

اخلاق

فصلنامه علمی - ترویجی در حوزه اخلاق
سال یازدهم، شماره ۴۲، پیاپی ۶۴، تابستان ۱۴۰۰

شابک: ۷۸۹۸-۲۲۵۱

فصلنامه علمی ترویجی اخلاق

سال یازدهم، شماره ۴۲، پیاپی ۶۴، تابستان ۱۴۰۰

ISSN : 2251 - 7898

Akhlagh

Quarterly Journal of Extension in Ethics
No.42/Summer 2021/ Eleventh Year

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

رابطه همگنانه اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر (با محوریت تأثیرگذاری و حاکمیت اخلاق)
محمد کریمی، مسلم محمدی

واکاوی عقلی فلسفی راهکارهای مؤثر در رشد اخلاق اجتماعی در جامعه ایرانی (در سطح جامعه‌نگر)
فرشته ابوالحسنی نیارکی

آثار حقوقی جهت قرارداد؛ مبانی و رویکرد اخلاقی اسلامی
محمد شکری

تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش براساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان و دلالت‌های تربیتی آن
سینا ترکاشوند، وحیده مرادیان محمدیه، سوسن کشاورز

به‌کارگیری رویکرد کیفی فراترکیب برای بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابداری
فاطمه داروغه حضرتی، ملیحه میرحسینی

نقش اندازه و قدمت شرکت در اهتمام به رعایت اخلاق اجتماعی (مطالعه موردی شرکت های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)
سید حسام وقفی، کبری زرگر، زینب نوربخش حسینی

The homogeneous relationship between ethics and jurisprudence in the verses of enjoining the good and forbidding the evil (with the focus on influence and the rule of ethics)
Mohammad Karimi, Moslem Mohammadi

Rational-philosophical analysis of Effective solutions in the development of social ethics In Iranian society (at the societal level)
Fereshte abolhassani niaraki

Legal Consequences of the Contracts' stimulus; Islamic moral principles and approach
Mohammad Shokri

Philosophical Analysis of Educational Upheaval Documents Based on the Components of Teachers' Professional Ethics and its Educational Implications
Sina Torkashvand, Vahideh Moradiyan Mohammadi, Susan Keshavarz

Applying a meta-combined qualitative approach to examine the criteria affecting the professional ethics of the accountant
Fateme Darogheh Hazrati, Maliha Mir Hosseini

The Role of Size and Age of the Company in their Commitment to Observing Social Ethics (Case study of companies listed on the Tehran Stock Exchange)
Seyyed Hesam Vaghfi, Kobra Zargar, Zeynab Nourbakhsh Hosseini



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اعتبارنامه علمی - ترویجی فصلنامه اخلاق

شورای اعطای مجوزها و امتیازهای علمی حوزه علمیه به استناد مصوبه شماره ۵۸۵ مورخ ۱۳۸۷/۶/۲۴ شورای عالی حوزه‌های علمیه و با توجه به ارزیابی کمیسیون نشریات علمی حوزه، در جلسه مورخ ۱۳۹۱/۶/۲۸ خود رتبه‌ی علمی- ترویجی نشریه اخلاق را تصویب و طی نامه شماره ۳۱/۵۷۰۷ مورخ ۱۳۹۱/۷/۳۰ ابلاغ نمود. مصوبه شماره ۶۲۵ (ماده واحده) جلسه مورخ ۱۳۸۷/۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی:

«مصوبات شورای عالی حوزه علمیه قم در خصوص اعطای امتیاز علمی به مجلات علمی، تأسیس انجمن‌های علمی و ... دارای اعتبار رسمی بوده و موجب امتیازات قانونی در دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه می‌باشد.»

تارنمای اینترنتی فصلنامه اخلاق

فصلنامه اخلاق به منظور تسهیل فرآیند دریافت، پذیرش، ارزیابی، نظارت و نشر مقالات، تمام مراحل را از طریق تارنمای اینترنتی اختصاصی فصلنامه انجام می‌دهد. بر این اساس، ارسال و دریافت مقالات و پیگیری نتیجه ارزیابی و پذیرش آن تنها از طریق این سامانه امکان پذیر است. اطلاعات بیشتر را با مراجعه به تارنمای فصلنامه دریافت نمایید. فصلنامه از پذیرش مقالات به صورت پستی یا حضوری معذور است. فایل متنی فصلنامه از طریق سایت «Morsalat.ir»، پایگاه استنادی علوم جهان اسلام «ISC»، بانک اطلاعات نشریات کشور «Magiran»، مرجع دانش «Civilica»، مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی «SID»، پرتال جامع علوم انسانی «Ensani»، پایگاه مجلات تخصصی نور «Noormags» و کتابخوان همراه پژوهان «pajoohaan»، نمایه و بارگذاری می‌شود.



پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
پژوهشکده هیات و خانواده

فصلنامه علمی - ترویجی اخلاق

سال یازدهم / شماره ۴۲، (پیاپی ۶۴) تابستان ۱۴۰۰
*

صاحب امتیاز: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

مدیر مسئول: عبدالرسول احمدیان

سر دبیر: اصغر هادی

*

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

سیدحسن اسلامی اردکانی / استاد دانشگاه ادیان و مذاهب

مسعود آذربایجانی / دانشیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

مهدی حبیب‌اللهی / استادیار دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

حسین دیبا / استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

محمدرضا سالاری فر / استادیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

مهدی علیزاده / استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

اصغر هادی / استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

*

همکاران علمی این شماره:

سیدحسن اسلامی اردکانی، محمد ثناگوئی زاده، حسین دیبا، اصغر هادی

*

دبیر تحریریه: محمد بهارلو

ویراستار: مریم شیرانی

مترجم انگلیسی: مهدی حبیب‌اللهی

صفحه آرا: فاطمه رجبی

*

نشر: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

نشانی: اصفهان، خیابان حافظ، دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان، فصلنامه علمی - ترویجی اخلاق

تارنما: akhlagh.morsalat.ir پست الکترونیک: akhlagh@dte.ir

تلفن: (۷۶۵۱ داخلی) ۴ - ۳۲۳۴۴۴۱۰ (۰۳۱) صندوق پستی: ۶۹۷-۸۱۴۶۵

دورنگار: ۳۲۲۰۸۰۰۵ (۰۳۱) کد پستی: ۸۱۴۶۹۵۷۵۷۱

راهنمای تنظیم مقاله

ویژگی‌های شکلی مقاله

- حتماً با الگوی فصلنامه (مندرج در صفحه اول سامانه نشریه) تنظیم شده باشد؛
۱. حجم مقاله تایپ شده همراه با چکیده و کتابنامه (حداکثر ۷۵۰۰ کلمه) به آدرس سامانه نشریه ارسال شود.
 ۲. مقاله در محیط Word با پسوند DOCX (با قلم Noorzar نازک ۱۴ برای متن و Times New Roman نازک ۱۰ برای انگلیسی) حروف چینی گردد.
 ۳. شیوه‌های استناد بایستی به صورت درون‌متنی بین پرانتز به شرح ذیل باشد:
 - ❖ **قرآن:** آیات (همراه با ترجمه) داخل گیومه درج شده و سپس نام سوره و شماره آیه (داخل پرانتز) آورده شود. **نمونه:** «الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ؛ ستایش مخصوص خداوندی است که پروردگار جهانیان است» (حمد: ۱).
 - ❖ **کتاب:** (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار اثر، شماره جلد: شماره صفحه، مثال: منبع فارسی با صفحات متناوب (مطهری، ۱۳۶۰، ج ۱: ص ۲۰۰-۲۲۰) و با صفحات متفاوت (امینی، ۱۳۸۷، ج ۱: صص ۲۰۰ و ۲۰۷)؛ **نکته:** درج (حرف ق) برای تاریخ قمری لازم است. منبع انگلیسی با صفحات متناوب (Kant, 1788: p.224-288) و با صفحات متفاوت Kant, (1788: pp.44, 288).
 - ❖ **مقاله:** (نام خانوادگی، سال انتشار اثر: شماره صفحه. مثال: یاسری، ۱۳۸۵: ص ۷۵).

تذکر:

- ✓ اگر از یک نویسنده، بیش از یک اثر در مقاله استفاده شود، در صورت اشتراک زمان انتشار آنان، پس از سال انتشار، با ذکر حروف الفبا در گیومه از یکدیگر متمایز شوند. مانند: (مطهری، ۱۳۶۰ «الف»، ص ۲۰۰) یا (مطهری، ۱۳۶۰ «ب»، ص ۱۴۵).
- ✓ اگر مؤلفان یک اثر **بیش از سه نفر** باشند، تنها نام خانوادگی یک نفر می‌آید و با واژه «دیگران» به دیگر مؤلفان اشاره می‌شود.
- ✓ اگر به دو اثر از یک نویسنده، بدون فاصله ارجاع داده شود، به جای تکرار نام نویسنده، از واژه

«همو» استفاده می‌شود و به جای تکرار منبع و سال «همان» درج شود. در ارجاع به منابع لاتین در متن به جای واژه «همان» از «ibid»، «همو» از «Idem» و «پیشین» از «op.cit» استفاده شود.

۴. معادل لاتین کلمات غیرفارسی و تلفظ واژگان و اصطلاحات مهجور داخل متن و پراکنش بیاید.

۵. عبارات تکریمی: از کلیشه به جای عبارات تکریمی استفاده شود. مانند: سَلَامٌ عَلَيْكُمْ به جای (ص)؛ عَلَيْهِ السَّلَامُ به جای (ع)؛ عَلَيْهِ السَّلَامُ به جای (ره) و: به جای (عليهم السلام) و ...

۶. فهرست منابع و مآخذ (کتاب‌نامه) در پایان مقاله به ترتیب حروف الفبا و به روش زیر تدوین و درج شود:

- ❖ **کتاب‌ها:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، عنوان کتاب (ایرانیک)، مترجم، جلد، نوبت چاپ، محل نشر: ناشر.
- ❖ **مقالات:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، نام نشریه (ایرانیک)، دوره و شماره نشریه، شماره صفحات مقاله.
- ❖ **منابع الکترونیکی:** نام خانوادگی، نام (تاریخ مشاهده منبع در سایت یا وبلاگ)، «عنوان مقاله یا نوشته»، آدرس دقیق اینترنتی یا دسترسی (CD و ...) .
- ❖ **پایان‌نامه‌ها:** نام خانوادگی، نام (سال دفاع از رساله)، عنوان رساله، مقطع تحصیلی، گروه، نام دانشکده، دانشگاه.

ویژگی‌های محتوایی مقاله

- الف) صفحه اول شامل:** ۱. عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی، مرتبه علمی دانشگاهی و پست الکترونیکی سازمانی نویسنده یا نویسندگان؛ ۲. چکیده فارسی (حداقل ۱۵۰ و حداکثر ۲۵۰ کلمه)؛ ۳. کلیدواژه‌ها (۳ تا ۷ کلمه) (ترجمه و ارسال تمامی موارد به لاتین الزامی است).
- ❖ در صورتی که مقاله برگرفته از پایان‌نامه باشد یا سازمان و نهادی هزینه مالی پروژه را پرداخت کرده باشد و یا تشکری لازم داشته باشد باید در پاورقی صفحه اول (چکیده) درج شود.
 - ❖ مقاله پیش‌تر یا همزمان به مجله‌های دیگر ارائه نشده باشد و نویسنده به نشر آن در جای دیگر متعهد نباشد.
 - ❖ اعضای هیأت علمی، اساتید و محققان مراکز آموزشی و پژوهشی موظف‌اند در مقاله

خود پست الکترونیکی سازمانی خود را وارد کنند.

❖ در صورتی که مقاله مشترک است، عنوان (نویسنده مسئول) در پاورقی و در مقابل اسم او درج شود.

ب) صفحات دوم تا آخر شامل: ۱. مقدمه و طرح مسئله، پیشینه تحقیق، روش تحقیق و گردآوری اطلاعات؛ ۲. تبیین ابعاد مسئله به صورت منطقی شده با رعایت انسجام و هماهنگی مطالب در زیرمجموعه سازی استاندارد (پیگیری از الگوی عددی یا حرف و عدد)؛ ۳. نتیجه گیری؛ ۴. پی نوشت ها (در صورت لزوم)؛ ۵. کتاب نامه.

اهداف

تولید و توسعه دانش در گستره اخلاق. با اولویت اخلاق خانواده؛
ارایه و نقد مطالعات نظام مند اخلاق پژوهان حوزه و دانشگاه؛
مطالعات بین رشته ای و مضاف اخلاقی؛
توسعه روش شناسی اخلاق، متناسب با نیازهای پژوهشی جهان معاصر؛
احیاء تراث در زمینه اخلاق؛
تولید و توسعه اخلاق کاربردی و حرفه ای.

یادآوری

۱. با توجه به اینکه رویکرد فصلنامه، ناظر به مباحث نظری اخلاقی است، مقالات پیمایشی در اولویت پذیرش نیستند.
۲. مقاله ارسالی باید گویای نوآوری در مسائل اخلاق و حوزه های مرتبط به ویژه اخلاق اجتماعی باشد.
۳. هیئت تحریریه در رد یا قبول و نیز اصلاح مقالات آزاد است.
۴. دیدگاه های مطرح شده در مقالات صرفاً نشانگر نظر نویسندگان آنهاست.

فهرست مطالب

- سخن فصلنامه ۹
- رابطه همگنانه اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر (با محوریت تأثیرگذاری و حاکمیت اخلاق)
محمد کریمی، مسلم محمدی ۱۱
- واکاوی عقلی فلسفی راهکارهای مؤثر در رشد اخلاق اجتماعی در جامعه ایرانی (در سطح جامعه‌نگر)
فرشته ابوالحسنی نیارکی ۳۵
- آثار حقوقی جهت قرارداد؛ مبانی و رویکرد اخلاقی اسلامی
محمد شکری ۶۷
- تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش بر اساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان و دلالت‌های تربیتی آن
سینا ترکشوند، وحیده مرادیان محمدیه، سوسن کشاورز ۹۷
- به کارگیری رویکرد کیفی فراترکیب برای بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار
فاطمه داروغه حضرتی، ملیحه میرحسینی ۱۲۷
- نقش اندازه و قدمت شرکت در اهتمام به رعایت اخلاق اجتماعی (مطالعه موردی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)
سید حسام وقفی، کبری زرگر، زینب نوربخش حسینی ۱۶۷

سخن فصلنامه

هوالمحبوب

جای تعجب نیست که گفته‌اند رد پای اخلاق را در تمام امور مرتبط با مجردات عالم و همه افعال اختیاری می‌توان مشاهده کرد. هیچ عمل یا حرفه‌ای نیست که در آن مباحث اخلاق مطرح نباشد. در این شماره، همچون شماره‌های پیشین، گوشه‌های دیگری از گستردگی دانش اخلاق به نمایش گذاشته شده و مسائل مرتبط با آن از جنبه اخلاقی بررسی شده است.

در این شماره، در یک پژوهش قرآنی به رابطه همگنانه اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر اشاره شده است. در مقاله دیگری، بر پایه تحلیل عقلی فلسفی، عوامل مؤثر در رشد اخلاق اجتماعی در جامعه ایرانی واکاوی شده است. در مقاله سوم، آثار حقوقی جهت قرارداد بررسی شده است تا از ناکارآمدی اخلاقی قوانین یا رویکرد ضد اخلاقی آنان جلوگیری شود. نویسنده مقاله چهارم، اسناد تحولی آموزش و پرورش را با تحلیل فلسفی و بر اساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان تبیین کرده است. در پنجمین پژوهش، معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار با به کارگیری رویکرد کیفی فراترکیب بررسی شده است. در مقاله آخر، به نقش اندازه و قدمت شرکت‌ها در اهتمام به رعایت اخلاق اجتماعی اشاره شده است.

آنچه در این شماره آمده، گویای این حقیقت است که در همه اموری که به اراده مجردات و جنیان و انسان‌ها به منزله موجودات مختار تعلق دارد، نیاز همه‌جانبه



به اخلاق هویدا است؛ حقیقتی که نویسندگان در پژوهش‌های این شماره و شماره پیشین به دنبال برجسته کردن آن بوده‌اند. امید است فصلنامه اخلاق در آشکار کردن ظرایف و رموز مسائل اخلاقی و انتقال آن‌ها به مخاطبان فرهیخته خود - به مدد الهی و عنایات ولی عصر ارواحنا فداه - توفیق روزافزون داشته باشد.

مدیر مسئول
عبدالرسول احمدیان

رابطه همگنانه اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر (با محوریت تأثیر گذاری و حاکمیت اخلاق)

محمد کریمی،* مسلم محمدی**

چکیده

علم فقه و علم اخلاق، دو دانش اصیل اسلامی اند که تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند و مکمل و متعاضد هم به حساب می آیند؛ چرا که هدف مشترکی را که همان امتثال اوامر الهی و تقرب به اوست، دنبال می کنند. امر به معروف و نهی از منکر، از جمله واجبات فقهی اند که اخلاق، جلوه ویژه ای در آنها دارد. در واقع، این واجبات، بدون پشتوانه اخلاق عملاً تأثیر مفید و ماندگاری بر فرد و جامعه ندارند. در آیات قرآن کریم هم ضمن بیان ابعاد مختلف و جوب امر به معروف و نهی از منکر، بر حاکمیت روح اخلاق بر آنها تأکید شده است. از این رو، پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، درصدد بیان ارتباط همگنانه بین اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر است. در تبیین این ارتباط، بر محوریت تأثیر گذاری و

* دانشجوی دکتری مدرسی معارف اسلامی دانشکده گان فارابی دانشگاه تهران.

muhammad.karimi@ut.ac.ir

** دانشیار دانشکده گان فارابی دانشگاه تهران.

mo.mohammadi@ut.ac.ir



حاکمیت اخلاق بر فقه تأکید می‌شود؛ همان‌گونه که دیگر آموزه‌های فقهی اسلامی نیز از چنین پیشینه و پشتوانه‌ای برخوردارند.

کلیدواژه‌ها

اخلاق، فقه، آیات الاحکام، امر به معروف، نهی از منکر، احتمال تأثیر.

مقدمه

امر به معروف و نهی از منکر در اسلام، موضوعی مهم و در عین حال، ظریف و آسیب‌پذیر است؛ به گونه‌ای که برداشت نادرست از آن می‌تواند ضررهای جبران‌ناپذیری به دنبال داشته باشد. آیات قرآنی امر به معروف و نهی از منکر، همان‌گونه که بر وجوب فقهی این دو موضوع دلالت دارند، به شرایط و نکات اخلاقی مهمی نیز در این مسئله اشاره می‌کنند. رعایت نکردن این اصول و ارزش‌های اخلاقی هنگام امر به معروف و نهی از منکر، نه تنها ما را به نتیجه مقصود که اصلاح متخلفان است نمی‌رساند، بلکه نتیجه عکس دارد و چه بسا باعث می‌شود فرد خاطی در اشتباه خود مصمم‌تر شود و لجاجت ورزد.

بنابراین، می‌توان گفت اخلاق، روح حاکم و اصل استوار در امر به معروف و نهی از منکر است که اگر به آن بی‌اعتنایی شود، این واجب مهم به نحو احسن ادا نمی‌شود؛ در نتیجه، امر به معروف و نهی از منکر روز به روز در جامعه کم‌رنگ‌تر و دیدگاه مردم به آن، منفی‌تر می‌شود و در نهایت، این فریضه در جامعه تعطیل می‌شود. حال آنکه اگر امر به معروف و نهی از منکر در چارچوب قوانین اخلاقی قرار گیرد، نه تنها موجب دل‌زدگی جامعه نمی‌شود، عموم مردم از آن استقبال می‌کنند و باعث احیای دین، ضامن اجرای احکام اسلام و در نتیجه، عامل پیشبرد اهداف اسلامی می‌شود.



