

بسم الله الرحمن الرحيم . الحمد لله

مدیریت اخلاق حرفه‌ای در سازمان به شیوه جوانمردان

با دیباچه‌هایی از:

سه چهره ماندگار عرصه‌های دانش، علم، فرهنگ و ادب ایران

دکتر الوانی - دکتر بهادری نژاد - دکتر کزازی

آیا می‌دانید که:

با تبدیل شدن غیرمجاز هر کتاب به فایل pdf یا powerpoint و انتشار آن در اینترنت، قلم چند نویسنده برای تولید علم کُند می‌گردد؟ چراغ چندین ناشر و کتابفروش بی‌فروغ می‌شود؟ چند ده کارگر چاپخانه از ادامه کار باز می‌مانند؟...

اگر از حق معنوی (Copyright) که یک حق انسانی است بگذریم، آیا تبدیل و انتشار ناجوانمردانه کتاب‌ها بصورت نسخه‌های الکترونیکی، مصداق «سرقت» و «مال دزدی خریدن»، در روزگار ما نیست؟...

سرشناسه : خاکی، غلامرضا ۱۳۴۲-
 عنوان و نام‌پدیدآور : مدیریت اخلاق حرفه‌ای در سازمان به شیوه جوانمردان / تألیف غلامرضا خاکی.
 مشخصات نشر : تهران: فوژان، ۱۳۹۲
 مشخصات ظاهری : ۳۸۴ ص: مصور.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۶۲۱-۷-۲
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
 موضوع : رفتار سازمانی
 موضوع : اخلاق حرفه‌ای
 موضوع : اخلاق
 موضوع : مدیریت -- جنبه‌های اخلاقی
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۲ م ۴ خ/ HD۵۸۸/۷
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۳
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۲۱۳۷۵۰



نشر فوژان

مدیریت اخلاق حرفه‌ای در سازمان به شیوه جوانمردان

غلامرضا خاکی

شمارگان: ۴۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۲)

اجرای جلد: محمد سردستانی

حروفچینی و صفحه‌آرایی: فتحی

لیتوگرافی / چاپ / صحافی: کوه نور / هنر / کیمیا

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن بطور کلی و جزئی (چاپ، فتوکپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۶۲۱-۷-۲

قیمت: ۱۷۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: توحید دانش

تهران، خ انقلاب، خ اردیبهشت، بین لبافی‌نژاد و جمهوری پ ۱۴، ط اول.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

www.FozhanBook.com

Email: fozhanpub@gmail.com

پیشکش به فضیل عیاض؛

آن «راهنمائی» که بهدار حق را شنید و «رحم» راه حقیقت شد.^۱

تقدیم به تمام زنان و مردان جوانمردی که گمانند و در تاریخ دیروز و امروز و فردا نشانی ندارند و
کمتر و کردار نابو جوانمردان روزگار، از قوت، بازشان نمی‌دارد.

حاکم پای آن سپهرانی که به دلیل «فقر»، «حق» از یادشان نمی‌رود.^۲
نثار روح امید عباسی؛^۳

آن ایثارگر جان، با دغدغه بزرگش برای زنده ماندن انسان
و مدینه به مدیترانی که:

«از ارزش‌های سازمانی حمایت کرده و با ایفای نقش الگو بودن برای درستی، مسئولیت اجتماعی
و رفتار اخلاقی در دو بعد درونی و بیرونی، شهرت سازمان را توسعه داده و تقویت می‌کنند»^۴.

۱- فضیل بن عیاض (۱۰۵-۱۸۷) در ایام جوانی به راهنمی اشتغال داشت، در ماجرای با شنیدن آیه زیر توبه کرد و عارف شد.
أَلَمْ يَأْنِ لِلَّذِينَ آمَنُوا أَنْ تَخْشَعَ قُلُوبُهُمْ لِذِكْرِ اللَّهِ وَمَا نَزَلَ مِنَ الْحَقِّ {الحديد/۱۶}

آیا کسانی که ایمان آورده‌اند هنگام آن برایشان نرسیده است که دل هایشان به یاد خدا و آن چه از جانب حق نازل شده است خاشع شود؟

۲- اشاره به سپهرانی که اشیاء با ارزشی را که پیدا می‌کنند به صاحبانشان بر می‌گردانند.

