**فصلنامه پژوهش های مدیریت در جهان اسلام**
**شماره مجوز: ۸۵۴۹۵ شماره استاندارد بین المللی: ۶۰۹۴-۲۶۷۶ شماره سوم (تابستان۱۳۹۹)**

# واکاوی و نگرش اسلامی و حرفه ای بر اخلاق مدیران آموزشی در سازمان ها

(تاریخ ارسال ۱۳۹۸/۱۲/۲۵ تاریخ پذیرش ۱۳۹۹/۰۵/۲۰)

**مریم مهیاری**

## چکیده

یکی از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه هاست تا با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در جامعه و حرفه خود، به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم برشغل و حرفه خود را رعایت کنند. با توجه به آثار مثبتی که اخلاق حرفه ای دارد می توان گفت که یکی از مهم ترین عوامل کلیدی موفقیت سازمان ها، اخلاق حرفه ای است. هر قدر اخلاق حرفه ای در سازمان ها از سوی مدیران و کارکنان مورد توجه قرار گیرد، سازمان در نیل به اهداف پیش بینی شده توفیق بیشتری خواهد داشت. این مطلب بخصوص در عصر حاضر که مدیران با ارزشهای بسیار متنوعی در محیط کار سروکار دارند صادق است. اما تاکنون کسانی که به مباحث اخلاق کار پرداخته اند فلاسفه، دانشگاهیان و منتقدان اجتماعی بوده اند و نه مدیران. درنتیجه بسیاری از مطالبی که تا به امروز درباره اخلاق کار نوشته شده مطابق با نیازهای عملی مدیران و رهبران سازمانها نیست. امروزه رعایت اخلاق حرفه ای توسط مدیران به عنوان یکی از مهم ترین متغییر در موفقیت سازمان ها شمرده می شود. در دهه های اخیر مدیران سازمان ها به اهمیت تزریق اخلاق حرفه ای در شریان های حیاتی سازمان ها بیش از پیش پی برده اند و اکنون خوب می دانند که عنصر اخلاق مدیریتی به عنوان یکی از عوامل ثبات سازمان و نیل به اهداف غایی آن است. فلذا به عنوان عنصر مهم و کلیدی از نقش و جایگاه اخلاق حرفه ای مدیران آموزشی در سازمان ها یاد می شود.

**واژگان کلیدی:**اخلاق حرفه ای، مدیر آموزشی، نگرش اسلامی، مدیریت

## بخش اول: کلیات و مفاهیم

### بند اول: اخلاق

در فرهنگ معین (۱۳۷۱)، اخلاق به معنی خلق و خوی‌ها، طبیعت باطنی، سرشت درونی و نیز به عنوان یکی از شعب حکمت عملی خوانده شده و افزوده است: اخلاق دانش بد و نیک و خوی‌ها و تدبیر انسان است برای نفس خود یا یک تن خاص. اخلاق در اصطلاح، تعاریف و کاربردهای مختلفی دارد که توسط دانشمندان حوزه اخلاق ارائه شده است. ابن مسکویه، ترجمه زنجانی (۱۳۷۵)، در تعریف خلق میگوید:«خلق همان حالت نفسانی است که انسان را به انجام کارهایی دعوت می‌کند، بی آن که نیاز به تفکر و اندیشه داشته باشد » همین معنی را فیض کاشانی، (۱۳۸۸) آورده است: بدان که خوی عبارت است از هیئتی استوار با نفس که افعال به آسانی و بدون نیاز به فکر و اندیشه از آن صادر می‌شود. برخی نیز اخلاق را تنها بر فضایل اخلاقی اطلاق می‌کنند و آن را در مقابل ضد اخلاق به کار می‌برند(فرانکینا، ۱۳۷۶). ملاصدرا اخلاقیات را این گونه تعریف می‌کند: اخلاق جمع خلق و به معنای مجموعه ای از صفات راسخ نفسانی تعریف می‌شود و صفات پایداری هستند که سبب می‌شوند تا انسان، کارهای متناسب با این صفات را بدون تفکر و تامل و به راحتی انجام دهد (ریسمانباف، ۱۳۸۸). می‌توان اخلاق را در اصطلاح عالمان دین اسلام، این گونه جمع‌بندی کرد که «اخلاق کیفیتی برای نفس آدمی است که رفتارهایی متناسب با آن از انسان بروز می‌کند» یعنی اگر کیفیت نفس خوب باشد، کارهای خوب و اگر بد باشد کارهای بد صورت می‌گیرد؛ پس اخلاق به اخلاق حسنه و خوب و اخلاق رذیله و بد تقسیم می‌گردد. این کیفیت نفسانی ممکن است به صورت غیر راسخ و یا به شکل ملکه در آید (مصباح، ۱۳۸۸).

### بند دوم: تفاوت علم اخلاق از دیدگاه اندیشمندان اسلامی و غربی

عالمان اسلامی و غربی تعریف‌هایی برای علم اخلاق ارائه کرده‌اند که به بعضی از آن‌ها اشاره می کنیم: خواجه نصیرالدین طوسی (۱۳۶۰)، علم اخلاق را علم چگونگی اکتساب