قانون امر به معروف و نهی از منکر از پیشینه طولانی برخوردار است و به شریعت اسلام اختصاص ندارد، بلکه در ادیان و شرایع آسمانی دیگر نیز بر آن تأکید شده است. این قانون الهی در شریعت اسلام جایگاه ویژه‌ای دارد و آیات متعددی از قرآن کریم به آن اختصاص یافته است.

پیشینه پژوهش

در حوزه امر به معروف و نهی از منکر، تحقیقات مختلفی صورت گرفته است. یکی از بهترین کتاب‌هایی که تاکنون در این باره نوشته شده، کتاب «امر به معروف و نهی از منکر در اندیشه اسلامی» از مایکل کوک است. با بررسی تحقیقات موجود درمی‌یابیم که در تبیین این دو فریضه، کمتر به رویکرد اخلاقی توجه شده است. در این باره، حسین قاسمیان المشیری در مقاله‌ای با عنوان «اخلاق راهبرد اساسی در فریضه امر به معروف و نهی از منکر» (۱۳۸۹) تلاش می‌کند علاوه بر نشان دادن نقش اصول اخلاقی راهبردی در پیشبرد فریضه امر به معروف و نهی از منکر، چارچوب‌های اساسی و بنیادین اصول اخلاقی را در این دو فریضه بیان کند. در حالی که مقاله حاضر، آیات الاحکام امر به معروف و نهی از منکر را از نظر اخلاقی بررسی می‌کند و تمرکز آن، بر بیان ارتباط همگنانه فقه و اخلاق در این آیات است و از همین رو، کاری بدیع و جدید محسوب می‌گردد. افزون بر موارد یادشده، برخی از پژوهشگران با رویکرد مشابهی به تبیین پیوند اخلاق و دو باب دیگر فقهی از آیات الاحکام پرداخته‌اند که عبارت‌اند از:

۱. مسلم محمدی و حمیده شورگشتی در مقاله‌ای با عنوان «رابطه اخلاق و فقه در آیات طلاق» (۱۳۹۸) کوشیده‌اند اصول اخلاقی مشترک و مختص همسران را در حوزه طلاق بر پایه آیات قرآن کریم بیان کنند.

۲. مسلم محمدی و محمدرضا قضایی در مقاله‌ای با عنوان «روش‌شناسی اخلاقی



تشریح و اجرای حدود در اسلام» (۱۳۹۸) به بررسی الگوها و روش‌های تربیتی و اخلاقی مرتبط با تشریح و اجرای حدود اسلامی پرداخته‌اند. پژوهش حاضر نیز در همین زمینه است و به بیان ارتباط اخلاق و فقه در آیات امر به معروف و نهی از منکر - با محوریت تأثیرگذاری و حاکمیت اخلاق - می‌پردازد. این طرح کلی را می‌توان در تبیین اخلاقی ابعاد فقهی قرآن الگو قرار داد و زمینه تحقیقات مشابه را فراهم آورد.

ارتباط فقه و اخلاق

متون دینی اسلامی، دربردارنده معارف اعتقادی، فقهی و اخلاقی هستند و این معارف به شکل شبکه‌ای به هم پیوسته در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند؛ به تعبیری، می‌توان گفت اسلام، مجموعه این معارف (به صورت عام مجموعی) است که به قول اصولیون، امتثال به اسلام جز با رعایت همه آن‌ها حاصل نمی‌شود. در سال‌های اولیه نزول اسلام، اعتقاد، فقه و اخلاق از هم جدا نبودند. بعدها علما و دانشمندان، آن‌ها را به حسب نیاز تبویب و منظم و برای سهل الوصول شدن، آن‌ها را تفکیک کردند (مهدوی کنی، ۱۳۸۴، ص ۱۹). پس، علم اخلاق و فقه از این منظر که هر دو از علوم اولیه اسلامی و مورد تأیید مستندات دینی هستند، اشتراک دارند.

پیوند میان فقه و اخلاق از آن روست که هر کدام از این دو دانش، بخشی از نیازهای مختلف جامعه اسلامی را تأمین می‌کنند. تخلف از فقه، هم عقوبت اخروی دارد، هم عقوبت دنیوی؛ از این رو، فقه، ضمانت اجرایی (بیرونی و درونی) بیشتری نسبت به اخلاق دارد، همان‌گونه که از دیگر سو، اخلاق به شکوفایی فقه مدد می‌رساند. علاوه بر مقام تحقق، در مقام معرفت‌شناسی نیز با ملاحظه آیات و روایاتی که به بیان وظایف انسان‌ها می‌پردازند، روشن می‌شود از آنجا که احکام اخلاقی در لابه‌لای احکام شرعی جریان دارند و با پیکره احکام عملی پیوند خورده‌اند، می‌توان مصالح اخلاقی را سبب وضع احکام شرعی دانست که برای



پاک‌سازی انسان‌ها و تقرب به خداوند جعل شده‌اند (محمدی، ۱۳۹۵ الف، ص ۳۷۶). اما باید توجه داشت که این دو حوزه از وجوه مختلفی مانند هدف، موضوع و روش متفاوت‌اند (همو، ۱۳۹۵ ب، ص ۱۶۴) و این تفاوت‌ها باعث تفکیکشان شده است. به تعبیر استاد مطهری، چیزهایی که مربوط است به عقل و اندیشه انسان، «عقاید» خوانده شده است و چیزهایی که مربوط است به خلق و خوی انسان، «اخلاق» خوانده شده و چیزهایی که مربوط است به عمل و کار انسان، «فقه» نام گرفته است (مطهری، ۱۳۸۹، ج ۳: ص ۵۸).

بنابراین، مسلمانان برای رساندن خود به هدف غائی و والای اسلام، باید از هر دو بال فقه و اخلاق کمک بجویند و تکیه بر یکی از این دو، هیچ‌گاه کافی نخواهد بود. یکی از چیزهایی که ارتباط عمیق بین فقه و اخلاق را نشان می‌دهد، آیات الاحکام هستند که علاوه بر اینکه منبع استنباط برای احکام شرعی قرار می‌گیرند، بیانگر اصول اخلاقی نیز هستند. البته چه بسا به جنبه اخلاقی این آیات توجه نمی‌شود. پژوهش حاضر تلاش دارد نکات اخلاقی موجود در آیات الاحکام امریه معروف و نهی از منکر را تبیین کند و ارتباط همگنانه فقه و اخلاق را در این زمینه نشان دهد. همان‌گونه که در مقدمه نیز بیان شد، مراد از توجه ویژه به اخلاق در این باب، تحقق هرچه بیشتر هدف امریه معروف و نهی از منکر و تأثیرگذاری حداکثری است.

واژه‌شناسی

امریه معروف یعنی «واداشتن دیگران به اموری که مطلوب است» و نهی از منکر یعنی «بازداشتن دیگران از چیزهایی که نامطلوب است» (شهید ثانی، ۱۴۱۰ ق، ج ۱: ص ۲۲۴). در ذیل این تعریف باید به چند نکته توجه داشت:

اولاً لازم نیست امر حتماً به صورت دستور و فرمان باشد، بلکه امر در اینجا اعم از معنای لغوی آن است و هر نوع کاری را که به وادار کردن دیگران به خوبی‌ها منجر گردد، شامل می‌شود (نجفی، بی تا، ج ۲۱: ص ۳۸۱). نهی نیز همین طور است.





بنابراین، امر به معروف و نهی از منکر می‌تواند شکل‌های مختلفی به خود بگیرند. در تقسیم‌بندی‌ای که بین فقها مشهور است، امر به معروف و نهی از منکر دارای سه مرتبه-اند که در صورت احتمال حصول مطلوب با مرتبه اول، جایز نیست به مراتب بعدی قدم گذاشت:

۱. انجام کاری که ناراحتی قلبی او از منکر آشکار گردد؛

۲. امر کردن و نهی کردن با زبان؛

۳. توسل به زور و جبر (خمینی، ۱۳۹۲، ج ۱: ص ۵۰۶).

هریک از این سه مرتبه، یک عنوان کلی هستند که می‌توانند به اشکال گوناگونی ادا گردند. مصادیق بسیاری می‌توان برای مرتبه دوم فرض کرد؛ مثلاً امر و نهی با زبان را هم می‌توان با تندی انجام داد، هم با نرمی یا ممکن است شامل قضایای گوناگون مقبولات، مسلمات، مشهورات، فطریات و... باشد. بنابراین، امر به معروف و نهی از منکر منحصر به دستوردادن نیست، بلکه اعم از آن است و در تعریف آن دو باید تمام افراد آن‌ها را در نظر گرفت تا تعریف، جامع افراد باشد.

ثانیاً معنی اصطلاحی معروف و منکر با معنی لغوی آن‌ها تفاوت‌هایی دارند؛ در لغت، به مطلق شناخته‌شده معروف گفته می‌شود، اما در اصطلاح، معروف یعنی کاری که نیکو شناخته شده باشد (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۱: ص ۳۱۰)؛ بنابراین، معروف اصطلاحی اخص از معروف لغوی است. پس، باید قیود مزبور را در نظر داشت تا مانع اغیار باشد. منکر نیز چنین است. منکر در لغت یعنی ناشناخته، اما در اصطلاح، کاری که نامطلوب باشد، منکر نامیده می‌شود.

شاید وجه تسمیه و ارتباط معنای لغوی و اصطلاحی این دو کلمه این باشد که معروف، کاری است که فطرت پاک انسانی با آن آشناست و منکر، کاری است که فطرت پاک انسانی با آن ناآشناست و از این رو، به اعمال نیک، معروف (آشنا) و به اعمال زشت، منکر (ناآشنا) گفته می‌شود.

نکته آخر اینکه امر به معروف و نهی از منکر، زیرمجموعه اصل بنیادین و کلیدی «مسئولیت‌پذیری اخلاقی» قرار می‌گیرند. مسئولیت‌های اخلاقی به چهار دسته (بندگی، فردی، اجتماعی و زیست‌محیطی) تقسیم می‌شوند که امر به معروف و نهی از منکر، بیشتر در دسته اخلاق بندگی و اجتماعی قرار می‌گیرند (ر.ک: محمدی، ۱۳۹۵ب، ص ۱۲۳-۱۲۷). مایکل کوک - نویسنده آمریکایی که پانزده سال از عمر خود را صرف تحقیق و نوشتن کتابی در زمینه امر به معروف و نهی از منکر کرده است و این خود اهمیت این دو فریضه را نشان می‌دهد - معتقد است علاوه بر اینکه باید شایسته رفتار کرد، لازم است دیگران را نیز از ارتکاب کارهای ناشایست در قبال هم نوعان بازداشت و این یک وظیفه و مسئولیت اخلاقی گسترده است (کوک، ۱۳۸۶، ج ۱: ص ۱۸).

فضیلت‌های اخلاقی

همان‌گونه که بیان شد، امر به معروف و نهی از منکر، دو واجب کاملاً منعطف‌اند که می‌توانند به اشکال گوناگون ادا گردند؛ از این رو، باید کوشید این دو عمل را در اخلاقی‌ترین حالت ممکن به جا آورد تا بیشترین احتمال تأثیر را داشته باشند.

اولین قدم برای اینکه بتوان امر به معروف و نهی از منکر را در قالب اخلاق ادا کرد، شناخت اصول کلی اخلاقی و ارزش‌های دینی اخلاقی این مسئله بر اساس آیات قرآن کریم است. اهم این اصول اخلاقی به شرح زیر بیان می‌شوند:

۱. ایمان

ایمان، اولین قدم برای ورود به مسیر حق و بندگی اوست. ایمان یعنی اعتراف زبانی، باور قلبی و عمل با جوارح. ایمان به زندگی انسان جهت می‌بخشد.





کسی که به خدا و به هدف او از خلقت باور دارد و معتقد است غرض پروردگار از آفرینش سعادت بشریت است، طبق باور خود عمل می‌کند؛ او برای هدایت خود و دیگران تلاش می‌کند و در برابر گناه و معصیت دیگر انسان‌ها بی‌اعتنا نمی‌شود. با این وصف، فرق بین انسان مؤمن و غیرمؤمن مشخص می‌شود و معلوم است که ایمان چقدر می‌تواند در عملی شدن امر به معروف و نهی از منکر مؤثر باشد. این تفاوت به قدری آشکار است که خداوند متعال در قرآن کریم، امر به معروف و نهی از منکر را نشانه انسان‌های مؤمن به خدا و روز قیامت دانسته است: ﴿يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَ آئِيَوْمِ الْآخِرِ وَ يُؤْمِنُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ يُسَارِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَ أُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ﴾ (آل عمران، ۱۱۴). بنابراین، می‌توان گفت ارتباط مستقیمی بین ایمان و روحیه هدایتگری وجود دارد.

این بیان درباره عملیاتی شدن امر به معروف و نهی از منکر و اصلاح جامعه بود، اما از طرفی، عمل به این واجب الهی همانند دیگر دستورهای پروردگار، ابتدا بر خود انسان تأثیر می‌گذارد و موجب رشد و استكمال او می‌شود. باید در نظر گرفت که عمل، در صورتی باعث رشد و سعادت خود فرد می‌شود که از ایمان او صادر شده باشد. در غیر این صورت، برای خود آمر و ناهی، فایده اخروی ندارد. بنابراین، شرط اینکه امر و نهی در خود انسان هم اثرگذار باشد، ایمان داشتن و عمل از روی ایمان است. آیت الله مصباح یزدی در این زمینه می‌گوید:

«... اگر عملی از ایمان به خدا سرچشمه نگیرد، در سعادت حقیقی انسان تأثیر نخواهد داشت، گرچه کرداری نیکو باشد و منافع بسیاری در دنیا برای خودش یا دیگران بر آن مترتب شود... پس، اولین قدمی که انسان در سیر تکاملی خود به سوی کمال نهایی یعنی قرب خدای متعال برمی‌دارد، ایمان است. این قدم ریشه قدم‌های بعدی و روح همه مراحل استكمال است» (مصباح یزدی، ۱۳۹۶، ص ۹۵).

۲. هماهنگی رفتار با گفتار

از بررسی آیات الاحکام امر به معروف و نهی از منکر، این اصل اخلاقی به دست می‌آید که گفتار امر به معروف و ناهی از منکر، باید با عمل وی مطابقت داشته باشد. می‌توان گفت گاهی دلیل بی‌تأثیری امر به معروف و نهی از منکر این است که خود امر یا ناهی به گفته‌اش عمل نمی‌کند.

بنابراین، اصل اساسی برای اثرگذاری در مخاطب، این است که امر یا ناهی به گفته خویشتن مقید باشد. خداوند متعال در قرآن کریم، آمران و ناهیان بی‌عمل را با لحن تندی توبیخ می‌کند و آن‌ها را به تعقل در کار خود فرامی‌خواند: ﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ (بقره، ۴۴) یا در جایی دیگر، چنین امر و نهی‌ای را موجب خشم و سخط الهی قلمداد می‌کند: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (صف، ۲-۳).

اهمیت فراوان این اصل اخلاقی را می‌توان از لحن آیات فهمید؛ چراکه بی‌عملی امر و ناهی، نه تنها باعث بی‌تأثیری امر و نهی می‌شود، بلکه نتیجه عکس در پی دارد و باعث می‌شود خطا کار به دین بدبین شود و با جرئت و جسارت بیشتری گناه کند. فیض کاشانی نیز همین عامل را سبب سنگینی بار گناهان عالمان دانسته است؛ چراکه می‌فرماید مردم به ایشان اقتدا می‌کنند و خطای عالم باعث لغزش عالم می‌شود (فیض کاشانی، ۱۳۷۲، ج ۱: ص ۲۳۱) این سخن برگرفته از این حدیث نبوی است: «زمانی که فقها و ائمه اصلاح شوند، امت من اصلاح می‌شود و زمانی که فاسد شوند، امت من فاسد می‌شود» (ابن بابویه، ۱۳۶۲، ج ۱: ص ۳۷). فقهای دیگر نیز، از جمله صاحب جواهر (نجفی، بی‌تا، ج ۲۱: ص ۳۸۲) و امام خمینی رحمته الله علیه (خمینی، ۱۳۹۲، ج ۱: ص ۵۱۲)، به این اصل مهم اشاره کرده‌اند.

امیرالمؤمنین علی علیه السلام، کسانی را که عمل آن‌ها با کلامشان منافی است، منافق



شمرده (نهج البلاغه، نامه ۲۷) و لعن کرده است (همان، خطبه ۱۲۹). روایت زیادی با این مضمون، از اهل بیت علیهم السلام نقل شده است.

۳. مشارکت جمعی

همان گونه که امروز یکی از ارکان سرمایه اجتماعی، مشارکت جمعی و منافع متقابل جامعه است، اصل دیگری که با دقت در آیات قرآن به دست می آید، اصل همکاری و همدلی است. همکاری و تعاون، یک قانون مهم اخلاقی و فقهی است که احتمال تأثیر امر به معروف و نهی از منکر را افزایش می دهد. البته همراهی و کمک به یکدیگر در انجام واجبات، به امر به معروف و نهی از منکر اختصاص ندارد و باید از آن در اجرای تمام واجبات الهی که وجهه اجتماعی دارند، بهره گرفت. در این زمینه می توان آیات را به دو گونه دسته بندی کرد:

(۱) آیاتی که بر اصل همکاری دلالت دارند؛ مانند آیه شریفه **﴿تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَ اتَّقُوا﴾** (مائده، ۲) یا **﴿قُلْ إِنَّمَا أَعْطَكُم بَوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مَنَّيْ وَأَفْرَادِي﴾** (سبأ، ۴۶) که طبق آن ها، امر به معروف و نهی از منکر، از مصادیق روشن برّ و قیام برای خدا به شمار می آیند؛ بنابراین، طبق این دو آیه باید اصل همکاری و تعاون را در آن دو اجرا کرد.

(۲) آیاتی که به اصل همکاری در امر به معروف و نهی از منکر اشاره دارند؛ مانند آیه آخر سوره عصر: **﴿إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ * إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ تَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَ تَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾** (العصر، ۲-۳). توصیه به حق اعم از امر به معروف و نهی از منکر است و آن را شامل می شود (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲۰: ص ۳۵۷). خداوند متعال در این آیه شریفه، توصیه به حق را در باب تفاعل بیان کرده و معنی غالب باب تفاعل، مشارکت است (همو، ۱۳۹۳، ص ۱۷۵).

توصیه به حق که در این آیه به آن امر شده، چنین نیست که به فرد یا گروه خاصی اختصاص داشته باشد، بلکه این واجب الهی بر همه مسلمین متقابلاً واجب





است و طبق منطوق آیه، همگان باید یکدیگر را توصیه و امر به معروف کنند. مشارکت همه مردم، گاهی به همکاری آن‌ها با یکدیگر نیازمند است. بنابراین، از آنجا که توصیه به حق به جماعت و گروه خاصی اختصاص ندارد، همه افراد باید در این وظیفه الهی همکاری و مشارکت کنند تا از این طریق، جامعه از رذایل و تخلفات پاک گردد (صادقی تهرانی، ۱۳۶۵، ج ۳۰: ص ۴۴۲).

