکه انسان خود را در حضور خدای علیم خبیر ببیند. این انسان، خود را در حضور خدا می‌بیند، وظیفه‌ای دارد، مراقبت و تکلیفی دارد به نام محاسبه، که رقیب خود هست و هم حبیب خویش، هم مواظب کارهای خود است و هم حسابرس کارهای خویش، و یک لحظه خود را فراموش نمی‌کند. آن لحظه‌ای که انسان به فکر

کمال خود نیست، خود را فراموش کرده است^۱».

بنابراین آنچه از آموزه‌های اسلامی می‌توان استفاده کرد، اهتمام فوق‌العاده قرآن مجید به مسایل اخلاقی و تهذیب نفس به‌عنوان یک مسئله اساسی و زیربنایی است که دیگر فعالیت‌های انسانی از جمله تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، و مدیریت امور از آن نشأت می‌گیرد و تکامل اخلاقی در فرد و جامعه، مهم‌ترین هدفی است که ادیان آسمانی بر آن تکیه می‌کنند و آن را ریشه‌ی همه اصلاحات اجتماعی و مبارزه با مفاسد و پدیده‌های ناهنجار معرفی می‌نمایند.

دنیای غرب برای غلبه بر چالش رسوایی‌های اخلاقی در محیط کسب و کار (مانند رشوه خواری، رانت خواری، ارتشاء، دزدی و ...) حوزه جدیدی از ادبیات مدیریتی را تدوین نموده است که به «اخلاق کسب و کار»^۲ معروف است. در دروس اخلاق کسب و کار، تلاش می‌شود که آموزش‌های اخلاقی لازم به مدیران و دانشجویان داده شود. تدوین آئین و ضوابط حرفه‌ای و کدهای اخلاقی در سازمان‌ها در بعد فردی، گروهی و سازمانی و فرا ملی و جهانی، از آن جمله است.

در میان متون مختلف «اخلاق کسب و کار»، کتاب پیش رو یکی از متون بسیار کاربردی و عملیاتی در حوزه اخلاق کسب و کار است. نویسنده (دکتر گیلیس) با ذکر نمونه‌های عملی از دوره‌های اخلاقی و مثال‌هایی از شرکت‌های صاحب آوازه در جهان، نشان می‌دهد که چالش‌های اخلاقی محیط کسب و کار از چه نوعی است و چگونه می‌توان از آن پیشگیری کرد. از این جهت، مطالعه آن برای دانشجویان و مدیران ایران اسلامی به‌عنوان یک تجربه بشری، بسیار مفید است. بنابراین به زعم مترجمین، ترجمه آن به زبان فارسی جهت دسترسی آسان‌تر خوانندگان ضروری می‌نمود.

نویسنده کتاب مانند قریب به اتفاق دیگر نویسندگان غربی، یک رویکرد منفعت‌گرا به کاربرد فلسفه اخلاق در کسب و کار دارد. بنابراین نمی‌توان انتظار داشت تا تمامی آموزه‌های یک نگاه تجربه‌گرا با تعالیم الهی به ویژه تعالیم انسان‌ساز اسلام تطابق داشته باشد و حتی شاید گاهی نیز محتمل است که موارد مطرح شده در کتاب تفاوتی عمیق با نگاه اسلامی و قرآنی داشته باشد. ولی آنچه که مترجمین را ترغیب به

۱- جوادی آملی، عبد الله، «اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی»، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۶۴، ص ۳ (مترجمان)

ترجمه کتاب نمود آن است که اولاً در متون دانشگاهی حوزه مدیریت و کسب و کار در کشور ما اساساً در این زمینه کمبود جدی وجود دارد بطوریکه علیرغم آنکه در برخی حوزه‌های آکادمیک از قبیل پزشکی، اخلاق پزشکی به‌عنوان یک دوره درسی متداول قدمت قابل توجهی دارد ولی در سایر حوزه‌های آکادمیک نظیر مدیریت، بازاریابی، اقتصاد، مهندسی و ... مسئله اخلاق و مسئولیت‌های اخلاقی حرفه‌ای در بسیاری از موارد یا مطرح نشده و یا در مواردی نیز به‌طور جزئی به آن پرداخته شده و جایگاه شایسته خود را نیافته است. بنابراین ترجمه این کتاب را می‌توان پیش درآمدی برای طرح مسئله با اهمیت اخلاق حرفه‌ای در حوزه مدیریت و حکمرانی تلقی نمود.

