

Identifying the Components Effective in Organizational Ethics in Schools

✉ Zahra Ahmadi Zamani  / PhD in Humanities, Imam Sadiq University, Tehran, Iran

z.ahmadi@isuw.ac.ir

Akram Goodarzi / PhD in Humanities, Imam Sadiq University, Tehran, Iran

a.goodarzi@isu.ac.ir

Received: 2025/12/18 - Accepted: 2026/02/07

Abstract

The purpose of this paper is to identify the effective components of organizational ethics in schools. This research constitutes a qualitative, descriptive-analytical study. The requisite data for achieving the research objectives were collected through a review of available sources pertinent to the research topic, utilizing note-taking forms, and were subsequently analyzed using qualitative methods. The research findings indicate that the effective components of organizational ethics can be categorized into three levels. At the individual level, reforming attitudes, instigating attitudinal change, and reinforcing the internal locus of control; at the organizational level, fostering intrinsic organizational motivation, ensuring ethical predictability within the organization, designing an organizational ethics-building program, providing continuous and comprehensive training, creating a foundation for acquiring practical skills and organizational spirituality; and at the macro and extra-organizational level, establishing regular and active communication with other educational organizations and engaging in charitable and public welfare activities, are among the influential components in fostering organizational ethics. It is concluded that any program aimed at optimizing the organizational ethics process—in educational organizations broadly and in schools specifically—necessitates a strategic vision and a comprehensive, systematic plan by educational leaders, adopting a process-oriented approach.

Keywords: Ethics, Organizational Ethics, Internal Control, Organizational Spirituality, External Control, School.

شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی در مدرسه*

z.ahmadi@isuw.ac.ir

زهرا احمدی زمانی  / دکتری علوم انسانی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران

a.goodarzi@isu.ac.ir

اکرم گودرزی / دکتری علوم انسانی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران

دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۲۷ - پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۱۸

چکیده

هدف این نوشتار شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی در مدرسه است. این پژوهش، کیفی از نوع توصیفی - تحلیلی است. داده‌های لازم جهت نیل به اهداف پژوهش با مطالعه منابع موجود و مرتبط با موضوع پژوهش و با استفاده از فرم‌های فیش‌برداری، گردآوری شده و به‌شیوه‌های کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی را در سه سطح می‌توان تقسیم کرد. در سطح فردی، اصلاح و ایجاد تغییر در نگرش و تقویت کانون کنترل درونی، در سطح سازمانی، انگیزش درونی سازمان، پیش‌بینی‌پذیری اخلاق در سازمان، طراحی برنامه اخلاقی‌سازی سازمان، آموزش مستمر و فراگیر، بسترسازی برای کسب مهارت‌های عملی و معنویت سازمانی، و در سطح کلان و برون‌سازمانی، ارتباط منظم و فعال با دیگر سازمان‌های تربیتی و مشارکت در فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه، از جمله مؤلفه‌های تأثیرگذار بر اخلاق در سازمان هستند. چنین نتیجه‌گیری می‌شود که هر گونه برنامه جهت بهینه‌سازی فرایند اخلاق سازمانی، سازمان‌های آموزشی در معنای اعم و مدرسه در معنای اخص، نیاز دیدگاه راهبردی و برنامه جامع و نظام‌مند رهبران تربیتی با رویکرد فرایندی است.

کلیدواژه‌ها: اخلاق، اخلاق سازمانی، کنترل درونی، معنویت سازمانی، کنترل بیرونی، مدرسه.

مقدمه

در جهان معاصر، اخلاق سازمانی از جایگاهی بس مهم در عرصه‌های سازمان یافته برخوردار است. در رویکردهای اولیه مدیریت، نظریه پردازان و مدیران سازمانی بر این باور بودند که طراحی ساختار سازمانی مناسب، در کنار تدوین قوانین و مقررات و التزام به اجرای آنها، می‌تواند سازمان را در مسیر دستیابی به موفقیت هدایت کند. باین حال به تدریج مشخص شد که برخورداری از ساختار سازمانی مطلوب و وجود قوانین مناسب، حتی همراه با پایبندی به آنها، برای اداره اثربخش سازمان‌ها کفایت نمی‌کند. در شرایطی که مدیران عالی سازمان‌ها بر اساس مقررات امکان تصمیم‌گیری شخصی درباره حقوق و مزایای خود را داشته باشند، به احتمال زیاد حداکثر میزان مزایا را برای خویش تعیین خواهند کرد. در این میان، التزام به اصول اخلاقی می‌تواند به منزله نوعی قانون نانوشته و بدون نیاز به نظارت بیرونی، نقش مؤثری در مهار رفتارهای ناهنجار ایفا کند. پایبندی به اخلاق سازمانی، ضمن تسهیل مسیر اقدامات سازمانی و رویه‌های کاری، زمینه تحقق برخی فعالیت‌ها را بدون حضور ناظر خارجی و با دستیابی به نتایج مطلوب فراهم می‌سازد. از این رو شناخت و تبیین مفهوم اخلاق سازمانی می‌تواند کاربستی اساسی در ارتقای عملکرد و بهبود فعالیت‌های سازمانی باشد (منطقی، ۱۳۹۷).

در حوزه مدیریت سازمان‌ها، اخلاق به عنوان مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای هدایت‌کننده رفتار تعریف می‌شود و از جایگاهی شایان توجه برخوردار است؛ به گونه‌ای که بسیاری از کشورها آن را در دستور کار سیاست‌ها و برنامه‌های کلان خود قرار داده‌اند. هنگامی که اخلاق در زندگی کاری افراد حضور مؤثر و عینی داشته باشد، فعالیت شغلی با احساس رضایت، لذت حرفه‌ای، رضایتمندی شغلی و خودشکوفایی همراه می‌شود و در پی آن، رضایت عمومی، پیشرفت امور و شکوفایی فعالیت‌های سازمانی تحقق می‌یابد (Zairi & Peters, 2002).

غفلت از اخلاق کار در مدیریت سازمان‌ها، به‌ویژه در سازمان‌های تربیتی که مأموریت انتقال ارزش‌های والای انسانی به ذی‌نفعان خود را بر عهده دارند، می‌تواند پیامدهای قابل توجهی برای نهادهای آموزشی و حتی برای جامعه به‌همراه داشته باشد. به بیان دیگر، نادیده گرفتن حقوق افراد و عدم پایبندی به اصول اخلاقی در تعامل با مربیان، متربیان و سایر ذی‌نفعان درون سازمانی و برون سازمانی، زمینه‌ساز بروز مسائل و چالش‌هایی برای سازمان می‌شود؛ به گونه‌ای که مشروعیت سازمان و اقدامات آن را با تردید مواجه می‌کند و در نهایت بر میزان اثربخشی و موفقیت سازمان اثر منفی می‌گذارد. همچنین ضعف در اخلاق کار بر نگرش افراد به شغل، سازمان و مدیران تأثیرگذار است و می‌تواند عملکرد فردی، گروهی و سازمانی را تحت الشعاع قرار دهد (پوزاد و ناروئی‌نژاد، ۱۳۹۶).

در اسناد بالادستی آموزش و پرورش، به فرایندهای اخلاقی در تعلیم و تربیت و ساحت‌های مختلف آن اشاره شده است که این امر نشان از اهمیت و لزوم پرداختن به مبحث اخلاق است؛ چنان که در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش آمده است:

تعلیم و تربیت فرایندی تعالی‌جویانه، تعاملی، تدریجی، یکپارچه و مبتنی بر نظام معیار اسلامی است که به‌منظور هدایت افراد جامعه به‌سوی آمادگی برای تحقق آگاهانه و اختیاری مراتب حیات طیبیه در همه ابعاد، زمینه‌های مناسب تکوین و تعالی پیوسته ایشان را در راستای شکل‌گیری و پیشرفت جامعه صالح اسلامی فراهم می‌آورد (شورای عالی آموزش و پرورش، ۱۳۹۰، ص ۱۰).

