**فصلنامه پژوهش های مدیریت در جهان اسلام**
**شماره مجوز: ۸۵۴۹۵ شماره استاندارد بین المللی: ۶۰۹۴-۲۶۷۶ شماره هشتم (پاییز ۱۴۰۰)**

# بررسی اهمیت علم اخلاق در مطالعات مدیریت و سازمان

(تاریخ ارسال ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ تاریخ پذیرش ۱۴۰۰/۰۸/۲۰)

**حشمت پروین**

## چکیده

هرچه زندگی انسان پیچیده‌تر و ازحالت ابتدایی خارج می‌گردد، مسئله اخلاق هم شکل گسترده‌تر و پیچیده‌تری به خود می‌گیرد و تعریف اخلاقی روابط انسان‌ها درجامعه مشکل‌تر می‌شود و تشخیص مصادیق اخلاقی از غیراخلاقی دشوارتر می‌گردد. امروزه کمتر فعالیتی از فعالیت‌های روزمره بشری را می‌توان نام برد که به عنوان یکی از شاخه‌های اخلاق کاربردی یا حرفه‌ای، بررسی نشده باشد یا نتوان از آن در اخلاق بحث کرد. درجهان صنعتی از دهه-های اخیر در دانش مدیریت به ویژه مدیریتی که در محافل دانشگاهی و اجرایی آمریکایی به میان آمد مفهوم "اخلاق حرفه‌ای" به عنوان یک اصل در همه بخش‌های مدیریت مطرح شد. امروزه مدیران به این نتیجه دست یافته‌اند که فقط با قوانین و مقررات نمی‌توان کارکنان و سازمان‌ها را اداره کرد و در این میان اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موفقیت معطوف به آینده سازمان و تأثیرات مهمی در سازمان دارد که از جمله می‌توان به پیش-بینی‌پذیر کردن سازمان اشاره نمود. از دیگر نتایج رسیدن به خود کنترلی است. برای اینکه بتوانیم از کنترل‌های بیرونی به سمت کنترل‌های درونی حرکت کنیم یکی از مهمترین ابزارهای کار اخلاق است.

**واژگان کلیدی:** اخلاق حرفه ای، مدیریت سازمان، پیشرفت در سازمان، اهمیت اخلاق، خوش روابط غیراخلاقی، ابزارهای پیشرفت در سازمان

**مقدمه**

هرچند امروزه سازمان‌های بزرگ برای اداره امور مربوط به رفتارهای اخلاقی و رعایت قوانین و مقررات توسط کارکنان برنامه‌های رسمی مهمی را تدارک می‌بینند ولی متأسفانه تاکنون به دلایلی بیشتر این تلاش‌ها به ویژه در کشورهای جهان سوم بی‌ثمر بوده و یا آنطور که باید به اهداف خود نرسیده‌اند. به نظر می‌رسد که دلیل عمده عدم موفقیت برنامه‌های فوق بی‌توجهی به ریشه‌یابی و دلایل عدم رعایت اخلاقیات به وسیله منابع انسانی درسازمان‌ها باشد. امروزه به دلیل گسترش انواع فعالیت‌های شغلی و صنایع متنوع و نیز روابط تجاری و ارتباطات، ضرورت وجود اصول اخلاقی برای هر حرفه‌ای از هر زمان دیگری بیشتر احساس می شود. چرا که یکی از لوازم پیشرفت در کار و حرفه در محیط رقابتی، داشتن ویژگی‌هایی است که سازمان‌ها و مشاغل مختلف، خود را بدان مجهز می کنند تا درمقابل رقبای خود توان عملکردی بیشتری داشته باشند بنابراین در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، پرداختن به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. نقش اخلاق در عملکردها، تصمیم‌گیری‌ها و ارتباطات تعیین‌کننده است از این روست که امروزه بحث اخلاقیات یکی از مباحث عمده رشته مدیریت گردیده است. موضوعات اخلاقی به طور مستمر با فعالیت‌های سازمانی، حرفه‌ای وزندگی روزمره افراد مرتبط اند. درمباحث مربوط به تصمیم‌گیری، خط مشی‌گذاری، منابع انسانی و غیره موضوعات اخلاقی حائز اهمیت اند.