۳- آتش‌نشانی که در عملیات نجات، جان به جان آفرین تسلیم کرد و اعضای بدنش هم اهدا شد.

۴- زیر معیار رهبری (Leadership) در مدل EFQM ویرایش ۲۰۱۰

شیر مردانند در عالم مدد
بانگ مظلومان ز هر جا بشنوند
آن ستونهای خللهای جهان
محض مهر و داوری و رحمتند
مهربانی شد شکار شیرمرد
هر کجا دردی، دوا آنجا رود
آب رحمت بایست، زو پست شو
چرخ را در زیر بار، ای شجاع
پنبه‌ی وسواس بیرون کن ز گوش
پاک کن دو چشم را از موم عیب
دفع کن از مغز و از بینی زکام
داروی مردی کن و عین مجوی
غُل بُخل از دست و گردن، دُور کن
ور نمی‌توانی به کعبه‌ی لطف پَر
زاری و گریه، قوی سرمایه‌ای است
چشم را در روشنائی خوی کن
عاقبت‌بینی، نشان نور تُست
عاقبت‌بینی، که صد بازی بدید
زان یکی بازی، چنان مغرور شد
ای خدا، این سنگِ دل را، موم کن

آن زمان، کافغان مظلومان رسد
آن طرف، چون رحمت حق می‌دوند
آن طیبیانِ مرض‌هایِ نِهان
همچو حق، بی علت و بی رشوتند
در جهان دارو نجوید، غیر درد
هر کجا پستی است، آب آنجا دود
وانگهان، خُور خمرِ رحمت، مست شو
بشنو از فوق فلک، بانگِ سَماع
تا به گوشت آید از گردون خروش
تا بینی باغ و سروستان غیب
تا که ریحُ الله درآید در مشام
تا برون آیند صد گونِ خوب‌روی
بختِ نو دریا ب در چرخ کُهن
عرضه کن بیچارگی بر چاره‌گر
رحمتِ کلی، قوی‌تر دایه‌ای است
گر نه خفاسی، نظر آن سوی کن
شهوتِ حالی، حقیقت، گور تست
مثل آن نبود که یک بازی شنید
کز تکبر ز اوستادان دور شد
نال‌هاش را، تو خوش و مرحوم کن

فهرست کلی

بخش (۱)

بسترهای ظهور اخلاق در جهان جدید

- | | | |
|---------------------|--------------------------|---------------------------------|
| (۱) | (۲) | (۳) |
| ویژگی‌های جهان جدید | علم مدیریت در گذار تاریخ | انسان، متغیری در معادله سازمان؟ |
| (۴) | (۵) | (۶) |
| حکمت سازمانی | معنویت سازمانی | رنگین کمان معنای معنویت |
| (۷) | (۸) | (۹) |
| ارزشهای سازمانی | معنا و مبانی اخلاق | موردکاوی: معنویت سازمانی |

بخش (۱)

مبانی و مفاهیم فلسفی اخلاق

- | | | |
|-----------------------------|--|-----------------------------|
| (۱۰) | (۱۱) | (۱۲) |
| نظام‌های اخلاقی | فلسفه اخلاق | معرفت‌شناسی اخلاقی |
| (۱۳) | (۱۴) | (۱۵) |
| نسبیت‌گرایی اخلاقی | نظریه‌های اخلاق هنجاری | پارادایم (مکتب) فضیلت‌گرایی |
| (۱۶) | (۱۷) | (۱۸) |
| پارادایم (مکتب) نتیجه‌گرایی | فایده‌گرایی، اصلی‌ترین نظریه نتیجه‌گرایی | پارادایم (مکتب) وظیفه‌گرایی |
| (۱۹) | (۲۰) | |
| عدالت، قانون و اخلاق | موردکاوی: اعتماد، رفتاری اخلاقی؟ | |