بیشتر فقها این امر مهم الهی را واجب کفائی می‌دانند، اما مراجعی همچون آیت الله سیستانی، به وجوب عینی امر به معروف و نهی از منکر در مرتبه اظهار کراهت فعلی و قولی فتوا داده‌اند (سیستانی، ۱۴۲۲ق، ص ۲۸۹). البته باید توجه داشت که امر به معروف و نهی از منکر چه واجب عینی باشد چه کفائی، باید من به الکفایه برای آن اقدام کنند و این وجوب اختصاص به صنف خاصی ندارد (طباطبایی حکیم، ۱۴۳۳ق، ج ۱: ص ۴۵۳). پس، اگر جایی کسی به تنهایی نتواند معروف را اقامه و از منکر جلوگیری کند، بر دیگران واجب است که به یاری او رفته و با او همکاری کنند.

۴. گذشت و بخشایش

بخشایش از جمله فضیلت‌های اخلاقی اجتماعی و زمینه‌ساز دوستی و محبت عمومی است؛ از این روست که بخشایش می‌تواند به تغییر روابط میان انسان‌ها منجر گردد. گذشت از بدی‌ها و کینه‌توزی‌ها یکی از اصول اخلاقی است که تأثیر امر به معروف و نهی از منکر را بسیار زیاد می‌کند.

آمر یا ناهی باید طریق محبت و گذشت را در پیش بگیرد تا بتواند قلب خطاکار لجوج و کینه‌توز را نرم و وی را به معروف فراخواند و از منکر دوری کند. گاهی اتفاق می‌افتد که خطای افراد متوجه دیگران می‌گردد و باعث می‌شود که حقی از حقوق آن‌ها پایمال شود. اینجاست که ذی‌حق اگر بخواهد شخص خطاکار را از خطایش بازدارد، بهترین راه این است که ابتدا از حق خود بگذرد و سپس، او را از



اشتباهش آگاه سازد. عفو و بخشایش همیشه باعث به دست آوردن قلب متجاوز می‌گردد. امر به معروف و نهی از منکر که بعد از گذشت انجام گیرد، قطعاً تأثیر مضاعفی در اصلاح خطا کار دارد. با کمی تأمل در آیات قرآن کریم می‌توان این پیام را دریافت کرد؛ خداوند متعال، ابتدا به پیامبر اسلام ﷺ دستور گذشت داده و سپس، فرمان امر به معروف را صادر کرده است: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾ (اعراف، ۱۹۹).

به بیان امام خمینی، یکی از مهمات باب امر به معروف و نهی از منکر، مدارا کردن است و اگر خطا کار با شدت و درشتی، امر و نهی شود، کارش از معصیت کوچک به معاصی بزرگ و یا حتی به ارتداد و کفر منتهی می‌شود. امر و نهی در ذائقه انسان تلخ و ناگوار است و خشم و غضب را تحریک می‌کند. پس، امر به معروف و نهی از منکر باید این تلخی و ناگواری را با شیرینی بیان و رفق و مدارا و حسن خلق، جبران کند تا کلامش اثر کند و دل سخت معصیت کار، نرم و رام شود (خمینی، ۱۳۸۲، ص ۳۱۷). «با دوستان مروت و با دشمنان مدارا» تأثیر رفتار و گفتار را دوچندان می‌کند.

۵. اعراض از جاهلان

عده‌ای متعصب و لجوج‌اند. چنین افرادی غالباً از پذیرفتن سخن حق امتناع می‌ورزند و چه بسا پر خاشگری می‌کنند. این افراد بسیار سخت‌هدایت می‌شوند و بهترین راه برای بیدارساختن این جاهلان، نادیده گرفتن آن‌ها و نشنیده گرفتن سخنان آنان است. قرآن کریم نیز وظیفه پیامبر ﷺ را در برابر افراد جاهل و نادان، روی گرداندن از آن‌ها می‌داند: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾ (اعراف، ۱۹۹).

بنابراین، اگر هنگام امر به معروف و نهی از منکر با افراد نادان مواجه شدیم، بهترین کار، اجتناب از اطالۀ صحبت و مجادله با آنان است. شیخ طبرسی نیز در ذیل

این آیه شریفه می گوید که گفت و گو با سفیه از قدر و منزلت انسان می کاهد و موجب حقارت او می شود (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۴: ص ۷۸۸). با این وصف، می توان برای پرهیز از جدال با افراد نادان دو جنبه اخلاقی و تربیتی را تصور کرد:

(۱) امر به معروف و نهی از منکر این افراد، به لجاجت و عناد آنها کشیده می شود و سکوت در مقابلشان اثر بیشتری دارد. پس، ماندن در همین حالت برایشان بهتر از لجاجت و سرکشی است.

(۲) امر به معروف و نهی از منکر نادان، در نهایت به ذلت و خفت آمر و ناهی می انجامد. لذا بهترین کار در این مورد، ترک امر و نهی است.

فقهای شیعه، احتمال تأثیر را شرط وجوب امر به معروف و نهی از منکر شمرده اند؛ یعنی اگر احتمال تأثیر در طرف مقابل نباشد، امر به معروف و نهی از منکر جایز نیست؛ برای مثال، به گفته سید خویی، اگر بدانیم خطا کار به امر و نهی اهمیت نخواهد داد، وجوب امر به معروف و نهی از منکر ساقط می گردد (خویی، ۱۴۱۰ق، ج ۱: ص ۳۵۱) یا امام خمینی در جایی که امر و نهی موجب وهن شریعت مقدس باشد، فتوا به حرمت داده و معتقد است چنین امر و نهی ای جایز نیست؛ مگر در موارد بسیار مهم که نباید در آنها سکوت کرد (خمینی، ۱۳۹۲، ج ۱: ص ۴۹۵). بنابراین، تشخیص اینکه امر به معروف و نهی از منکر تأثیر خواهد داشت یا نه و اینکه چه تبعاتی ممکن است داشته باشد، به عهده خود فرد است؛ اگر تشخیص دهد امر و نهی تأثیر ندارد، وجوب آن ساقط می شود و در صورتی که احتمال تبعاتی مانند وهن شریعت را بدهد، نه تنها وجوب آن ساقط می شود، بلکه این امر و نهی حرام است.

البته باید توجه کرد که مؤمن همواره باید در مقابل گناه، انزجار قلبی داشته باشد، چه به مرحله امر به معروف و نهی از منکر برسد، چه نرسد. نفرت قلبی از گناه، امری درونی است؛ انسان مؤمن هنگام مشاهده معصیت دیگران، ناراحت می شود و قلباً به تحقق گناه راضی نیست و این به احتمال تأثیر داشتن یا نداشتن ارتباطی ندارد (شهید ثانی، ۱۴۱۰ق، ج ۲: ص ۴۱۷).



در حقیقت، با توجه به نوع هر گناه مأموریت متفاوت خواهد بود؛ اگر احتمال تأثیر امر و نهی هست، باید وارد میدان شد و اگر نیست باید دست کم ابراز ناراحتی قلبی و مذمت خویش را نشان داد؛ چراکه در غیر این صورت، کم کم حرمت و قبح منکرات در نگاه و انگاره انسان می‌شکند و بی‌اعتنایی اخلاقی ایجاد می‌شود.

۶. دعوت از روی دانش و حکمت

یکی از راه‌های فرهنگ‌سازی در حوزه اخلاق، ایجاد علم و معرفت مؤثر در میان مردم است که در اخلاق کاربردی به آن «اندیشه‌سازی» می‌گویند؛ از همین روست که گفته‌اند: «دانش آن است که برای انسان دگرگون‌کننده و تأثیرگذار باشد» و شاید به همین دلیل است که سقراط معتقد بود معرفت و شناخت مساوی است با فضیلت اخلاقی و از نگاه او، علم، علت تامه عمل است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ص ۳۰۴).

راغب اصفهانی، رسیدن به حق از طریق علم و عقل را «حکمت» می‌نامد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۲۴۹). رعایت حکمت در امر به معروف و نهی از منکر، از جمله دستورهای قرآنی در این باب است. امر به معروف و نهی از منکر، بدون دانش و خرد، تأثیر به‌سزایی ندارد. طبیعت انسان، از باور حرفی که دلیل قانع‌کننده‌ای برای آن اقامه نشده باشد، امتناع می‌ورزد.

فریدریش نیچه می‌گوید: «کسی که چرایی را یافته بشد، با هر چگونگی خواهد ساخت». برای اینکه آمر به معروف و ناهی از منکر بتواند در قلب و جان مخاطب خود تأثیر بگذارد، باید خوبی معروف یا زشتی منکر را به اثبات برساند و بدین منظور، به دو بال علم و عقل محتاج است. با علمی که به‌دور از عقلانیت باشد، امر به معروف و نهی از منکر ناقص است؛ به عبارتی، بدون بهره‌گیری از عقل و با استدلال سست، امر به معروف و نهی از منکر نیز سست خواهد بود. از این رو، خداوند متعال می‌فرماید دعوت دیگران باید از روی حکمت صورت گیرد: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ





رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَاتِّبِي هِيَ أَحْسَنُ ﴿ (نحل، ۱۲۵) محقق
 ایروانی نیز علاوه بر استفاده و جوب امر به معروف و نهی از منکر از این آیه، معتقد
 است این دعوت باید مشتمل بر حکمت و موعظه حسنه باشد (ایروانی، ۱۳۸۶، ج ۱:
 ص ۲۶۸). بنابراین، یکی از اصول متقاعد کردن دیگران برای ترک اعمال زشت و
 انجام کارهای خوب، دعوت آنان با ارائه دلیل و برهان است.

همچنین، مراد از حکمت فقط بیان دلیل نیست، بلکه در خود امر و نهی
 نیز باید تمام شرایط و حالات را در نظر گرفت و حکمت آمیز رفتار کرد؛ برای
 مثال، شهید ثانی، فقیه بزرگ شیعی می گوید نباید کسانی را که هنوز به عبادت راه
 نبرده و شیرینی بندگی الهی را نچشیده‌اند، یک باره به عبادت شاقه تکلیف
 کرد؛ زیرا این کار به دل زدگی و نفرت آنان منجر می گردد و موافق حکمت نیست
 (شهید ثانی، ۱۳۷۷، ص ۴۰۲). طبق تجربه، قطعاً یکی از ادله مهم ذهنیت‌های
 منفی درباره این دو فریضه و فضیلت فقهی و اخلاقی همین اقدامات بی دلیل و دانش
 بوده است.

۷. بهره‌گیری از زبان نرم

روی خوش و زبان نرم، از بهترین ابزارها برای جذب حداکثری مخاطب است. در
 بیان اهمیت این مؤلفه همین بس که در امر به معروف و نهی از منکر ظالمی همانند
 فرعون نیز خداوند متعال به حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام دستور می دهد با قول لَين او را به راه
 راست دعوت کند: ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ (طه، ۴۴). دعوت
 مهربانانه و بیان لطیف باعث می شد پیامبران الهی بتوانند انسان‌ها را به
 دین حق دعوت کنند و رسالتشان را به ثمر بنشانند. علامه طباطبایی، خویشتن داری و
 نرم‌خویی را از واجب‌ترین آداب دعوت می داند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق،
 ج ۱۴: ص ۱۵۴).

به طور کلی، قاعده «الایسر فالایسر» در امر به معروف و نهی از منکر جاری است و بر اساس آن، در حد توان باید از روش های خفیف تر استفاده کرد و تعدی از آن جایز نیست. بنابراین، پیش از آنکه کار به تندی و تشدید کشیده شود، باید با زبانی نرم و تذکر دلسوزانه وارد عمل شد.

این اصل اخلاقی که در کتب فقهی هم رعایت آن واجب دانسته شده است، (خمینی، ۱۳۹۲، ج ۱: ص ۵۰۸) نکته ظریفی است که در بسیاری اوقات مغفول واقع می شود. کسانی، حتی با ظاهر کاملاً مذهبی، هنگام مواجهه با خطا و اشتباه دیگران، بدون اینکه شروط امر به معروف و نهی از منکر را رعایت کنند، مستقیماً به تندی و خشونت متوسل می شوند و فرد خطاکار را به کاری الزام می کنند یا صدایشان را بالا می برند؛ در حالی که اسلام هرگز چنین رفتاری را تأیید نمی کند. این مسئله را می توان از آفات اجرای این واجب الهی شمرد که برای جلوگیری از آن باید همت گماشت. بنابراین، با رعایت این اصل مهم یقیناً امر به معروف و نهی از منکر تأثیرات بهتر و بیشتری در جامعه خواهد گذاشت.

۸. صبر و استقامت

گاهی پیش می آید که امر به معروف و ناهی از منکر با رفتار نادرست و هجمه از طرف مقابل مواجه می شود. در این گونه مواقع، بهترین واکنش، صبر است. چه بسا اتفاق می افتد که گنهکار، گناه خود را قبول نمی کند و از خود رفتار تندی نشان می دهد یا گاهی اشخاص دیگر نیز به حمایت از او، امر به معروف و ناهی از منکر را توبیخ می کنند که چرا در کار دیگران دخالت کرده است. این ها مشکلاتی است که ممکن است امر به معروف و ناهی از منکر با آن ها روبه رو شود. اینجاست که باید صبر بر اطاعت کرد، در برابر گزند احتمالی انسان های گناهکار بردباری ورزید و در راه امر به معروف و نهی از منکر استقامت کرد.



طبق آیات قرآن کریم، حضرت لقمان علیه السلام به فرزند خود وصیت کرد که نماز را به پا دارد، امر به معروف و نهی از منکر کند و در این راه صبر و استقامت بورزد: ﴿يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَآمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ (لقمان، ۱۷). شیخ طبرسی، در مجمع البیان، از امیرالمؤمنین علی علیه السلام نقل می‌کند که مراد از «ما أصابك» در آیه شریفه، مشقت‌ها و آزارهایی است که ممکن است در این راه به او برسد (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۸: ص ۴۹۹). شیخ طوسی نیز در التبیان فی تفسیر القرآن می‌نویسد این آیه بر وجوب امر به معروف و نهی از منکر دلالت دارد، حتی در صورتی که دارای مشقت و اذیت باشد (طوسی، بی تا، ج ۸: ص ۲۷۹).

بنابراین، با وجود اذیت‌ها و مشقت‌های احتمالی و نامعتنا به، وجوب امر به معروف و نهی از منکر ساقط نمی‌شود، بلکه در مقابل، یکی از شرایط وجوب امر به معروف و نهی از منکر این است که در امر و نهی، مفسده قابل توجه نباشد؛ به عبارت دیگر، ضرر جانی، حیثیتی و مالی معتنا بهی او را تهدید نکند که در غیر این صورت، امر به معروف و نهی از منکر واجب نیست مگر در موارد بسیار مهم (خمینی، ۱۳۹۲، ج ۱: ص ۵۰۱) (مانند ایثار جان، مال و اهل امام حسین علیه السلام در راه زنده‌نگه داشتن اسلام). آیت الله منتظری نیز معتقد است ضررهای احتمالی را باید با منکر سنجید و طبق قاعده اهم و مهم عمل کرد و ملاک هر کدام مهم تر بود، آن را انتخاب کرد (منتظری، ۱۴۰۹ق، ج ۲: ص ۲۵۱).

بنابراین، قدر متیقن، مواردی را که زحمت و اذیتشان خفیف و نزد عقلا نامعتنا به‌اند، شامل می‌شود و در این گونه موارد، از نظر فقهی، وجوب امر و نهی ساقط نمی‌گردد. نکته اصلی بحث این است که وجوب امر به معروف و نهی از منکر از یک طرف و مشکلات و مشقات انجام آن از طرف دیگر، ما را به اصل اخلاقی صبر



و شکیبایی محتاج‌تر می‌کند و نشان می‌دهد که بهترین و شایسته‌ترین راه جمع بین این دو، همین اصل صبر است.

۹. رعایت حریم خصوصی

امروزه رعایت حریم خصوصی به منزله یک اصل بنیادین اخلاقی و حقوق بشری از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این اصل، در فقه اسلامی با قاعده‌های تسلیط و احترام یاد شده است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۰، ج ۲: ص ۲۲؛ بجنوردی، ۱۳۷۷، ج ۷: ص ۱۱۶). نقض حریم خصوصی، عنوانی کلی است که در منابع دینی به شدت مذمت شده است و مصادیق مختلفی مانند غیبت، سوءظن و تجسس دارد؛ چنان‌که قرآن کریم از همه آنان نهی کرده است: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا...﴾ (حجرات، ۱۲). گاهی تعدی به حریم خصوصی در حوزه امر به معروف و نهی از منکر نیز اتفاق می‌افتد؛ مصداق بارز آن، تجسس درباره گناه دیگران است. چنین کاری مورد تأیید نظام اخلاقی اسلام نیست و فقها آن را جایز نمی‌دانند (وحید خراسانی، ۱۳۸۶، ص ۳۹۸).

بنابراین، نباید برای اجرای امر به معروف و نهی از منکر، دنبال یافتن جرم و مجرم بود. اگر کسی در ملاعام دست به گناه بزند یا بدون تجسس، گناه پنهانی او مشخص شود، امر به معروف و نهی از منکر درباره او ضرورت دارد، اما در غیر آن، نباید حریم خصوصی افراد را جست‌وجو کرد.

بنابراین، حوزه اجرایی این دو فریضه الهی، حریم عمومی است و چنانچه فردی با عمل خویش حریم عمومی جامعه را آلوده سازد، بر همگان لازم است از آن جلوگیری کنند. البته نباید حریم خصوصی را نیز چنان وسیع فرض کرد که حیات اجتماعی انسان بی‌معنا گردد و هر کس برای رفتار خود در محیط عمومی، حریم



خصوصی کاذب قائل شود. در این گونه موارد، اساساً به کاربردن لفظ حریم خصوصی، نادرست است و حریم خصوصی این افراد با امر به معروف و نهی از منکر نقض نمی گردد؛ از این رو، این اصل با وجود امتیازاتی که دارد، نباید وسیله سوء استفاده گردد و بهانه‌ای برای ارتکاب گناه در جامعه قرار گیرد (محصص، ۱۳۹۱، ص ۷۸).

به نظر می‌رسد باید به ضابطان قوه قضاییه، مأموران نیروی انتظامی و کسانی که به نحوی در حوزه امر به معروف و نهی از منکر فعالیت دارند، آموزش‌های لازم درباره شناخت حریم خصوصی و عمومی را ارائه کرد؛ چرا که از یک سو، ورود به حریم خصوصی می‌تواند باعث ایجاد ذهنیت منفی و بازتاب‌های نامناسب درباره حاکمیت دینی، جامعه و اصل این دو فریضه ضروری و مهم شود و از سوی دیگر، حریم عمومی را خصوصی فرض کردن، نقش امر به معروف و نهی از منکر را تضعیف خواهد کرد.



نتیجه گیری

از پژوهش حاضر نکات زیر استنتاج می شود:

۱. با دقت در آیات قرآن کریم می توان به این حقیقت پی برد که توجه به اصول و ارزش های اخلاقی در آیات امر به معروف و نهی از منکر به وضوح مشهود است.

۲. از آیات قرآن کریم به دست می آید که در صورت نادیده گرفتن اصول اخلاقی در امر به معروف و نهی از منکر عملاً نمی توان از این طریق، تأثیری بر افراد و جامعه گذاشت. پس، برای تأثیرگذاری بیشتر، باید این دو فریضه و فضیلت را با رویکرد اخلاقی به انجام رساند؛ چرا که اگر اخلاق در اجرای امر به معروف و نهی از منکر نادیده گرفته شود، نه تنها بی اثر می شود، بلکه به عملی کاملاً خشک و ناهنجار تبدیل می شود و آثار نامطلوبی چون لجاجت و پرخاشگری به دنبال دارد.