## بخش اول: شناخت مرزهای علم اخلاق در سازمان

درباره‌ی شناخت مرزهای علم اخلاق در سازمان و زیرمجموعه‌های آن با تعاریف متفاوتی مواجه هستیم که لازم است در ابتدای این مقاله نگاهی اجمالی به آن ها داشته باشیم.

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

۱- Work ethics

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).

اخلاق حرفه‌ای: اخلاق حرفه‌ای 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 (شعاری‌نژاد،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).

اخلاق سازمانی: اخلاق سازمانی عبارت است 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[۱]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؛

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.

۱- Organizational entities

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 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).
اخلاق مدیریت: اخلاق مدیریت[۳] 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

۱- Business ethics

۲- Business

۳- Management ethics

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). و پاره ای دیگر، اوصاف لازم برای یک مدیر را نسبت به مافوق خود، زیردستان، همکاران و ارباب رجوع مطرح می‌کنند و تقسیم‌بندی خود را فراتر از این حد توسعه نداده‌اند(معاونت آموزش،۱۳۷۲). وجه مشترک تقسیم‌بندی‌های فوق آن است که در تمام آنها گزاره‌های اخلاقی مطابق عوارض مدیریت شکل یافته‌اند و صنفی از علم اخلاق محسوب می‌شوند که به اخلاقیات لازم برای یک مدیر می‌پردازند.

## بخش دوم: بررسی نقش 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 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).در عصر اقتصاد مبتنی بر دانش، فعالیت‌های ارزش آفرین سازمان فقط متکی به دارایی‌های مشهود آنها نیست. امروزه دانش و قابلیت‌های کارکنان؛ روابط با مشتریان، تأمین کنندگان، کیفیت محصولات و خدمات، فناوری اطلاعات، فرهنگ سازمانی دارایی‌هایی به مراتب ارزشمندتر از دارایی‌های فیزیکی محسوب می‌گردد و توانمندی سازمان‌ها در بکارگیری این دارایی‌های نامشهود، قدرت اصلی ارزش آفرینی آنها را رقم می زند (نورتون و کاپلان، ۱۳۸۶).

## بخش سوم: ضرورت اخلاق حرفه‌ای برای مدیران در سازمان ها

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). 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."[1]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 تعلیم دهد و ادب اندوزد، شایسته‌تر به تعظیم است از آن که دیگری را تعلیم دهد و ادب آموزد[2].
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).

---

۱- شرح ابن ابی‌الحدید، ج ۲، ص ۲۷۹

۲- نهج‌البلاغه، حکمت ۷۳

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.

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 چهارم: بررسی اهمیت و ضرورت اخلاق برای مدیران آموزشی در مدارس

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).

## بخش پنجم: نگاهی اجمالی به قدرت برتر اخلاقی و مصادیق آن

قدرت اخلاقی یک عبارت عام و جامع برای مجموعه ای از ویژگی‌ها و رفتارهای خاصی است که بیشتر جنبه اخلاقی دارند و دربدو یک سری ویژگی‌ها، خصایص و رفتارهای اخلاق اجتماعی به شمار می روند، لیکن با دقت و تامین در آنها می توان به کارکرد مدیریتی انها نیز واقف شد. و از جمله مصادیق آن که برگرفته از تعالیم اسلامی است، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

### بند اول: تقوا و پرهیزگاری

تقوا و پرهیزگاری یکی از اصول مهم اخلاقی و یکی از منابع اصلی قدرت است و می تواند در نفوذ و تاثیر رهبران بر زیردستان و میزان آن نقش اساسی داشته باشد. شاید در بدو امر و نگاه ابتدایی چنین به نظر برسد که تقوا و پرهیزگاری یک مسئله معنوی و مربوط به رابطه میان انسان و خداست و بنابراین، هیچ ربطی به مسئله مدیریت و رهبری در سازمان ندارد و نمی توان آن را یکی از منابع اصلی قدرت دانست لیکن با یک نگاه عمیق و تحلیلی می توان به رابطه وثیق و عمیق میان قدرت و تقوا پی برد.تقوا و پرهیزگاری باعث می شود که انسان در میان مردم در نظر دیگران از عزت و احترام بیشتری برخوردار شود و محبوب دلهای آنان گردد و هر کس که از عزت و احترام بیشتری در میان مردم برخوردار باشد و مردم او را بیشتر دوست داشته باشد، قدرت افزون تری خواهد داشت و بهتر از دیگران می تواند در مردم نفوذ کند و بر آنان تاثیرگذار باشد. حضرت امام حسن مجتبی (ع) در تبیین یکی از آثار مثبت و برکات معنوی تقوا و پرهیزگاری به همین نکته اساسی اشاره می کند و می فرماید:

«اذا اردت عزا بلاعشیره و هیبه بلا سلطان فاخرج من ذل معصیه الله الی عز طاعه الله[۱].»