اخلاق نیکو دانسته است که براساس آن افعال و احوال شخص نیکو می‌شود.برخی نیز آن را علم چگونه زیستن خوانده اند(مطهری، ۱۳۸۶). با توجه به کتابهای اخلاقی چون جامع السعادات و معراج السعاده، می‌توان گفت که علم اخلاق از دیدگاه عالمان مسلمان علمی است که از انواع صفات خوب و بد بحث کرده، آن‌ها را مورد شناسایی و تعریف و تبیین قرار داده، کیفیت اکتساب صفات خوب و فضایل را و نیز چگونگی زدودن صفات رذیله را بیان کرده است (مجتبوی، ۱۳۸۸). در میان عالمان مغرب زمین برخی علم اخلاق را به رفتار آدمی(نه به صفات و ملکات و سجایای انسانی) مربوط می دانند؛ مثلاً ژکس (۱۳۶۲)، می‌گوید: علم اخلاق عبارت است از تحقیق در رفتار آدمی بدان گونه که باید باشد. فیشر(۲۰۰۷) معتقد است واژه اخلاق با استانداردهای مربوط به درست و غلط بودن رفتارها سر و کار دارد.به طورکلی واژه علم اخلاق، در تفکر غرب، به سه معنای جدای از یکدیگر، اما هماهنگ و مربوط به رفتار انسان، به کار می رود: الف- روش عام، یا راه زیستن. ب-مجموع قواعد رفتار یا قانونهای اخلاق. ج-تحقیق در مورد راه‌های زیستن و قواعد رفتار (صانعی دره بیدی، ۱۳۷۸). خلاصه آنکه، تفاوت آنچه در تعریف علم اخلاق علمای اسلامی ذکر کرده‌اند، با آنچه در منابع غربی آمده، در این است که دانشمندان اسلامی، بیشتر به تعدیل غرایز و تهذیب نفس و خوی‌ها توجه دارند و دانشمندان غربی، بیشتر به رفتار و منافع آدمی نظر دارند که برخاسته از خوی های اوست.

**بند سوم: بررسی و شناخت اجمالی اقسام اخلاق**

اخلاق را می‌توان براساس حوزه‌های مختلف پژوهشی به سه دسته اخلاق توصیفی، اخلاق هنجاری و فرا اخلاق تقسیم کرد که به اجمال مورد بررسی قرار می‌گیرد:

**۱. اخلاق توصیفی**

در این حوزه، اخلاقیات افرد، جوامع، ادیان و مکاتب خاص تنها توصیف و گزارش می‌شود. اخلاق توصیفی چیزی است که جامعه شناسان، روان شناسان، مورخان و انسان شناسان به آن می پردازند، در این جا تنها به گزارش، توصیف و تبیین پرداخته می‌شود و از هر گونه توصیه یا امر و نهی پرهیز می‌گردد. در اخلاق توصیفی به اخلاق ملت‌ها و اقوام مختلف

توجه می‌شود و مسایل و نظام‌های پذیرفته شده از سوی آن‌ها، توصیف و تبیین می‌گردد(غرویان، ۱۳۸۶).

## ۲. اخلاق هنجاری

در اخلاق هنجاری، از قواعدی کلی بحث می‌شود که راهنمای ما در تشخیص تکالیف اخلاقی هستند. در اخلاق هنجاری ما می خواهیم با بحث عقلی به قواعد کلی دست یابیم که به کار گرفتن آنها، تکلیف عملی ما را در موقعیت‌های مختلف روشن می‌کند. اخلاق هنجاری را به سه دسته کلی تقسیم کرده‌اند:

الف- نظریه‌های غایت انگارانه

ب-نظریه‌های وظیفه‌گرایانه

ج-نظریه فضلیت‌گرا (ویلیامز، ۱۳۸۳).

## ۳. فرا اخلاق

فرا اخلاق گاهی به اخلاق نظری، اخلاق فلسفی یا منطق اخلاق و گاهی نیز به فلسفه اخلاق (به معنای خاص) اطلاق می‌شود. در این علم، از معنی و مفاد گزاره‌های اخلاقی و اجزای آن بحث می‌شود و به تحلیل گزاره‌های اخلاقی پرداخته می‌شود. فرا اخلاق به سوالات منطقی، معرفت شناختی و یا معنا شناختی پاسخ می دهد. شاید مهم‌ترین مساله فرا اخلاق مساله بیان و توجیه داوری‌های اخلاقی باشد یعنی پاسخ به پرسشهایی از قبیل اینکه «چرا من باید عادل باشم؟»، «مبنای این الزام چیست؟»، «چه توجیهی برای پذیرش آن می‌توان ارائه کرد»(فرانکینا، ۱۳۷۶). فیلسوفان تحلیل زبانی در بحث‌های فرا اخلاقی خود بیش از هر چیز به مباحث معناشناختی داوری‌های اخلاقی می پردازند، زیرا گمان می‌کنند مسائل فلسفی به طور عام و مسائل فلسفه اخلاق به طور خاص، تنها از طریق تحلیل زبان و آشکار کردن واژه‌ها و جملات پاسخ می یابند(جوادی، ۱۳۷۵).

## بخش دوم: حیطه‌های علم اخلاق در مطالعات مدیریت و سازمان

درباره‌ی حیطه‌های علم اخلاق که با دانش مدیریت و زیرمجموعه‌های آن ارتباط دارند، با توجه به هر حیطه، با تعاریف متفاوتی مواجه هستیم:

### بند اول: اخلاق شغلی(اخلاق کار)

مراد از اخلاق شغلی[۱]، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. اخلاق شغلی از طرفی مانند اخلاق فردی بر مسئولیت افراد به عنوان شخص حقیقی تأکید دارد، از سوی دیگر، برخلاف اخلاق فردی، عنوان برخاسته از شغل را نیز در مسئولیت‌های اخلاقی لحاظ می‌کند (قراملکی، ۱۳۸۳). به بیان دیگر، اخلاق کار عبارتست از مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی سخت کوشی و صداقت در کارها و هم‌چنین عبارتست از: فایده اخلاقی و قابلیت تعالی شخصیت در کار؛ اخلاق کاری شامل قابل اعتماد بودن، با انگیزه بودن و داشتن مهارت‌های اجتماعی نیز می‌گردد (راجرز، ۱۹۷۸). در برخی از تعریف‌ها، مسئله ی وابستگی اخلاق کار به محیط کاری و شغلی عنوان شده و اخلاق کار به شناخت درست از نادرست در محیط کار و آنگاه انجام درست و ترک نادرست، تعریف شده است (سلطانی، ۱۳۸۲).