۳. به طور خاص، اصول اخلاقی متعددی از آیات الاحکام امر به معروف و نهی از منکر به دست آمد که به تفصیل تبیین شدند. نگاه مورد پژوهی و تفصیلی هر یک از این اصول، به صورت میدانی و عملیاتی، به راستی آزمایی آن ها منجر خواهد شد.



کتاب نامه

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۶۲)، الخصال، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۴. ایروانی، باقر (۱۳۸۶)، دروس تمهیدیه فی تفسیر آیات الاحکام، قم: دار الفقه للطباعة و النشر.
۵. بجنوردی، حسن (۱۳۷۷)، القواعد الفقهیه، قم: الهادی.
۶. خمینی، روح الله (۱۳۹۲)، تحریر الوسیلة، قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته الله.
۷. خمینی، روح الله (۱۳۸۲)، شرح حدیث جنود عقل و جهل، قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته الله.
۸. خویی، سید ابوالقاسم (۱۴۱۰ق)، منهاج الصالحین، قم: مدینه العلم.
۹. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق)، مفردات الفاظ القرآن، بیروت: دارالقلم.
۱۰. سیستانی، علی (۱۴۲۲ق)، المسائل المنتخبة، قم: مکتب آیت الله سیستانی.
۱۱. شهید ثانی، زین الدین بن علی (۱۴۱۰ق)، الروضة البهیه فی شرح اللمعة الدمشقیة، قم: مکتبه الداوری.
۱۲. شهید ثانی، زین الدین بن علی (۱۳۷۷)، مصباح الشریعة و مفتاح الحقیقه، تهران: پیام حق.
۱۳. نجفی، محمد حسن بن باقر (بی تا)، جواهر الکلام، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۱۴. صادقی تهرانی، محمد (۱۳۶۵)، الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن، ج ۲، قم: انتشارات فرهنگ اسلامی.
۱۵. طباطبایی حکیم، محمد سعید (۱۴۳۳ق)، منهاج الصالحین، قم: دار الهلال.



۱۶. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۴۱۷ق)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، چ ۵، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۱۷. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، چ ۳، تهران: ناصر خسرو.
۱۸. طوسی، محمد بن حسن (بی تا)، *التیان فی تفسیر القرآن*، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۱۹. فیض کاشانی، محمد بن شاه مرتضی (۱۳۷۲)، *راه روشن*، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۲۰. کوک، مایکل (۱۳۸۶)، *امربه معروف و نهی از منکر در اندیشه اسلامی*، ترجمه احمد نمایی، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۲۱. محمص، مرضیه (۱۳۹۱)، «بازخوانی نسبت امر به معروف و نهی از منکر با حریم خصوصی بر مبنای قرآن کریم»، *حسنا*، ش ۱۵، ص ۶۷-۸۲.
۲۲. محقق حلی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ق)، *شرائع الإسلام فی مسائل الحلال و الحرام*، قم: اسماعیلیان.
۲۳. محمدی، مسلم (۱۳۹۵ الف)، «تمایز و وابستگی راهکاری منطقی در گفت و گوی فقه و اخلاق»، *پژوهش‌های فقهی*، دوره ۱۲، ش ۲، ص ۳۶۷-۳۸۸.
۲۴. محمدی، مسلم (۱۳۹۵ ب)، *مقدمه علم اخلاق*، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی تهران.
۲۵. مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۹۶)، *خودشناسی برای خودسازی*، چ ۲۰، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته.
۲۶. مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۹۴)، *نقد و بررسی مکاتب اخلاقی*، چ ۵، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته.



۲۷. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، مجموعه آثار، تهران: صدرا.
۲۸. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۰)، القواعد الفقهية، قم: مدرسه امام علی بن ابی طالب علیه السلام.
۲۹. منتظری، حسینعلی (۱۴۰۹ق)، دراسات فی ولایة الفقیه و فقه الدولة الاسلامیة، قم: المركز العالمی للدراسات الاسلامیة.
۳۰. مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۸۴)، نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی، چ ۷، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۳۱. وحید خراسانی، حسین (۱۳۸۶)، توضیح المسائل، قم: مدرسه امام باقر العلوم.



واکاوی عقلی فلسفی راهکارهای مؤثر در رشد اخلاق اجتماعی در جامعه ایرانی (در سطح جامعه‌نگر)

فرشته ابوالحسنی نیارکی*

چکیده

رشد اخلاقی از شاخص‌های توسعه کشور است که از ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تأثیر می‌پذیرد و در مقابل، بر دیگر ابعاد اثر می‌گذارد. در این جستار، رشد اخلاقی جامعه با نوعی رویکرد ساختاری و جامعه‌نگر بررسی می‌شود. این رویکرد، علاوه بر روابط بیناشخصی فردگرایانه، به سطحی فراتر از مجموع افراد نظر دارد. در این مقاله، با نگرشی تحلیلی-عقلانی و با پرهیز از حصرگرایی، به تحلیل عوامل مؤثر شناختی و انگیزشی در رشد اخلاقی جامعه ایرانی پرداخته‌ایم. توجه به پیچیدگی اخلاق در جامعه امروزی، کاربست انتقادی ارزش‌ها، آسیب‌شناسی ملی و تأکید بر مطالعات جامعه‌شناختی اخلاق در تحلیل وضعیت کنونی، تأکید بر سرمایه‌گذاری بر کودکان و زیرساخت‌های اخلاقی نظیر خانواده و مدرسه، آموزش غیرمستقیم اخلاق با تأکید بر رسانه‌های جمعی، ایجاد زمینه‌های درونی (دیگرگرایی: همدلی، محبت، نوع‌دوستی) و بیرونی انگیزش و مشارکت عمومی نظیر اعتماد، شفافیت، قانون‌گرایی و جوان‌گرایی از جمله عوامل تحلیلی است.

* استادیار گروه فلسفه و کلام اسلامی، دانشگاه مازندران.





کلیدواژه‌ها

اخلاق جامعه‌نگر، رشد اخلاقی، جامعه ایرانی، عوامل، روش تحلیلی، راهکارها.

طرح مسئله

تغییر از بدیهی‌ترین خصوصیات جامعه است که می‌تواند در تمام ساحات جامعه نمود یابد. مسئله مطرح در این جستار، دگرگونی‌های اخلاقی جامعه است. جامعه ایرانی از تحولات اخلاقی و تغییر الگوهای رفتاری-ارزشی گریزی ندارد و اتفاقاً نتایج پژوهش‌های تجربی مؤید این ادعاست.^۱ جامعه در برابر این دگرگونی‌ها، باید واکنشی فعالانه و برنامه‌ریزی شده نشان دهد. این واکنش می‌تواند به صورت جزیره-ای و پراکنده باشد یا با نوعی انگیزه اصلاح ساختارمند، توصیفی دقیق از وضعیت موجود به دست دهد و با ارائه اهدافی واقع‌بینانه، راهبردی باشد. سیاست‌گذاری فرهنگی در جامعه ما، چشم‌اندازهایی در برنامه‌های توسعه و «سند سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» یافته است.

در این مقام، بدون موضع‌گیری و ارزیابی وضعیت اخلاقی جامعه یا نقد سیاست‌گذاری‌ها، به تحلیل راهکارهای مؤثر در توسعه اخلاقی می‌پردازیم. مسائل رشد اخلاقی، چندتباری و مشترک بین علم اخلاق، تربیت اخلاقی، اخلاق فلسفی، حکمت عملی، علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی اخلاق، روان‌شناسی اجتماعی و روان‌شناختی اخلاق است. پژوهش حاضر از تبار مطالعات تحلیلی-عقلی است که

۱. حاجیلری، عبدالرضا (۱۳۸۰)، کنکاشی در تغییر ارزش‌ها پس از پیروزی انقلاب اسلامی، قم: دفتر نشر معارف؛ آزاد ارمکی، تقی و مصطفی‌ظهیری‌نیا، (۱۳۸۹)، «بررسی سنخ‌های ارزشی و تغییرات فرهنگی در خانواده»، خانواده‌پژوهی، ش ۶ (پیاپی ۲۳)، ص ۲۷۹-۲۹۷؛ صدیق ضیایی، سارا (۱۳۸۳)، بررسی تغییر الگوهای فرهنگی حاکم بر نگرش زنان نسبت به کار خانگی (در شهر رشت)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی و روان‌شناسی؛ طالبی، مجتبی (۱۳۹۴)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تغییر ارزش‌ها با تأکید بر شکاف نسلی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال و والدین آنان در بخش خضر)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد جهرم و ...

از قدیم، دغدغه اخلاق‌نگاران فلسفی در ترسیم الگوهایی در تحول اخلاق جمعی بوده است. فلاسفه مغرب‌زمین نیز با انواع نگرش‌های دینی (راینهولد، ۱۳۸۹) و نیهیلیسم اخلاقی (Hinckfuss, 1987))، به رشد اخلاقی جامعه پرداخته‌اند. در رویکرد تجربی، اندیشمندان علوم اجتماعی و روان‌شناسی اجتماعی، بیشتر به توصیف تغییرات جوامع، ترسیم فرایند و تفسیر چگونگی دگرگونی‌ها و نقش جامعه در رشد اخلاقی افراد توجه دارند. در حالی که پژوهش حاضر از مطالعات تحلیلی است و برای رصد راهکارها، به تبیین عوامل و موانع می‌پردازد و توصیف، از دایره تخصص این مقاله خارج است.

اخذ رویکرد تحلیلی، توجه به تحلیل عوامل و تمرکز بر جامعه ایران از خصوصیات پژوهش حاضر است. اگرچه مبحث بر جامعه ایرانی محدود شده، تحلیل فلسفی عام است و شاید در بعضی از موارد شامل انواع جوامع باشد. علت محدود کردن تحقیق به جامعه ایران، وقوف نویسنده بر مسائل جاری در فرهنگ خودی است که تحلیل را برای وی ملموس می‌سازد. اخلاق اجتماعی صرفاً در باورداشت‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای فردگرایانه بین شخصی خلاصه نمی‌شود، بلکه دربرگیرنده اخلاق جامعه‌نگر است که این اخلاق نیز خود شامل ساختارهای اجتماعی، ارکان و نهادهای جامعه و هویت جمعی است (Kolb, 2008, p.1968).

مسئله مقاله، توسعه اخلاق در سطح جامعه‌نگر است که البته دربرگیرنده روابط بین شخصی است. در عنوان مقاله عبارت «راهکارهای مؤثر» آمده است که مقصود، پرهیز از آوردن واژه‌های «ضروری» یا «لازم و کافی» و اجتناب از ادعای ارائه نقشه‌ای جامع است. تحلیل فلسفی عوامل و راهکارها می‌تواند زمینه‌ای برای گام‌های عملیاتی و پژوهش‌های تجربی پسین باشد. در این مقاله، واژه‌های تغییر، اصلاح، تحول، رشد و توسعه با قطع نظر از تعاریف متفاوت آن‌ها به یک معنا استعمال



می‌شوند. در تحلیل عوامل رشد اخلاقی جامعه، گام‌های دانش و انگیزش تفکیک شده است. همچنین، در مقام تبیین به بعضی از موانع نیز اشاره شده است که رفع آن‌ها از عوامل رشد محسوب می‌شود.

۱. راهکارهای مؤثر در ساحت شناختی: انگاره، دانش، آموزش

۱-۱. طرح دقیق مسائل:

در جامعه ایرانی، با انواع تحلیل‌های وضعیت اخلاقی مواجهیم که دچار ضعف در مقام مسئله‌محوری هستند. تحلیل مسائل، خود به منزله گامی در مسیر رشد است:

۱. امکان تغییر‌پذیری: آیا تغییر رفتار گروه‌های اجتماعی و خصلت‌های جمعی ممکن است؟

۲. ابعاد و مصادیق رشد اخلاقی: اخلاق اجتماعی در چه ساحت و مصادیقی نمود می‌یابد؟ آیا فراتر از اصلاح روابط بیناشخصی افراد، می‌توان از اصلاح اخلاق جمعی سخن گفت؟

۳. سنجه و شاخصه‌های رشد اخلاق اجتماعی؟

۴. پرسش از مقام تحقق: این مسئله، جامعه‌شناختی و از جنس توصیف است و ترسیم‌کننده وضعیت موجود در مقابل وضعیت آرمانی است؟

۵. چگونگی فرایند تغییرات اجتماعی در حوزه اخلاق؟

۶. مقام تبیین (علت‌یابی) که شامل چند مسئله است: الف) علل شکاف بین وضعیت کنونی و وضعیت آرمانی چیست؟ (آسیب‌شناسی علی)؛ ب) عوامل تغییرات اجتماعی کدام‌اند: تغییرات جمعیتی، تغییر در نظام ارزش‌ها یا فناوری؟ ج)

چه عواملی زمینه‌ساز رشد اخلاقی می‌گردد؟ (این مسئله، موضوع تحقیق حاضر در جامعه ایرانی است)؛



۷. راهکارهای دستیابی به رشد اخلاقی؛

۸. برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی؛

۹. نهادینه‌سازی و پایدارسازی.

۱-۲. توجه به اخلاق جامعه‌نگر و ساختارهای اجتماعی:

اندیشمندان در قبال مسئله اصالت فرد یا جامعه، سه نوع رویکرد داشته‌اند: الف) اصالت فرد؛ نزد اندیشمندانی چون فارابی (۱۴۰۵ق، ص ۲۴)، مصباح یزدی، مارکس وبر، جان استورات میل (مصباح یزدی، ۱۳۹۸، ص ۸۴)؛ ب) اصالت جامعه؛ نزد کسانی چون اقبال لاهوری، هگل، آگوست کنت (علیزاده و دیگران، ۱۳۹۱)؛ ج) اصالت فرد و جامعه؛ نزد عالمانی چون خواجه طوسی (۱۳۸۷، ص ۲۵۵)، علامه طباطبایی (۱۳۷۱، ج ۴: ص ۹۵)، شهید مطهری (۱۳۸۵، ج ۲: ص ۳۳۹) و دورکیم (حیدری و سرحدی، ۱۳۹۲).

با قطع نظر از مباحث حقیقت‌شناختی، هیئت متشکل از مجموع افراد، دارای خصلت‌هایی است که از ساختار، نوع چینش و هماهنگی افراد آن حاصل می‌شود؛ نظیر اجزای جورچین که در عین سلامت تک‌تک اجزاء، نظم چینش آن در ترکیب منظم ساختار آن اهمیت دارد. ساخت اجتماعی، با محیط درونی و بیرونی خویش در ارتباط است. اخلاق، در مقیاس و سطح جامعه به معنی یک کل سازمان‌یافته است که چنین مجموعه‌ای، دارای نوعی فرهنگ جمعی، آرمان، اهداف، اصول اخلاقی، شیوه تعامل، خصلت‌ها و خلق اجتماعی است.

فهم ناقص از اخلاق اجتماعی، آن را به رشد اخلاقی در روابط بین شخصی فرومی‌کاهد، در حالی که چنین رشدی از شاخصه‌های رشد اخلاقی است. تأکید بر اخلاق جامعه‌نگر، به معنی بی‌توجهی به کارگزاران تغییر (افراد) و ساختارگرایی (structuralism) و پذیرش جبر جامعه نیست. هابرماس، ریچارد رورتی، پیربوردیو، ری بسکار، آندرو سایر، آنتونی گیدنز و... به نظریاتی در قالب نقش توأمان فرد و





جامعه دست یافته‌اند (حقیقت، ۱۳۸۹، ص ۱۵۹). در سنت فلسفی، راینهولد (۱۳۸۹، ص ۶) و خواجه طوسی (۱۳۸۷، ص ۲۵۵) نمونه‌هایی از باورمندان به اخلاق جامعه‌نگرند.

۱-۳. اصلاح فرد همگام با اصلاح جامعه:

علاوه بر پرسش از هویت جامعه، پرسش از تقدم و تأخر اصلاح کنشگران و اصلاح جامعه‌نگر نیز قابل طرح است. «اصلاح خود قبل از اصلاح جامعه»، شعار رایجی است که باید آن را بررسی کرد: الف) اگر مقصود از این بیان، توصیه‌ای اخلاقی مبنی بر اهمیت توجه به خود، پیش از قضاوت و توصیه به دیگران است، با این بیان هم‌رایم. در فرهنگ اسلامی، اگرچه بر نظارت همگانی در قالب امر به معروف و نهی از منکر تأکید شده است (توبه: ۱۷، آل عمران: ۱۰۴)، مبانی اخلاقی‌ای دارد که یکی از آن‌ها «اصلاح خود پیش از اصلاح جامعه» است: «آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خود را فراموش می‌کنید؟» (بقره: ۴۴؛ ب) اگر مقصود از این جمله که «جامعه چیزی جدا از مجموع افراد نیست»، نفی هویت جمعی جامعه است، باید گفت این نظریه مورد پذیرش همه اندیشمندان نیست؛ ج) در تصویری دیگر، جامعه، هویت دارد و این شعار، صرفاً تأکید بر تقدم زمانی-رتبی اصلاح فرد برای اصلاح جامعه است.

در این زمینه سه نظریه مفروض است: ۱) تقدم اصلاح فرد: به اعتقاد ارسطو، «تعلیم و تربیت فردی مقدم است بر تعلیم و تربیت عمومی» (ارسطاطاليس، ۱۳۸۱، ج ۲: ص ۲۴۳؛ ۲) تقدم اصلاح جامعه: رویکردهای رفتاری، اخلاق را محصول تحمیل خارجی می‌دانند. بنابراین، به جای تأکید بر مؤلفه‌های درونی، بر جامعه تأکید دارند (کیلن و اسمتانا، ۱۳۸۹، ص ۴۰؛ ۳) اصلاح تئومان فرد و جامعه: بی‌شک رشد اخلاقی افراد یک جامعه، در میزان رشد اخلاق اجتماعی مؤثر است (ر.ک: لاور، ۱۳۷۳، ص ۸۰). بر اساس دیدگاه‌های تعاملی، جامعه نیز



به منزله عاملی بیرونی، در کنار دیگر عوامل درونی نظیر رشد شناختی و عاطفی (piaget, 1984, p.41-42)، وراثت، ژنتیک، جنسیت (Gilligan, 2003, p.2) و شرایط بدنی (Damasio, 2003, p.173) در رشد اخلاقی افراد مؤثر است. جامعه ممکن است شامل خانواده، هم‌سالان، دوستان، مدرسه، رسانه‌های جمعی، ادیان و مذاهب، کشور و... باشد.