اگر می‌خواهی بدون داشتن عشیره و طایفه، عزت و احترام داشته باشی و بدون برخورداری از سلطنت و مقام،هیبت و شکوه داشته باشی، از ذلت معصیت خدا خارج شو و به سوی عزت اطا عت الهی حرکت کن.

**بند دوم: رفق و مدارا**

یکی دیگر از اصول مهم اخلاق اجتماعی که از مصادیق و منابع اصلی «قدرت اخلاقی» است، اصل رفق و مداراست که یکی از ابزارهای لازم و ضروری برای مدیریت است.رفق و مدارا و ملایمت موجب نرم شدن دل افراد و ایجاد تمایل قلبی در آنان است. بنابراین، نفوذی که از طریق رفق و مدارا حاصل می شود، نفوذ در دلهاست و نفوذ در دلها، قوی ترین و موثرترین نفوذ است. پیامبرگرامی اسلام (ص) نمونه روشن و بارز در زمره رهبرانی است که از نفوذ قوی و عمیقی در میان مردم برخوردار بودند.

«فبما رحمه من الله لنت لهم و لو کنت فظا غلیظ القلب لانفضوا من حولک فاعف عنهم و استغفر لهم و شاورهم فی الامر.»[۲] پس به موجب لطف و رحمت الهی،با آنان نرمخو و نرم دل شدی و اگر تندخو و سخت دل بودی قطعاً از پیرامون تو پراکنده می شدند پس از آنان درگذر و برایشان آمرزش بخواه و درکارها با آنان مشورت کن.

رفق و مدارای آن حضرت در برخورد با مردم و معاشرت با آنان، یکی از نقاط عطف سیره عملی و اخلاق اجتماعی ایشان بود. و یکی از دستورهای خداوند متعال به رسول خدا (ص) بود. همین نکته را حضرت امام صادق (ع) متذکر شده و فرموده است: جاء جبرییل الی النبی (ص) فقال: یا محمد،ربک یقرئک السلام و یقول لک دار خلقی[۳]: جبرئیل نزد پیامبر

۱- مجلسی، بحارالانوار، ج ۴۴، ص ۱۳۹

۲- آل عمران، آیه ۱۵۹

۳- مجلسی، بحارالانوار، ج ۷۵، ص ۴۴۰

(ص) آمد و گفت: ای محمد، پروردگارت سلام می رساند و می فرماید: با خلق من مدارا کن.

حضرت امام صادق(ع) ضمن تاکید بر مدارا کردن با مردم می فرماید:

من کان رفیقاً فی امره نال ما یرید من الناس[۱]: کسی که در کار خویش، رفق و مدارا در پیش گیرد، به آنچه از مردم می خواهد، نایل می شود.

امیرمومنان حضرت علی (ع) نیز شرط اصلی برای نفوذ در مردم و دستیابی به مقاصد و خواسته‌های خود ازمردم را رفق و مدارا با آنان دانسته و فرموده اند:

من لم یلن لمن دونه لم ینل حاجته[۲]:کسی که نسبت به زیردستان خود نرمش نداشته باشد، به خواسته اش نمی رسد. رهبران سازمانی بیشتر از دیگران نیازمند سیا ست رفق و مدارا هستند و تنها در صورتی می توانند به اهداف و نتایج مورد نظر خود دست یابند که رفتار و برخورد آنان با زیردستان و پیروانشان با نرمی و ملایمت همراه باشد که آنان را تحت تأثیر قرار دهد و در آنان انگیزه ی لازم برای همکاری و همیاری با رهبران را به وجود آورد. اگر کارکنان و زیردستان، رهبر خود را قبول داشته باشند، یعنی اگر رهبر در زیردستان و پیروان خود نفوذ داشته و در آنان تأثیر گذار باشد، دستیا بی به اهداف و نتایج مورد نظر به مراتب آسان تر خواهد بود.