همچنین ساحت‌های مندرج در فلسفه تعلیم و تربیت جمهوری اسلامی ایران شامل تعلیم و تربیت اعتقادی، عبادی و اخلاقی، تعلیم و تربیت زیباشناختی و هنری، تعلیم و تربیت اقتصادی و حرفه‌ای، و تعلیم و تربیت علمی و فناورانه است (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ص ۱۱). در برنامه درسی ملی در الگوی هدف‌گذاری نیز پنج عنصر عقل، ایمان، علم، عمل و اخلاق، و چهار عرصه ارتباط دانش‌آموز با خود، خدا، خلق و خلقت به‌صورت به‌هم‌پیوسته و با محوریت ارتباط با خدا تبیین و تدوین شده‌اند (شورای عالی آموزش و پرورش، ۱۳۹۱، ص ۱۶). مدارس که از فضای سازمانی اخلاق‌مدار و سالم برخوردارند، معمولاً معلمي شاداب و اجتماعی دارند که تعهد بیشتری نسبت به انجام وظایف حرفه‌ای خود نشان می‌دهند. این معلمان از سطح بالاتری از همکاری برخوردارند و احترام متقابل بیشتری میان آنان برقرار است؛ انگیزه قوی‌تری برای خدمت‌رسانی به متربیان دارند و با احساس مسئولیت بیشتری در امور مدرسه مشارکت می‌کنند. وجود فضای اخلاقی در سازمان، از آن روی که احساس همبستگی، وحدت و روح جمعی را تقویت می‌کند، موجب افزایش حمایت کارکنان از سازمان می‌شود. به بیان دیگر، هنگامی که کارکنان یک سازمان از باور قوی به اخلاق حرفه‌ای برخوردار باشند و درعین‌حال محیط کاری آنان نیز واجد فضای اخلاقی باشد، سطح رضایت شغلی و اعتماد سازمانی در میان آنان افزایش می‌یابد؛ امری که به‌نوبه خود موجب تقویت تعهد سازمانی می‌شود و تمایل به ترک خدمت یا جابه‌جایی شغلی را کاهش می‌دهد (وجدانی، ۱۴۰۰).

بر اساس بررسی‌های به‌عمل‌آمده، پژوهش‌های بسیاری به اثرات معنادار و مثبت اخلاق سازمانی بر تعهد سازمانی پرداخته‌اند (انصاری و اردکانی، ۱۳۹۲؛ مرضایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ سرمدی، ۱۳۹۵؛ رجبانی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ زیرا اخلاق در سازمان بر بسیاری از متغیرهای سازمانی، از جمله قصد جابه‌جایی کارکنان (مرضایی و همکاران، ۱۳۹۴)، انگیزش در کارکنان (Lee, 2009)، عدالت سازمانی (سرمدی، ۱۳۹۵)، عملکرد شغلی، رفتار شهروندی سازمانی (عسگری و همکاران، ۱۳۹۳)، کاهش میزان غیبت افراد و کاهش تعارض و استرس شغلی افراد (رجبانی و همکاران، ۱۳۹۳) تأثیر می‌گذارد. کرم‌دخت (۱۳۹۰) در پژوهشی به این نتیجه دست یافت که بین اخلاق سازمانی مدیران و اثربخشی سازمانی مدارس متوسطه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین یافته‌های پژوهش (محمدی‌مهر و همکاران، ۱۳۹۳) در محیط مدرسه نشان داد که بین ادراک معلمان از اخلاق حرفه‌ای سازمانی بر حسب متغیرهای سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کاری، تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج

نشان داد که معلمان زن با سن بالا و با مدارک تحصیلی بالاتر و با سابقه کاری بیشتر در مقایسه با جوان‌ترها، مردان، دارندگان مدارک تحصیلی پایین‌تر و دارندگان سابقه کاری کمتر، مقوله اخلاق حرفه‌ای - سازمانی را در مدرسه مثبت‌تر درک کرده‌اند.

از مدرسه به عنوان سازمان تربیتی انتظار می‌رود که در تعاملات گوناگون خود با دانش‌آموزان، معلمان، والدین، رقبا و نظایر اینها اخلاقی عمل کند. این الگوی رفتاری مدرسه، در واقع در رفتار مدیر مدرسه به عنوان نماینده و مجری سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان ظهور و بروز می‌نماید. از همین رو لازم است مدیر یک سازمان آموزشی به عنوان کسی که طراح و مجری چشم‌اندازها و سیاست‌های سازمان است، به اهمیت و اثرات اخلاق در سازمان پی ببرد و مؤلفه‌هایی را که در راستای تحقق اخلاق در سازمان آموزشی است، به خوبی بازنشاسایی کند. از همین رو با توجه به خلأ پژوهشی مشاهده شده در پژوهش‌های موجود، هدف پژوهشگر شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی در سازمان‌های تربیتی‌ای همچون مدرسه است. اینک مختصراً به مفهوم اخلاق و اخلاق سازمانی اشاره می‌شود.

۱. مفهوم شناسایی

۱-۱. اخلاق

«اخلاق» در لغت بر وزن افعال، جمع واژه «خُلُق» است. خُلُق به صفت‌های نفس گفته می‌شود. همان گونه که خُلُق درباره صفت‌های بدن و شکل ظاهری به کار می‌رود، خُلُق به قوا و سجایایی گفته می‌شود که با بصیرت درک می‌شوند. بیشتر عالمان اخلاق باور دارند که «اخلاق» حال یا ملکه‌ای برای نفس است که با داشتن آن، رفتار، بدون اندیشه و با سهولت و آسانی از طرف کسی که این هیئت نفسانی را دارد، صادر می‌شود (میرمعزی، ۱۳۹۵، ص ۳۷).

علم اخلاق دانشی است که به بررسی ملکات انسانی می‌پردازد؛ ملکاتی که به قوای نباتی، حیوانی و انسانی انسان مربوط می‌شوند. این علم با این فرض به مطالعه این ملکات می‌پردازد که بتواند فضایل را از رذایل متمایز سازد و روشن کند که کدام یک از حالات و ملکات نفسانی انسان نیک، فضیلت‌آمیز و موجب کمال اوست و کدام یک ناپسند، رذیله و سبب نقص او به شمار می‌آید. هدف از این شناخت آن است که انسان پس از آگاهی از این تمایزها، خویشتن را به فضایل بیاراید و از رذایل دوری جوید و در نتیجه، اعمال شایسته‌ای را که مقتضای فضایل درونی است، انجام دهد؛ اعمالی که در نهایت موجب جلب ستایش عمومی و تحسین جامعه انسانی شود و سعادت علمی و عملی او را به مرتبه کمال برساند (طباطبایی، ۱۳۷۹، ج ۱).

نظام‌های اخلاقی بر پیش فرض‌های متعددی، به ویژه در حوزه مبانی جهان‌شناختی و انسان‌شناختی استوارند؛ از این رو اهداف، توصیه‌ها و گزاره‌های اخلاقی در هر مکتب، متناسب با همان پیش فرض‌ها و مبانی، تعریف و تبیین می‌شود. در آموزه‌های اسلامی، غایت اخلاق هدایت انسان‌ها به سوی خیرات و کمالات، تمرین و ممارست

در فضایل اخلاقی، و پرهیز از ارتکاب ناپاکی‌ها و جلوگیری از شکل‌گیری رذایل اخلاقی است (مطهری، ۱۳۷۸). نظریه اخلاقی علامه مجلسی نیز در مباحث کاربردی و عملی در چند حوزه اخلاق فردی، اخلاق اجتماعی، اخلاق محیط زیست و اخلاق خدایی اثرگذار است (بهرامی و همکاران، ۱۴۰۳).

در حوزه اخلاق و اخلاقیات، تعاریف متعددی ارائه شده است. برخی صاحب‌نظران اخلاق را مجموعه‌ای از فرایندهای عینی و معنوی می‌دانند که نقشی اساسی در رشد «خود واقعی» انسان ایفا می‌کند و آن را فرایندی تلقی می‌کنند که طی آن، میان کارکرد واحدهای صفاتی یا ساختار معنوی فرد نوعی تعادل برقرار می‌شود (فقیهی و رضایی‌منش، ۱۳۸۵). کوناک و جونز اخلاقیات را چنین تعریف می‌کنند: «اخلاقیات به انصاف، راستی و درستی مربوط می‌شود؛ به تصمیم‌گیری درباره اینکه چه چیزی خوب و چه چیزی بد است و به فعالیت‌ها و قواعدی که رفتار پاسخ‌گوینه را در میان افراد و گروه‌ها بنیان می‌نهد» (Conaock & Johns, 1998). آشتون و ارم نیز اخلاقیات را بدین گونه توصیف می‌کنند: «اخلاقی بودن و اخلاقی عمل کردن مستلزم انجام اقداماتی است که هدف آنها اطمینان از به‌کارگیری همیشگی و فراگیر رفتار اخلاقی در همه شرایط است» (Ashton & Orme, 2003). در آموزه‌های اسلامی نیز اخلاق صرفاً ناظر به تنظیم مناسبات انسان با خدا و عالم ماورای نیست؛ بلکه به‌گونه‌ای برجسته‌تر بر روابط انسان با خویشان، طبیعت و دیگر انسان‌ها تأثیر می‌گذارد و زمینه‌های طراوت و شادابی، بالندگی، پویایی، سلامت و پایداری تمامی عرصه‌ها و قلمروهای زیست انسانی را فراهم می‌سازد.