جامعه می‌تواند از طریق القای قوانین و هنجارها، سرمشق‌های اخلاقی، الگودهی، متقاعدسازی، الزام اجتماعی، تعلیم و تربیت، تجارب و شهود اجتماعی، روش‌های انضباطی، تجارب از پیامدهای محیطی، مشوق‌ها، تنبیه و القای حس مسئولیت‌پذیری و همدلی، در رشد اخلاقی یک فرد سهمیم باشد. علامه طباطبایی به تأثیر جامعه بر افراد توجه داده است (طباطبایی، ۱۳۷۱، ج ۴: ص ۹۷). البته چنین تأثیری، موهم «جبر اجتماعی یعنی محال‌بودن اصلاح افراد، بدون اصلاح جامعه نیست» (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۲: ص ۳۴۸). برای توسعه اخلاقی، باید به شکوفایی توأمان فرد (توسعه فردی) و جامعه (توسعه اخلاقی) نظر کرد. در مقام فردگرایانه، می‌توان راهبردهایی ذکر کرد؛ از جمله: ۱. واکاوی درونی و خودآگاهی؛ ۲. انگیزه تحول درونی؛ ۳. کسب خلق و خوی مثبت فردی و خودکنترلی؛ ۴. خردورزی و تفکر انتقادی؛ ۵. تغییر عادات و طرح‌واره‌ها؛ ۶. تمرین مهارت‌های ارتباطی نظیر مهار خشم، گفتگو، تحمل دیگری؛ ۷. تقویت هوش هیجانی و اخلاقی؛ ۸. نبودن شکاف بین شخصیت فرد با اظهارهای بیرون؛ ۹. خداباوری؛ ۹. توجه به سلامت روانی؛ ۱۰. نظارت همگانی؛ ۱۱. اهمیت به خانواده.

۴-۱. اخلاق اجتماعی: شبکه‌ای پیچیده از روابطی درهم‌تنیده:

مصادیق اخلاق اجتماعی، حتی در حوزه زیست فردی، بسیار درهم‌تنیده است. هراندازه فرد، زندگی پیچیده‌تری داشته باشد، با شبکه‌ای وسیع‌تر از اخلاقیات سروکار دارد. زندگی خانوادگی، سطح برون‌گرایی شخصیتی، دایره دوستان و



آشنایان، محیط شغلی، فضای مجازی، شهروندی، روابط ملی و حتی بین‌المللی، از حیثه‌هایی است که سبب پیچیدگی اخلاق اجتماعی است. تنوع زبانی انسان نیز (زبان گفتاری، زبان بدن، کنش‌های نمادین غیر کلامی انتقال هیجان‌ها، «لایک» در فضای مجازی) بر پیچیدگی اخلاق می‌افزاید. از سوی دیگر، به‌زای هر بخشی از ساختار جامعه (نهاده‌ها، انجمن‌ها، سازمان‌ها، انواع حرفه‌ها)، اخلاق اجتماعی به‌نحو سازمانی^۱ نیز وسعت می‌یابد و البته بالاتر از آن، مصادیقی است که به وسعت خود جامعه طرح می‌شوند؛ نظیر عدالت، اعتماد، کرامت و عزت ملی. شبکه‌ای عظیم از روابط، اخلاق اجتماعی را به یکی از پیچیده‌ترین امور تبدیل کرده است که برنامه‌ریزی برای آن، بدون توجه به این شبکه در هم تنیده ممکن نیست. در این باره می‌توان عوامل زیر را مطرح کرد:

الف) اخذ رویکرد راهبردی: دولت‌سکان‌دار سیاست‌گذاری اخلاقی

دولت در جهان معاصر عامل مهمی در پدیدآوردن بسیاری از دگرگونی‌هاست. «هیچ کشوری در جهان معاصر یافت نمی‌شود که تنها بر اساس فعالیت بخش خصوصی قدم در مسیر توسعه گذاشته باشد» (لاور، ۱۳۷۳، ص ۵). همان‌طور که دولت‌سکان‌دار بخش‌های مختلف اقتصادی، سلامت، آموزش و کشاورزی است، باید علاوه بر ایجاد سازکار، بودجه و برنامه‌ریزی راهبردی، بر اجرا و ارزیابی تحولات اخلاقی نیز نظارت کند.

«مدیریت استراتژیک با (۱) برنامه‌ریزی استراتژیک، (۲) برنامه‌ریزی عملیاتی و اجرای استراتژی‌ها و (۳) کنترل مداوم، امکان این امر را فراهم می‌کند» (فرد آر، ۱۳۷۹). نظام جمهوری اسلامی ایران، با طراحی ساختارها و سازمان‌های فرهنگی و تنظیم سیاست‌های فرهنگی^۲، گام‌های مؤثری در زمینه توسعه فرهنگی برداشته است. وقت

۱. برای مثال: اخلاق پزشکی، اخلاق پلیس، اخلاق سازمان‌های مردم‌نهاد، اخلاق مددکاری و اخلاق رسانه.

۲. در برنامه‌های توسعه ملی و سند سیاست‌های توسعه فرهنگی مصوب سال ۱۳۷۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی.

آن است که با توجه به پیچیدگی‌های امروزی اخلاق اجتماعی، سیاست‌گذاری اخلاقی نیز به‌طور راهبردی پیگیری شود.

ب) جدول ارزش‌های جامعه با رویکردی کاربردی

شناخت مصادیق رفتار اخلاقی، از اولین گام‌ها برای رشد اخلاقی است؛ فرد زمانی می‌تواند در روابط گروه‌های فضای مجازی، اخلاقی عمل کند که به مصادیق فعل اخلاقی و غیر اخلاقی آن آگاه باشد. فهرست کاملی از مصادیق اخلاق اجتماعی، نمایانگر وضعیت آرمانی ترسیم‌شده در آن جامعه است. از آنجا که برنامه‌ریزی رشد، به تحلیل عوامل ایجاد شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت آمانی منوط است، ترسیم وضعیت آرمانی ضرورت دارد. به سبب پیچیده‌شدن روابط اجتماعی، امروزه به ارائه جدولی روزآمد از اخلاقیات اجتماعی نیازمندیم. نکته دیگر، ضرورت بازطراحی فضایل و رذایل اجتماعی با رویکردی کاربردی است.

پ) آسیب‌شناسی وضعیت کنونی: مه‌جوربودن مطالعات «ملی» جامعه‌شناختی در اخلاق

در برنامه‌ریزی رشد، شناخت دقیق وضعیت اخلاقی کنونی جامعه ضرورت دارد. دستیابی به این امر با پژوهش‌های میدانی، افکارسنجی، واقع‌سنجی و ارزیابی‌های مستمر میسر می‌شود. ضعف مطالعات میان‌رشته‌ای و فاصله سیاست‌گذاری‌های فرهنگی از پژوهش‌های دانشگاهی، مانع استفاده از ظرفیت‌های کشور در درک وضعیت کنونی است. در کشور ما مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، مرکز پژوهش‌های مجلس، وزارت فرهنگ و ارشاد، پژوهشگاه‌ها و... به پژوهش‌هایی در باب تحلیل وضعیت و آسیب‌شناسی فرهنگی می‌پردازند. البته سهم اخلاق در میان دیگر امور فرهنگی قابل بحث است. پژوهش‌های دانشگاهی، زمینه خوبی برای تحلیل وضعیت کنونی فراهم می‌کنند. «ما ایرانیان» از مقصود فراستخواه،





«جامعه‌شناسی اخلاق (تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران)»، از ابراهیم حاجیانی، «از ماست که بر ماست؛ نقدی بر رفتارهای اجتماعی ما ایرانیان» از رضا بهرام‌پور، از این مواردند.

مطالعات جامعه‌شناختی اخلاق، باید توسط سازمانی وابسته به دولت، به‌نحو نظام‌مند و در سطح ملی صورت گیرد تا (۱) از موازی‌کاری و هدررفت سرمایه‌ها جلوگیری شود، (۲) به‌نحو میان‌رشته‌ای از اندیشمندان حوزه‌های مختلف در رفع معضلات استفاده شود و (۳) با هدفمند کردن پژوهش‌های دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها و (۴) ارتباط‌گیری واقعی (نه صرفاً تفاهم‌نامه) سیاست‌گذاران با دانشگاه‌ها، به شناخت دقیق وضعیت کنونی و آسیب‌شناسی اخلاقی منجر شوند.

ت) شاخص و ملاک‌های ارزیابی:

ملاک، استاندارد خاص برای یک پدیده است که قابلیت ارزیابی و ارزش‌گذاری شرایط را در ارتباط با اهداف، نتایج و پیامدها به وجود می‌آورد. البته در باب پدیده‌های اخلاقی، می‌توان علاوه بر نتایج، شاخص‌هایی برای پیش‌زمینه‌های رفتارهای اخلاقی نیز ارائه کرد. استخراج سنجه‌های کلیدی و حیاتی رشد اخلاقی جامعه، دشوار است. مطالعه شاخص‌های مختلف رفتار و توسعه اخلاقی، به‌دلیل نزدیکی مرز بین اخلاقیات، باید جزئی و حتی مختص یک رفتار باشد. این مطلب را هارت شورن، می و شاتلسورث نیز تلویحاً در تحقیقی بیان کرده‌اند (کیلن و اسمتانا، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۸۴۴).

ث) نیازسنجی و اولویت‌سنجی:

توزین اهداف بر اساس اولویت‌ها و نیازها، پس از احصای ارزش‌ها و آسیب‌شناسی واقع‌بینانه، ضروری است. مسلماً در آغاز حرکت در مسیر رشد اخلاقی، با مسائل و معضلات بسیاری مواجه خواهیم شد که با توجه به کندی تغییرات، لزوم صبوری و



محدودیت امکانات، فقط می‌توان بر اساس نیازسنجی و اولویت‌سنجی واقع‌گرا، مواردی را در هر گام برگزید.

ج) چندصدایی و برخوردار نبودن از روایتی واحد دربارهٔ اخلاق:

توجهات و تبصره‌های مختلف در فرهنگ، عرف و فقه (نظیر قاعدهٔ دفع افسد به فاسد)، سبب دشواری تصمیم‌گیری دربارهٔ مسائل مختلف و پیچیده در جامعه می‌گردد؛ زیرا قضاوت‌های اخلاقی جامعه ممکن است با چندین معیار متعدد در یک واحد زمانی و یک مصداق معین شکل بگیرد که نتیجهٔ آن چیزی جز اختلاف نظر عمومی دربارهٔ امر اخلاقی نیست. تغییر ارزش‌های اخلاقی با گذشت زمان نیز به تغییر زوایای اخلاق و سخت‌یابی معیارهای آن می‌انجامد. بنابراین، تلاش برای ایجاد سیاست‌هایی شفاف که با بندها و ارزش‌های دیگر نقض نشود و راه را برای قضاوت اخلاقی هموار سازد، ضروری است.

چ) تغییر ارزش‌های اخلاقی: پیمایش ملی ارزش‌ها:

ارزش‌های هر جامعه به‌منزلهٔ نوعی باورداشت، بر جهان‌بینی و باورهای پایه و اساسی مبتنی است. تغییر در باورهای بنیادی‌تر موجب تغییر در ارزش‌ها و به دنبال آن، تغییر رفتاری می‌شود. جهان‌بینی مردم فقط به آنچه بزرگ‌تره‌ایشان به آن‌ها می‌آموزند بستگی ندارد، بلکه با تجارب زندگی خودشان شکل می‌گیرد و «گاهی تجارت یک نسل عمیقاً با تجارب نسل‌های گذشته متفاوت است» (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۲).

در تغییر فرهنگی، تطابق با محیط بیرونی و انواع دگرگونی‌های اجتماعی (تغییرات اقتصادی، فناوری، سیاسی و...) و وحدت درونی با آن‌ها اهمیت دارد. جایگزینی جمعیت (تغییر نسلی) نیز بر دگرگونی ارزشی تأثیر می‌گذارد (همان، ۱۱۱). البته اگرچه مسائل اقتصادی، رشد فناوری و... به تغییرات ارزشی می‌انجامند،



«جبری در کار نیست» (لاور، ۱۳۷۳، ص ۱۱). ارزش‌های اخلاقی، آداب اجتماعی، هنجارها، ارزش‌های دینی-اعتقادی و اولویت‌های زندگی (ارزش‌های مادی/ فرامادی) از انواع ارزش‌های فرهنگی‌اند. بر اساس تحقیقات جامعه‌شناسان «ارزش‌های مذهبی و اخلاقی، نسبت به سایر ارزش‌ها، از میزان قابل توجهی پایداری برخوردارند» (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۲۰۶-۲۱۰).

تغییر ارزش‌ها تک‌عاملی نیست. بعضی از عوامل خود از سنخ امور فرهنگی‌اند و برخی دیگر، خارج از حوزه فرهنگ‌اند. «نقش تغییرات اقتصادی، تکنولوژی و تغییرات اجتماعی-سیاسی در تغییر فرهنگی جوامع، مثلاً در نوع نگرش به سقط جنین، هم‌جنس‌بازی و اهمیت به خانواده اثبات شده است» (همان، ص ۱). از عوامل فرهنگی مؤثر در تحول ارزش‌ها می‌توان از موارد زیر نام برد: تغییر در سبک زندگی، استفاده از امکانات ارتباطی جدید (اینترنت/ فضای مجازی)، رسانه‌های جمعی، تبلیغات، گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، توسعه شهرنشینی و آموزش عالی، ظاهرگرایی صرف، از بین رفتن روحیه جوانمردی، تقلید از سلبریتی‌ها و الگوپذیری، مد، بی‌توجهی به دین، ناهماهنگی شناختی بین بعضی از ارزش‌ها و علوم روز و گسترش ینش مادی-اقتصادی. تغییر ارزش‌ها ممکن است به اشکال مختلفی باشد: بی‌توجهی، فراموش شدن و حذف شماری از ارزش‌ها، تغییر اولویت‌ها در ترتیب ارزشمندی ارزش‌ها، بی‌معنایی و تهی شدن ارزش بر اساس تغییرات در سبک زندگی نوین، روزآمدسازی با توجه به مصالح زندگی نوین و قرار گرفتن ضد ارزش‌ها به جای ارزش‌ها.

تغییر ارزش‌ها، گاه حتی می‌تواند مثبت و در جهت توسعه باشد (نظیر پوی‌های مردمی اخلاق محیط‌زیست) و در بعضی مواضع، ممکن است ضروری و اجتناب‌ناپذیر باشد. گاهی هم این تغییر (مثلاً در جایگزینی ضد ارزش به جای ارزش) در معرض آسیب‌های مختلف است. هر تغییر ارزشی را در جامعه نباید بحران تلقی کرد، بلکه قبل از هر گونه موضع‌گیری، پیمایش دقیق از ارزش‌ها و



کیفیت تغییرات ضروری است. حساسیت بیش از حد به ارزش‌های نسل‌های گذشته، به‌ویژه در باب آداب و رسوم اخلاقی، جز ایجاد شکاف و تضادهای بین‌نسلی فایده‌ای ندارد. خواه طوسی می‌گوید: «آداب از حد حصر متجاوز باشد و به‌حسب اوضاع و اوقات مختلف شود، اما برای عاقل فاضل که قوانین و اصول افعال جمیله ضبط کرده باشد، رعایت شرایط هر کاری به‌جا و به‌وقت خویش دشوار نبود» (طوسی، ۱۳۸۷، ص ۲۳۶).

در مواردی که تغییر اجتناب‌ناپذیر است و مانعی از حیث هویت بومی - اعتقادی در مقابل آن نیست، باید بر اساس تغییرات اجتماعی، فعالانه در بازسازی ارزش‌ها کوشید و آشفتگی‌های اجتماعی را با توجه به فرهنگ بومی رفع کرد. ارزش‌ها باید در جامعه چنان اولویت داشته باشند که قادر به ایجاد انگیزه‌ای قوی برای کنش‌های مثبت اجتماعی شوند.

این مهم زمانی محقق می‌شود که به مخاطب سیاست‌گذاری‌ها توجه گردد؛ مقصود، مشارکت فعالانه در بازنمایی ارزش‌ها، کاربردی‌سازی آن بر اساس کاربست انتقادی - تحلیلی در موقعیت‌های معین و مصداق‌های عینی این‌زمانی است. مسلماً آنچه جامعه باید به آن واکنش صحیح و عالمانه نشان دهد، مسخ ارزش‌ها و نشستن ضد ارزش‌ها به‌جای ارزش‌هاست.

امام علی علیه السلام در نهج البلاغه می‌فرماید:

«مردم را روزگاری رسد که در آن از قرآن جز نشان آن نماند و از اسلام جز نام آن» (نهج البلاغه، حکمت ۳۶۱).

بنابراین، با پیمایش ملی چندسال یک‌بار از ارزش‌های اخلاقی، می‌توان از وضعیت دقیق ارزش‌ها در جامعه آگاه شد و سپس، با بررسی مصادیق، به‌طور برنامه‌ریزی‌شده‌ای موضع‌گیری کرد. پیمایش ملی ارزش‌ها سبب می‌شود شکاف بین ارزش‌های رسمی و ارزش‌های غیررسمی جامعه را بسنجیم و برای پرکردن این شکاف برنامه‌ریزی کنیم.

۱-۵. ارزیابی ضریب تأثیرگذاری عوامل و موانع:

در برنامه‌ریزی رشد اخلاقی جامعه (۱) رصد عوامل و موانع مختلف (پرهیز از تحویلی‌نگری)، (۲) پژوهش تجربی درباره نحوه تأثیر این عوامل، (۳) سنجش نسبت و وابستگی عوامل به یکدیگر و ارتباطات متقابل آن‌ها و (۴) بررسی میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل ضرورت دارد. توزین عوامل، به معنی بی‌توجهی به دیگر عوامل نیست، بلکه عوامل مختلف باید هماهنگ با هم تحول یابند تا با تکیه بر عوامل درونی، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی درباره تحولات بیرونی فراهم گردد. جدول (۱)، عواملی را نشان می‌دهد که تأثیر آن‌ها بر رشد اخلاقی قابل ملاحظه است؛ به گونه‌ای که انجام پژوهش‌های تجربی درباره ضریب تأثیرگذاری این عوامل ضرورت دارد.

جدول (۱): عوامل و موانع رشد اخلاقی

عوامل و موانع		ردیف
خودباوری و اعتماد به نفس ملی، همدلی، بسیج همگانی، مشارکت اجتماعی، کنترل اجتماعی، فرهنگ تلاش و مسئولیت‌پذیری، امنیت، نظارت همگانی، جوانی جمعیت، اعتماد، اعتبار هنجارهای اجتماعی، خشونت‌گرایی یا هم‌بستگی، تعلق اجتماعی، نابرابری‌های اجتماعی و نزاع‌های درونی	عوامل اجتماعی	۱
برنامه راهبردی، بودجه، سهم دادن به مراکز علمی در سیاست‌گذاری، جناح‌گرایی، سیاست‌زدگی، قوانین، روش‌های انضباطی-کنترلی، ارزیابی‌های ملی و قانون‌مداری	عوامل سیاسی و اجرایی	عوامل ساختاری





عوامل و موانع		ردیف
<p>هویت فرهنگی، شکاف با سنت‌ها، ارزش‌های مادی/ فرامادی، ارزش‌های اخلاقی، تبلیغات، فناوری، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی، فضای مجازی، آزادی فرهنگی، آموزش و پرورش، سرانه مطالعه، مصرف‌گرایی و مدگرایی، فقدان خردمداری جمعی، گسترش دانشگاه‌ها</p>	عوامل فرهنگی	
<p>فساد اقتصادی، عدالت و امنیت اقتصادی، توسعه اقتصادی</p>	عوامل اقتصادی	
<p>انگیزه، شخصیت، توسعه فردی، هوش هیجانی، هوش اخلاقی، دیگرخواهی، باورداشته‌ها، آرمان‌ها و بینش، آرزوها و اهداف، ایمان، تفکر انتقادی، مسئولیت‌پذیری، عوامل زیستی و ژنتیکی و سرشتی، خلق و خو و وجدان</p>	عوامل درون-فردی	۲ عوامل فردی
<p>وضعیت شغلی-درآمدی و فقر، وضعیت معیشتی، سلامت جسمی و روانی، ارزش‌های خانوادگی، بیکاری، قوم و نژاد، طبقه اجتماعی و میزان تحصیلات</p>	عوامل برون-فردی	
<p>وابستگی فرهنگی، تبادلات فرهنگی، مهاجرت نخبگان، رسانه‌های فرامرزی، برنامه‌های نظام سرمایه‌داری، جهانی‌شدن و نزاع‌های بین‌المللی</p>	عوامل بیرونی	۳

۱-۶. آموزش اخلاق: تجهیز شناختی کنشگران و ایجاد شعور جمعی

اندیشه‌ها، باورداشته‌ها و شناخت، تأثیر اثبات‌شده‌ای بر رفتار دارند. فلاسفه (طوسی، ۱۳۸۷، ص ۵۷) و روان‌شناسان (Kohlberg, 1969, p.350) از جنبه فردی و جامعه‌شناسان (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۴۱۸) از جنبه جمعی، تأثیر رشدشناختی بر رشد اخلاقی را بررسی کرده‌اند. البته «تغییر ایده یا رفتار عده



معدودی از افراد جامعه نمی‌تواند به‌عنوان یک تغییر اجتماعی پذیرفته شود، مگر اینکه این تغییر ایده یا طرز برخورد و تلقی در سطح بسیار وسیعی صورت پذیرد» (روشه، ۱۳۷۳، ص ۲۴).