**بند سوم: الفت و محبت**

امیرمؤمنان حضرت علی(ع) می فرماید: قلوب الرجال وحشیه فمن تألفها اقبلت علیه[۳]: دلهای مردمان سرکش است، پس آنکه به آنها الفت و محبت ورزد، به او روی می‌آورند.

---

۱- همان ص ۶۴

۲- آمدی، غررالحکم و دررالکلم، ص ۹۰

۳- حرعاملی، وسائل‌الشیعه، ج ۸، ص ۵۱۰

پیامبرگرامی اسلام (ص) نیز که خود مظهر لطف و محبت به مردم بود، بر این نکته ی مهم و اساسی تأکید کرده و فرموده اند:

المرء مع من احب :دل و جان انسان با کسی است که او را دوست دارد.

یکی از نیازهای اساسی انسان که در اغلب مطالعات صاحب نظران و روان شناسان به چشم می خورد، نیاز انسان به محبت و توجه دیگران است. خداوند متعال انسان را فطرتاً به گونه ای آفریده است که دوست دارد دیگران به او توجه و محبت نمایند و دل و جان او در تسخیر محبت و لطف دیگران است، یعنی فطرت آدمی چنان است که اگر از کسی لطف و محبت و احسان ببیند، به تسخیر او در می آید و تحت تأثیر او قرار می گیرد. به همین دلیل یکی از رموز موفقیت پیامبرگرامی اسلام (ص) در نفوذ بر دلهای مسلمانان و تسخیر قلوب آنها مسئله رحمت و محبت است.

## بند چهارم: دفع بدی با خوبی

یکی دیگر از مصادیق قدرت اخلاقی که نقش بسیار مهمی در تأثیر گذاری بر دیگران و نفوذ در آنان دارد، « دفع بدی با خوبی » است. با این قدرت اخلاقی مدیران سازمان‌ها می توانند در کاکنان و زیردستان خود نفوذ کنند و رفتار آنها را در جهت دستیابی به اهداف سازمانی هدایت نمایند. خداوند متعال در مورد این اصل مهم و تأثیرات شگرف آن در تعاملات اجتماعی و روابط انسانی، خطاب به پیامبرگرامی اسلام (ص) می فرماید:

ولاتستوی الحسنه و لا السیئه ادفع بالتی هی احسن فاذا الذی بینک و بینه عدوه کأنه ولی حمیم[1]: نیکی با بدی یکسان نیست، بدی را با نیکی دفع کن، آنگاه خواهی دید همان کسی که میان تو و او دشمنی است، گویی دوستی گرم و صمیمی است.

---

۱- فصلت، ۳۴

اصولاً در مقابل رفتارهای بد و برخوردهای نا مناسب دیگران، سه نوع واکنش می توان نشان داد:

اول، مقابه به مثل، یعنی در مقابل رفتار و برخورد نامناسب دیگران، برخورد نامناسب داشته باشیم.

دوم، عفو و گذشت، یعنی در مقابل رفتار بد آنان هیچ عکس العملی نشان ندهیم.

سوم، عکس العمل مثبت، یعنی در مقابل بدی‌های آنان از خود خوبی نشان دهیم و، به اصطلاح، بدی را با خوبی دفع کنیم.

این سؤال مطرح می شود که زمینه‌ها و بسترهای مناسب برای به وجود آمدن این قدرت چیست و چه کسی می تواند دارای این قدرت باشد و خداوند متعال در آیه ی بعدی اعمال این قدرت را منوط به صبر و شکیبایی و ایمان قوی دانسته و فرموده است:

و مایلقیها الا الذین صبروا و ما یلقیها الا ذو حظ عظیم[1]"، جز کسانی که دارای صبر و استقامت اند، یه این مقام نمی‌رسند و جز کسانی که بهره‌ی عظیمی از ایمان و تقوا دارند به آن نایل نمی گردند.