بخش (III) توجه به اخلاق در سازمان و مدیریت

(۲۱)
اخلاق کاربردی

(۲۲)
اخلاق در جهان
سایبری (مجازی)

(۲۳)
اخلاق، تکنولوژی

(۲۴)
اخلاق زیست محیطی

(۲۵)
اخلاق در سازمان

(۲۶)
اخلاق حرفه‌ای

(۲۷)
منشور اخلاقی

(۲۸)
نقد رویکرد سازمان‌های ایرانی
به اخلاق

(۲۹)
شهروند مداری، چارچوبی برای
اخلاق سازمانی

(۳۰)
موردکاوی: هدیه آتشین

بخش (IV) جوانمردی و شاخص‌های سازمانی آن

(۳۱)
ایران‌شناسی، پیش‌نیاز مدیریت
اقتضایی

(۳۲)
پندار، گفتار و کردار ایرانیان

(۳۳)
موردکاوی: سنت در رهگذار
تندباد

(۳۴)
تعریف جوانمردی در متن‌های
کهن

(۳۵)
جوانمردی، چونان یک نظام
اخلاقی

(۳۶)
علی در آینه عیاری

(۳۷)
فمنیسیم و جوانمردی زنان

(۳۸)
فتوت‌نامه، منشور اخلاقی
حرفه‌ای ایرانی

(۳۹)
نشانه‌های جوانمردی

(۴۰)
جوانمردی سازمانی و
شاخص‌های آن

پانزده	دیباچه‌های چهره‌های ماندگار
بیست و سه	پیشنگار نگارنده

بخش (۱): بسترهای ظهور اخلاق در جهان جدید

۳	(۱): ویژگی‌های جهان جدید
۵	آغاز دوران مدرن
۸	معماران جهان مدرن
۹	آغازگر پست مدرنیسم
۱۰	فلسفه علم چیست؟
۱۱	ابطال‌پذیری، معیار علمی بودن
۱۲	آثار ناپسند حاکمیت عقل مدرن
۱۳	تحولات فکری نیمه دوم قرن بیستم
۱۷	(۲): علم مدیریت در گذار تاریخ
۱۷	ماهیت علم مدیریت
۱۸	انسان در جهان جدید
۱۹	زلزله در سرزمین علوم اجتماعی - انسانی
۲۰	بهره‌وری، هدف علم مدیریت
۲۰	نگاه کلاسیکی به سازمان
۲۱	مدیریت اقتضایی
۲۲	نظریه‌های نوین در مدیریت معاصر
۲۵	(۳): انسان، متغیری در معادله سازمان؟
۲۷	سازمان و ابعاد آن
۲۸	انسان، عاملی مساله ساز، اما حل‌کننده مساله‌های سازمانی
۲۸	برداشت از انسان
۲۹	فرمول‌های عملکرد منابع انسانی
۳۰	عوامل موثر بر عملکرد منابع انسانی
۳۱	انواع مهارت
۳۳	(۴): حکمت سازمانی
۳۴	میانی جهان مدرن
۳۴	ظهور پست مدرن‌ها