### بند دوم: اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای[۲] به مسایل اخلاقی که در حرفه‌های مختلف به وجود می آید، می‌پردازد و هم‌چنین به این مسئله که استفاده از این دانش هنگام ارائه خدمت به اجتماع، چگونه باید مدیریت شود. برخی دیگر از نویسندگان، اخلاق حرفه‌ای را به شیوه‌های متداول در میان اهل یک حرفه تعریف می‌کنند و می گویند؛ اخلاق حرفه‌ای کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای است یا اخلاق حرفه‌ای رشته ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می دهد(قراملکی، ۱۳۸۳). در فرهنگ علوم رفتاری، اخلاق حرفه‌ای، رشته‌ای از دانش اخلاق تعریف شده است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می‌دهد

---

۱- Work ethics

۲- Professional ethics

(شعاری نژاد، ۱۳۷۵). اخلاق حرفه‌ای عبارت است از:«مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده که از سوی سازمان‌ها یا مجامع حرفه‌ای مقرر می‌شود تا مطلوب‌ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد. این اخلاق در برگیرنده‌ی مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف، رفتار و سلوک و دستورهایی برای اجرای آن‌هامی‌باشد» (آزاد، ۱۳۸۱). در تعریفی دیگر «اخلاق حرفه‌ای مربوط به رفتار، ادب و عمل شخص هنگام انجام کار حرفه‌ای است. این کار می‌تواند مشاوره، تحقیقات، تدریس یا نویسندگی باشد».ریبولد و همکاران(۲۰۰۸) در تحقیقی به اخلاق حرفه‌ای و ارزش آن پرداخته اند. آن‌ها معتقدند قوانین و استانداردهای اخلاقی، رفتار را با دلایل آشکار به سوی رفتار درست هدایت می کنند. بنابراین اخلاق حرفه‌ای، آیینی برای حفظ تشخص حرفه‌ای و رفتار در محل کار است (شالبافیان، ۱۳۸۸).در نتیجه گیری از تعریف اخلاق حرفه‌ای می‌توان عنوان کرد که: اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌ها و رویکردهای سازمان، مشاغل و افراد را در حوزه حرفه مورد نظر تبیین می‌کند و در جهت رفع مشکلات اخلاقی چه در سازمان و حرفه و چه در روابط بین فردی محیط کار نقش مؤثری دارد (رضایی حاجی کندی، ۱۳۸۹). درمقایسه می توان گفت اخلاق کار تأکید خود را بر محیط کار قرار می‌دهد و اخلاق برآمده از این محیط را جست و جو می‌کند، بدون اینکه نظر مستقیمی به شغل و حرفه‌ای که در آن محیط مورد عمل است، داشته باشد؛ در حالی که، اخلاق حرفه‌ای صرفاً به پیشه و حرفه مربوط می‌گردد و نظر مستقیم و تأکید بر محیط پیاده سازی آن(محیط کاری) ندارد. به بیان دیگر، اخلاق کار به ظرف کار پرداخته و مسایل آن را بیان می‌کند، در حالی که اخلاق حرفه‌ای به مظروف و مسایل آن می پردازد. البته باید توجه داشت که طرح مساله ی اخلاق حرفه‌ای در زمانی صورت می‌گیرد که پیشه‌ها صورت تخصصی به خود گرفته اند و کاملاً از یکدیگر متمایز شده اند، لذا می‌توان اخلاق حرفه‌ای را نسخه پیشرفته و به روز شده اخلاق شغلی به شمار آورد؛ چنانچه مباحثی از قبیل کدهای اخلاقی و تدوین منشور اخلاقی سازمان و... مسایلی هستند که در اخلاق حرفه‌ای مطرح می‌شوند و موجودیت یافته اند. ذکر این نکته خالی از فایده نیست که برخی از متاخران سعی کرده‌اند، اخلاق حرفه‌ای را به گونه ای تعریف کنند که شامل اخلاق مدیریت گردد؛ اگرچه این

تعریف طرفداران زیادی ندارد، ولی مباحث اخلاق حرفه‌ای با مسایل اخلاق سازمان و مدیریت بسیار ممزوج گردیده اند. با بیان منطقی، اخلاق شغلی و اخلاق حرفه‌ای به منزله یک صنف از نوع علم اخلاق محسوب می‌شوند که گزاره‌های علم اخلاق را در مشاغل و حرفه‌های مختلف بازیابی می‌کنند، با این تفاوت که اخلاق حرفه‌ای نسخه ی روزآمد اخلاق شغلی است (حسین زاده وعابدی جعفری، ۱۳۸۶).

**بند سوم: اخلاق سازمانی**

اخلاق سازمانی[۱]، عبارتست از این مسئله که چگونه یک سازمان به محرک‌های درونی و بیرونی به صورت اخلاقی پاسخ می‌دهد؛ اخلاق سازمانی نه رفتار سازمانی است و نه تنها شامل اخلاق کسب و کار، بلکه بیانگر ارزش‌هایی است که یک سازمان برای کارمندان و یا دیگر موجودیت[۲]های آن بدون توجه به قوانین در نظر می‌گیرد. اخلاق سازمانی از مسایلی چون ویژگی‌های اخلاقی سازمان مطلوب، ارزیابی اخلاقی سازمان و معیارها و روش‌های ساختن عادات اخلاقی برای کارکنان، توسعه محیط اخلاقی در سازمان و حفظ آن سخن به میان می آورد(دانیل، ۲۰۰۴). با این تعریف از اخلاق سازمانی در می‌یابیم که اخلاق سازمانی فراتر از اخلاق حرفه‌ای بوده و با نگاه سیستمی به سازمان به دنبال ساختن زیرسیستم‌های اخلاقی در بخش‌های مختلف سازمان و حفظ و نگهداری آن می‌باشد؛ در حالی که، اخلاق حرفه‌ای مواد این سیستم(کدهای اخلاقی) را فراهم می‌کند. از این رو، در توصیف ویژگی‌های یک سازمان اخلاقی گفته می‌شود که یک سازمان برای اخلاقی بودن باید حداقل چهار ویژگی زیر را داشته باشد:

۱. استانداردها و کدهای مکتوب اخلاقی؛

۲. آموزش اخلاقیات به مدیران اجرایی، مدیران عالی و کارکنان؛

۳. دسترسی به ناصحان در موقعیت‌های اخلاقی؛

---

۱- Organizational ethics

۲- Organizational entities

۴. وجود سیستم‌های قابل اتکا برای گزارش دهی (کلارک، ۲۰۰۳).