پرواضح است طبق تعاریفی که شرح آن رفت، اینک بشر امروزی با موضوع اخلاق و رفتار اخلاقی در حوزه زندگی سازمانی با این موضوع بیش از گذشته دست‌وپنجه نرم می‌کند و هر یک از مدیران، رهبران و متولیان سازمانی و حتی نهادهای تربیتی با جدیت بیشتر آن را در زمره چشم‌اندازهای ضروری و اصیل مجموعه خود قلمداد می‌کنند و جهت محقق ساختن آن مراقبه‌ای تمام و کمال مصروف می‌دارند. از این رو اخلاق سازمانی یکی از مطالبات جدی رهبران و پیروان آنهاست.

۱-۲. اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی فرایندی عقلانی برای شناسایی گزینه‌های تصمیم‌گیری و رفتاری و انتخاب مطلوب‌ترین گزینه‌های ممکن برای تمامی دست‌اندرکاران به‌شمار می‌آید. اخلاق در سطح سازمانی فراتر از ارزش‌ها و اخلاقیات فردی مطرح می‌شود و ماهیتی جمعی دارد؛ به‌گونه‌ای که می‌توان آن را نوعی تعهد یا تلاش مشترک با ویژگی‌های سیستمی دانست که معطوف به دستیابی به نتایج مشخص است (قراملکی، ۱۳۸۵). بر این اساس، تدوین و توسعه مجموعه‌ای مشترک از اصول اخلاقی در سازمان، افراد را نسبت به یکدیگر متعهد می‌سازد و به شکل‌گیری فرهنگی سازمانی که پذیرای اخلاق باشد، یاری می‌رساند و در نهایت، رفتارهای مثبت سازمانی را تقویت می‌کند (کرم‌دخت، ۱۳۹۰).

اخلاق سازمانی تمامی ابعاد و سطوح سازمان را دربرمی‌گیرد و بیانگر نوعی نظام اجتماعی برای کنترل رفتار افراد و بازتاب‌دهندهٔ مسئولیت اجتماعی سازمان است (Paul Dana, 2004, p.255). افزون‌براین، اخلاق سازمانی مکمل قوانین و مقررات رسمی سازمان محسوب می‌شود و می‌تواند موانع و چالش‌های پیش روی اجرای قوانین را کاهش دهد و بستر مناسبی برای رشد و تعالی سازمان فراهم آورد (Vibert, 2004, p.48). در مقابل، رفتارهای غیراخلاقی شامل کلیهٔ اقداماتی است که به برخورد ناعادلانه با دیگران منجر می‌شود؛ صرف‌نظر از آنکه این رفتارها در چهارچوب قانون قرار داشته باشند یا خارج از آن تعریف شوند (Wells & Spinks, 1996, p.28). اخلاق سازمانی شامل ابعاد مختلفی است؛ همچون کاربرد ارزش‌ها و اصول اخلاقی، فرایند منطقی مطرح در اتخاذ تصمیمات اخلاقی و تصمیمات و رفتارهایی که منتج از فرایندهای سازمانی‌اند (Fisher & Bonn, 2007, p.1561). شایان ذکر است به‌تبع انتظارات سازمانی، اخلاق در سازمان دارای سطوحی است که شرح آن در ادامه می‌آید.

۲. سطوح اخلاق در سازمان

نظریهٔ توسعهٔ اخلاقی - شناختی کوهلبرگ سه سطح برای منطق اصول اخلاقی ارائه می‌نماید. این سطوح عبارت‌اند از:

۱. سطح منطق اخلاقی پیش‌قراردادی؛

۲. سطح منطق اخلاقی قراردادی؛

۳. سطح منطق اخلاقی فراقراردادی.

این سطوح از نظر کیفی از یکدیگر متمایزند و بر اساس دیدگاه کوهلبرگ، پیشرفت و ارتقا در این سلسله‌مراتب، به رشد در الگوی توسعهٔ شناختی - اخلاقی منجر می‌شود. در درون هر یک از این سطوح سلسله‌مراتبی، قضاوت‌های اخلاقی افراد به‌تدریج کمتر تحت تأثیر عوامل بیرونی قرار می‌گیرد و بنیان اولیهٔ تشخیص «درست» از «نادرست» از حالت خودمحوری، به درکی گسترده‌تر از نقش قراردادهای اجتماعی، اصول عدالت و حقوق تغییر جهت می‌دهد. صاحب‌نظرانی همچون گودرهام، نورداگ، ترو نوی و نلسون با بهره‌گیری از نظریهٔ کوهلبرگ این سه سطح منطق اصول اخلاقی را در سازمان‌ها مورد توجه قرار داده‌اند. بر این اساس، سازمان‌ها در سطح خاصی از اخلاق به فعالیت می‌پردازند و مدیریت عالی در شکل‌دهی و ایجاد جو اخلاقی سازمان نقشی اثرگذارتر از سایر عوامل ایفا می‌کند (Fisher & Bonn, 2007, p.1561).

۲-۱. سطح اول: منطق اخلاقی پیش‌قراردادی

در این سطح از منطق اخلاقی، سازمان بر مبنای منافع خود برانگیخته می‌شود؛ به‌گونه‌ای که نگرش آن به قانون، معطوف به هدایت فعالیت‌ها در راستای اجتناب از مجازات و نیز بهره‌برداری از حوزه‌های مبهم و خاکستری

برای دستیابی به منفعت است. مسائل اخلاقی به عنوان عناصری بیرونی تلقی می‌شوند که نقش محدودکننده در فعالیت‌های سازمانی دارند. نگرش سازمان‌هایی که در این سطح اخلاقی قرار دارند، مبتنی بر «نظریه چماق و هویج» است. این نوع رویکرد به اخلاقیات، بیانگر نوعی خودخواهی گروهی است و چنین سازمانی در پی بیشینه‌سازی منافع خود در بلندمدت است.

۲-۲. سطح دوم: منطق اخلاقی قراردادی

سازمانی که در سطح قراردادی فعالیت می‌کند، دیدگاهی فراتر از منفعت صرف خود را پذیرفته است. چنین سازمانی اصول اخلاقی قراردادی را به رسمیت می‌شناسد و در تعامل با ذی‌نفعان سازمان و حتی در سطح گسترده‌تر انتظارات اجتماعی، به رعایت اخلاقیات پایبند است. رفتارهای اخلاقی در این سطح شامل انجام وظایف تعریف‌شده، تبعیت از هنجارهای اجتماعی و پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه می‌شود. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهند که منطق قراردادی، به‌ویژه در زمینه‌هایی که نهادهای بومی کافی وجود دارد، می‌تواند راهنمایی‌های اخلاقی مناسب‌تری را فراهم آورد.

۲-۳. سطح سوم: منطق اخلاقی فراقراردی

در سازمان‌هایی که در سطح فراقراردی فعالیت می‌کنند، اخلاقیات به عنوان یک موضوع اساسی و محوری سازمانی تلقی می‌شود؛ به گونه‌ای که الزاماتی وجود دارد، مبنی بر اینکه قضاوت‌های اخلاقی باید در تمامی شرایط و موقعیت‌های مشابه قابلیت تعمیم داشته باشند. سازمان‌های فعال در این سطح از منطق اخلاقی، از ارزش‌ها، اصول و حقوق جهانی تبعیت می‌کنند و در چنین شرایطی، اخلاقیات به صورت درهم‌تنیده با فعالیت‌های سازمانی درمی‌آمیزد. اینک سؤال مهم این است که جایگاه و گستره اخلاق کجاست؟ در کجا و چگونه رشد و تکامل می‌یابد؟ یا حتی در برخی موارد، چرا و چگونه افول می‌کند؟ در ادامه به این موضوعات پرداخته می‌شود.