۳۵	ویژگی‌های دوران صنعتی و دانشی
۳۶	رابطه اطلاعات، دانش و فرزاندگی
۳۷	ریشه واژه حکمت
۴۱	نشانه‌های رفتار حکیمانه
۴۱	فرآیند تکاملی حکیم
۴۵	(۵): معنویت سازمانی
۴۶	چرایی توجه به معنویت
۴۷	معنویت چیست؟
۴۷	رابطه دین و معنویت
۴۸	سطوح معنویت
۴۹	(۶): رنگین کمان معنای معنویت
۴۹	معنویت و زنان
۵۰	معنویت در هندوئیسم
۵۱	معنویت در آیین بودا
۵۲	معنویت در اسلام
۵۳	انتظارها از مدیران معنوی
۵۶	شاخص‌های معنویت سازمانی
۵۷	(۷): ارزشهای سازمانی
۵۷	ارزش (value) چیست؟
۵۸	رابطه ارزش و نیاز
۵۸	رابطه ارزش و انگیزه
۵۹	رابطه ارزش و میل
۵۹	رابطه ارزش و ویژگی خاص [صفت]
۵۹	رابطه ارزش و باور
۶۰	رابطه ارزش و نگرش
۶۰	تفاوت‌های میان ارزش‌ها و گرایش‌ها
۶۱	طبقه‌بندی ارزش‌ها
۶۵	(۸): معنا و مبانی اخلاق
۶۵	تفاوت Ethics و Morality
۶۶	اخلاق یعنی چه؟
۶۷	رابطه دین و اخلاق
۶۷	ساختار کلی یک گزاره
۶۷	ماهیت گزاره‌های اخلاقی
۶۹	تشریح روش موردکاوی

۶۹	الف) Case study بعنوان یک روش تحقیق کیفی [=موردپژوهی]
۷۰	ب) Case study چونان یک روش آموزشی [=موردکاوی]
۷۱	(۹): موردکاوی: معنویت سازمانی

بخش (II): مبانی و مفاهیم فلسفی اخلاق

۷۵	(۱۰): نظام‌های اخلاقی
۷۶	انواع نظام‌های اخلاقی ضد دینی
۷۶	الف: نظام اخلاقی ضد دینی
۷۷	ب: نظام اخلاقی یونانی
۷۷	ج: نظام اخلاقی ارسطویی
۷۸	د: نظام اخلاقی دینی
۸۳	(۱۱): فلسفه اخلاق
۸۴	جایگاه فلسفه در عالم اسلام
۸۴	فلسفه مضاف (مرتبه دوم)
۸۵	فلسفه اخلاق
۸۵	جایگاه فیلسوف اخلاق
۸۶	(۱) فرا اخلاق
۸۷	بخش‌های فرا اخلاق
۸۷	الف: معنا شناختی (Semantical) اخلاقی
۸۷	ب: معرفت شناختی (Epistemological) اخلاقی
۸۸	ج: هستی شناختی (Ontological) اخلاقی
۸۸	د: روانشناسی (psychological) اخلاق
۸۸	(۲) اخلاق هنجاری (Normative Ethics)
۸۹	کانون‌های توجه در اخلاق هنجاری
۸۹	(۳) اخلاق توصیفی (Descriptive Ethics)
۹۰	(۴) اخلاق کاربردی (حرفه‌ای)
۹۱	(۱۲): معرفت‌شناسی اخلاقی
۹۴	واقع‌گرایی و ناواقع‌گرایی
۹۵	انواع واقع‌گرایان
۹۵	انواع طبیعت‌گرایان
۹۷	(۱۳): نسبیت‌گرایی اخلاقی
۱۰۰	تعارض‌های اخلاقی
۱۰۰	انواع نسبیت‌گرایی اخلاقی