**بند پنجم: سعه‌ی صدر**

سعه‌ی صدر و داشتن ظرفیت گسترده ی فکری و روحی، یکی دیگر از مصادیق قدرت اخلاقی است که می تواند در نفوذ و تأثیر گذاری مدیران بر کارکنان و زیردستان نقش به سزایی داشته باشد و باعث افزایش میزان اثر بخشی و موفقیت مدیران شود. سعه ی صدر علاوه بر اینکه یکی از منابع اصلی قدرت است و در میزان نفوذ مدیران تاثیر بسیاری دارد، می تواند زمینه و بستر مناسبی برای برخی دیگر از منابع قدرت مثل رفق و مدارا، الفت و محبت و دفع بدی با خوبی نیز باشد. بنابراین، سعه ی صدر به معنای داشتن ظرفیت کافی

---

۱- فصلت، ۳۵

روحی و فکری در برخود با مسائل گوناگون است و هر اندازه فرد دارای وسعت نظر، گشادگی دل، قدرت تحمل و حوصله ی بیشتری باشد، می توان گفت که از سعه ی صدر بیشتری نیز برخوردار است (شفیعی و همکاران، ۱۳۸۸). مدیریت یکی از کارهای پیچیده و دشوار است و همه ی کارها و وظایف مدیر حساس و مهم است، لیکن وظیفه ی رهبری از حساسیت و پیچیدگی بیشتری برخوردار است، چراکه مدیر برای انجام وظیفه ی رهبری با موجود پیچیده و حساسی به نام انسان، سروکار دارد و تعامل با انسان دشواری‌ها و مشکلات خاصی دارد، بنابر این کسی که می خواهد در نقش مدیر یک سازمان وظیفه‌ی مهم و حساس رهبری را انجام دهد باید توانایی و ظرفیت فکری و روحی، وسعت نظر، قدرت تحمل و حوصله‌ی بسیار زیادی داشته باشد. حضرت موسی (ع) وقتی که از جانب خداوند متعال مأمور شد تا به سوی فرعون برود و بنی اسرائیل را از دست او نجات دهد و خود رهبری و هدایت آنها را برعهده بگیرد و آنگاه که از جا نب خداوند متعا ل به او خطاب شد که:

اذْهَبْ إِلَی فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَی:[۱] به سوی فرعون برو که او طغیان کرده است.

حضرت موسی سعه‌ی صدر را به عنوان اولین و مهمترین ابزار لازم برای انجام این مسئولیت سنگین و دشوار، از خداوند متعال درخواست کرد: قالَ رَبِّ اشْرَحْ لِی صَدْرِی * و یَسِّرْ لِی أمْرِی [۲].

خداوند متعال نیز این موهبت بزرگ الهی را به اشرف مخلوقات و خاتم پیامبران عنایت کرد و خطاب به او فرمود:

أَلَمْ نَشْرَحْ لَکَ صَدْرَکَ * وَ وَضَعْنا عَنْکَ وِزْرَکَ۲ * الَّذِی أنقَضَ ظَهْرَکَ ۳.

---

۱- طه، ۲۴

۲- طه، ۲۴ و ۲۶

۳- انشراع، ۱-۳

امیرمؤمنان حضرت علی (ع)در مورد وسعت نظر و سعه ی صدر آن حضرت می فرماید:

کان أوسع الناس صدرا[۱]، او (رسول خدا) با سعه ی صدر ترین مردم بود.

سعه‌ی صدر و وسعت نظر، یکی از ویژگی‌های ضروری برای مدیران است، به ویژه اگر بخواهند وظیفه ی رهبری را انجام دهند، یعنی اگر مدیران بخواهند در کارکنان سازمان نفوذ کنند و بر عملکرد آنان تأثیر گذارند که درخصوص سازمانهای آموزشی چنین امری بسیار مشهود است. امیر مؤمنان علی (ع) مهم ترین وسیله و ابزار لازم برای مدیریت را داشتن سعه ی صدر و سینه ای گشاده، می داند و می فرماید: آلَةُ الرِّئاسَةِ سِعَةُ الصَّدرِ ۲،، ابزار ریاست، سعه ی صدر است.