ثانیاً کتاب حاضر حاوی مجموعه وسیعی از تجارب و تحقیقاتی است که دست اندرکاران و محققین غربی حوزه کسب و کار را به این صرافت انداخته است که حتی در چارچوب رویکرد منفعت‌گرای نظام سرمایه‌داری غرب خلاء وجود معنویت و اخلاق یک مسئله اساسی در مدیریت سازمانها و کسب و کارهاست و با وضع قوانین و مقررات و پیش‌بینی مکانیزم‌های ساختاری در صدد چاره‌جویی برای این نقیصه ذاتی نظام‌های غیرارزشی برآمده‌اند. کتاب حاضر در بردارنده مجموعه ارزشمندی از راهکارها و مکانیزم‌های کاربردی ساختاری و سازمانی برای حل مسئله اخلاق در سازمان و کسب و کار است.

بنابراین توصیه‌های مدیریتی و روش‌های کاربردی ارائه شده در این کتاب صرف‌نظر از محتوا و مفروضات اخلاقی، مجموعه‌ای از تکنیک‌های تجربه شده می‌باشد که محققین بنگاه‌های غربی از آنها بهره‌برداری نموده و دستاوردهای مثبتی نیز بدست آورده‌اند. به همین دلیل آشنا نمودن مدیران و دانشجویان با این روشها و تکنیک‌ها برای کسب تجربه از راه پیموده شده نه تنها مفید بلکه ضروری می‌باشد.

مترجمین نیک می‌دانند که نگاه غیرالهی و اثبات‌گرا به اخلاق یک نگاه ابزارزی است، در حالیکه «در تعالیم اسلامی ارزش‌هایی نظیر راستی، امانت، عدالت و ... ارزش‌های ذاتی و در تحلیلی عمیق‌تر، ارزشی ابزاری محسوب می‌شوند. چرا که این ارزش‌ها نیز به رغم آنکه خود ذاتاً ارزشمند هستند در عین حال ابزاری برای رسیدن به فلاح، کمال و رستگاری هستند. نکته‌ای که در رویکرد غربی به اخلاق به علت

چشم‌پوشی از کمال حقیقی انسان مورد غفلت واقع شده است^۱، در دین مبین اسلام به‌عنوان دین کامل الهی اخلاق، به‌عنوان شیوه کنترل رفتار انسانها ریشه در ارزش‌های الهی داشته و معطوف به رستگاری و فلاح دنیوی و اخروی است. بنابراین برخی نظریه‌های اخلاقی ارائه شده در این کتاب را نباید مطلق انگاشت و یا با دید تجویزی به آنها نگریست، بلکه به آنها باید به‌عنوان مرور ادبیات اخلاق در محافل آکادمیک غربی نظر داشت. این مرور برای همه مدیران و دانشجویان مدیریت و کسب و کار ضروری است، کما این که در همه حوزه‌های علمی دیگر نیز گام نخست آموزش و پژوهش، بررسی ادبیات موضوع است.

از سوی دیگر تجارب و مکانیزم‌های پیشنهاد شده در کتاب نیز مجموعه مدل‌ها و فنون و راهکارهای تجربه شده‌ای را ارائه می‌دهد که صرف‌نظر از محتوای ارزشهای اخلاقی هر جامعه، ابزارهای مفیدی برای نهادینه کردن اخلاق و حل مسائل اخلاقی در سازمان و کسب و کار است. بنابراین توجه به آنها می‌تواند راهگشای مدیران برای بومی سازی این راهکارها باشد.