۱۰۳	 نظریه‌های اخلاق هنجاری
۱۰۴	 الف) پارادایم وظیفه‌گرایانه (تکلیف‌گرایی)
۱۰۴	 انواع نظریه‌های وظیفه‌گرایانه
۱۰۵	 ب) پارادایم پیامدگرایانه
۱۰۵	 ج) پارادایم فضیلت‌گرایانه
۱۰۷	 (۱۵): پارادایم (مکتب) فضیلت‌گرایی
۱۰۸	 تاریخچه فضیلت‌گرایی
۱۰۹	 دیدگاه هیوم درباره فضیلت‌ها
۱۰۹	 انواع اخلاق فضیلت‌گرا
۱۱۱	 (۱۶): پارادایم (مکتب) نتیجه‌گرایی
۱۱۲	 ماهیت نظریه‌های پیامدگرا
۱۱۳	 سود (فایده)، پیامدهایی برای اخلاقی بودن
۱۱۳	 انواع فایده‌گرایان
۱۱۴	 پیامدگرایی در اسلام
۱۱۴	 نظریه‌های نتیجه‌گرا
۱۱۵	 نقد لذت‌گرایی
۱۱۹	 (۱۷): فایده‌گرایی، اصلی‌ترین نظریه نتیجه‌گرایی
۱۱۹	 مبانی فایده‌نگاری
۱۲۰	 فایده‌گرایی اولویتی
۱۲۱	 انواع فایده‌گرایی
۱۲۲	 انواع فایده‌نگری قاعده‌نگر
۱۲۳	 (۱۸): پارادایم (مکتب) وظیفه‌گرایی
۱۲۳	 ریشه‌شناسی واژه «وظیفه»
۱۲۴	 انواع نظریه‌های وظیفه‌گرایانه
۱۲۵	 نقد وظیفه‌گرایی عمل‌نگر
۱۲۶	 دیدگاه کانت
۱۲۹	 توضیح دوباره قاعده «امر مطلق»
۱۲۹	 قانون اخلاقی
۱۳۰	 انواع خوبی‌ها از دیدگاه کانت
۱۳۱	 رابطه ارزش اخلاقی و وظیفه
۱۳۱	 ساحت‌های وجود انسان
۱۳۱	 دیدگاه دیوید راس
۱۳۳	 نظریه امر الهی

۱۳۵	(۱۹): عدالت، قانون و اخلاق
۱۳۶	انواع عدالت در مدیریت
۱۳۶	نظریه عدالت توزیعی
۱۳۶	معیارهای عدالت
۱۳۷	عدالت در وظیفه‌گرایی
۱۳۸	عدالت در نگاه علی(ع)
۱۳۹	پیوند اخلاق و قانون
۱۴۰	تک ساحتی بودن اخلاق جدید
۱۴۱	(۲۰): موردکاوی: اعتماد، رفتاری اخلاقی؟

بخش (III): توجه به اخلاق در سازمان و مدیریت

۱۴۵	(۲۱): اخلاق کاربردی
۱۴۷	ویژگی‌های اخلاق کاربردی
۱۴۷	رابطه حقوق بشر و اخلاق سازمانی
۱۴۷	رهیافت اخلاقی حقوق بشر
۱۴۸	قلمروهای اخلاق کاربردی
۱۴۸	۱. موضوعات فرهنگی
۱۵۲	۲. موضوعات سیاسی، امنیتی و قضایی
۱۵۴	۳. موضوعات اقتصادی - سازمانی
۱۵۶	۴. موضوعات بهداشت و سلامت انسان و محیط
۱۵۷	(۲۲): اخلاق در جهان سایبری (مجازی)
۱۵۷	ابعاد اخلاقی فضای کسب و کار ایران
۱۶۱	اخلاق اطلاعاتی
۱۶۱	راههای پر کردن شکاف دیجیتالی
۱۶۲	فرق حقوق و اخلاق
۱۶۲	حریم خصوصی در فضای مجازی
۱۶۳	واقعیت مجازی
۱۶۳	فرآیند چگونگی تحلیل اخلاقی در حوزه اطلاعات
۱۶۴	تصمیم‌گیری اخلاقی
۱۶۴	اصول اخلاقی در جامعه اطلاعاتی
۱۶۷	(۲۳): اخلاق، تکنولوژی
۱۶۷	معنای تکنولوژی
۱۶۸	نسبت‌های تکنولوژی و اخلاق
۱۷۲	دلایل بوجود آمدن فلسفه تکنولوژی