۳. اخلاق سازمانی به عنوان جوهر فرهنگ سازمانی

برای دستیابی به تعالی و افزایش اثربخشی اخلاق در سازمان‌های آموزشی، توجه ویژه به فرهنگ سازمانی امری ضروری است؛ زیرا فرهنگ به شیوه ادراک انسان از محیطی که در آن زیست می‌کند، اشاره دارد و بازتاب‌دهنده دیدگاه‌ها و الگوهای رفتاری اوست (نصرآبادی و سلیمانی، ۱۳۹۲). فرهنگ مدرسه مجموعه‌ای است از باورها، گرایش‌ها، نگرش‌ها و طرز تلقی رهبران آموزشی و تربیتی، یعنی مدیران و معلمان درباره چرایی، چیستی و چگونگی تربیت و نیز دلایل وجودی دانش‌آموز به عنوان یادگیرنده در مدرسه. افزون بر این، نگرش دانش‌آموزان و اولیای آنان نسبت به مدیران، معلمان و مسئولان اجرایی، و نیز برداشت آنان از میزان حمایت‌های مدرسه در ابعاد گوناگون، بخش دیگری از فرهنگ مدرسه را شکل می‌دهد.

فرهنگ مدرسه تعیین‌کننده نحوه احساس، ادراک و برداشت تمامی اعضا از نقش مدرسه و چگونگی عملکرد آنان در ایفای نقش‌های خود است (ترچانی و مرتضوی، ۱۳۹۸). فرهنگ به‌عنوان راهنمای رفتارها، نماها و نظام‌ها عمل می‌کند و به‌نوبه خود پیامدهایی را رقم می‌زند که می‌تواند بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت یا منفی بر جای گذارد. همچنین فرهنگ به‌طور چشمگیری بر تصمیم‌هایی که افراد اتخاذ می‌کنند، شیوه استفاده از زمان و ماهیت تعاملات آنان با سایر افراد درون و برون سازمانی اثرگذار است (Barker & Coy, 2004). از همین رو وجود اخلاق به‌عنوان جوهره اصلی فرهنگ مدرسه نقشی بنیادین و کلیدی در تحقق تعالی آن ایفا می‌کند. بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، میان فرهنگ حاکم بر مدرسه و اخلاق حرفه‌ای مدیران و مسئولیت‌پذیری معلمان، رابطه‌ای مثبت و معنادار مشاهده شده است (حافظ‌کمال، ۱۴۰۰). افزون‌براین، نتایج مطالعات نشان می‌دهد که فرهنگ مدرسه و اخلاق حرفه‌ای با دل‌بستگی شغلی معلمان دوره ابتدایی رابطه معناداری دارد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۹) و در نهایت، فرهنگ مدرسه اخلاق محور به‌عنوان عاملی تسهیل‌کننده، در رشد اجتماعی دانش‌آموزان ایفای نقش می‌کند (پاکزاد و همکاران، ۱۴۰۱).

بی‌تردید بحث اخلاق با فرهنگ رابطه‌ای وثیق و التزام‌آور دارد؛ به‌گونه‌ای که اخلاق امری همبسته و وابسته به فرهنگ محسوب می‌شود. حتی فراتر از این، می‌توان جوهره هر فرهنگ را اخلاق و مکارم اخلاقی دانست. اخلاق قوی‌ترین پیوند فرهنگی است که ضامن بقا و تداوم حیات جامعه است و نقشی تمدن‌ساز ایفا می‌کند.

۴. مهم‌ترین فضایل اخلاقی در سازمان تربیتی

سازمان اخلاقی مدار بر شالوده فضایل اخلاقی شکل می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که اعضای آن، اعم از مدیران و کارکنان، انسان‌هایی فضیلت‌محورند و امور سازمان نیز بر اساس ملاحظات و ممیزی‌های اخلاقی سامان می‌یابد؛ بدین معنا که افزون بر عناصر انسانی، آرمان‌ها، اهداف، راهبردها، تصمیم‌ها، اقدامات و فرایندهای سازمانی نیز ماهیتی اخلاقی دارند و مشمول ارزیابی اخلاقی می‌شوند (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵). مهم‌ترین ویژگی‌ها و فضایل اخلاقی مورد انتظار از یک سازمان تربیتی یا مدرسه را می‌توان در قالب یازده مؤلفه اصلی دسته‌بندی کرد که عبارت‌اند از:

دگردوستی و خیرخواهی: سازمان‌های اخلاقی مدار به‌صورت صادقانه خواهان رشد و سعادت تمامی اعضای خود هستند و با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها در جهت توانمندسازی و پیشرفت آنان تلاش می‌کنند. مسئولیت‌پذیری و خدامحوری: مدیر سازمان به‌عنوان نماینده آن، پیش از هر چیز در برابر خداوند و نسبت به نعمت‌ها، امکانات و اختیاراتی که به‌عنوان امانت در اختیار او قرار گرفته، مسئول است. بر این اساس، سازمان‌ها و مدیران موظف‌اند در قبال افراد، اموال و امکانات، اسرار و اطلاعات سازمانی و فردی، اعتبار مدرسه و حتی جایگاه و موقعیت خویش، اصل امانت‌داری را رعایت کنند.

عدالت: عدالت سازمانی موجب تقویت اعتماد سازمانی، افزایش تعهد کارکنان و بهبود عملکرد آنان می‌شود. از این رو رعایت عدالت در گزینش و استخدام، پرداخت حقوق و مزایا، اطلاع‌رسانی، توزیع فرصت‌ها، شیوه تعامل و برخورد، نظام تشویق و تنبیه و سایر فرایندها ضروری است و باید از رفتارهای متناقض و انتصابات سوگیرانه پرهیز شود.

صداقت: صداقت یکی از اساسی‌ترین فضایل اخلاقی در سطح فردی و سازمانی است که زمینه‌ساز شکل‌گیری اعتماد سازمانی می‌شود. بدین ترتیب، تمامی امور سازمان، از جمله آمار، اطلاعات، گزارش‌ها و عملکردها، باید مبتنی بر صداقت و شفافیت باشد.

جمع‌گرایی: وجود روحیه جمعی و بهره‌گیری از الگوهای تصمیم‌گیری گروهی، از الزامات سازمان اخلاق‌مدار است. احترام به نظر جمع، صیانت از حقوق تمامی اعضا و تلاش برای همسویی اهداف کارکنان با اهداف سازمان از پیامدهای این رویکرد به‌شمار می‌آید.

احترام: سازمان می‌تواند از راه‌های گوناگون احساس ارزشمندی را به کارکنان منتقل کند؛ از جمله توجه به شأن و حقوق افراد، به رسمیت شناختن نیازها، حفظ عزت و کرامت انسانی در رویه‌های سازمانی، مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌ها و قدرانی از تلاش‌های آنان.

مدارا و همدلی همراه با قاطعیت: شفقت، همدلی و حمایت‌گری سازمان باید برای کارکنان ملموس و محسوس باشد؛ به‌ویژه در سازمان‌های تربیتی، اصل بر نرمش حداکثری، رفق، مدارا و مهربانی با کارکنان است؛ رویکردی که با کرامت ذاتی انسان سازگار است و موجب نفوذ در دل‌ها و تسهیل گرایش‌های انسانی در سازمان می‌شود. انتقادپذیری: سازمان اخلاق‌مدار انتقاد را حق طبیعی اعضا می‌داند و حتی به‌صورت فعال، زمینه و سازوکار لازم را برای بیان انتقادات سازنده فراهم می‌آورد.

مراقبت از استقلال فردی: آزادی و استقلال از حقوق اساسی مربیان و متربیان به‌شمار می‌آید. سازمان اخلاق‌مدار از طریق توانمندسازی اعضا مسیر شکوفایی و استقلال آنان را هموار می‌سازد و از اعمال کنترل‌های افراطی و دخالت در جزئی‌ترین امور پرهیز می‌کند.

رازداری و حفظ حریم خصوصی: هرچند نظارت و کنترل از وظایف سازمان است، اما تجسس در امور شخصی و افشای اسرار افراد با اصول اخلاقی ناسازگار است. از این رو اطلاعات، اسرار و نقاط ضعف مربوط به دانش‌آموزان، خانواده‌ها، معلمان و کارکنان باید به‌عنوان امانت نزد سازمان محفوظ بماند و هرگونه بهره‌برداری از آنها صرفاً در چهارچوب قوانین صورت گیرد.