یعنی غیر از استانداردها و کدها، برنامه‌های آموزشی، ساز و کارهای حفظ و نگهداری، سیستم‌های گزارش دهی و کنترل را نیز لازم دارد. انتقال دانش اخلاق سازمانی به زیرسیستم‌های سازمان باعث توسعه ی این دانش در زیرسیستم‌های سازمانی گردیده است. اخلاق بازاریابی، اخلاق مدیریت منابع انسانی، اخلاق حسابداری و... نمونه‌های بارز این امر هستند. از سوی دیگر، با تقسیم‌بندی انواع سازمان‌ها به انتفاعی و غیرانتفاعی، دولتی و خصوصی و... دانش اخلاق سازمانی توسعه یافته است. اخلاق در مدیریت بخش عمومی، اخلاق برای سازمان‌های غیرانتفاعی و عناوینی از این قبیل، نشانگر این مطلب هستند.

**بند چهارم: اخلاق کسب و کار**

اخلاق کسب و کار[۱] به دو معنا استعمال شده است. در معنای اول به عنوان قواعد اخلاقی کسب و کار شناخته می‌شود. در این برداشت مردمی اخلاق کسب و کار به سادگی برابر است با به کارگیری روزه مره آیین‌ها یا هنجارهای اخلاقی در کسب و کار؛ برداشت دیگر از اخلاق کسب و کار، خواستار گسترش اخلاق با ساختار سازمانی شرکت‌ها از طریق کدهای اخلاقی، ممیزان اخلاقی، کمیته اخلاقی و آموزش اخلاقی می‌باشد(نهاوندیان، ۱۳۸۵). به بیان دقیق‌تر، کسب و کار یا کار پیشه[۲]گاهی معادل سازمان فرض می‌شود، لذا اخلاق کسب و کار نیز هم ارز و مترادف اخلاق سازمانی معنی می‌شود؛ در این اصطلاح، بخش‌های فرعی که در اخلاق سازمانی ذکر گردید، به عنوان زیرمجموعه‌های اخلاق کسب و کار در نظر گرفته می‌شوند. ذکر این نکته خالی از فایده نیست که سازمان در این تلقی فقط سازمانی را در بر می‌گیرد که در فضای بازار فروش و عرضه‌ی کالاها و خدمت به رقابت می پردازد؛ نه انواع دیگر سازمان‌ها را و گاهی نیز در معنی دوم که عام تر است، کسب و کار معادل تجارت در نظر گرفته می‌شود؛ لذا اخلاق کسب و کار معادل اخلاق تجارت می‌باشد و قواعد اخلاقی مبادلات تجاری را انجام می دهند، که در این معنا با اخلاق در علم اقتصاد هم خانواده

---

۱- Business ethics

۲- Business

گشته و مسایل مشابهی را بررسی می‌کند. به بیان منطقی، اخلاق کسب و کار در تعریف اول با اخلاق تجارت مساوی است که یک صنف از علم اخلاق می‌باشد و در تعریف دوم، دقیقاً مساوی اخلاق سازمانی است و هرچه درباره اخلاق سازمانی عنوان گردید، درباره آن هم صادق است(حسین زاده، ۱۳۸۶).

**بند پنجم: اخلاق مدیریت**

اخلاق مدیریت[۱] حد واسطی بین اخلاق حرفه‌ای و اخلاق سازمانی است؛ بدین معنی که پاره ای از صاحب نظران این عرصه به واسطه شمول گزاره‌های مدیریت به همه سازمان‌ها بر نقش‌های محوری مدیریت (مثل برنامه‌ریزی، سازمان دهی، کنترل، کارمندیابی و هماهنگی) پای فشرده و مسایل اخلاقی که در رابطه با ایفای این نقش‌ها پیش می آید، را در نظر گرفته‌اند و مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی(با نظر به این مساله که تصمیم گیری جوهره مدیریت است) را بررسی کرده‌اند. در حالی که پاره‌ای دیگر از صاحب‌نظران بر صفات یک مدیر(بدون نظر به نقش‌های سازمانی و به عنوان یک حرفه) پرداخته اند و اخلاق مدیریت را از این منظر نگریسته‌اند(واثقی، ۱۳۷۳)

**بخش سوم: نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در سازمان و مدیریت**

اخلاق از طریق اصول اخلاقی در سازمان جاری می‌شود. این اصول راهنماهایی‌اند که تصمیم گیری در سازمان بر آنها استوار می‌شود. سازمان‌ها اصولاً براساس ارزش‌ها و اصول خود و با در نظر گرفتن عوامل بیرونی و مقتضیات درونی سازمان خود تصمیمات خود به خصوص تصمیمات راهبردی را اتخاذ می‌نمایند (رحمان‌سرشت، ۱۳۸۴). سازمان می‌تواند بر رفتار اخلاقی اعضای خود اثر بگذارد و یکی از منابع کلیدی اثر سازمانی درجه تعهد رهبر سازمان به رفتار اخلاقی است. قرآن در مورد رهبر اسلامی خود می فرماید:«و انک لعلی خلق عظیم» و تو دارای خلق عظیم هستی (ونوس و خانی‌جزنی، ۱۳۸۰). مطالعات اذعان دارند که «توسعه کسب و کارها از طریق نوآوری در سازمان‌ها بیش از هر چیز مرهون