۱۷۳	تکنولوژی، تعیین کننده وضع امروز انسان.....
۱۷۵	(۲۴): اخلاق زیست محیطی.....
۱۷۶	مسئولیت اجتماعی سازمان های سرآمد.....
۱۷۸	بازتاب استانداردهای زیست محیطی در مدل های تعالی.....
۱۷۸	مبانی اخلاق زیست محیطی.....
۱۷۹	نقش اعتقاد به خدا در توجه به زیست محیط.....
۱۸۱	اصول هانور.....
۱۸۳	(۲۵): اخلاق در سازمان.....
۱۸۳	سیر تاریخی توجه به اخلاق در سازمانها.....
۱۸۴	انتظارات مدیران پیشرو از علم اخلاق.....
۱۸۵	اهمیت توجه به معیارهای اخلاقی در سازمانها.....
۱۸۶	انواع تجزیه و تحلیل نظام های اخلاقی.....
۱۸۷	آداب اخلاقی انتقاد.....
۱۸۸	فرآیند تاثیر اخلاق بر عملکرد.....
۱۸۹	نسبت بین قانون مندی و پیش بینی پذیری سازمان.....
۱۸۹	موانع گسترش اصول اخلاقی در سازمانها.....
۱۹۰	پاسخگویی اجتماعی (Social Accountability).....
۱۹۵	(۲۶): اخلاق حرفه ای.....
۱۹۵	حرفه چیست؟.....
۱۹۷	ویژگی های حرفه.....
۱۹۷	تعریف های اخلاق حرفه ای.....
۱۹۹	انواع اخلاق حرفه ای.....
۱۹۹	ویژگی های اخلاق حرفه ای.....
۱۹۹	اخلاق کار یا اخلاق حرفه ای؟.....
۲۰۰	ابعاد اخلاق کار.....
۲۰۳	(۲۷): منشور اخلاقی.....
۲۰۵	مدلی برای تاثیر گذاری اخلاق بر عملکرد کارکنان در سازمانها.....
۲۰۶	منشور اخلاقی چیست؟.....
۲۰۶	اهداف منشور اخلاقی.....
۲۰۷	منشور اخلاقی و منشور رفتاری.....
۲۰۷	راهکارهایی برای تدوین برنامه های اخلاقی.....
۲۰۹	ویژگی های یک منشور اخلاقی کارآمد.....
۲۰۹	رویکردهای اخلاقی درباره ذینفعان، مالکان و کارکنان.....
۲۱۲	ابزارهای مدیریت اخلاق حرفه ای در سازمان.....

۲۱۲	سازوکارها و ساختارها در مدیریت اخلاق
۲۱۳	وظایف کمیته اخلاقی
۲۱۵	(۲۸): نقد رویکرد سازمان‌های ایرانی به اخلاق
۲۱۶	ایرادهای منشورهای اخلاقی در سازمان‌های ایران
۲۱۹	(۲۹): شهروندمداری، چارچوبی برای اخلاق سازمانی
۲۱۹	انسان، یک شهروند تنها در جهان جدید
۲۲۰	رضایت شهروندان، پیامد چگونگی رفتار کارکنان
۲۲۰	ارباب رجوع، مشتری یا شهروند؟!
۲۲۰	خاستگاه مفهوم شهروندی
۲۲۱	شهروندگرایی سازمانی
۲۲۲	ویژگی‌های رفتار شهروندمدار
۲۲۶	ابعاد رفتار شهروندی سازمانی
۲۲۹	انواع تحقیقات درباره‌ی شهروندی سازمانی
۲۳۱	(۳۰): موردکاوی: هدیه آتشین

بخش (IV): جوانمردی و شاخص‌های سازمانی آن

۲۳۵	(۳۱): ایرانشناسی، پیش‌نیاز مدیریت اقتصادی
۲۳۷	ایرانشناسی، نیاز جهانی شدن
۲۳۸	چه نیازی به ایرانشناسی در مدیریت
۲۴۰	هویت چیست؟
۲۴۰	هویت ملی چیست؟
۲۴۱	ابعاد هویت ملی
۲۴۲	ساحت‌های فرهنگ ایران
۲۴۳	ساختار زبان ایرانی
۲۴۴	ایرانشناسی چیست؟
۲۴۴	ابعاد ایرانشناسی
۲۴۴	رویکردها و روش‌های شناخت ایران
۲۴۶	تسبیح رنگارنگ: استعاره‌ای برای ایرانشناسی
۲۴۷	(۳۲): پندار، گفتار و کردار ایرانیان
۲۵۵	(۳۳): موردکاوی: سنت، در رهگذار تندباد
۲۶۳	(۳۴): تعریف جوانمردی در متن‌های کهن
۲۶۳	انواع متن‌های ادبی
۲۶۴	زبان حماسی ایرانی
۲۶۴	آغاز ادبیات جوانمردی