قدرشناسی: در سازمان‌های تربیتی، روحیه قدردانی از تلاش‌ها و زحمات کارکنان باید به‌صورت مستمر و نهاده‌پایه جریان داشته باشد و به برگزاری مراسم‌های مقطعی و مناسبت‌محور محدود نشود (وجدانی، ۱۴۰۰).

۵. مدل‌های اخلاق سازمانی

این‌گرید (Ingrid, 2004) در پژوهشی به شناسایی عوامل مؤثر بر اخلاق پرداخت و با ارائه مدلی، این عوامل را در سه سطح کلی دسته‌بندی کرد:

۱. سطح کلان: شامل عوامل فرهنگی، اقتصادی، فناوری و قانونی؛
۲. سطح سازمانی: شامل سیستم پاداش، ویژگی‌های شغل، اهداف سازمانی و ارزیابی عملکرد؛
۳. سطح فردی: شامل عقاید فرد، آموزه‌های خانوادگی، نگرش‌های شخصی و روابط خانوادگی.

مدل زیرساختی برای ایجاد نظام‌های اخلاقی: این مدل به روشن ساختن نقش و توانایی افراد در سازمان‌ها برای ایجاد و حل مسائل اخلاقی می‌پردازد و درک این نقش و توانایی، پیش‌نیازی برای نشان دادن و ارزیابی اهمیت راهبردی آموزش اخلاقی است (نهلوندیان، ۱۳۸۵). در این مدل، مؤلفه‌های سطح کلان که بر رفتار اخلاقی در محیط کار اثر می‌گذارند، مورد توجه قرار گرفته‌اند. این عوامل شامل ابزار، انگیزه و فرصت برای درگیر شدن در رفتار غیراخلاقی است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

مدل عدالت: بر اساس این مدل، یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر اخلاق سازمانی، عدالت است. در این رویکرد، تصمیم‌ها و رفتارها بر پایه اصول جوانمردی، انصاف، تساوی و توزیع منافع و هزینه‌ها به صورت بی‌طرفانه و بدون غرض قضاوت می‌شوند. مفاهیمی مانند عادل بودن، شایستگی و سزاواری در این مدل مطرح می‌شوند. اصول رسمی عدالت بر این اندیشه مبتنی است که باید با موارد مشابه رفتاری مشابه و با موارد نامتشابه، رفتار متفاوت داشت (گیوریان، ۱۳۸۴).

مدل حقوق: این مدل تأکید دارد که تصمیم‌ها و رفتارها باید بر پایه هدف اساسی «تأمین بیشترین خوبی برای بیشترین افراد» دآوری شوند. در این رویکرد، انسان‌ها از حقوق و آزادی‌های بنیادین برخوردارند و هیچ تصمیم شخصی نباید این حقوق را محدود سازد. تصمیم اخلاقی تصمیمی است که حقوق اساسی افرادی را که تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند - مانند حق حیات، آزادی، سلامتی و حقوق شغلی - تأمین کند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

مدل پویایی اخلاق در گذر زمان و فرهنگ: زمان و فرهنگ دو عامل اصلی تأثیرگذار بر اخلاق در بازار و جامعه‌اند. با گذر زمان، فرهنگ دگرگون می‌شود و در نتیجه، معیارهای اخلاقی تغییر می‌یابند. تعامل این دو عامل، چهارچوب مفهومی کلی را برای توصیف پویایی‌های اخلاقی فراهم می‌کند (امینی فسخودی، ۱۳۸۷).

مدل‌های مطرح‌شده هر یک از منظرهای متفاوت، اخلاق و رویکرد اخلاقی را در سازمان تبیین می‌کنند. با توجه به ضرورت اختصار در این مقاله، تحلیل و بحث حاضر صرفاً بر اساس مدل «این‌گرید» با رویکرد تربیتی، به بررسی برخی مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی محدود می‌شود.

۶. مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی در سازمان‌های تربیتی

بر اساس مدل اینگرید، مؤلفه‌های اثرگذار بر اخلاق سازمانی در سازمان‌های تربیتی در سه سطح فردی، سازمانی و کلان مورد بررسی واقع شد که به شرح زیر است:

۶-۱. سطح فردی

۶-۱-۱. اصلاح و ایجاد تغییر در نگرش

الگوهای رفتاری افراد، ناشی از انگاره‌ها و تصورات ذهنی آنان است؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت: «بگو تلقی تو از فلان شخص چیست تا بگویم شیوه رفتار با او چگونه خواهد بود». طرز تلقی خصمانه معمولاً به رفتار خصمانه منجر می‌شود و انگاره مثبت نسبت به فرد، تعامل سازنده با او را تقویت می‌کند. طرز تلقی افراد ترکیبی از مواجهه احساسی و مواجهه عقلانی است که نگاه و موضع آنها نسبت به یک امر را شکل می‌دهد (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵). در سازمان‌های آموزشی، اگر معلمان سازمان را همچون خانواده خود و دانش‌آموزان را به مثابه فرزندان خود بشمارند، قطعاً رفتار اخلاقی و شایسته‌ای با آنها خواهند داشت. یافته‌های پژوهشی کرم‌دخت (۱۳۹۰) و حسنی و همکاران (۱۳۹۵) نیز نشان می‌دهد که نگرش مثبت به کار و نیت خیرخواهانه، پایبندی به اصول اخلاقی در سازمان را افزایش می‌دهد.

۶-۱-۲. تقویت کانون کنترل درونی

«کانون کنترل» به نگرش یا اعتقاد فرد نسبت به میزان تسلط خود بر سرنوشت و رویدادهای زندگی اشاره دارد. این مفهوم نشان‌دهنده خصیصه شخصیتی و مرز افراد در مواجهه با رخدادهای زندگی است. به عبارت دیگر، کانون کنترل بیانگر این است که افراد عوامل درونی یا بیرونی را در پیامدهای زندگی خود مؤثر می‌دانند یا خیر. باور به عوامل درونی، شامل اعتماد به مهارت‌ها و توانایی‌های فرد در کنترل زندگی است؛ درحالی که باور به عوامل بیرونی بر محدودیت‌های محیطی و تأثیر دیگران بر سرنوشت فرد دلالت دارد (Ren et al., 2017). بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، معلمانی که منبع کنترل درونی دارند، رفتارهای خود را تحت تأثیر نیروهای درونی می‌دانند؛ مسئولیت اخلاقی اعمال خود را می‌پذیرند و به سبب درک و پذیرش مسئولیت پیامدهای اعمال خویش، تعهد اخلاقی بالایی دارند و کمتر تحت نفوذ دیگران قرار می‌گیرند (رضایی کلانتری، ۱۳۹۷). در واقع با افزایش کنترل درونی، اخلاق سازمانی در سازمان تقویت می‌شود (نوربخش و راشدی، ۱۳۹۳).

۶-۲. سطح سازمانی

۶-۲-۱. انگیزش درونی (خواستن)

پایبندی سازمان به اخلاق نیازمند انگیزه درونی، راسخ و فراگیر در میان اعضای آن است. منظور از «خواستن»،

برخورداری از انگیزه‌های درونی و بدون شرط نسبت به رعایت مسئولیت‌های اخلاقی است (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵). در حوزه آموزش و پرورش، پایبندی به اخلاق در مواجهه با متربیان در موقعیت‌های مختلف دشوار بوده و گاه مستلزم تحمل هزینه است. در برخی موارد، سکوت یا تغافل اخلاقی ضرورت دارد و در مواقعی نیز اجرای برنامه‌های آموزشی و پرورشی به منظور ترویج اخلاق در سازمان مستلزم صرف هزینه و مواجهه با چالش‌های گوناگون است.

بنابراین، نهادهای سازای اخلاق در سازمان مستلزم طراحی و اجرای پروژه‌های متعدد، تخصیص منابع مالی، مدیریت چالش‌ها، به‌ویژه در تعامل با افراد و فرایندهای غیراخلاقی و رفع موانع مختلف است. موفقیت در این زمینه نیازمند انگیزه قوی و عزم سازمانی در تمامی اعضای اثرگذار است. به عبارت دیگر، مدرسه باید هر گونه اصلاحات اخلاقی و عملکردی را ابتدا در خود آغاز کند و سپس از کارکنان انتظار داشته باشد؛ ضمن اینکه برنامه‌های خود را به‌طور منظم از لحاظ رعایت معیارهای اخلاقی و حرفه‌ای مورد بازبینی و ارزیابی قرار دهد.