نویسنده، کتاب را در سه بخش جداگانه شامل تعریف اخلاق کسب و کار، کاربرد اخلاق کسب و کار و آینده اخلاق کسب و کار تنظیم کرده است. از ویژگی‌های منحصر به فرد این کتاب، بیان نمونه‌های واقعی از رسوایی‌های اخلاقی و پیامد آنهاست که در شرکت‌های بسیار معروف دنیای غرب رخ داده است. ذکر این‌گونه رسوایی‌های اخلاقی در سطح فردی، مدیریتی و سازمانی و حتی جهانی، برای دانشجویان دنیای کسب و کار و مدیران حرفه‌ای، بسیار آموزنده است. بیان مورد کاوی‌های واقعی در حوزه‌های اخلاق سازمانی، اخلاق تحقیق و توسعه، اخلاق در تولید، اخلاق بازاریابی، اخلاق در منابع انسانی و اخلاق در امور مالی از جذاب‌ترین بخش‌های این کتاب است. همچنین تشریح مسئولیت اجتماعی سازمان، حاکمیت شرکتی، اخلاق و فناوری، اخلاق و جهانی شدن از مباحث نوین اخلاق کسب و کار است که در این کتاب به نحوی کاربردی آمده است. در پایان کتاب، پیوست‌های مربوط به کدهای اخلاقی برای جامعه آمریکایی مهندسی‌ن راه و ساختمان، انجمن بازاریابی آمریکا و حسابداران قسم خورده آمده است که مطالعه آنها خالی از لطف و

درس آموزی نیست.

هدف اصلی مترجمان، تهیه یک متن معتبر از یکی از نویسندگان مشهور و ناشران معتبر، مک گرو هیل^۱، به زبان فارسی برای دانشجویان، اساتید و مدیران دنیای کسب و کار در کشور است. به علاوه، ترجمه این کتاب، ارائه یک نمونه کاربردی از دانش اخلاق در محیط کسب و کار است، که شاید راهنمایی برای نویسندگان کشور عزیزمان باشد که با بهره‌گیری از دین متعالی اسلام، بتوانند مجموعه(هایی) را برای دانشجویان، مدیران و کارکنان محیط حرفه‌ای کسب و کار در کشورهای اسلامی به ویژه ایران اسلامی تدوین کنند.

مطالعه کتاب به کلیه دانشجویان رشته‌های مدیریت، اقتصاد، حسابداری، مالی، مهندسی صنایع، مدیریت اجرایی (MBA) و کلیه مدیران توصیه می‌شود. اگرچه تلاش شده است که در ترجمه کتاب، رعایت امانت و نهایت دقت به عمل آید، ولی بدون تردید این ترجمه از دید تیزبین اندیشمندان و همکاران دانشگاهی، بدون اشکال نخواهد بود. پیشاپیش قدردان بازخورد خوانندگان کتاب برای بهبود آن در چاپ‌های بعدی هستیم. همچنین از کلیه اشخاصی که در بهبود این ترجمه نقش داشته‌اند تقدیر به عمل می‌آید.

«قد افلح من زکّیها و قد خاب من دسیها»

(سوره شمس آیات ۹ و ۱۰)

به یقین هر کس نفس خود را پاک و تزکیه نمود، رستگار شد و آن کس که پلیدش دارد از زیانکاران است.

عادل آذر – خاکباززاده

زمستان ۱۳۹۲

بخش اول:

تعریف اخلاق کسب و کار

این بخش با بررسی این موضوع آغاز می‌شود که چگونه افراد بر اساس استاندارد رفتار «درست» یا «نادرست» زندگی می‌کنند. افراد برای تصمیم‌گیری در مورد «درست» یا «نادرست» و «خوب» یا «بد» بودن فعالیت‌ها، چگونه و از چه منبعی می‌توانند راهنمایی‌هایی را دریافت نمایند؟ زمانی که افراد برای خود مجموعه‌ای شخصی از استانداردهای معنوی یا اصول اخلاقی به وجود می‌آورند، چگونه با دیگر اعضای جامعه به عنوان یک کل، که ممکن است دارای اصول اخلاقی مشابهی با آن‌ها نباشند، در ارتباط و کنش متقابل قرار می‌گیرند؟