۲۶۵	خاستگاه‌های داستان‌های جوانمردی
۲۶۵	تحلیل داستان‌های جوانمردی بعنوان یک متن
۲۶۶	واژه جوانمردی
۲۶۶	تعریف‌های جوانمردی
۲۷۲	داستان‌هایی درباره جوانمردی
۲۷۵	(۳۵): جوانمردی، چونان یک نظام اخلاقی
۲۸۷	(۳۶): علی (ع) در آیین عیاری
۲۸۷	آیات جوانمردی در قرآن
۲۸۸	جوانمردان امت اسلام
۲۸۹	جوانمردی علی (ع) از نگاه مولوی
۲۹۱	(۳۷): فمینیسم و جوانمردی زنان
۲۹۳	جوانمردی و زنان
۲۹۳	معنادار شدن اصول فتوت
۲۹۸	کتابی درباره جوانمردی زنان
۳۰۳	(۳۸): فتوت‌نامه؛ منشور اخلاقی حرفه‌ای ایرانی
۳۰۷	جوانمردی، بعنوان یک تشکیلات حزبی
۳۰۸	جوانمردی، رکن اخلاق حرفه‌ای اصناف ایرانی
۳۱۱	(۳۹): نشانه‌های جوانمردی
۳۱۱	نشانه‌های رفتار جوانمردانه
۳۱۸	گسترده‌گی و نسبی بودن رفتاری‌های جوانمردانه
۳۱۹	(۴۰): جوانمردی سازمانی و شاخص‌های آن
۳۲۰	پرسش‌هایی درباره جوانمردی سازمانی
۳۲۱	جوانمردی در نظریه شهروندمداری سازمانی
۳۲۱	فرآیند پژوهشی برای تدوین شاخص‌های سازمانی
۳۲۲	فرآیند تدوین تعریف جوانمردی سازمانی
۳۲۳	تعریف اولیه جوانمردی سازمانی
۳۲۶	تعریف نهایی جوانمردی سازمانی
۳۲۷	بعدها و مؤلفه‌های جوانمردی
۳۲۹	شاخص‌های رفتاری برای جوانمردی سازمانی
۳۳۱	پیوست (الف): پرسش‌هایی برای کندوکاو
۳۳۵	پیوست (ب): تمرین‌های کلاسی
۳۴۳	پیوست (ج): مقیاس خودسنجی جوانمردی سازمانی (SAOS)
۳۴۵	پیوست (د): پرسشنامه سنجش اخلاق کاری
۳۴۸	منابع

بازگشت به اخلاق فضیلت‌گرا

دکتر سید مهدی الوانی

بسیار به این مساله اندیشیده‌ام که «اخلاق فضیلت‌گرا» (Virtue Ethics) را چگونه می‌توان با اخلاق سازمانی درهم آمیخت و اخلاقی حرفه‌ای و سازمانی بوجود آورد؟ اگر هر حرفه و شغلی ایجاب می‌کند که بگونه‌ای خاص عمل نماییم، اگر فلسفه وجودی (mission) سازمانی شیوه‌های معین از اقدامات را ضروری می‌داند، جایگاه اخلاق فضیلت‌گرا کجاست؟

بقای یک سازمان اقتصادی در عمل‌گرایی بر اساس اخلاق نتیجه‌گراست، استمرار حیات یک سازمان تولیدی در گرایی حاصل تولیدی است، اگر اخلاق بخواهد شیوه‌ای را مطرح کند که تولید را متوقف کند، بی‌تردید پذیرفته نخواهد شد. نظام اخلاقی، از هدف سازمان پیروی می‌کند و اخلاقی نسبی‌گرا که خود نوعی بی‌اخلاقی است شکل می‌گیرد و این مساله و معضل سازمانهای معاصر ماست.