۱- Management ethics

رعایت اصول اخلاقی توسط مدیران نسبت به کارکنان است.» (بروکنر، ۱۳۸۳). سازمان‌های متعالی، به عنوان سازمان‌هایی مسئول با ایجاد شفافیت و پاسخگویی مناسب به ذی نفعانشان در قبال عملکرد خود، رویکردهایی اخلاقی اتخاذ می‌کنند. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان غیرقابل انکار است و دوری از آن بنگاه‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد. دست یابی به اخلاق حرفه‌ای موجب مزیت استراتژیک می‌گردد (قراملکی، ۱۳۸۲). جان ایکرز رئیس سابق هیئت مدیره IBM اعتقاد دارد پایبندی به اخلاق، تعلق و احساس مطلوبی را در کسب و کار در مدیران ایجاد می نماید. شرکت‌ها بدون تعهد و پایبندی به اخلاق در کسب و کار نمی‌توانند رقابتی عمل نمایند. وی می گوید در اصل اخلاق و رقابت غیرقابل تفکیک هستند. بدون یکی، دیگری بی معنا است. لذا چنانچه در جامعه رفتارهای غیراخلاقی مانند دزدی از یکدیگر، عدم اعتماد، توسل به زور برای پایبند کردن مردم به صداقت و راستی رواج یابد، رقابت مفهوم خود را از دست می دهد. فاسد بودن اعضای جامعه، موجب عدم کارایی، ضایع شدن منابع و از همه مهم‌تر زائل شدن اعتماد و فرصت‌هاست. برعکس پایبندی هر چه بیشتر به اصول اخلاقی، برخورداری از قدرت اقتصادی، توان رقابت در محیط سالم را افزایش می دهد (ایکرز، ۲۰۰۳)

## بخش چهارم: تحویلی نگری در اخلاق حرفه‌ای

تحویلی‌نگری، تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای از موانع عمده رشد اخلاقی در سازمان‌هاست (فراملکی، ۱۳۸۶). تحویلی نگری در اخلاق حرفه‌ای ابعاد زیانباری دارد از جمله:

۱- تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات و آئین نامه‌ها: اخلاق، روح قانون است و ضمانت اجرایی آن، بدون قوانین و مقررات است. اخلاق دامنه‌ای بسیار فراگیرتر از قانون دارد و تعهدات اخلاقی در سطح ژرفتری از مناسبات حرفه‌ای موثر است.

۲- تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: اخلاق حرفه‌ای بسی فربه تر از مسئولیت‌های حرفه‌ای فرد است. در مواضع فراوانی بسنده کردن به شرح وظایف

مواجهه حداقلی است و مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بیشتر و در مواردی همراه با فداکاری برمی‌انگیزد.

۳- تحویل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: هنجارها، جهان شمول نیستند و می‌توانند اخلاقی و ضداخلاقی باشند.

۴- تحویل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی: رهیافت استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای بر آن است که اخلاقی ماندن منابع انسانی در سازمان غیراخلاقی یا محال است یا بسی دشوار.

۵- تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی: منشور همان گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذینفع در محیط آن است و با بیانیه‌های متضمن اصول عام اخلاقی متفاوت است.

۶- تحویل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها: عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقش عمده‌ای دارد اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد در حالی که منشور اخلاقی جهت گیری سازمانی دارد و بسیار پیچیده تر از عهدنامه اخلاقی است (سیاری، ۱۳۸۶).

## بخش پنجم: ضرورت اخلاق حرفه‌ای برای مدیران

خطرناک‌ترین رویداد انسانی انحطاط اخلاقی و شکسته شدن مرزهای اخلاقی است که در این صورت هیچ چیز به سلامت نخواهد ماند و انسانیت انسان فرو می‌ریزد؛ این امر در امور اداری از جایگاهی خطیر و ویژه برخوردار است، زیرا وقتی انسان از محدوده فردی خارج می‌شود و در پیوند با دیگر انسان‌ها قرار می‌گیرد واین پیوند صورتی اداری می‌یابد، اگر اخلاق نیک حاکم بر روابط انسانی نباشد، فاجعه چندین برابر می‌شود. مدیران مسئول اوضاع اخلاقی، فرهنگی و معنوی سازمان نیز می‌باشند.تکیه بر مدیریت اخلاقی در مدیریت راهبردی منابع انسانی جایگاهی بسیار مهم و با اهمیت در موفقیت سازمان دارد. از آنجا که انتصاب صحیح در گرو انتخاب درست است مدیران ارشد باید در تصدی پست مدیریت به

آداب و اخلاق شایسته ملتزم، ودرزندگی فردی و شغلی اخلاق ورزباشند. (قراملکی، ۱۳۸۵).در منظر امیرمومنان علی (ع) آن چه مایه برتری آدمیان و سبب والایی شأن ایشان است، کرامت‌های اخلاقی است و این کرامت‌ها در اداره امور نقشی اساسی دارد. روایت شده که آن حضرت فرمود: «عَلَیکُم بِمَکَارِمِ الأَخلَاقِ فَإِنَّهَا رَفعَةٌ»[۱] برشما باد به مکارم اخلاق که آن سبب والایی است. البته هر چه مراتب اشخاص در امور اداری بالاتر برود و حیطه مسئولیت آنان گسترده شود، اخلاق اداری و کمالات انسانی در آنان باید والاتر و برتر باشد، زیرا اخلاق و رفتار مسئولان و کارگزاران اصلی و مدیران ارشد به شدت بر دیگران تاثیرگذار است.کسانی که در مراتب و مسئولیت‌های بالاتر قرار دارند، بیش از دیگران به پایبندی اصول اخلاقی نیازمندترند و با زیر پا گذاشتن اخلاق از جانب آنان دین و دنیای مردمان به تباهی کشیده می‌شود و البته پایبندی آنان به اخلاق زمینه‌ای مناسب برای دیگران در اتصاف به کمالات اخلاقی فراهم می‌سازد، به بیان پیشوای پایبندان به اصول اخلاقی علی(ع):"زمامدار همچون رودخانه پهناوری است که رودهایی کوچک از آن جاری می‌شود؛ پس اگر آب آن رودخانه پهناور، گوارا باشد، آب درون رودهای کوچک گوارا خواهد بود، و اگر شور باشد، آب درون آن‌ها نیز شور خواهد بود."[۲]براساس چنین نگرشی، مسئولیت حراست حریم‌های اخلاقی در امور اداری بیش از هر کس بر زمامداران و مدیران ارشد است؛ و امیرمومنان علی (ع) فرموده است:

«مَن نَصَبَ نَفسَهُ للناس إِمَامًا فَلیَبدَأ بِتَعلِیمِ نَفسِهِ قَبلَ تَعلِیمِ غَیرِهِ، وَلیَکُن تَأدِیبُهُ بِسِیرَتِهِ قَبلَ تأدِیبِهِ بِلِسَانِهِ؛ وَ مُعَلِّمُ نَفسِهِ وَ مُؤَدِّبُهَا أحَقُّ بِالإِجلَالِ مِن مُعَلِّمِ النّاس وَ مُؤَدِّبِهِم.»