با درک اخلاق، می‌توانیم مفهوم اخلاق کسب و کار را مورد بررسی قرار دهیم، هنگامی که کارکنان در ایجاد تعادل بین استانداردهای اخلاقی خود با استانداردهای اخلاقی سازمانی که در آن مشغول به کار هستند، و همچنین ناظر یا مدیری که روزانه از فعالیت‌های خود به او گزارش می‌دهند، با دوراهی مواجه می‌شوند باید چه اقدامی انجام دهند؟ ما در این کتاب این سؤال را مورد بررسی قرار می‌دهیم که آیا جهان کسب و کار باید به عنوان محیطی ساختگی و جایی که قوانین انتخاب شده برای زندگی شخصی در آن کاربردی ندارد، محسوب شود؟



فهم اخلاق

«اخلاق با این موضوع در ارتباط است که هنگامی که هزینه انجام کار درست بیش از میزان مورد انتظار است، چگونه در انجام آن با چالش مواجه می‌شویم.»
مؤسسه اخلاق ژوزفسون^۱

اهداف

پس از مطالعه این فصل، شما قادر خواهید بود:

- ۱- اخلاق را تعریف کنید.
 - ۲- «قانون طلایی^۲» را توضیح دهید.
 - ۳- نسبت‌گرایی اخلاقی^۳ را تعریف کنید.
 - ۴- اخلاق کاربردی^۴ را تعریف کنید.
 - ۵- دوراهی اخلاقی^۵ را تشخیص دهید.
 - ۶- به فرایند بر طرف نمودن یک دوراهی اخلاقی آگاهی یابید.
- واژگان کلیدی: اخلاق کاربردی، فرهنگ، دوراهی اخلاقی، استدلال اخلاقی^۶، اخلاق، قانون طلایی، ارزش ابزاری^۷، ارزش ذاتی^۸، جامعه، اخلاق جهان شمول^۹،

1- Josephson Institute of Ethics
2- Golden Rule
3- Ethical Relativism
4- Applied Ethics
5- Ethical Dilemma
6- Ethical Reasoning
7- Instrumental Value
8- Intrinsic Value
9- Universal Ethics

فایده‌گرایی^۱، نظام ارزشی^۲، اخلاق پرهیزکارانه^۳.

تمرکز موضوع

انجام کار درست^۴

مگان مسئول اجاره واحدهای مجتمع آپارتمانی آکسفورد لیک است. این کار برای مگان بسیار خسته کننده است، او هر روز عصر به دانشکده می‌رود، و از این رو فرصت دارد تا به تکالیف درسی خود نیز برسد. به علاوه، سکونت در این مجتمع آپارتمانی و پرداخت اجاره با قیمتی پایین‌تر، می‌تواند هزینه‌های او را بسیار کاهش دهد. از زمانی که دو مجموعه آپارتمانی دیگر نیز افتتاح شده است، کسب و کار مگان روندی نزولی به خود گرفته و تعداد واحدهای مسکونی خالی آن‌ها افزایش یافته است.

اخیراً، شرکت برای توانمند سازی و رشد خلاقیت در فعالیتهای خود و برای در نظر گرفتن امتیازاتی برای واحدهای اجاره‌ای، یک مدیر منطقه‌ای استخدام کرده است. نام او کیت جونز است و مگان در برخورد اول با او، تصور کرد که می‌تواند با کمک او برای مادر بزرگ خود یک واحد آپارتمان دست و پا کند.

اولین اقدام کیت، برگزاری یک جشن عمومی بود که در آن مقدار زیادی ساندویچ سوسیس و کوکاکولا در اختیار مهمانان قرار گرفته بود و به کودکان نیز بادکنک‌هایی به شکل حیوانات به عنوان هدیه داده می‌شد. کیت و گروه او در روزنامه‌ها و رادیو، آگهی‌هایی در ارتباط با فعالیت خود منتشر نمودند و توانستند تعداد بسیاری از افراد را به خود جذب کنند.

اولین درخواستی که به کیت ارائه شد، مربوط به مایکل و تانیا ویلسون، یک زوج سیاه‌پوست آمریکایی، به همراه پسرشان، تیلور بود. مگان فرم درخواست آن‌ها را تحویل گرفت. آن‌ها زوجی خوب با وضعیت شغلی با ثباتی بودند. درآمدشان بیش از میزان اجاره بهای واحد مسکونی بود و صاحب خانه قبلیشان

-
- 1- Utilitarianism
 - 2- Value System
 - 3- Virtuous Ethics
 - 4- Doing The Right Thing

نیز از آن‌ها راضی بود. مگان به آن‌ها گفت که طبق روال قانونی، در مورد پیشینه‌شان تحقیقاتی صورت می‌گیرد و این اطمینان را به آنان داد که ویژگی‌هایی که ارائه کرده‌اند، «برای اجاره یک واحد آپارتمان، بسیار خوب است».