در عصر ما اخلاق فضیلت‌گرا، آرمانی است که تحقق آن با دشواری‌های بسیاری همراه است. معمائی است که برای حل آن اهتمام فراوان باید کرد، و این مهمی است که دکتر خاکی عزیز بدان همت کرده است و در این کتاب گرانقدر کوشیده تا اخلاق حرفه‌ای و سازمانی را به مشتاقان بشناساند.

اما براستی چگونه می‌توان اخلاق را به عرصه سازمانی آورد که در هدف آن نشانه‌ای از اخلاق دیده نشده است؟ چگونه می‌توان اخلاق فردی را به اخلاق جمعی و در نتیجه اخلاق سازمانی بدل کرد؟ این پرسش‌ها و پرسش‌های بسیار دیگری در کتاب حاضر تلاش شده است پاسخ داده شود.

کتاب با نثر شیوا و دلنشین مولف، متنی خواندنی و زیباست و با کنایه‌ها و طنزهای فراوان همراه است. موضوع‌های مختلف گوناگون اخلاقی در سلسله مجالسی ارائه می‌گردد که با نکته‌ها و پرسش‌های شاگردان همراه است، این سوالات، همان سوالاتی است که خوانندگان نیز در ذهن دارند و نویسنده فرزانه می‌کوشد تا به آنها پاسخهای ناب، عارفانه و اخلاقی بدهد و این شیوه نیز خود بدعتی است در اخلاق‌نگاری سازمانی.

سابقه دیرینه اخلاق در تاریخ سرزمین ما و در عرفان مولانا که نماد عرفان اسلامی است گنجینه با ارزشی است که باید از آن بهره بسیار ببریم. البته سخن بر سر آن نیست هر چه در گذشته ما بوده درست است و قابل نقد نیست. چنین دیدگاهی که هر چه را مربوط به «گذشته» است مقدس می‌کند و از سویی دیگر، باور به آن که هر آنچه مربوط به زمان «اکنون» است درست است نیز خطاست. سخن بر سر نقد عاقلانه، روشمندانه و منصفانه گذشته است. پوشیده نیست که هر چه در تاریخ خوب بوده است از گزند تحریف باز نمانده است، آیین فتوت نیز از این موضوع مستثنی نیست، بی دلیل نبوده است که گفته‌اند:

نارفته ره صدق و صفا گامی چند بد نام کننده تگوانمی چند

کتاب حاضر تلاشی است برای پل زدن میان آن گذشته تاریخی که پر از رفتارهای اهل فتوت و جوانمردی و اخلاق‌گرایی بوده است با وضعیت اکنون سازمانی ما که آمارها و گزارش‌های سازمان‌های ناظر، درباره آن حکایت دیگری می‌کنند. مولف کوشیده است تا پیوندی برقرار کند که اخلاق حرفه‌ای و سازمانی امروز ما حال و هوایی ایرانی - آیینی پیدا کند. بر این باورم اگر بر سازمانهای ما اخلاق جوانمردانه پرتو افکند و مدیران ما به بسیاری از ارزشهای کهن فتوت‌مدارانه بازگردند، بسیاری از مشکلات و مسایل ما حل خواهد شد، بسیاری از کنترل‌ها و نظارت‌های غیر ضروری برچیده می‌شوند و بازرسی‌ها و بررسی‌ها به حداقل کاهش می‌یابند و پیچیدگی‌ها و آشوبناکی‌ها به نظم و انتظامی درونی مبدل خواهند شد.

با آرزوی دیدن آن روز.

سیدمهدی الوانی

تهران زمستان ۱۳۹۱