آن که خود را پیشوای مردم سازد، پیش از تعلیم دیگری باید به ادب کردن خویش بپردازد، و پیش از آن که به گفتار تعلیم فرماید، باید به کردار ادب نماید؛ و آن که خود را

---

۱- بحارالانوار، ج ۷۸، ص ۵۳

۲- شرح ابن ابی‌الحدید، ج ۲، ص ۲۷۹

تعلیم دهد و ادب اندوزد، شایسته‌تر به تعظیم است از آن که دیگری را تعلیم دهد و ادب آموزد[۱].

بنابراین در تحقق اخلاق اداری در هر مجموعه ای، بیش از هر کس باید بر اخلاق مدیران ارشد تأکید شود؛ و مدیران ارشد پیش از آن که از دیگران انتظار رفتار و سلوک مبتنی بر اخلاق اداری داشته باشند، خود باید جلوه گر چنین امری باشند؛ و نیز پیش از آن که با زبان و فرمان، خواهان اخلاق اداری باشند، به کردار و رفتار خود چنین امری را سامان دهنده باشند(دلشاد تهرانی، ۱۳۸۹).

امروزه در زمینه اخلاق در مدیریت دیدگاههای متفاوتی وجود دارد. این اهمیت ناشی از تولد نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰ می‌باشد که در پی آن توقعات مردم از شرکت‌ها بالا رفت و این انتظار در بین مردم ایجاد شد که شرکت‌ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی مانند فقر، بهداشت، تساوی حقوق و خشونت استفاده کنند (عطاریان، ۱۳۸۶). عوامل مختلفی چون رقابت بین سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، فشار برای موفق بودن و کمبود آمادگی برای تصمیم‌گیری اخلاقی باعث شده است که انگیزه برای تصمیم‌گیری غیراخلاقی افزایش پیدا کند در حالی که رهبری اخلاقی باعث پاسخگویی مدیر و سازمان به مشتری‌ها و موفق بودن در رقابت و موفقیت سازمان می‌شود (وینستون، ۲۰۰۷). اعمال مدیران نشأت گرفته از اعتقادات و اعمالی است که ترکیبی از اهداف کاری و اخلاق حرفه‌ای است. براین اساس اخلاقیات به عنوان سیستمی‌از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود و با اتکا به این اصول مدیران می‌توانند تشخیص دهند چه چیزی خوب و چه چیزی بد است (صمدی و مهدی خو، ۱۳۸۸).

در مدیریت قابل قبول از نظر اسلام تنها هماهنگی نیروها و امکانات جهت تحقق اهداف سازمانی و ایجاد حداکثر کارایی در محیط سازمانی کافی نیست، بلکه مدیر علاوه بر هماهنگی فعالیت‌ها باید زمینه ساز رشد و تعالی افراد در سازمان(بعد معنوی و مادی) باشد.

---

۱- نهج‌البلاغه، حکمت ۷۳

در ارتباط با چنین طرز تلقی از مدیریت افرادی که عهده دار چنین وظایف و مسئولیت‌هایی می‌شوند باید ویژگی‌هایی داشته باشند از جمله:

۱- ایمان به خداوند متعال

۲- اعتقاد و تعهد در کار

۳- تخصص و مهارت

۴- انعطاف پذیری و پرهیز از خودمحوری

۵- تقوی و اخلاص

۶- عفو و اغماض و بخشندگی

۷- قدرت تفکر و ابتکار

۸- خوش رفتاری و صبر و شکیبایی

۹- سعی و جهد

۱۰- صداقت

۱۱- متعادل بودن (تعادل اخلاقی)

۱۲- وفای به عهد و پیمان‌ها(مجرب و معتمدی، ۲۰۰۵)

**بخش ششم: ضرورت اخلاق برای مدیران آموزشی**

مدیران آموزشی علاوه بر اینکه مسئولیت مهارت‌های تحصیلی دانشجویان را بر عهده دارند در قبال آموزش اخلاقی آنها نیز مسئول هستند (استریک، ۱۹۸۸). مدیران آموزشی در واقع مدیران اجتماع هستند و باید بیشتر از دیگران به استانداردهای سطح بالا و رفتار اخلاقی پایبند باشند. مدیران آموزشی باید به رفتار مبتنی بر اخلاق و تصمیم‌گیرهای مبتنی بر اصول اخلاقی پایبند باشند و استانداردهای صداقت، احترام، مسئولیت، اعتماد و مراقبت را به طور مداوم برای دانشجویان، استادان، کارکنان و جامعه بزرگتر الگودهی