پس از اینکه آن زوج سیاه‌پوست شرکت را ترک کردند، کیت از مگان پرسید: آن زوج چگونه به نظر می‌رسیدند؟ آیا مسئله خاصی در فرم درخواست آن‌ها وجود دارد؟

مگان پاسخ داد: خیر، هیچ مشکلی وجود ندارد. به نظر من آن‌ها مورد بسیار خوبی هستند.

کیت در پاسخ گفت: در بررسی فرم درخواست آن‌ها عجله نکن. ما برای دریافت فرم درخواست از متقاضیان دیگر فرصت کافی در اختیار داریم و طبق تجربه من، این زوج پس از عقد قرارداد، آن را فسخ می‌کنند و یا بدون اینکه اجاره بهای خود را پرداخت کنند، شهر را ترک خواهند کرد.

۱. اقدام درست در این ارتباط، چیست؟ قانون طلایی که در صفحه ۳۴ مطرح شده است، چگونه با تصمیم مگان منطبق می‌شود؟
۲. شما چگونه این دوراهی اخلاقی را برطرف می‌کنید؟ برای اطلاعات بیشتر، سه فرایند مطرح شده در این رابطه را که در صفحه ۴۳ آورده شده است مطالعه نمایید.
۳. اکنون مگان باید چه اقدامی انجام دهد؟

اخلاق چیست؟

اخلاق، به مطالعه این موضوع می‌پردازد که چگونه افراد با توجه به معیار رفتار درست یا نادرست زندگی می‌کنند، و ما در ارتباط با این دو معیار، چگونه در مورد دیگران فکر یا با آن‌ها رفتار می‌کنیم و می‌خواهیم آن‌ها در ارتباط با ما، چگونه فکر و رفتار کنند. اخلاق برای گروهی از افراد، انتخابی آگاهانه در پیروی از مجموعه استانداردها یا «اصول اخلاقی» است که می‌تواند آن‌ها را در یافتن مسیر زندگی‌شان راهنمایی کند. گروهی دیگر، برای تشخیص استاندارد مورد پذیرش رفتار درست و نادرست یا خوب و بد، در شرایطی که نمی‌توانند انتخاب مشخصی داشته باشند، به رفتار دیگران نگاه می‌کنند. اینکه افراد چگونه به تعریف درست یا نادرست بودن یک رفتار دست می‌یابند،

به عوامل فراوانی مانند چگونگی تربیت و مذهب آن‌ها و همچنین سنن و عقاید جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، بستگی دارد.

فهم درست و نادرست

استانداردهای معنوی^۱ اصولی هستند که مبنای مذهبی، فرهنگی، یا فلسفی دارند و با توجه به آن مبانی، رفتار خوب یا بد مورد قضاوت قرار می‌گیرد. این عقاید از منابع فراوانی ناشی می‌شوند که در ذیل آمده است:

- دوستان
- خانواده
- پیشینه قومی
- مذهب
- مدرسه
- رسانه - تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و اینترنت
- مرییان یا الگوهای فردی نقش

همچنان که اصول معنوی شخصی شما، در طول زندگی شما ساخته می‌شوند، مجموعه‌ای از تأثیرات خود را نیز نشان می‌دهند. تربیت خانوادگی یا آموزش مذهبی سخت‌گیرانه، می‌تواند بر معیارهای اخلاق شخصی شما تأثیر مستقیم داشته باشد. از این رو، این معیارها برای شما یک قطب‌نمای معنوی^۲ (احساسی از رهبری خود) را در اختیار می‌گذارند تا شما را در انتخاب‌هایی که در زندگی خود خواهید داشت، هدایت کنند.