۲-۲-۶. پیش‌بینی‌پذیری اخلاق در سازمان

پیش‌بینی‌پذیری یکی از خصلت‌های سازمان است که محیط داخلی و خارجی را قادر می‌سازد تا عملکرد سازمان را در زمینه استیفای حقوق ذی‌نفعان پیش‌بینی کند (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵). به عبارت دیگر، طبیعی‌ترین انتظار معلمان، دانش‌آموزان، والدین، کارکنان و سایر ذی‌نفعان از یک سازمان آموزشی، توانایی آنها در پیش‌بینی عملکرد سازمان نسبت به حقوق خود است. سازمانی که به صورت مکرر به تعهدات خود پایبند نباشد یا حقوقی مانند احترام، رازداری و حفظ حریم شخصی را نادیده بگیرد، با اصل پیش‌بینی‌پذیری اخلاقی در تضاد است. پیش‌بینی‌پذیری سازمانی دارای ابعاد متعددی است؛ از جمله حمایت معنوی از مربیان و متربیان، صداقت و شفافیت در انجام امور، پایبندی به تعهدات و برنامه‌ها، اطلاع‌رسانی مناسب، رعایت رازداری و امانت‌داری، و جبران خسارات ناشی از عملکرد.

به عبارت دیگر، پیش‌بینی‌پذیری سازمان توانایی خاصی را به مربیان، دانش‌آموزان و سایر ذی‌نفعان اعطا می‌کند که زمینه را برای عمل اخلاقی آنان فراهم می‌سازد. برای مثال، اگر یک مربی در کلاس درس طرح درس مشخص و واضحی نداشته باشد، اولین پیامد این وضعیت، بالاترین کیفیت دانش‌آموز نسبت به مربی خود است. این بالاترین کیفیت منجر به اضطراب و تشویش می‌شود و به تدریج آثار منفی بر کیفیت آموزش خواهد گذاشت.

۲-۳-۶. طراحی برنامه اخلاقی سازی سازمان

محققان و صاحب‌نظران بر این باورند که برنامه‌های اخلاقی در سازمان‌ها به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند: برنامه‌های ضمنی و برنامه‌های آشکار. نهادهای سازای برنامه‌های ضمنی اخلاق به معنای آن است که رفتارهای اخلاقی به صورت عملی اجرا می‌شوند و به‌طور مستقیم بیان نمی‌شوند. در مقابل، نهادهای سازای برنامه‌های آشکار

اخلاق به وضعیتی اشاره دارد که در آن، کدهای اخلاقی، آموزش‌های اخلاقی و استانداردهای اخلاقی به‌طور رسمی تدوین و توسط مسئولان ذی‌ربط سازمان اعلام می‌شوند تا کارکنان از آنها پیروی کنند و آنها را در رفتار و اعمال خود به‌کار گیرند (رجبانی و همکاران، ۱۳۹۳).

برای برنامه‌ریزی اصولی اخلاقی، شناخت وضعیت مطلوب، وضعیت موجود و فاصله بین این دو وضعیت ضروری است. سازمان آموزشی این شناخت را بر اساس داده‌های سه محیط کسب می‌کند: محیط درونی سازمان، محیط بیرونی سازمان و حتی برنامه‌های موفق اخلاقی مدارس در سطح بین‌المللی. هرچه مدیر سازمان از نیازمندی‌های موجود و تجارب موفق آگاهی بیشتری داشته باشد، می‌تواند برنامه‌ای تدوین کند که علاوه بر تمرکز بر شرایط فعلی، نگاهی آینده‌نگر به وضعیت اخلاقی سازمان داشته باشد و مشکلات اخلاقی آن را تسهیل کند. از این‌رو تدوین برنامه اخلاقی مشخص و شفاف توسط مدیر زمینه را برای نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق در سازمان فراهم می‌آورد.

۴-۲-۶. آموزش مستمر و فراگیر

نهادینه‌سازی اخلاق در سطح سازمان مسئله‌ای دشوار و چالش‌برانگیز است. دستیابی به این هدف مستلزم آموزش مستمر و اثربخش است. از این‌رو سازمان‌های اخلاقی سازمان‌هایی فراگیر محسوب می‌شوند. نهادینه‌سازی اخلاق در سازمان‌های آموزشی نیازمند دانش تخصصی در حوزه اخلاق حرفه‌ای و متناسب با زمینه‌های فعالیت حرفه‌ای سازمان است. کسب این دانش مستلزم رویکردی علمی و نگرشی تخصصی است؛ زیرا بحث درباره اخلاق بدون چنین بنیانی به توصیه‌های مکرر و نصایح بی‌محتوا تبدیل می‌شود که جز اتلاف وقت نتیجه‌ای به‌دنبال ندارد (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵).

برای مثال، در یک سازمان آموزشی مرز مداخله و مشاوره، مرز ورود به حریم شخصی و نظارت بر مربیان، و همچنین مرز بین حلم و بردباری با بی‌تفاوتی، در بسیاری از موارد به‌سادگی قابل تشخیص نیست و شناخت صحیح آنها تنها از طریق دانش‌افزایی و آموزش مستمر و فراگیر ممکن است. بیک‌نژاد و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان داده‌اند که آموزش کارکنان و ایجاد نظام مؤثر اطلاع‌رسانی، تأثیر مثبتی بر ارتقای اخلاق حرفه‌ای آنان دارد.

۵-۲-۶. معنویت سازمانی

معنویت به تعهد دینی و چگونگی تعالی درون‌فردی و فرافردی انسان و همچنین به رفتاری که به‌واسطه اصول و ارزش‌های خاصی هدایت می‌گردد، تعریف می‌شود (Long & Mills, 2010). معنویت در سازمان به‌لحاظ نقش‌بازدارندگی از آسیب‌ها و هنجارشکنی‌ها و همچنین از نظر نقش برانگیزانندگی افراد برای سودرسانی و خدمت بیشتر به جامعه مورد توجه قرار دارد (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۸). اخلاق اگر با معنویت و نگاه خدابین سیراب شود، نیت و کارکرد اصلی مدرسه، خدمت عاشقانه به خلق خداوند می‌شود و همه افراد با دل و جان به وظایف و تکالیف خود می‌پردازند. بر اساس پژوهش انجام‌شده، با تقویت مؤلفه‌های معنویت سازمانی می‌توان

اخلاق سازمانی را در سازمان گسترش داد (منطقی، ۱۳۹۷). معنویت سازمانی باعث کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی و افزایش انگیزه در محیط کار (فریدونی و علی‌دوست، ۱۳۹۴؛ Kutcher et al., 2010) و افزایش سخت‌کوشی در سازمان می‌شود (سنگری و همکاران، ۱۳۹۲).

۶-۲-۶. بسترسازی برای کسب مهارت‌های عملی

در سازمان‌های آموزشی، بسیاری از افراد به وظایف اخلاقی خود آگاهی دارند و انگیزه لازم را برای رفتار اخلاقی دارا هستند؛ اما در عمل قادر به اجرای این رفتارها نیستند. از باب مثال، بسیاری از معلمان و مدیرانی که انگیزه‌های دینی و انسانی قوی دارند، خود را موظف به مواجهه اخلاقی و ترویج اخلاق در سازمان می‌دانند؛ با این حال در عمل، اغلب از دستیابی به این هدف ناکام می‌مانند. برای چنین افرادی، توصیه‌های اخلاقی نه تنها ضروری نیست، بلکه مفید نیز نخواهد بود. در عوض، باید آنان را در کسب مهارت‌های لازم برای اخلاق‌ورزی حمایت کرد. این افراد تمایل دارند که به‌طور اخلاقی رفتار کنند و می‌دانند کدام اقدامات اخلاقی هستند؛ اما توانایی عملی انجام آنها را ندارند.