کنند(گرین فیلد، ۲۰۰۴) . مدیر یک مؤسسه آموزشی که نسبت به رفتارهای ارتباطی درون شخصی و بین شخصی مسئولیت اخلاقی نداشته باشد و به لحاظ اخلاقی خود را مکلف به ترک رفتارهایی که از نظر قانونی منافی با حقوق و اخلاق حسنه نبوده و قابل پیگرد قانونی نیست، اما محکمه وجدان آن رفتار را جزء فهرست الزامات نبایدها قرار می‌دهد، نکند، نمی‌تواند حافظ ارزش‌های انسانی و اخلاقی در محیط سازمان باشد با انتصاب مدیران فاقد مسئولیت در سازمان‌ها، تربیت انسان‌های به دور از فضیلت در چنین محیطی انتظاریست صحیح. به تعبیر ال‌ایکاف، از آنجا که هدف درست راه درست می‌طلبد، تمسک به راه‌های نادرست جهت نیل به اهداف صحیح، نادرست است (ایکاف، ۱۳۸۲). مدارس در ایجاد رشد رفتاری و اخلاقی افراد و آموزش خودکنترلی به آن‌ها نقش اساسی دارند (شاپیرو، ۲۰۰۹). از مدیران آموزش انتظار می‌رود به دلیل مسئولیت خطیری که سازمان‌های آموزشی بر دوش آنها نهاده‌اند افرادی اخلاق‌مدار باشند . آنها اقتدار و اختیار اتخاذ تصمیماتی را دارند که برزندگی جوانان و اعتماد عامه به مدیران اثر گذارند. علاوه بر مسئولیت رفتاری به شیوه‌ای اخلاق مدار، مدیران آموزشی وظیفه دارند طوری بر همکاران و عامه مردم اثر بگذارند که به درستی و امانتداری آنها باور داشته باشند (واکین، ۱۹۹۸). زمانی که مدیران آموزشی به طور غیراخلاقی رفتار کنند، به اعتمادی که مردم در جهت پرورش نسل جوان به آنها دارند، لطمه می‌زنند (هاکلی، ۱۹۹۸). بنابراین، اخلاق مداری مدیران آموزشی به اندازه کارآمدی عملی آنها در تعیین صلاحیتشان نقش ایفا می‌کند (استریک، ۲۰۰۶). شورای اسلامی‌شدن مراکز آموزشی براساس مصوبه جلسه ۴۵۹ مورخ ۷۹/۲/۲۴ شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست‌های راهبردی اسلامی‌شدن مراکز آموزشی را ذیل شش مولفه تصویب نموده است که مولفه ششم به مدیریت با زیر مولفه‌های زیر اختصاص دارد:

۱- توجه و تأکید بر تقویت ارزش‌های اسلامی و انقلابی، تعهد اجتماعی، زمان شناسی، قانونمندی، تفاهم و احتراز از خودمحوری در طراحی و هدایت نظام مدیریتی

۲- اعتماد به مدیران و ایجاد زمینه‌های ضروری استقلال عمل در حوزه‌های مدیریتی برای افزایش توان رقابت سالم و رشد و پیشرفت

۳- تربیت و انتخاب مدیرانی متعهد و متخصص با تاکید بر شایسته سالاری

۴- تشویق مدیران، استادان، دانشجویان و کارمندان شایسته براساس شاخصه‌های مدیریت در نظام اسلامی.

۵- تقویت زمینه‌های نظری و عملی برای اصلاح مداوم روش‌های مدیریتی و افزایش کارآمدی آنها به منظور تحقق ارزش‌های اسلامی و معیارهای انقلابی

۶- نظارت و ارزیابی هدفمند و مستمر به منظور تقویت ابعاد علمی و اسلامی مدیریت مراکز آموزشی و علمی، هم‌چنین رعایت اصول و ارزش‌های اسلامی در سیاست‌های مربوط به مولفه‌های مختلف نتایجی را به بار می‌آورد که از جمله شاخص‌های آن می‌توان اعتلای روح معنویت و مکارم و فضائل اخلاقی را نام برد(rl.majlis.ir) .

## نتیجه گیری

در پایان این مقاله فهمیدیم برای اینکه درک هریک از مدیران از ویژگهای مدیر اخلاقی وتفاسیر آنان از عوامل و شرایط موثر بر دستیابی به اخلاق حرفه ای مدیران و پیامد های آن به درستی باز شناسی گردد، به روش مناسب نیاز است. کاربرد رویکردهای کمی در بررسی این مهم به عنوان یک پدیده اجتماعی وآموزشی نمی تواند تبیین مناسبی از این پدیده به دست دهد. داشتن نگرش مثبت به ارزشهای اخلاقی و ارزشهای سازمانی می تواند عملکرد مناسب اخلاقی را به همراه داشته باشد. یافته ها نشان می‌دهد که اعتقاد و تعهد به ارزش‌های اخلاقی و ارزش‌های سازمانی منجر به رفتار اخلاقی در مدیران می‌شود. بنابراین دوری از منفعت طلبی، بصیرت، پرهیز از تعصبات، عزت مداری، باورمندی اخلاقی، رعایت مالکیت معنوی، تعالی‌گرایی و حق‌گرایی منجر به افزایش رفتار اخلاقی می شود. ارزش‌های اخلاقی سازمان به عنوان مبنایی جهت رفتارهای اخلاقی در سازمان قرار می-گیرند. مدیران سازمان با تکیه بر این ارزش‌ها، شیوه‌ی رفتار روزانه‌ی خود و مبنای تصمیم‌گیری‌ها در محل کار را مشخص می‌نمایند. رعایت و حفظ ارزش‌های اخلاقی یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی است که در بیشتر سازمان‌ها به آن توجه می‌شود. به علاوه این مدیران