## نتیجه گیری

در نتیجه گیری پایانی این مقاله باید گفت اخلاق حرفه‌ای برای همه افراد اهمیت دارد، اما برای مدیران به چند دلیل اهمیت ویژه‌ای دارد. یک دلیل آشکار این است که رفتار مدیر معیار یا ارزشی برای کارکنان و سازمان محسوب می‌شود. دلیل دیگر این است که رفتار مدیران به شدت زیر نگاه‌های موشکافانه کارکنان قرار دارد و چون امروزه مردم به اطلاعات دسترسی بیشتری دارند، بنابراین رفتار نامناسب به سرعت شناخته و منتشر خواهد شد. در نتیجه، شهرتی که یک سازمان یا یک فرد ممکن است طی سال‌ها کار و ممارست به دست آورده باشد، امکان دارد در ظرف چند دقیقه به کلی از بین برود. ارتقاء تخصص و توانمندی مدیران در فعالیت های مدیریتی زمینه ساز و بسترساز گرایش آنها به عملکرد اخلاقی و در نهایت بهبود مستمر تعهد آنان به اخلاق در فعالیت های حرفه ای آنان خواهد بود. همچنین 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

---

۱- القاضی، عیاض، الشفا بتعریف حقوق المصطفی، ج ۱، ص ۱۵۵

۲- نهج‌البلاغه، حکمت ۱۷۶

اخلاقی و ارزش‌های سازمانی منجر به رفتار اخلاقی در مدیران می‌شود. بنابر این 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 می‌گیرند. 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، آینده-نگری، 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 تأثیرگذار است. 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. در پایان یافته های این مقاله علمی نشان داد که نگرش مثبت بر رفتار اخلاقی مدیران تاثیر مثبت دارد. بنابراین به برنامه ریزان و دست اندرکاران آموزش و پرورش پیشنهاد می شود شناخت، احساسات و رفتارهای فردی را به سمت ارزشهای اخلاقی سوق دهند و اعتقاد و تعهد به ارزش های اخلاقی و سازمانی را در بین مدیران مدارس پرورش دهند تا بتوانند عملکرد اخلاقی مدیران را بهبود ببخشند.

## منابع و مآخذ

### الف) منابع فارسی


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. اعتماد اهری، علاء الدین.(۱۳۸۵)نو اندیشی در مدیریت آموزشی. تهران : نشر پژوهش دادار

۴. اعظمیان بیدگلی، مریم.( ۱۳۸۸). مؤلفه‌های اخلاقی مدیریت درنظام اسلامی. فصلنامه اخلاق، ۱۸.

۵. السد، مک اینتایر.(۱۳۷۹). تاریخچه فلسفه اخلاق. مترجم انشاءالله رحمتی، قم: انتشارات حکمت.

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. آزاد، اسداله. (۱۳۸۱). اخلاق حرفه ای، دایره المعارف کتابداری و اطلاع رسانی. تهران: کتابخانه ملی

۸. بارنارد، چستر.(۱۳۶۸). وظیفه های مدیران. ترجمه محمدعلی طوسی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی

۹. بازرگان،عباس.(۱۳۸۰). مقدمه ای برروشهای تحقیق کیفی وآمیخته؛رویکردهای متداول در علوم رفتاری،تهران :نشردیدار.

۱۰. باقری، حسین، صالحی، محمد، حاجی زاده، محمد.(۱۳۸۹). اخلاق حرفه ای در مدیریت. فصلنامه پژوهشی پژوهش نامه اخلاق، سال سوم، بهار و تابستان ۸۹، ش ۷ و ۸ ص ۲۸- ۹.

۱۱. باقری، خسرو.(۱۳۸۸). نگاهی دوباره به تربیت اسلامی. چاپ نوزدهم، تهران: انتشارات مدرسه.

۱۲. بهرام زاده، حسینعلی.(۱۳۸۳). «بررسی رابطه بین الگوی تصیم گیری مدیران با تعهد سازمانی دبیران در مدارس راهنمایی شهرستان شیروان» پایان نامه درجه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه، رشته مدیریت آموزشی

۱۳. چرچمن، چارلزوست.(۱۳۷۵). نظریه سیستم ها. ترجمه رشید اصلانی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی

۱۴. چلبی، مسعود ؛خرم دل، سکینه.(۱۳۹۱). بررسی رابطه بین عزت نفس، خودمختاری و انصاف با مسئولیت پذیری دانش آموزان. دو فصلنامه جامعه شناسی آموزش و پرورش.۷-۱

۱۵. 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.

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

۱۷. حسینی قلعه بهمن، سید اکبر.(۱۳۸۳). واقع گرایی اخلاقی در نیمه دوم قرن بیستم. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

۱۸. حیدری تفرشی، غلامحسین.(۱۳۸۶). مدیریت اسلامی. ناشر: مولف با همکاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد فراهان.