تأثیر اندیشه‌ها به چند طریق مفروض است؛ ۱) بازداری و مانع شدن، ۲) کندسازی تغییرات، ۳) تسهیل دگرگونی از طریق ایجاد مشروعیت، انگیزه‌مند کردن افراد و ۴) جهت‌دادن به دگرگونی‌ها (لاور، ۱۳۷۳، ص ۱۱۸-۱۳۰). برای مثال، خداباوری، خودباوری فردی و جمعی و واکاوی درونی، از عوامل توسعه اخلاقی محسوب می‌شوند یا مثلاً نگرش‌های مردسالارانه، ظاهرگرایی افراطی یا برخی مسائل حل‌نشده فلسفه اخلاق، مثل نیهیلیسم اخلاقی، مانع توسعه اخلاقی هستند. تجهیز شناختی از طریق آموزش رسمی عمومی یا رسانه‌های جمعی و یا با افزایش مهارت‌های شناختی نظیر قضاوت اخلاقی و تفکر انتقادی صورت می‌پذیرد. در قرآن کریم، جهل عامل ضلالت و دانایی عامل هدایت خوانده شده است (نمل: ۵۵، اعراف: ۱۷۹). همچنین، رشد مهارت‌های عقلی، از عوامل مؤثر در رشد اخلاقی است (حشر: ۱۴، یونس: ۱۰۰، انعام: ۱۵۱-۱۵۲). در این زمینه می‌توان نکات زیر را بررسی کرد:

الف. سرمایه‌گذاری بر کودکان:

جامعه‌پذیری در سال‌های ابتدایی زندگی و قبل از بلوغ، در مقایسه با بزرگسالی، اهمیت بیشتری دارد. «شواهد زیادی حاکی از این است که احتمال آماری دگرگونی شخصیت پایه، پس از بزرگسالی، کاهش می‌یابد» (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۷۶).

ب. سهم آموزش و پرورش عمومی:

۱) مدرسه و دانشگاه، علاوه بر آموزش اخلاق باید پرورش اخلاقی و خودشکوفایی را هدف خود تلقی کنند. خواجه طوسی هدف از تربیت را نیل به مدارج کمالی



انسانی می‌داند. (طوسی، ۱۳۸۷، ص ۱۰۸). ارزیابی تجربی برون‌داد نظام آموزش و پرورش ایران، در ایجاد تحول اخلاقی دانش‌آموزان می‌تواند جزء اولین گام‌ها در تصحیح روند تربیت اخلاقی قلمداد گردد.

۲) آموزش اخلاق به آموزش‌هایی گفته می‌شود که مدرسه و جامعه با هدف کمک به افراد برای فکر کردن به امور خوب و بد، متمایل شدن به خیر اجتماعی و رفتار اخلاقی ارائه می‌دهند. در این باره، تبیین چند نکته اهمیت دارد: یکم) بررسی سهم و اولویت اخلاق در برنامه‌های آموزشی، در مقایسه با دیگر برنامه‌ها.

دوم) اهداف آموزشی که باید بر اساس سه‌ساحتی بودن ماهیت اخلاق، آموزش اخلاق نیز هر سه وجه شناختی، گرایشی و رفتاری را مدنظر قرار دهد. «برنامه‌های آموزشی باید با ایجاد زبان عاطفی و انگیزش و تغییر نگرش و دانش و یافتن مهارت رفتاری، موجب افزایش توانایی فرد در بروز رفتار اخلاقی شوند» (فرامرزی قراملکی و نوچه فلاح، ۱۳۸۶، ص ۱۳۷؛ باقری، ۱۳۷۷، ص ۱۱).

سوم) محتوای مناسب با فرهنگ خودی از حیث اعتقادی و فلسفی و سنجش آن که با نتایج علوم نوین نظیر علوم روان‌شناختی و عصب‌شناسی سازگار است. چهارم) توجه به روش آموزش اخلاق: آموزش‌های مستقیم، موعظه‌محور (خسروی و باقری، ۱۳۸۷) و حفظ طوطی‌وار و شب امتحانی، در رشد اخلاقی کافی نیست. البته این به معنی بی‌اثربودن آموزش‌های مستقیم نیست.^۱

آموزش‌های مستقیم آسیب‌هایی به همراه دارد که حتی در بعضی موارد (نظیر هم‌سو نبودن رفتار معلم با محتوای آموزشی) می‌تواند نتیجه معکوس داشته باشد.^۲ در برنامه درسی اخلاق نباید کتاب درسی، به پایان بردن سرفصل، کمیت درس و امتحان

۱. فرید و همکارانش، آموزش مستقیم را در قضاوت اخلاقی دانش‌آموزان مؤثر یافته‌اند (فرید و دیگران، ۱۳۸۷).

۲. در مضامین اسلامی نیز بر این امر تأکید شده است: «کونوا دعاة الناس باعمالکم و لاتکونوا دعاة الناس بالستکم؛ مردم را با عمل خود به نیکی‌ها دعوت کنید، نه با زبان خود» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۵: ص ۱۹۸).



اصل باشد. پیگیری برنامه‌های «فبک»^۱ به منزله رویکردی عقل‌گرا با هدف رشد مهارت‌های استدلال منطقی و سطح قضاوت اخلاقی، طرح معماها و موقعیت‌های داستانی، تفکر انتقادی، گفتگوی گروهی آزاد و بالابردن سطح مشارکت، در قالب بخشی از فرایند آموزشی (نه کل آن) می‌تواند مؤثر باشد (لیپمن و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۴۶).

آموزش غیرمستقیم اخلاق بر اساس تأکید بر سرود، قصه‌گویی، داستان، شعر، هنر، بازی‌ها، استفاده از پویانمایی، اجرای نمایش کلاسی و... با هدف تهییج عواطف و آموزش ضمنی (الگوگیری از رفتار مربی) تأثیرگذار است. پنجم) توجه به تفاوت نسلی و درک ویژگی‌های خاص هر دهه اهمیت دارد. بی‌توجهی به ماهیت عجین با فناوری نسل نو، می‌تواند خللی در آموزش مناسب به این نسل باشد. تحلیل و ارزیابی تجربی وضعیت عقل‌گرایی، مسئولیت‌پذیری، امید اجتماعی و اعتماد در نسل جدید، در تدوین محتوای آموزشی مناسب با هر دهه، بر اساس خلأهای نگرشی، انگیزشی و رفتاری مهم است.

۳) علاوه بر آموزش عمومی، الزام قانونی به آموزش اخلاق حرفه‌ای، برای شاغلان در حرفه‌ها و دانشجویان، گامی مهم تلقی می‌شود.

ج. رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی

رسانه‌های جمعی رسمی مثل تلویزیون، سینما، رادیو و وبگاه‌ها با برخورداری از شمار انبوه مخاطبان و توزیع سریع، در رشد اخلاقی جامعه از طرق گوناگون مؤثر و سازنده‌اند: ۱) آموزش مستقیم و غیرمستقیم ارزش‌ها و مفاهیم اخلاقی، ۲) استانداردسازی باورداشت‌ها، ۳) ایجاد دغدغه‌مندی و یگانگی عاطفی، ۴) تکرار هنجارها، ۵) تأکید بر ارزش‌های فرامادی، ۶) ارائه تصویری صحیح از هویت

۱. فلسفه برای کودکان.



ملی، ۷) الگودهی و نمادسازی، ۸) ایجاد فضای همدلی و هم‌بستگی ملی، ۹) تحلیل مستند آسیب‌های اخلاقی، ۱۰) ایجاد پویش‌های ملی، ۱۱) به‌روزرسانی فعالان فرهنگی بومی، ۱۲) ایجاد فضای مشارکت عمومی و غیره. البته رسانه‌ها می‌توانند در سیر منفی تغییرات اخلاقی نیز نقش پررنگی داشته باشند (نظیر ترویج نیهیلیست اخلاقی، ظاهرگرایی افراطی، ایجاد شکاف‌های طبقاتی و آسیب‌های رفتاری). نکته مهم، سهم اخلاق در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای است. می‌توان در انواع برنامه‌های آموزشی، خبری و سرگرمی، برای نهادینه‌سازی اخلاق سهمی قائل شد. رسانه‌ها برای آموزش اخلاق می‌توانند از هم‌فکری گروه علمی مشاوره اخلاق، در برنامه‌های پرمخاطب تلویزیونی نظیر سریال‌های پرمخاطب و مجموعه‌های طنز بهره بگیرند. آموزش اخلاق با استفاده از قدرت نخبگان تلویزیونی یا ساخت تبلیغات (در قالب پویانمایی و...) بیشتر از هر نوع آموزش دیگری اثربخشی دارد. با وجود تصورات رایج درباره تأثیرات منفی فضای مجازی، مصلحی و حاجیانی در پژوهشی تأثیر سازنده فضای مجازی را بر رفتار همدلانه دانشجویان دانشگاه تهران گزارش کرده‌اند (مصلحی‌نیک و حاجیانی، ۱۳۹۶، ص ۳۳۱).

۲. مقام انگیزش و اراده جمعی

انگیزه، علت رفتار است و حاصل مجموعه‌ای از نیازها، فشارها [مشوق‌ها]، خواسته‌ها، هیجان‌ها و آگاهی‌هایی است که شخص را به حرکت وامی‌دارد (روشه، ۱۳۷۳، ص ۱۸۵). فلاسفه اسلامی در بحث از مقدمات فعل، به اهمیت داعی (انگیزه) و اراده (تصمیم) که برآمده از شناخت و هیجان‌ها است، اشاره کرده‌اند (طوسی، ۱۳۷۵، ج ۲، ص ۴۱۱). دانستن همیشه، سبب برانگیختن فرد برای انجام فعل نمی‌شود؛ انگیزه و اراده، از حلقه‌های گمشده میان «علم» و «عمل» است. نقش انگیزش در تغییرات اجتماعی جوامع در پژوهش‌های بسیاری روایت شده است (روشه، ۱۳۷۳، ص ۱۸۸؛ لاور، ۱۳۷۳، ص ۸۸). در این باره مطالبی قابل طرح است:

۲-۱. جایگاه هیجان‌ها، عواطف و احساسات:

اندیشمندان به نقش هیجان‌ها و رابطه آن با دیگر مؤلفه‌های رفتار و رشد اخلاقی پرداخته‌اند. از آنجا که هیجان‌ها غالباً در مقایسه با بعد شناختی انسان مطرح است، در جدول (۲) دیدگاه‌های اندیشمندان مرور شده است. البته تعیین میزان تأثیر یا تقدم و تأخر عملکردی عواطف در مقایسه با دیگر عوامل یا بحث از فرایند تأثیر عواطف، موضوع این مقاله نیست.

جدول (۲): مرور دیدگاه اندیشمندان

رابطه عرضی	اولویت بعد عاطفی	اولویت بعد شناختی	اندیشمندان
طوسی (۱۳۸۷، ص ۲۵۸)	هیوم (Hume, 2006)	افلاطون ارسطاطالیس (۱۳۸۱، ج ۱، ص ۹۹) طوسی (۱۳۸۷، ص ۱۱۷) دکارت (Damasio, 1994)	فلاسفه
داماسیو (Damasio, 2003, p.240)	فروید (turiel, 1985, p.171) هافمن (Hoffman, 2000,) (p.250 هایت (Haidt, 2001, p.826)	پیاژه (piaget, 1948) کلبرگ (کیلن و اسمتانا، ۱۳۸۹، ج ۱: ص ۷۲) نوسباوم (Nussbaum, 1999,) (p.72)	محققان علوم تجربی





بحث از عواطف، با رویکرد جامعه‌نگر نیز می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. بعضی از عواطف منفی نظیر خشونت اجتماعی، ترس از مجازات اجتماعی، تنفر و به‌تنگ آمدن از وضعیت قبلی و شماری از عواطف مثبت نظیر محبت در سطح کلان، هم‌بستگی اجتماعی، همدلی ملی، افتخار، عزت و کرامت ملی و اعتماد به نفس ملی می‌توانند در ایجاد انگیزش اجتماعی و اصلاح وضعیت کنونی دخیل باشند. برخی از موارد ممکن است خود یک بسته رفتاری باشد که علاوه بر داشتن بعد هیجانی، از بعد شناختی نیز برخوردارند، ولی از آنجا که غالباً این موارد مرتبط با هیجانات شمرده شده‌اند، آن‌ها را در این قسمت می‌آوریم. در این باب می‌توان موارد زیر را بیان کرد:

الف) خودخواهی یا همه‌گرایی:

در سبک زندگی اسلامی، خودخواهی یا توجه صرف به خیر شخصی مذموم است و به توجه به دیگران (Concern of others) سفارش شده است. تأکید بر شفقت، هم‌دردی، همدلی، نوع دوستی، خیرخواهی، محبت، جود و سخاوت (حشر: ۹، اسراء: ۲۹)، احسان (نحل: ۹۰) و ایثار (حشر: ۹) نمودی از اهمیت دیگرگرایی است. مقصود از دیگرگرایی، دیگرگروی اخلاقی (Altruism)، یعنی بی‌توجهی و نفی منافع خودی نیست، بلکه در دیگرگرایی، همه‌گرایی که شامل منافع من و دیگران است، توأمان الگودهی می‌شود.

برنامه‌ریزی در رشد اخلاقی، به ایجاد حس دیگرگرایی در جامعه منوط است که به‌ازای هر یک از رفتارهای جامعه‌گرایانه (هم‌دردی، همدلی، محبت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی) باید تحلیلی از تمایز مفاهیم، شاخصه‌ها و عوامل رشد ارائه شود. علاوه بر روابط بیناشخصی، همه‌گروی اخلاقی را می‌توان در قالب الگوهای جمعی هم‌یاری (cooperative behaviors) و هم‌بستگی اجتماعی نیز ترویج داد. هم‌یاری و هم‌بستگی اجتماعی، با ایجاد اقدامات هم‌سو و هم‌مسیر در

قالب یک برنامه کلی، سبب جلوگیری از هدررفت انرژی هاست.

ب. مسئولیت‌پذیری اجتماعی:

مسئولیت‌پذیری به معنی دغدغه‌مندی برای سرنوشت خود، دیگران و جامعه است و با الزام اجتماعی که با قوانین سروکار دارد، متفاوت است (فرامرز قراملکی و نوچه فلاح، ۱۳۸۶، ص ۱۵). برنامه‌ریزی برای تربیت نسلی مسئولیت‌پذیر، اساس توسعه همه‌جانبه کشور است. مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، در شکل‌گیری روحیه مسئولیت‌پذیر دخیل‌اند. در این زمینه «تجربه دوران کودکی، نقش خانواده، به‌ویژه مادران حیاتی است» (لاور، ۱۳۷۳، ص ۸۹؛ کیلن و اسمتانا، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۸۵۵-۸۵۹). کودکان بی‌اعتنا، ناامید، خودخواه و بی‌مسئولیت قادر به نقش‌آفرینی در توسعه جامعه نخواهند بود.

سطح انتظارات از کودکان، سطح مسئولیت‌پذیری خود مربی، تلاش برای بهبود روابط متقابل والدین و کودک و کنش خانواده و مدرسه، در این مسئله اهمیت دارد. همچنین، روابط صمیمی، عاطفی و حمایتی والدین، پیام‌های مستقیم شفاهی (بیان نگرش‌ها و اعتقادات)، اقتدار والدین، پذیرش و درک، دل‌بستگی ایمن، تشویق و... بر درونی‌سازی ارزش‌های اخلاقی فرزندان مؤثر است (کیلن و اسمتانا، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۸۵۵-۸۵۸). در مقابل، شیوه‌های انضباطی اعمال قدرت و تنبیه بر رفتارهای جامعه‌گرا تأثیر منفی می‌گذارد (همان، ص ۸۵۷).

معطوف بودن به دیگری، دارای مراتب است و از عدالت‌محوری تا درجات عالی نیکی‌محوری را در بر می‌گیرد. تلفیق الگوهای عدالت‌محور و نیکی‌محور، زمینه‌ای مؤثر در رشد اخلاقی است. عدالت در قالبی سلبی، مراقبت و جلوگیری از تضییع حقوق دیگران (ضرر رساندن به دیگران) است و در قالبی فعالانه، احقاق حقوق دیگران تلقی می‌شود. فراتر از مفهوم عدالت، رفتارهای جامعه‌گرا که هدف از آن‌ها منفعت رساندن به دیگری است، باید در جامعه اسلامی نهادینه شود. فراتر از عدل که



رعایت انصاف است، در اسلام به احسان (نهج البلاغه، حکمت ۲۳۱) و نیکی محوری سفارش شده است.

ج. روحیه نوع دوستی و محبت در جامعه (سطح جمعی و خرد):

نظام ارزشی، بازتاب جامعه پذیری شخص به ویژه در سال‌های اولیه زندگی است. «ارزش‌ها کمتر شناختی و بیشتر عاطفی بوده و نسبتاً پایدار هستند» (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۴۱۷). فعال کردن هیجانات با ادبیات، هنر، موسیقی و... در خدمت هم‌بستگی ملی و به تبع آن توسعه اخلاقی ثمربخش است. در سبک زندگی اسلامی، نه تنها عصیت (نهج البلاغه: خطبه ۱۹۲) و اختلاف نهی شده است (همان، خطبه ۱۲۷)، بلکه به اصلاح ذات بین (نساء: ۱۱۴)، هم‌یاری، نیکی به دیگران (بقره: ۱۹۵) و اتحاد و مسالمت (انفال: ۱) و بالاتر از آن، به ترویج روحیه برادری و مهربانی بین مردم حکم شده است.

مسلماناً با ایجاد چنین فضایی مثبتی، اخلاق به منزله پیامد چنین الگویی خودبه‌خود ظهور می‌یابد. در سطح خرد و در روابط بینافردی نیز عشق و محبت، عامل مهمی در بروز رفتارهای جامعه‌گرایانه است. محبت به کارمندان، متعلمان، خانواده و... مانعی برای بروز بداخلاقی‌های اجتماعی است. سیاست کلان رسانه‌های جمعی، ادبیات نخبگان سیاسی، دینی و فرهنگی می‌تواند در ترویج این روحیه نقش داشته باشد. از بین بردن موانع محبت ملی نظیر کینه و نفرت، خشونت‌های فکری، انحصارگری‌های عقیدتی و هنجاری، تعارض طبقاتی، بی‌عدالتی (حقوقی، آموزشی، تفریحی، اجتماعی) و خط‌کشی میان قشرهای مختلف و جلوگیری از فساد خواص، از عوامل مؤثر در ایجاد محبت ملی است.