از طریق ویژگی‌هایی مانند گوش دادن؛ همدلی، آگاهی، متقاعد سازی، آینده نگری و دوراندیشی، خادمیت و سرپرستی و تعهد به رشد افراد بر راهبردهای سازمانی تأثیر می گذارند. این یافته نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری اخلاقی و عدالت محوری بر راهبردهای کلان سازمانی تأثیرگذار است. همچنین تصمیمات مشارکتی، در نظر گرفتن رضایت دیگران، پیشگامی در کارها، آینده‌نگری، تعدیل رفتار زیردستان، قدرت تفکر و ابتکار عمل، توانایی، رعایت مساوات، میانه روی در کارها، انصاف، حضور به موقع در محل کار و پرهیز از حب و بغض شخصی بر راهبردهای کلان سازمانی یعنی نگاه سرمایه‌ای به نیروی انسانی، توجه به مدیران دارای دانش اخلاقی، اهلیت گرایی و ایجاد مراجع ذی‌صلاح در سازمان برای حل مسائل اخلاقی در سازمان تأثیرگذار است. بیان شفاف و توضیح کدهای اخلاقی، وجود ارزش‌های آمیخته با سیاست‌ها و فرآیندها و فعالیت‌های سازمان نیز بر راهبردهای سازمان تأثیر می‌گذارد. راهبردهای کلان نیز تحت تاثیر محیط درون سازمانی و برون سازمانی است و تعامل بین محیط درون و برون سازمانی برای اتخاذ راهبردهای کلان اخلاقی ضروری است. به هرحال مدیران آموزشی باید به این نکته توجه داشته باشند که عملکردها و راهبردهای سازمانی آنها تحت تاثیر محیط می باشد و محیط یک پدیده مستقل و مشخص بوده و مدیران از محیط درون و برون سازمانی متاثر هستند. بنابراین مدیران در انتخاب راهبرد و گزینش روش‌های اخلاقی باید به این شرایط اعم از رقابت با سایر سازمان ها، فناوری های جدیدامنیت شغلی، آزادی عمل و استقلال در کار توجه داشته باشند. از سویی آموزش اخلاق حرفه‌ای، برگزاری کارگاه‌های آموزشی، مطالعات فردی، آسیب شناسی اخلاقی، تجزیه و تحلیل مسائل اخلاقی، تأمین مالی، نظارت و ارزیابی مستمر هدفمند، مشوق‌های اخلاقی، قانونمندی و انضباط کاری بر پرهیز از تزویر، بی نیازی از تقدیر و تشکر، امانتداری، انعطاف پذیری، پرهیز از خودمحوری، وفای به عهد و پیمان‌ها و خودکنترلی مدیران مدارس تأثیرگذار است. محیط سازمان‌های آموزشی محیطی راهبردی است؛ زیرا سرشار از تغییر، پویایی، ابهام و عدم اطمینان می‌باشد که پاسخ‌های راهبردی را ایجاب می نماید. سازمان‌ها جهت ایجاد حفظ و استمرار بقای معنادار خود در چنین محیط پیچیده‌ای ملزم به پاسخگویی پویا به اقتضائات درونی و بیرونی خود می باشند. سازمانهای

آموزشی می‌توانند با اصلاح راهبردهای خود و افزایش خلاقیت نیروی انسانی و سازمانی خود باعث بالارفتن عملکرد و بهره‌وری شود و در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شدهٔ خویش گام بردارد. لذا مدیر موفق کسی است که بتواند با ایجاد راهبردهای انعطاف‌پذیر و خلاق زمینه را برای ارتقای صفات اخلاقی و رفتاری در سازمان خود فراهم نماید.

## منابع و ماخذ


۱. قرآن کریم، ترجمه الهی قمشه ای، مهدی، .(۱۳۸۴) . قم : دارالغدیر .

۲. نهج البلاغه، سید رضی، ابوالحسن، محمد ابن الحسین . (۱۳۸۸) . ترجمه سید محمد مهدی جعفری .تهران موسسه نشر و تحقیقات ذکر.

۳. ابطحی، سید حسین.(۱۳۸۳). مدیریت منابع انسانی. تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

۴. ابن ابی الحدید.(۱۴,۴ هـ . ق). شرح نهج البلاغه، قم، منشورات کتبه آیۀ العظمی المرعشی النجفی.

۵. ابوالکلام آزاد، مولانا. (۱۳۸۵). ذوالقرنین ترجمه دکتر محمد ابراهیم باستانی پاریزی. چاپ دهم، نشر: علم.

۶. امیر کبیری، علیرضا و داروئیان، سهیلا .(۱۳۹۰). «برداشت‌های اخلاق حرفهای مدیران در کسب و کارهای کوچک و متوسط» فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم، شماره۱

۷. امینی، سید جواد، صفر، حسین، احمدی شریف، محمود . (۱۳۹۰) . بررسی راهبردی جو سازمانی و اخلاق در سازمان های ملی. فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، سال ۱۱، ش ۴۳، بهار ۹۰.

۸. انصاری رنانی، قاسم.(۱۳۸۶). «اخلاق، موضوع کهن، مسئله تازه» ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، سال هجدهم، شماره ۱۸۴

۹. الوانی، سید مهدی، حسن پور، اکبر، داوری، علی. (۱۳۸۹). تجلی اخلاق سازمانی کارکنان با استفاده از الگوی دایره اخلاق. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، ش ۳ و ۴، ۱۳۸۹

۱۰. الهی قمشه ای، حسین محی الدین.(۱۳۹۰) . ۳۶۵ روز درصحبت قرآن، نشر سخن.

۱۱. ایکاف راسل ال. (۱۳۸۲) . باز آفرینی سازمان . ترجمه شریعتی تقی ناصر . مرادی گیوی اسماعیل . مریدی سیاوش . چاپ اول . تهران : سازمان مدیریت صنعتی

۱۲. پاشایی زاد، حسین.(۱۳۸۶). نگاهی اجمالی به روش دلفی. پیک نور، سا ل ششم، شماره دوم .

۱۳. حسین زاده، امیر، جعفری، عابد. (۱۳۸۶). مرزشناسی حوزه اخلاق سازمان و مدیریت، فصلنامه حوزه و دانشگاه (روش شناسی علوم انسانی)، سال ۱۳، ش ۵۳، زمستان ۱۳۸۶، صص ۱۴۴- ۱۳۳.

۱۴. حسینی، لیلا. (۱۳۹۰) . اخلاق حرفه ای در آموزه های اسلامی، نشریه کار و جامعه، ش ۱۳۶، مهرماه ۱۳۹۰

۱۵. دانایی‌فرد، حسن .(۱۳۸۴).تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم سازی تئوری بنیادی، دانشور(رفتار)، (دوماهنامه علمی-پژوهشی دانشگاه شاهد) ۱۲(۱۱): ص۵۷-۷۰.

۱۶. داوودی، محمد.(۱۳۸۸). اخلاق اسلامی مبانی و مفاهیم. چاپ هیجدهم، قم: دفتر نشر معارف.

۱۷. ستوده نیا، محمد رضا، جانی پور محمد.(۱۳۹۲). ساختار نظام مند مفاهیم و گزاره های اخلاقی در سوره اسراء، پژوهش نامه اخلاق، دورۀ ۶، ش ۱۹، صص ۵۵- ۸۲.

۱۸. سربخشی محمد.(۱۳۸۸). اخلاق سکولار ماهیم، مبانی، ادله و نقدها. چاپ اول، قم: انتشارات مؤسسه آموزشهشی امام خمینی (ره).