مهارت در رفتار اخلاقی مستلزم یادگیری حداقل دو نوع مهارت است: نخست مهارت‌های رفتار ارتباطی اثربخش؛ و دوم مهارت تشخیص و حل مسائل اخلاقی در محیط کاری. مهارت اول شامل بازسازی الگوهای رفتاری و سبک‌های ارتباطی است. اجتناب از واکنش‌های هیجانی، شناخت لحظه‌ای احساسات، مدیریت هوشمندانه عواطف، و استمرار در واکنش‌های مسئولانه و هوشمندانه، از مهم‌ترین مهارت‌های زندگی محسوب می‌شوند که با تمرین و بهره‌گیری از تکنیک‌های خاص قابل کسب‌اند. مهارت دوم نیز شامل تشخیص بموقع مسائل اخلاقی و حل اثربخش آنها در سازمان است (قراملکی و همکاران، ۱۳۹۵).

۶-۳. سطح کلان (برون سازمانی)

۶-۳-۱. ارتباط منظم و فعال با دیگر سازمان‌های تربیتی

ارتباط منظم و فعال مدرسه با سازمان‌های تربیتی، همچون کانون‌های فرهنگی و هنری، مساجد، فرهنگ‌سراها و سازمان‌هایی همچون سازمان حفاظت از محیط زیست، سازمان بهزیستی و...، نه تنها کمک‌کننده به برنامه‌های اخلاقی در سطح مدرسه است، بلکه باعث هماهنگی و هم‌افزایی در راستای تحقق اهداف والای جامعه و تأمین سرمایه انسانی خوب برای جامعه می‌شود (احمدرش و عبدالملکی، ۱۳۹۹).

۶-۳-۲. مشارکت در فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه

استعانت و یاری‌رسانی به‌عنوان پدیده‌ای فطری و عاطفی در زندگی جمعی و گروهی انسان‌ها انگیزه‌ای در افراد ایجاد می‌کند تا به یکدیگر در راستای تحقق اهداف جمعی یاری رسانند. پژوهش‌های تربیتی و محتوای کتاب‌های درسی مدرسه مؤلفه‌هایی از امور خیر، همچون همکاری، دگریاری، وقف، همدلی، تعاون، احسان، نوع‌دوستی و مشارکت اجتماعی را برجسته کرده‌اند.

از این منظر، هرچه مدارس برنامه‌های تربیتی خود را به‌سمت مشارکت فعال دانش‌آموزان و معلمان در فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه سوق دهند، آموزش‌های ارائه‌شده به‌صورت عملی و اثربخش در نهاد دانش‌آموزان و کارکنان مدرسه نفوذ می‌کند و حس مسئولیت متقابل میان افراد تقویت می‌شود (علوی و همکاران، ۱۴۰۳).

نتیجه‌گیری

امروزه اخلاق سازمانی نقش اساسی و تعیین‌کننده‌ای در عملکرد سازمان‌ها ایفا می‌کند. مباحث اخلاقی همچون عدالت، انصاف، تعهد و حقوق فردی و سازمانی اهمیت فزاینده‌ای یافته‌اند. مدیران و کارکنان سازمان‌ها برای انجام وظایف خود، علاوه بر رعایت معیارهای سازمانی و قوانین، نیازمند مجموعه‌ای از رهنمودها و اصول اخلاقی هستند که آنان را در رفتارها و تصمیم‌گیری‌های سازمانی هدایت می‌کند و هماهنگی و وحدت رویه در حرکت به‌سوی اخلاق سازمانی مطلوب را فراهم می‌سازد (امیرکبیری و داروئیان، ۱۳۹۰).

با توجه به پیچیدگی فزاینده سازمان‌های آموزشی، تنوع نیروی انسانی و ویژگی‌های فرهنگی آنها، مؤلفه‌های مؤثر بر اخلاق در این سازمان‌ها گسترده و چندبعدی هستند. بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهند که این مؤلفه‌ها در سه سطح قابل مطالعه‌اند:

در سطح فردی، برنامه‌ریزی برای اصلاح و تغییر نگرش معلمان و تقویت کانون کنترل درونی موجب افزایش خودآگاهی و خودکنترلی آنان می‌شود.

در سطح سازمانی، انگیزش و خواستن درونی نقش مهمی در اولویت‌بخشی به برنامه‌های اخلاقی دارد. طراحی برنامه‌های اخلاقی‌سازی، آموزش مستمر و فراگیر کارکنان و فراهم کردن بستری برای کسب مهارت‌های عملی، از عوامل کلیدی در تحقق اخلاق در سازمان است. وجود چنین برنامه‌هایی نشان‌دهنده پیگیری هدفمند سازمان در جهت تحقق اخلاق حرفه‌ای است و توانمندسازی معلمان از طریق آموزش‌ها و مهارت‌های تخصصی، از مهم‌ترین ابزارهای آن محسوب می‌شود. همچنین پیش‌بینی‌پذیری اخلاق در سازمان، به‌گونه‌ای که معلمان، دانش‌آموزان و سایر ذی‌نفعان بتوانند عملکرد سازمان را در زمینه حقوق خود پیش‌بینی کنند، و نیز وجود معنویت در سازمان، نه‌تنها بستر ساز اخلاق، بلکه زمینه‌ساز رشد و تعالی معلمان و دانش‌آموزان است.

در سطح کلان و برون‌سازمانی، بهره‌گیری مدارس از امکانات و فرصت‌های محیط بیرونی، مانند سازمان‌های تربیتی (مساجد، کانون‌های فرهنگی و...) و مشارکت در فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه موجب می‌شود که دانش‌آموزان و معلمان به‌صورت عملی و کاربردی با مسائل اخلاقی مواجه شوند. از این‌رو تربیت نسلی با اخلاق مستلزم آن است که مدیران مدارس با مشارکت معلمان، زمینه و فرصت‌های گسترده‌ای برای نهادینه‌سازی اخلاق در سازمان فراهم آورند.

منابع

- احمدرش، رشید و عبدالملکی، شوبو (۱۳۹۹). ارائه الگوی عملکرد تعالی مدیریت مدرسه مبتنی بر مدل سه‌شاخگی. *فصلنامه علمی مدیریت مدرسه*، ۸(۳): ۲۳-۱.
- امیرکبیری، علیرضا و داروئیان، سهیلا (۱۳۹۰). برداشت‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۶(۱)، ۹۳-۸۴.
- امینی فسخودی، عباس (۱۳۸۷). پویایی اخلاق تجاری: تابعی از فرهنگ و زمان. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۳(۳ و ۴)، ۱۲-۱.
- انصاری، محمداسماعیل و اردکانی، محمدشاکر (۱۳۹۲). اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی*، ۶(۲)، ۵۲-۴۰.
- بیکنژاد، جعفر؛ صادقی، محمد و ابراهیم‌پور، داود (۱۳۹۱). تأثیر عوامل سازمانی بر رشد اخلاق حرفه‌ای کارکنان. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۷(۲)، ۵۱-۴۱.
- بهرامی، حمزه‌علی؛ شانظری، جعفر و هاشمی، مریم‌السادات (۱۴۰۳). تحلیلی بر کاربردهای عملی نظریه اخلاقی علامه مجلسی. *معرفت اخلاقی*، ۱۶(۲)، ۶۶-۵۳.
- پاکزاد، محمدامین؛ حلت‌آبادی فراهانی، محمدابراهیم؛ غفوری، سمیه و خسروی طناک، محمد (۱۴۰۱). رشد اجتماعی دانش‌آموزان: نقش پیش‌بینی هوش اخلاقی و فرهنگ مدرسه. *مجله اخلاق زیستی*، ۱۲(۳۷)، ۲۲-۱۳.
- پوزاد، نواکرم و ناروئی‌نژاد، قاسم (۱۳۹۶). رابطه بین اخلاق اسلامی کار و بهزیستی روان‌شناختی معلمان. در: همایش علمی پژوهشی استانی راهبردها و راهکارهای ارتقای کیفیت در آموزش و پرورش. میناب:
- <https://civilica.com/doc/697415>.
- ترچانی، محبوبه و مرتضوی، سیدجواد (۱۳۹۸). نقش فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها. چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت کسب‌وکار و بازرگانی. تهران: دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- حافظ‌کمال، محمد (۱۴۰۱). رابطه بین فرهنگ سازمانی حاکم بر مدرسه و اخلاق حرفه‌ای مدیران با مسئولیت‌پذیری معلمان مدارس ابتدایی پسرانه شهرستان خنجین. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۶(۸۵)، ۶۰۹-۶۳۰.
- حسینی، محمد؛ عباسی خالجبیری، سمیرا و قالوندی، حسن (۱۳۹۵). تحلیل رابطه فعالیت‌های منابع انسانی با نگرش مثبت به کار و اخلاق سازمانی. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۱(۴)، ۹۰-۱۰۰.
- رجبانی، ندا؛ قلی‌پور، آرین و غفاری، محمد (۱۳۹۳). ارتباط نهادهای اخلاق با کیفیت زندگی کاری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، ۴(۲)، ۱۰۱-۱۲۰.
- رضایی کلاتتری، مرضیه (۱۳۹۷). بررسی رابطه خودکارآمدی و منبع کنترل با اخلاق حرفه‌ای معلمان پایه دوم ابتدایی. *پژوهش‌های نوین علوم انسانی*، ۲(۷)، ۱۲۹-۱۴۳.
- سرمدی، محمدرضا (۱۳۹۵). ارائه مدل علمی اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی با نقش واسطه‌ای عدالت سازمانی و ارزش‌های

شغلی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۷(۳)، ۷۳-۶۱.