۲-۲. روحیه اصلاح و پوییش (نه شورش):

در اصلاح، برخلاف انقلاب، وضعیت حاضر طرد نمی‌شود (روشه، ۱۳۷۳، ص ۲۹۰)؛



زیرا باورها، نظام ارزش‌ها و آرمان‌های افراد جامعه، تعارضات جدی و غیرقابل ترمیم ندارند و مشکلات به نحوه عملکرد در پاره‌ای از مسائل بازمی‌گردد. شورش، تفکر برچیدن و دوباره ساختن، با عصیان جمعی ناگهانی و با قصد دگرگونی کلی وضعیت (همان، ص ۲۹۱)، با افزایش هزینه‌های مادی و معنوی، مسیری انحرافی و سوق‌دهنده به سوی معضلات جدید است. در کشور ما، گاهی برخی افراد، تنها مسیر حل مسائل را اعتراضاتی با ماهیت عصیان و همراه با خراب‌کاری قلمداد می‌کنند؛ در حالی که در مواجهه با معضلات جزئی، چاره‌کار، نقد وضعیت و ایجاد فضای گفتگو، امیدداشتن به اصلاح و تغییرپذیری اجتماعی است.

۲-۳. امید جمعی برای تغییر و مشارکت اجتماعی:

اخلاق از جنس فرهنگ است و فرهنگ، یک نظام مشترک از باورها، عواطف و ارزش‌هاست که به‌طور اجتماعی شکل می‌گیرد. بنابراین، بدون مشارکت تعمیم‌پذیر، انگیزه برخی از افراد جامعه، به رشد اخلاقی منجر نمی‌شود. عوامل زیادی در ایجاد روحیه مشارکت اجتماعی مؤثرند؛ جامعه‌شناسان نقش والدین، ادبیات، قصه‌های رایج، مذهب، طبقه اجتماعی، ساخت خانواده، نظام فرماندهی و فرمانبرداری، موقعیت شغلی و... را تحلیل کرده‌اند (لاور، ۱۳۷۳، ص ۸۹).

لقای این احساس که فرد از سوی دیگران درک می‌شود و در امور مشارکت داده می‌شود، پرهیز از برچسب‌زنی و ایجاد طرح‌واره خاص از افراد، نقد گفته‌ها (نه گوینده)، اجازه ابراز عقاید، پرهیز از متهم‌انگاری، اجتناب از جناح‌بازی سیاسی، جلوگیری از امنیتی‌شدن فضا و ترس مرضی از بیان عقاید و نقد و هدررفت استعدادها، به رسمیت شناختن تکثر فکری-فرهنگی جامعه، آگاهی‌دادن به مردم درباره فرایند اصلاح همگانی، شفافیت، اعتماد حاصل از رضایت از عملکرد دستگاه‌های مبارزه با فساد و... از عوامل ایجاد امید و مشارکت جمعی است که به بررسی چند مورد از آنها می‌پردازیم:





الف. پویش‌های اخلاقی از سرآمدان اجتماعی:

پویش‌های همه‌گیر و خودجوش اجتماعی در شناساندن و پیروز گردانیدن ایده‌ها، منافع و ارزش‌ها، بسیار مؤثرتر از الزام و نظارت بیرونی است. در زمینه شکل‌گیری پویش اجتماعی، انتخاب عاملان اصلی آن، اهمیت زیادی در همگانی‌شدن پویش دارد. در هر جامعه، انواع مختلفی از سرآمدان نظیر سرآمدان سیاسی، روشنفکری، هنری و مذهبی وجود دارند. پویش‌های اخلاقی می‌توانند با برجسته کردن تحقق یک فضیلت در جامعه یا ایجاد یک رودربایستی اجتماعی در تکرار یک خطای اخلاقی و یا استفاده از خاصیت آگاهی‌بخشی در رشد اخلاقی مؤثر باشند.

ب. انکار نکردن مشکلات (پرهیز از فرافکنی):

هر تغییری ممکن است با موانعی از جنس سازکارهای دفاعی اجتماعی و روانی روبه‌رو شود (لاور، ۱۳۷۳، ص ۶)؛ موانعی نظیر ترس از تغییر، محافظه‌کاری، حس تهدید اجتماعی، سیاست‌زدگی، موضع‌گیری قومی-قبیله‌ای، ذی‌نفع‌بودن در وضعیت موجود، درک نادرست از آینده، بی‌دغدغه‌بودن و سهل‌انگاری در انجام وظایف، حس تحمیل و اجبار، وابستگی به وضعیت قبلی، سنت‌پرستی و پافشاری بیش از حد روی رسوم. نداشتن شناخت کافی از وضعیت موجود و رضایت کاذب از وضعیت حاضر (با وجود آسیب‌ها و فسادهای اخلاقی و نابرابری‌های اجتماعی)، فرافکنی و حذف صورت مسئله نیز از بزرگ‌ترین موانع ایجاد انگیزش تغییر است. عرق ملی، تعصب به فرهنگ خودی، حماسه‌سازی و نگاه آرمانی به جامعه، خود عامل ایجاد انگیزه در توسعه است، اما اگر به انکار مشکلات ختم شود، زمینه‌ساز عقب‌ماندگی است.

ج. سیر دوری و تسلسلی «همه‌چنین‌اند، چرا من نباشم؟»:

پرهیز از فرافکنی فقط در سطح مدیریتی مطرح نیست، بلکه افراد نیز باید با پذیرش معضلات اخلاقی فردی، انگیزه تغییر را در خویش ایجاد کنند و همه مشکلات



جامعه را به ساختارها ارجاع ندهند؛ برای مثال، همه مردم به زشتی آلوده کردن محیط زیست، قبح پارتی‌بازی و رعایت نکردن نوبت در صف پمپ‌بنزین واقف‌اند، اما برخی از ایشان با بهانه «دیگران چنین‌اند، چرا من نباشم؟»، در عمل مرتکب خطا می‌شوند و این به معنی مشروط کردن رفتار خود به دیگران است^۱ که سیر دوری یا تسلسلی بی‌انتهای آن، مانع توسعه اخلاقی است.

د. شفافیت و فراهم آوردن زمینه‌های اعتماد:

هماهنگی و یکنواختی اقدامات دولت (اصلاح ساختارهای کلان) و پویای مردمی (سازه‌های جزئی)، شرط رسیدن به آرمان‌هاست. رمز این هماهنگی و هم‌گامی در آماده‌سازی بسترهای مدنی آن (یعنی اعتماد) است که از عوامل مختلفی همچون شفافیت، صداقت، تعهد و پایبندی به وعده‌ها، پذیرش و احترام، ارزش به رأی مردم، پیش‌بینی‌پذیری، عملکرد مثبت، قانون‌پذیری و صمیمیت و همدلی برمی‌خیزد. مردم باید به این اطمینان و اعتماد دست یابند که ساختارها به سمت اصلاحات اخلاقی و حذف فساد قدم برداشته‌اند. مردم اگر اعتماد نکنند، خودشان هم نمی‌توانند مدیران و کنشگران قابل اعتمادی باشند. شفافیت، عنصری مهم در مشارکت جمعی برای اصلاح است؛ زیرا قابلیت پیش‌بینی را برای افراد ایجاد می‌کند و سبب اعتماد می‌شود. وقتی ابهام وجود دارد، اعتماد یا بی‌اعتمادی، شخص را به تفسیر دوستانه یا دشمنانه اعمال دیگری می‌کشاند (اینگلهارت، ۱۳۸۲، ص ۴۴۷). شفافیت در جامعه باید از طریق مجاری اصلی و رسمی حاکم شود تا مجاری و منابع غیررسمی نتوانند بر فرهنگ مردم مسلط شوند و با افزایش اخبار ضدونقیض و آمیخته به کذب، بر بی‌اعتمادی بیفزایند. برون‌داد و نتیجه بی‌اعتمادی انباشتی مردم به شخصیت‌های سیاسی، بی‌اخلاقی و هنجارشکنی است.

۱. برخی از نویسندگان با پارادوکس «من به شرط او»، از این امر یاد کرده‌اند (فرامرز قراملکی و نوجه فلاح، ۱۳۸۶، ص ۳۴).

نتیجه‌گیری

برای رشد اخلاق اجتماعی می‌توان راهکارهایی در سطح جامعه‌نگر ارائه داد. توجه به اخلاق جامعه‌نگر و نگاه ساختارگرایانه، به معنی بی‌توجهی به رشد اخلاق در روابط فردی بیناشخصی نیست. بی‌شک، رشد اخلاقی افراد یک جامعه، در میزان رشد اخلاق اجتماعی مؤثر است؛ بنابراین، برای توسعه اخلاقی باید به شکوفایی توأمان فرد (توسعه فردی) و جامعه (توسعه اخلاقی) نظر کرد.

در مقاله حاضر، راهکارهایی برای رشد اخلاق اجتماعی با نظر به ضعف‌ها و قوت‌های جامعه ایرانی ارائه شد؛ اتخاذ رویکرد سازمانی با سکان‌داری دولت در برنامه‌ریزی رشد، ارائه فهرستی دقیق از اخلاقیات مرتبط با حوزه‌های مختلف در عرصه کاربردی، توجه به مطالعات میدانی و جامعه‌شناختی اخلاق برای شناخت دقیق وضعیت موجود، ارائه شاخص‌ها و اولویت‌سنجی، توجه به پیمایش ملی ارزشمندی ارزش‌ها در دهه‌های مختلف، تجهیز شناختی کنشگران، سرمایه‌گذاری روی کودکان و مدارس، توجه به برانگیختن عواطف اخلاقی جمعی در جامعه، افزایش امید در جامعه برای تغییر، شفافیت و اعتمادسازی، از جمله راهکارهایی هستند که در مقاله حاضر درباره آن‌ها بحث شد.





کتاب‌نامه

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ارسطاطاليس (۱۳۸۱)، اخلاق نیکوماخس، ترجمه سیدابوالقاسم پورحسینی، چ ۲، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۴. اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۲)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، چ ۲، تهران: کویر.
۵. باقری، خسرو (۱۳۷۷)، مبانی شیوه‌های تربیت اخلاقی، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
۶. حقیقت، سیدصادق (۱۳۸۹)، «مسئله ساختار/ کارگزار در علوم اجتماعی»، روش‌شناسی علوم انسانی، دوره ۱۶، ش ۶۴ و ۶۵، ص ۱۴۷-۱۶۶.
۷. حیدری، آرش و سجاد سرحدی (۱۳۹۲)، «دوگانه فرد/جامعه در اندیشه دورکیم: دوگانه‌ای کاذب یا واقعی»، جامعه‌شناسی ایران، ش ۱۴، ص ۱۱۶-۱۴۸.
۸. خسروی، زهره و خسرو باقری (۱۳۸۷)، «راهنمای درونی کردن ارزش‌های اخلاقی از طریق برنامه‌های درسی»، فصلنامه مطالعات برنامه‌دستی، ش ۸، ص ۸۱-۱۰۵.
۹. راینهولد، نیبر (۱۳۸۹)، انسان اخلاقی و جامعه غیر اخلاقی؛ مطالعه‌ای در باب اخلاق، سیاست و عدالت، ترجمه رستم فلاح، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۰. روشه، گی (۱۳۷۳)، تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، چ ۵، تهران: نشر نی.
۱۱. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۱)، المیزان فی التفسیر القرآن، چ ۲، قم: اسماعیلیان.
۱۲. طوسی، خواجه نصیرالدین (۱۳۸۷)، اخلاق ناصری، تهران: انتشارات خوارزمی.



۱۳. علیزاده، عبدالرضا، حسین ازدری‌زاده و مجید کافی (۱۳۹۱)، جامعه‌شناسی معرفت: جستاری در تبیین رابطه «ساخت و کنش اجتماعی» و «معرفت‌های بشری»، زیر نظر محمد توکل، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۴. فارابی، محمدبن‌طرخان (۱۴۰۵ق)، فصول منتزعه، تحقیق فوزی متری نجار، تهران: الزهرا.
۱۵. فرامرز قراملکی، احد و رستم نوچه فلاح (۱۳۸۶)، موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، تهران: مؤسسه فرهنگی دین‌پژوهی بشرا.
۱۶. فرد آر، دیوید (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۷. فرید، ابوالفضل، اسماعیل سعدی‌پور، یوسف کریمی و محمدرضا فلسفی‌نژاد (۱۳۸۹)، «اثربخشی روش‌های آموزش مستقیم، آموزش شناختی اخلاق، شفاف‌سازی ارزش‌ها، و تلفیقی بر قضاوت اخلاقی دانش‌آموزان»، فصلنامه روان‌شناسی دانشگاه تبریز، ش ۱۹، ص ۹۶-۱۱۶.
۱۸. کیلن، ملانی و جودیث اسمتانا (۱۳۸۹)، رشد اخلاقی (کتاب راهنما)، ترجمه محمدرضا جهانگیرزاده، علیرضا شیخ‌شعاعی و سیدرحیم راستی‌تبار، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۹. لاور، رابرت. اچ. (۱۳۷۳)، دیدگاه‌هایی درباره دگرگونی اجتماعی، ترجمه کاووس سیدامامی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۲۰. لیپمن، متیو، آن شارپ و فردریک اسکانیان (۱۳۹۵)، فلسفه در کلاس درس، ترجمه محمد زهیر باقری نوع‌پرست، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲۱. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار الجامعة لدرر اخبار الائمة الاطهار علیهم‌السلام، بیروت: وفا.

۲۲. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۹۸)، *جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن*، چ ۲، قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.
۲۳. مصلحی نیک، فائزه و ابراهیم حاجیانی (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر فضای مجازی بر همدلی اجتماعی دانشجویان»، *راهبرد اجتماعی و فرهنگی*، ش ۲۲، ص ۳۳۱-۳۵۵.
۲۴. مطهری، مرتضی (۱۳۸۵)، *مجموعه آثار*، تهران: صدرا.
25. Damasio, Antonio (1994), *Descant's error: Emotion, reason, and the human brain*, New York: Harper Collins.
26. Damasio, Antonio (2003), *Looking for Spinoza: Joy, sorrow, and the feeling brain*, London: WILLIAM HEINEMANN.
27. Gilligan, Carol (2003), *In a different voice: psychological theory and Woman's development*, Thirty eighth printing, Cambridge, Massachusetts, and England: Harvard University press.
28. Hoffman, Martin. L. (2000), *Empathy and moral development: Implications for caring and justice*, Cambridge, England: Cambridge University press.
29. Haidt, J. (2001), "The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment", *Psychological Review*, No. 108, p. 814-834.
30. Hinckfuss, Ian (1987), *The Moral Society: Its Structure and Effects*, Australian National University, Departments of philosophy.
31. Hume, D. (2006), *An inquiry concerning the principles of morals*, Hard press.
32. Kolb, W. Robert (2008), *Encyclopedia of Business Ethics and society*, Thousand Oaks, California: SAGE Publications.





33. Kohlberg, L. (1969), "Stage and sequence: the cognitive developmental approach to socialization. In D. Goslin (Ed.)", *Handbook of socialization theory and research*, New York: Rand McNally & company, p. 347-480.
34. Nussbaum, M.C. (1999), *Sex and Social justice*, New York: Oxford University press.
35. Piaget, j. (1948), *The moral judgment of the child*. Translated by Marjorie Gabain, printed in U.S.A. Free press, GLENCOE, ILLINOIS.
36. Turiel, Elliot (1985), *The development of social knowledge: Morality and convention*, Cambridge, London, New York: New Rochelle, Melbourne Sydney: Cambridge, university press, reprinted.

آثار حقوقی جهت قرارداد؛ مبانی و رویکرد اخلاقی اسلامی

محمد شکری*

چکیده

آثار اخلاقی قوانین و مقررات، موضوعی درخور تأمل است. این موضوع نیازمند تحقیق و واکاوی است تا قانونگذار را در تصمیم‌گیری و تقنین منطبق با قواعد اخلاقی و متضمن رویکرد اخلاقی یاری دهد و از ناکارآمدی اخلاقی قوانین یا رویکرد ضد اخلاقی آن‌ها جلوگیری کند. بند چهارم ماده ۱۹۰ قانون مدنی، یکی از شرایط اساسی صحت معاملات را «مشروعیت برای معامله» معرفی می‌کند و به موجب آن، انگیزه نامشروع را باعث بطلان قرارداد می‌داند. هدف از ضمانت اجرای حقوقی بطلان قرارداد در موارد جهت نامشروع مصرحه، خودداری از وسیله قرار گرفتن قرارداد برای اجرایی کردن اهداف نامشروع، از جمله ارتکاب گناه و رفتارهای ممنوع و منافی با نظم عمومی جامعه، است. همچنین، این تدبیر حقوقی با تحریم معاونت در گناه و ارتکاب جرم و خلاف، هماهنگ است. از سوی دیگر، دستور اخلاقی اسلام مبنی بر ضرورت عدم‌افشای گناه در این قاعده حقوقی رعایت

* دکتری حقوق خصوصی و عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور، تهران.



می‌گردد. مطابق قانون، تصریح به جهت قرارداد ضروری نیست؛ اما در صورت تصریح بدان، نباید نامشروع باشد. رویکرد اخلاقی و اجتماعی این جنبه، یعنی عدم اجبار در تصریح جهت معامله، موجد آثار اخلاقی حفظ حریم خصوصی، عدم تجسس در انگیزه‌های پنهانی اشخاص و فراهم‌نشدن زمینه دروغ و ریا است. نتیجه توجه به رویکرد و آثار اخلاقی و اجتماعی شروط قانونی، به طرح دیدگاه‌های منطبق با تعالیم اخلاقی اسلام و نظم جامعه منجر می‌شود که می‌تواند نگاه کارآمد و نوینی در تصمیمات قانونگذاری ایجاد کند.

کلیدواژه‌ها

جهت قرارداد، نامشروع، تصریح، حریم خصوصی، معاونت در گناه.

مقدمه

اخلاق به منزله یکی از مقولات مهم اجتماعی، امری است که همواره مورد توجه بوده است. اوصاف اخلاقی همیشه مطلوب افراد جامعه و بالعکس، رفتارهای ضد اخلاقی منفور و موجد نوعی اخلال در نظم بایسته جمعی است. در تعریف اجمالی، اخلاق، مجموعه قواعد لازم برای رسیدن به نیکوکاری و کمال توصیف شده و آن را معیار کار خوب و بد دانسته‌اند (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ص ۸۵). بر اساس مبانی اخلاق، برترین اخلاق است که تکلیف افراد را مشخص می‌سازد.