من چگونه باید زندگی کنم؟

شما به همان شیوه‌ای که حروف الفبا را می‌آموزید، نمی‌توانید معیارهای معنوی را فرا بگیرید. همچنان که مثال‌های رفتار مثبت و منفی را از سوی اطرافیان خود - مانند والدین، اعضای خانواده، دوستان، هم‌تایان، و همسایگان - مشاهده می‌کنید، معیارهای رفتار اخلاقی به تدریج بر رفتارتان تأثیر می‌گذارند و شما در نهایت از میان آن‌ها،

1- Moral Standards

2- Moral Compass

معیاری منحصر به فرد برای خود انتخاب خواهید کرد. به عنوان مثال، ممکن است به واسطه آموزش عقاید مذهبی از سوی خانواده خود تحت تأثیر قرار گیرید و این باور در درون شما به وجود آید که رفتار اخلاقی با دیگران، یک نوع عبادت است. این اعتقاد به سادگی می تواند به واسطه ترس از مجازات الهی در زندگی پس از مرگ یا پیش بینی پاداش برای یک زندگی همراه با تقوا به وجود آید.

راه دیگر این است که اخلاق مذهبی را نپذیرید و به جای مفاهیم انتزاعی عمل خوب یا بد که با آموزه های دینی مشخص می شوند، به عنوان یک انسان رفتار اخلاقی خود را بر مبنای تجربه قرار دهید.

زمانی که افراد جامعه معیارهای اخلاقی مشابهی دارند، می توانیم در این حالت از اصطلاح *ارزش ها* یا *نظام ارزشی* استفاده کنیم. اصطلاح *اخلاق* و *ارزش ها* اغلب به معنای مشابهی - یعنی مجموعه ای از اصول شخصی که بر اساس آن ها زندگی می کنید - به کار می روند. زمانی که از آن اصول در قالب یک اصل اخلاقی پیروی می کنید، می توان گفت که در مسیر انتخاب یک **نظام ارزشی** قرار گرفته اید.

ارزش یک ارزش

همان طور که واژه ارزش برای نشان دادن ارزشمندی یک عمل یا پدیده مورد استفاده قرار می گیرد، می توان گفت که ارزش های یک فرد نیز برای او «ارزشمند» محسوب می شوند. این ارزشمندی می تواند به دو شیوه بیان شود:

۱. **ارزش ذاتی** - در جایی که ماهیت یک ارزش ذاتاً پسندیده است و به خاطر این ماهیت پسندیده، بدون توجه به پیامد خوب یا بدی که ممکن است داشته باشد، از آن تبعیت می شود. برای مثال، می توان گفت که شادی، سلامتی و عزت نفس دارای ارزش ذاتی هستند.

۲. **ارزش ابزاری** - در جایی که پیروی از یک ارزش، می تواند راهی برای رسیدن به ارزش دیگری باشد. برای مثال، پول به دلیل ایجاد قدرت برای خرید کالاها، و نه به خاطر ماهیت خودش، دارای ارزش است. همچنان که یک ضرب مثل قدیمی می گوید، «پول نمی تواند شادی بخرد».

تعارض‌های ارزشی^۱

نظام ارزشی یک فرد یا گروه، با توجه به میزان تأثیری که بر زندگی آن‌ها می‌گذارد، مورد توجه قرار می‌گیرد. به هر حال، مهم‌ترین زمان برای آزمون هر یک از نظام‌های ارزشی شخصی، زمانی است که فرد در موقعیتی قرار می‌گیرد که ارزش‌های خود را در تعارض مستقیم با یک عمل مشاهده می‌کند. برای مثال:

۱. دروغ نادرست است – اما اگر برای نجات زندگی یکی از عزیزان خود دروغ بگویید، چه قضاوتی می‌توان در مورد آن داشت؟

۲. دزدی نادرست است – اما اگر غذایی را برای یک کودک گرسنه بدزدید، چگونه می‌توان در مورد آن نظر داد؟

۳. قتل نادرست است – اما اگر برای محافظت از جان خود فردی را به قتل برسانید، در مورد این رفتار چه قضاوتی می‌توان داشت؟