۱۹. خزاعی، زهرا.(۱۳۸۴). «اخلاق کاربردی: ماهیت، روش ها و چالش ها». فصلنامه علمی- پژوهشی دانشگاه قم. سال۹. شماره۱

۲۰. خنیفر، حسین، زرندی، نفیسه. (۱۳۸۸).منشور اخلاق کارکرد پایبندی به سازمان اخلاقی. فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال سوم، ش ۸، پاییز.

۲۱. خواستار، جمال.(۱۳۸۷). بررسی عوامل موثر بر خودکارآمدی ملی در زمینه علم و فناوری برای تحقق اهداف چشم‌انداز. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.

۲۲. ژکس. (۱۳۶۲). فلسفه اخلاق. (حکمت عملی). مترجم ابوالقاسم پورحسینی، چاپ دوم. تهران: مؤسسه انتشارات امیر کبیر،.

۲۳. طوسی، خواجه نصیرالدین.(۱۳۶۰). اخلاق ناصری، چاپ دوم: انتشارات خوارزمی.

۲۴. عابدی جعفری، حسن، حسین زاده، امیر.( ۱۳۹۲). ترسیم نقشه دانش اخلاق مدیریت و سازمان در ایران. فصلنامه روش شناسی علوم انسانی، ۷۰.

۲۵. عابدینی، ابوالفضل.(۱۳۸۶). «مسئولیت های اخلاقی در قبال منافع عمومی در حکومت صفوی». مجموعه مقالات اخلاق حرفه ای در تمدن ایران و اسلام. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

۲۶. عاملی، منیژه.(۱۳۸۱). بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه ای در اسلام. پایان نامه کارشناسی ارشد موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.

۲۷. قراملکی، احد فرامرز. (۱۳۸۵)، « روش شناسی مطالعات دینی»، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.

۲۸. قراملکی، احد فرامرز. (۱۳۸۵)، سازمان های اخلاقی در کسب و کار، تهران: مرکز علمی مطالعات جهانی شدن.

۲۹. قمی، شیخ عباس. (۱۳۹۲). سفینه‌البحار و مدینه‌الحکم و الاثارَ نشر اسوه

**ب) منابع لاتین**


۱. KastelJaroslav(۲۰۱۴), Business Ethics for students of Management,social and Behavioral ۱۰۹(۸۷۵-۸۷۹)

۲. Klimova.blanka, semradorallona(۲۰۱۳), innovation in tertiary education and professional coades of ethics, procedia-social and behavioral sciences ۸۳ ۴july۲۰۱۳ p.۱۶۱-۱۶۴

۳. Kline, R. B. (۲۰۰۵). Principles and practice of structural equation modeling. The Guilford Press.

۴. Kvale, Steinar. (۱۹۹۶). Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing. Thousand Oaks, CA: Sage.

۵. lashway, larry (۱۹۹۶) , Ethical leadership, ERIC digest, No,۱۰۷.

۶. Ledbetter. Caren M (۲۰۰۵). The Relationship of Knowledge Management and Ethics Management To Perceived Wise Leadership. An Empirical Envestigation a Dissertation Presented in Partial Fulfillment of The Requirements for the Degrre Doctor of philosophy Capella University August.

۷. Lee,M. , & Koh,j.(۲۰۰۷) ,''is empowerment really anew concept.'' international journal of Human resource Manogement. ۱ (۴) ,۶۸۴-۶۹۵.

۸. Loui, M. C. (۲۰۰۹). Ethics and Social Responsibility for scientists and Engineers. University of Lllinois: www.netfiles.uiuc.edu/loui/www/fridayforum۰۹.pdf

۹. Man Christabel , Ho Fong. (۲۰۱۱).Ethics Management For the Construction industryAreview Of ethical decision-making Literatur. Engineering Construction and ArchitecturalManagement ,vol. ۱۸ , PP. ۵۱۶-۵۳۷ .

۱۰. Marri, M. Y. K., Sadozai, A. M., Zaman, H. M. F., & Ramay, M. I. (۲۰۱۲). The Impact of Islamic Work Ethics on Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Study of Agriculture Sector of Pakistan. International Journal of Business and Behavioral Sciences, ۲(۱۲), ۳۲-۴۵.