سپهوند، رضا؛ عارف‌نژاد، محسن؛ زارع، فرجام و سپهوند، مهدیه (۱۳۹۸). اثر معنویت سازمانی بر آنومی سازمانی با تأکید بر نقش میانجی اخلاق کار. مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۸(۲)، ۱۷۱-۱۸۸.

سنگری، نگین؛ نائینی، ابوالفضل و پورولی، بهروز (۱۳۹۲). تأثیر دینداری و اخلاق کار اسلامی بر سختکوشی کارکنان. مطالعات رفتار سازمانی، ۳(۲-۱)، ۱۱۶-۱۰۱.

*شورای عالی آموزش و پرورش (۱۳۹۰). سند تحول بنیادین آموزش و پرورش. تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش
*شورای عالی آموزش و پرورش (۱۳۹۱). برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران. تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش
طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۹). تفهیم المیزان. قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
عسگری، ناصر؛ نیکوکار، غلامحسین و امینی، محمد (۱۳۹۳). بررسی رابطه اخلاق اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی. مدیریت اسلامی، ۲۲(۱)، ۱۲۳-۱۳۹.

عزیزی، کریم؛ رضایی، زمان علی و میری، سیدياسر (۱۳۹۹). رابطه فرهنگ مدرسه و اخلاق حرفه‌ای با دبستگی شغلی؛ مطالعه موردی: معلمان دوره ابتدایی آموزش و پرورش شهرستان محمودآباد. پنجمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پرورش. محمودآباد، مازندران: سیویلیکا.
علوی، سیدمحمدهادی علوی؛ فرنیا، حامد و بهداشتی خسروشاهی، کوثر (۱۴۰۳). توانمندی مدیران آموزشی در توسعه حرفه‌ای مدارس. تهران: جالیز.

فقیهی، ابوالحسن و رضایی منش، بهروز (۱۳۸۵). اخلاق اداری: سیری در گذشته و حال. فصلنامه مطالعات مدیریت، ۴۷(۴)، ۲۶-۱.
فریدونی، مسعود و علیدوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۴). ارتباط بین معنویت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی. مدیریت ورزشی، ۷(۶)، ۹۲۱-۹۳۳.

قراملکی، احد فرامرز؛ برخورداری، زینب و موحدی، فائزه (۱۳۹۵). اخلاق حرفه‌ای در مدرسه. تهران: مؤسسه شهید مهدوی.
قراملکی، احد فرامرز (۱۳۸۵). روش‌شناسی مطالعات دینی. مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
کاظمی، علی؛ کتجکاو منفرد، امیررضا؛ محمودی میمند، مرتضی و کتجکاو منفرد، علیرضا (۱۳۹۳). واکاوی عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی با استفاده از مدل‌یابی معادله ساختاری. فرایند مدیریت توسعه، ۲۷(۴)، ۴۷-۶۶.
کرم‌دخت، رقیه (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین اخلاق سازمانی مدیران و اثربخشی سازمانی مدارس متوسطه شهرستان بابلسر. پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، ۵(۱)، ۱۱۵-۱۲۶.

گیوریان، حسن (۱۳۸۴). مدل‌ها و نظریه‌های اخلاقی در سازمان و مدیریت. فصلنامه تحول اداری، ۶(۴۹)، ۱۲۷-۱۴۸.
مطهری، مرتضی (۱۳۷۸). مجموعه آثار. قم: صدرا.

مرضایی، زینب؛ هاشمی، سیداسماعیل؛ نعمی، عبدالزهر و بشلیده، کیومرث (۱۳۹۴). اخلاق کار اسلامی و قصد ترک شغل: نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی. روان‌شناسی معاصر (مجموعه مقالات پنجمین کنگره انجمن روان‌شناسی ایران)، ۱۰(۱)، ۱۴۶۹-۱۴۷۲.
محمدمهر، مژگان؛ خانی، حامد و هاشمی، ماجد (۱۳۹۳). بررسی اخلاق حرفه‌ای سازمانی از دیدگاه معلمان مدارس متوسطه

- شهر سنندج. نشریه مطالعات آموزشی مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ارتش، ۱۲-۱، (۱)، ۱۲-۱.
- منطقی، محسن (۱۳۹۷). بررسی رابطه اخلاق سازمانی و معنویت سازمانی. معرفت فرهنگی اجتماعی، ۴(۹)، ۸۹-۱۰۹.
- میرمعزی، سیدحسین (۱۳۹۵). اخلاق اسلامی و مذهب اقتصادی اسلام. فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد اسلامی، ۱۶(۶۲)، ۵۹-۳۳.
- نصرآبادی، علی‌باقی و سلیمانی، مجید (۱۳۹۲). نقش فرهنگ سازمانی در تعالی اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها. نشریه مدیریت فرهنگی، ۷(۲۱)، ۸۷-۱۰۲.
- نوربخش، پریوش و راشدی، مهری (۱۳۹۳). رابطه علی بین منبع کنترل و اخلاق سازمانی با رضایت شغلی: ارائه مدلی برای محیط کار. مدیریت ورزشی، ۶(۳)، ۵۳۱-۵۴۴.
- نهادن‌دیان، محمد (۱۳۸۵). درآمدی بر اخلاق کسب و کار در محیط جهانی. تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- وجدانی، فاطمه (۱۴۰۰). اخلاق حرفه‌ای در تربیت. تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- Ashton, C. & Orme, G. (2003). Ethics a foundation competency. *Industrial and 190 commercial training*, 35(5), 184-190.
- Barker, C. & Coy, R. (2004). *The Power of Culture: Driving today's Organization*. Australia: McGraw- Hill.
- Conaock, M. & Johns, L. (1998). *TQM and its humanistic orientation towards organizational analysis*. The TQM magazine 10 (40293-301).
- Fisher, Josie & Bonn, Ingrid (2007). Internatinal Strategies and ethics: exploring the tension between head office and subsidiaries. *management Decision*, 45(10), 1560-1572.
- Ingrid, N. (2004). *Factors impacting on ethical in behavior in organizations*. Pretoria, South Africa: University of pretoria Repository.
- Kutcher, E. J.; Bragger, J. D.; Rodriguz-Sredinicki, O. & Masco, J. L. (2010). The role of religiosity in strees, job attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 319-337.
- Lee, M. R. (2009). E-ethical leadership for virtual project teams. *International Journal of Project Management*, 27(5), 456- 463
- Long, B. S. & Mills, J. H. (2010). Workplace spirituality, contested meaning and the culture of organization: A critical sense making account. *Journal of Organizational Change Management*, 23(3), 325-341.
- Paul Dana, Leo (2004). *Handbook of Research on International Entrepreneurship*. Cheltenham, UK / Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.

- Ren, p.; Anthony, M.; Chapman, B. P.; Heffner, K. & Lin, F. (2017). Amygdala functional connectivity is associated with locus of control in the context of cognitive aging. *Neuropsychologia*, 99, 199-206.
- Vibert, Conor (2004). *Theories of Macro Organizational Behavior: A Handbook of Ideas and Explanations*. Armonk, NY : M.E. Sharpe.
- Wells, Barron & Spinks, Nelda (1996), Ethics must be communicated from the top. *Career Development international*, 1(7), 28-30.
- Zairi, M. & Peters J. (2002). The Impact of Social Responsibility on Business Performance. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 422-456.