شما چگونه این قبیل تعارض‌ها را رفع می‌کنید؟ آیا در مورد این قواعد، استثنایی هم وجود دارد؟ آیا می‌توانید این اقدامات را با اتکا به شرایط خاص وقوع آن‌ها توجیه کنید؟ آیا باید این موارد را در نظام ارزشی خود استثناء بدانید؟ اگر این‌گونه است، آیا می‌توانید برای هر استثنایی که ممکن است پیش آید، برنامه‌ای طرح کنید؟

این ابهامات، بررسی اصول اخلاقی را بسیار پیچیده ساخته است. ما می‌پذیریم که در تعریف رفتار درست و نادرست، قواعد کاملاً روشنی وجود دارد و در شرایطی که این قواعد مستقیماً زندگی شما را نظارت کنند، می‌توانید به راحتی به زندگی خود ادامه دهید. به هر حال، احتمال رخداد شرایطی وجود دارد که در انطباق با این اصول و قواعد، استثناء باشند. برطرف کردن این شرایط به چگونگی واکنش شما به آنها و همچنین به تصمیمات خاصی بستگی دارد که نسبت به آنها اتخاذ کرده‌اید و به‌واسطه آن تصمیمات نظام ارزشی خود را تعریف می‌کنید.

انجام کار درست

اگر از دوستان یا خانواده خود سؤال کنید که اخلاق برایشان چه معنایی دارد، ممکن است پاسخ آن‌ها در چهار مقوله خاص قرار گیرد:

۱. یک حقیقت ساده – درست یا نادرست و خوب یا بد.

۲. سؤالی در مورد ویژگی شخصی یک فرد - درستکاری او.

۳. قواعد رفتار شایسته فردی.

۴. قواعد رفتار شایسته برای یک اجتماع یا جامعه.

مقوله اول، یعنی یک حقیقت ساده، می‌تواند تحت عنوان انجام کار درست بیان شود، چیزی که بسیاری از مردم آن را درک و از آن حمایت می‌کنند. این سادگی بنیادی است که باعث می‌شود رفتار اخلاقی را بپذیرید و تصور کنید که هر فردی متعهد «به انجام کار درست» است، و خلاف این امر زمانی اتفاق می‌افتد که در برابر رفتاری غیر اخلاقی قرار می‌گیرید و آن موقعیت به شما یادآور می‌شود که افراد دیگر در ارتباط با تفسیری که از «کار درست» دارید، با شما هم عقیده نیستند و اگر هم باشند، ممکن است در تعهدی که نسبت به انجام کار درست در درون خود دارید، با شما در یک سطح قرار نگیرند.

مقوله دوم، یعنی درستکاری، در قالب رفتار شخصی نشان داده می‌شود و به جای اینکه به اخلاق رویکردی درونی داشته باشد، دارای رویکردی بیرونی است. تمام قهرمانان کتاب‌ها، مانند سوپرمن، مرد عنکبوتی، بتمن، زن شگفت‌انگیز و موارد دیگر، نمونه‌ای واقعی از درستکاری را نشان می‌دهند، و به‌عنوان افرادی نشان داده می‌شوند که زندگی‌شان با معیارهای اخلاقی‌ای که به آن‌ها متعهدند، انطباق دارد.

قواعد رفتار شایسته فردی، نشان‌دهنده این است که معیارهای اخلاقی‌ای که برای خودمان به وجود می‌آوریم، زندگی ما را هر روز و در ارتباط با انتخاب رفتار و اتخاذ تصمیمات، تحت تأثیر قرار می‌دهد. قواعد رفتار شایسته در یک جامعه بیان می‌کند که ما باید در نهایت، نظام ارزشی خود را با محیطی که ممکن است نظام‌های ارزشی مشابه و یا بسیار متفاوتی داشته باشد، منطبق سازیم. ایجاد نمونه‌ای کامل از اصول اخلاقی برای یک جامعه، این امکان را به وجود می‌آورد که گروه‌های انسانی، با آگاهی و اعتماد به داشتن یک معیار مشترک با جامعه، در آن زندگی کنند.

هر یک از مقوله‌های مطرح شده، ویژگی متفاوتی از اخلاق را نشان می‌دهد. در یک سطح، بررسی اخلاق برای درک این موضوع است که افراد چگونه