مطابق ایده اخلاق اجتماعی، آنچه را می‌پسندند، اخلاقی و غیر آن را غیر اخلاقی می‌نامند. در نظریه اخلاق دولتی نیز اخلاق یعنی اطاعت از دولت و احترام به قواعد دولتی (همان، ص ۸۶). در منابع اسلامی، اخلاق، دانش شناخت صفات نجات‌دهنده و هلاک‌کننده تعریف شده است (نراقی، ۱۳۶۳، ص ۵). اخلاق، فضایل را از رذایل و مایه کمال را از مایه نقص تفکیک می‌کند (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۵۵۸) همچنین،



اخلاق در زمره اشرف علوم و جزء علوم آخرت، واجب التحصیل دانسته شده و در تعریف آن آمده است: «علم الأخلاق المعرف لمنجيات النفس و مهلكاتها» (نراقی، بی تا، ج ۱: ص ۱۴۲). فضایل اخلاقی موجب سعادت ابدی و رذایل سبب شقاوت ابدی است.^۱

یکی از مصادیق کاربردی اخلاق، توجه به آثار و رویکردهای اخلاقی علوم مختلف در نظام اخلاقی جامعه است. اخلاق نسبت به حقوق عام است و حوزه گسترده تری دارد. از جمله تفاوت های آنها می توان به تفاوت در هدف و مسئولیت و ضمانت اجرا اشاره کرد؛ هدف اخلاق، تأمین سعادت فرد و اجتماع و در دیدگاه اسلام، حصول سعادت اخروی و دنیوی است، لکن هدف حقوق به مسائل دنیوی محدود است. مسئولیت اخلاقی فراتر از مسئولیت حقوقی است و ضمانت اجرای نقض اخلاق، عذاب وجدان و سرزنش اجتماعی و یا طرد شدن از جامعه است، لکن در حقوق، ضمانت اجرا عینی و در قالب مسئولیت مدنی، کیفری یا اداری تعیین می شود. هر چند رابطه اخلاق و حقوق از نوع عموم و خصوص من وجه است، ارتباط قواعد اخلاقی و حقوقی در موارد زیادی وجه غالب است.

البته گاه قاعده حقوق، به نحو مستقیم، متضمن قاعده اخلاقی نیست، اما رویکرد ممانعت از اخلال نظم اجتماعی و حفظ نظم عمومی خود سبب تحقق آثاری اخلاقی است. حقوق از علومی است که رابطه ناگسستنی با اخلاق دارد؛ چه در بسیاری موارد، هدف از قواعد حقوقی حصول به نتایجی است که در حوزه اخلاقیات واقع می گردد. عدالت و نظم، به منزله دو هدف کلی حقوق، در مصادیق متعددی متضمن حصول نتایج اخلاقی است. بی تردید، اخلاق از مهم ترین مبانی قانونگذاری است و

۱. فضائل الأخلاق من المنجيات الموصلة إلى السعادة الأبدية و رذائلها من المهلكات الموجبة للشقاوة السرمدية فالتخلي عن الثمانية و التحلي بالأولى من أهم الواجبات و الوصول إلى الحياة الحقيقية بدونهما من المحالات فيجب على كل عاقل أن يجتهد في اكتساب فضائل الأخلاق التي هي الأوساط المثبتة من صاحب الشريعة و الاجتناب عن رذائلها التي هي الأطراف و لو قصر أدر كنه الهلاكة الأبدية (نراقی، بی تا، ج ۱: ص ۴۲).





ثبات و جامعیت این مبنا زمانی روشن می‌گردد که منشأ فطری و عقلایی آن یادآوری شود.

اخلاق، وسیله ارزیابی قوانین حقوقی است؛ بنابراین، دولت در تصویب قوانین آزاد نیست و اخلاقیات در قوانین نفوذ می‌کنند. حقوق، رسوب تاریخی اخلاق است و قواعد اخلاقی موجب تعادل قواعد حقوقی می‌شود (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ص ۸۷). اخلاق عامل تحدید حقوق است. قانونی که اخلاق در آن مورد توجه قرار نگرفته باشد، با پذیرش عموم همراه نمی‌شود و در نتیجه، در اجرای آن اشکال پیش می‌آید. یکی از اهداف مشترک اخلاق و حقوق، «منع اضرار» است (نیکخواه و علی‌عسگری، ۱۳۹۴، ص ۱۹)؛ تا آنجا که گاه اجرای اخلاق را وظیفه واقعی حقوق دانسته‌اند (همان، ص ۲۰).

شریعت نیز هرگز با ضرر موافق نیست؛ از این رو، هم قاعده «لاضرر» را وضع کرده و هم عدالت را از اهداف خود برشمرده است (پورسعید و دیگران، ۱۴۰۰، ص ۳۰). تأثیر اخلاق بر حقوق گاهی غیرمستقیم و با واسطه است؛ به نحوی که اصول اخلاقی ریشه بسیاری از عرف و عادات تثبیت شده‌ای است که از منابع مسلم علم حقوق محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، گاهی اخلاق با لباس عرف و عادت تجلی می‌یابد و در حقوق رسوخ می‌کند.

اصل حاکمیت اراده، یکی از اصول است که نظر به جایگاه والای انسان، این اعتبار را برای اراده اشخاص قائل می‌شود؛ اصل آزادی قراردادی، یکی از وجوه اصل حاکمیت اراده و یک اصل اجتماعی است که قانون‌گذار، حاکمیت آن را بر قراردادهای طرح کرده است. این اصل که در ماده ۱۰ قانون مدنی شناسایی شده است، مقرر می‌دارد: «قراردادهای خصوصی درباره کسانی که آن را منعقد کرده‌اند، در صورتی که خلاف صریح قانون نباشد، نافذند».

اصل آزادی قرارداد که از اختیار انسان بر سرنوشت خویش نشأت می‌گیرد، مطلق نیست؛ در همین راستا، قسمت دوم ماده ۱۰ قانون مدنی عدم مخالفت صریح

قرارداد با قانون امری را به عنوان محدوده آزادی قراردادی تعیین کرده است. علاوه بر این، یکی از شرایط عمومی معاملات، جهت مشروع است که در بند ۴ ماده ۱۹۰ ق.م. یکی از شرایط اساسی قرارداد ذکر شده است. همچنین، به موجب ماده ۲۱۷ قانون مذکور، «در معامله لازم نیست جهت آن تصریح شود، لکن اگر تصریح شده باشد، باید مشروع باشد و الا معامله باطل است».

سؤالاتی است که نویسنده را به تحقیق در موضوع حاضر واداشته است، عبارت‌اند از: رویکرد اخلاقی و آثار کاربردی و عملی مواد قانونی مربوط به جهت معامله و آثار بطلان معامله با جهت نامشروع چیست؟ فلسفه حدود و شرایط آن موجد چه آثار اخلاقی است؟ تصریح به جهت قرارداد، اجباری است یا اختیاری؟ رویکرد اختیاری بودن آن متضمن کدام گزاره‌های اخلاقی است؟ ضمانت اجرای بطلان قراردادهای با جهت مصرح نامشروع با کدام یک از دستوره‌های اخلاقی هماهنگ است؟

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نتایج و رویکردهای اخلاقی و اجتماعی این مقررۀ قانونی با تأکید بر ارزش‌های اخلاقی اسلامی است. مبانی تشریح و انشاء این قانون می‌تواند بیانگر فلسفه ایجاد آن و در نتیجه، امکان تعیین مصادیق مشمول ضمانت اجرای بطلان قرارداد باشد.

جنبه ابتکاری این پژوهش، سرآغازی بر توجه به آثار اخلاقی قوانین است؛ این نگاه می‌تواند رویکرد اخلاقی - به ویژه اخلاق اسلامی - را در تقنین مواد قانونی تعمق ببخشد تا در سیاق قانون‌گذاری، به جنبه کارکردی اخلاق به عنوان وسیله‌ای مهم در فرهنگ‌سازی و عملی کردن ارزش‌های اخلاقی در جامعه بیشتر توجه شود.

درباره موضوع «جهت معامله» و بررسی صرف حقوقی آن، آثار متعددی وجود دارد (ر.ک: سلیمان کلوانق و دیگران، ۱۳۹۸؛ اصغری آقمشهدی و دیگران، ۱۳۹۵؛ صفایی، ۱۳۵۰ و کتب حقوق مدنی در مبحث شرایط اساسی صحت معاملات)، اما





موضوع پژوهش حاضر، پیشینه‌ای ندارد و رویکرد اخلاقی قاعده حقوقی موصوف با ابتکار نویسنده بررسی گردید. امید آنکه آغازی ادامه‌دار باشد در نگاه اخلاقی به حقوق و لحاظ رویکرد اخلاقی دیگر قواعد حقوقی و قوانین.

شیوه پژوهش اصولاً کتابخانه‌ای است؛ در بررسی موضوع تحقیق، منابع فقهی و علمی مرتبط به دقت مطالعه و بررسی شد. آنگاه برای دستیابی به نتایج عینی، مطالب به دست آمده تحلیل شدند. در تدوین ساختار پژوهش، پس از تشریح مفهوم جهت معامله و ملاک مشروعیت آن، رویکردهای اخلاقی - با تأکید بر اخلاق اسلامی ناظر بر ملاک مشروعیت، بطلان قرارداد با جهت نامشروع و رویکردهای اخلاقی شرط تصریح جهت برای لزوم مشروعیت و همچنین، عدم اختیار در تصریح به جهت قراردادی - بررسی و تبیین می‌گردد.

۱. مفهوم حقوقی جهت قرارداد و ملاک مشروع بودن آن

۱-۱. مفهوم حقوقی جهت قرارداد

بند چهارم ماده ۱۱۰۸ قانون مدنی سابق فرانسه، «علت مشروع تعهد» را یکی از شرایط اساسی معاملات ذکر کرده بود، ولی در ماده ۱۱۲۸ قانون جدید این شرط حذف شده است. همچنین، ماده ۱۱۳۱ قانون مدنی سابق فرانسه مقرر می‌داشت: «تعهد بدون علت یا مبتنی بر علت غلط یا نامشروع، هیچ اثری نمی‌تواند داشته باشد»، لکن در قانون مدنی جدید به موجب ماده ۱۱۶۱، نقض نظم عمومی به وسیله محتوا و هدف قرارداد غیرممکن است.

در ایران، متأثر از فقه اسلامی، مشروعیت جهت معامله صریحاً شرط دانسته شده است؛ بند ۴ ماده ۱۹۰ قانون مدنی، «مشروعیت جهت معامله» را یکی از شرایط اساسی صحت معامله معرفی می‌کند. همچنین، ماده ۲۱۷ قانون مذکور مقرر می‌دارد: «در معامله لازم نیست جهت آن تصریح شود، ولی اگر تصریح شده باشد، باید مشروع باشد و الا معامله باطل است».



جهت معامله (motive)، انگیزه شخص از انعقاد قرارداد است. اشخاص در هر کاری که انجام می‌دهند، انگیزه‌ای دارند؛ در تشکیل و انعقاد قراردادها نیز انجام معامله مسبوق به هدفی است. در نظرگاه حقوقی، این مفهوم از علت تعهد متمایز است. البته به نظر برخی، «علت تعهد» با «علت قرارداد» یکسان نیست؛ اولی، جنبه نوعی دارد و دومی، شخصی است.

منظور از علت قرارداد، همان جهت معامله موضوع ماده ۱۹۰ قانون مدنی است (هراتی، ۱۳۹۹، ص ۳۸۲). علت تعهد در هر نوع از عقود مانند بیع، اجاره یکسان است؛ بنابراین، علت تعهد (برخلاف جهت قرارداد)، خارج از مصادیق حریم خصوصی به منزله یکی از مقوله‌های حوزه اخلاقی است

انگیزه‌های اشخاص، موضوعی شخصی است و جنبه نوعی ندارد؛ بر خلاف علت معامله که هدف مستقیم و به صورت نوعی است (امامی، ۱۳۸۵، ج ۱: ص ۲۲۵). جهت معامله، هدف و انگیزه شخص از انعقاد قرارداد است. ممکن است هدف کسی از خریدن خودرو، مسافرکشی باشد و شخص دیگر، برای حمل مواد مخدر، خودرو بخرد یا ممکن است انگیزه فروشنده خودرو، خریدن خودروی دیگر یا تعمیر منزل مسکونی با استفاده از ثمن معامله باشد.

آنچه در بند ۴ آمده، منظور جهت معامله و انگیزه افراد از انعقاد معامله است. هدف از انجام معامله نباید مغایر با نظم عمومی و اجتماعی یا اخلاق حسنه باشد. این منع قانونی متضمن رویکردهای اخلاقی است تا قرارداد وسیله‌ای علیه اخلاق اجتماعی نگردد.

علاوه بر این، نحوه و شرایط ممنوعیت و ضمانت اجرای حقوقی این امر نیز موجب آثار اخلاقی است که تحلیل آن موجب تأمل قانون‌گذار در وضع قواعد حقوقی خواهد شد.



۱-۲. ملاک نامشروع بودن جهت قرارداد

مشروع اصطلاحی متضمن اصول و بایدهاست. در مفهوم عام و لغوی، این اصطلاح به شریعت اختصاص ندارد. این بایدها می‌تواند دین یا قانون باشد و چنانچه امری منافی یکی از این مصادیق باشد، در زمره امور نامشروع قرار می‌گیرد.

در واقع، مشروع بودن یک شرط اخلاقی و اجتماعی است که هدف از آن صیانت از هنجارها و رفتارهای اخلاقی اشخاص در جامعه است تا به موجب قرارداد، اهداف نادرست خود را عملی نکنند. رویکرد اخلاقی این مقررۀ قانونی، عدم حمایت قرارداد از جهات مغایر با قوانین امری، نظم عمومی و ارزش‌های اخلاقی است.

در جامعه اسلامی، عدم مخالفت قرارداد با احکام و مقررات مندرج در کتاب و سنت و لزوم عدم مخالفت با مقررات شرع از شرایط نفوذ و اعتبار قرارداد است. علاوه بر آن، باید قوانین و مقررات عرفی و عقلایی را نیز رعایت کرده، برخلاف آن توافق نکنند (قنوتی و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۲۱۴).

همچنین، در حقوق اسلام در لزوم رعایت اخلاق حسنه و ضرورت عدم مخالفت التزامات قراردادی با نظام اخلاقی جامعه تردیدی نیست؛ زیرا در جامعه اسلامی، مقررات اخلاقی از دین اسلام نشأت گرفته و بخشی از احکام و مقررات آن به شمار می‌روند و اعتبار و نفوذ قرارداد منوط به رعایت احکام و مقررات شرع است (همان، ص ۲۱۵).

بنابراین، عناصر شرع، قوانین آمره، نظم عمومی و اخلاق حسنه، معیار مشروع بودن است؛ به طوری که مخالفت با آن‌ها نامشروع بودن امور را سبب می‌گردد. ملاک نامشروع بودن در منابع فقهی، انگیزه و جهت برای امور حرام و محرّمات است و تمامی جهاتی که مصداق گناه و حرمت است، مشمول ممنوعیت این قاعده قرار می‌گیرند.

در فقه، هر معامله‌ای که برای تحصیل حرام باشد، نامشروع است؛ مانند اجاره دادن مسکن و وسایل حمل و سواری برای ظلم، فروش انگور و خرما برای تبدیل به مسکر و فروش چوب برای ساخت بت یا وسایل غنا:

«الإجارة والبيع - بل كلّ معاملة و تكسب - للمحرّم كإجارة المساكن و الحمولات للخمر و ركوب الظلمة و إسكانهم للظلم و بيع العنب و التمر و غيرهما ممّا يعمل منه المسكر ليعمل خمرا و الخشب ليعمل صنما أو بربطا» (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۱۴: ص ۹۵). فقها درباره حرمت معامله برای مقصود حرام، اجماع دارند: «و الحاصل: أن يكون المحرّم هو غاية البيع و المقصود منه ممّا لا خلاف فيها و عليه في المنتهى الإجماع و هو الحجّة فيه مع كونه بنفسه فعلا محرّما لما بينا في موضعه» (همان، ص ۹۵-۹۶).

از نظر اسلام، حفظ نظام جامعه اعم از اقتصادی، سیاسی و حقوقی و دیگر نظامات اجتماعی، ضروری است. (قنواتی و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۲۱۴). بر این اساس، یکی دیگر از معیارهای مشروع بودن، نظم عمومی است.

مفهوم نظم عمومی به دلایلی مبهم است؛ از همین رو، تعریف آن دشوار به نظر می‌رسد. نظم عمومی، مسئله‌ای مرتبط با اخلاق، سیاست، اقتصاد و مبانی تمدن حاکم بر یک کشور است و از آنجا که این امور از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است، به تبع مفهوم و مصادیق نظم عمومی نیز از کشوری به کشور دیگر، مختلف است. این نسبیّت هم مکانی است و هم زمانی؛ بدین معنا که نظم عمومی، امر نسبی است که از مکانی به مکان دیگر متفاوت است و طی زمان نیز دگرگون می‌شود.

یکی از نویسندگان فرانسوی، نظم عمومی را «مجموعه عناصر اساسی حقوق هر کشور که مورد احترام بوده و محدودکننده حقوق آزادی‌هاست» (picard, 2001, p. 18-20) تعریف کرده است.





نویسنده‌ای دیگر، با ذکر مصادیق، نظم عمومی را شامل «امنیت، آزادی، دموکراسی و اعتقادات اجتماعی یا دین معین» دانسته است (مسلم، ۱۴۱۵ق، ص ۲۳). در انگلستان نیز قانونی که با سیاست قانون‌گذاری، آداب عمومی و قواعد اخلاقی آن کشور مغایر باشد، مخالف نظم عمومی تلقی می‌شود (Ellito, 2000, p. 455-456).

حقوق خصوصی، اعتبار قراردادهای قانونی‌ای را که مخالف نظم عمومی باشند یا جهت و انگیزه آن‌ها صرفاً نامشروع و مخالف نظم عمومی و اخلاق حسنه باشد، به رسمیت نشناخته، آن‌ها را باطل می‌داند و همچنین، اجرای قانون خارجی مخالف نظم عمومی و اخلاق حسنه را منع می‌کند.

منظور از اخلاق حسنه، منش و کردار پرهیزکاران جامعه است. «اخلاق حسنه نیز چهره خاصی از نظم عمومی است؛ آن بخش از اخلاق که هنوز در قوانین نفوذ نکرده و ضامن اجرای آن تنها وجدان اجتماعی است» (کاتوزیان، ۱۳۸۳، ص ۵۲)، رفتاری که هر کس به مثابه یک شخص بهنجار بروز می‌دهد و شیوه عملی که مورد تأیید خردمندان جامعه است. حوزه اخلاق، نقطه اشتراک تمام مکاتب و دیدگاه‌هاست (شاهسواری و پورعزت، ۱۳۹۹، ص ۳۶)، ولی مصادیق اخلاق و ضداخلاق، بسته به مبنای دیدگاه، ممکن است متفاوت باشد؛ در اخلاق لیبرالیسم، فهم عرفی جامعه زمینه معرفت اخلاقی است. منشأ این امر، انکار واقع‌گرایی اخلاقی و ارتباط آن با واقعیت‌های عینی است (مک‌ناتن، ۱۳۸۳، ص ۲۰ و ۳۶). محصول این طرز تلقی در امر قانون‌گذاری، تصویب قوانین طبق امیال و ذائقه جامعه است که با لحاظ زیاده‌خواهی غرایز انسانی، امکان محو شدن تدریجی ارزش‌های مسلم اخلاق و عدالت مفروض است (ملکی و اسماعیلی، ۱۴۰۰، ص ۱۹۱).

بر خلاف این تفکر نسبی‌گرایی اخلاقی، اخلاق اسلامی مبتنی بر اصول ثابت و مسلم اخلاقی و فارغ از تزلزل‌پذیری ناشی از زمان و مکان و امیال غریزی است. دروغ، ریا، تجاوز، شهوت‌رانی و رفتارهای حیوانی همیشه و در هر جا مخالف فطرت

انسان است و جواز اخلاقی بودن آنها، به فراخور امیال نفسانی و لذت طلبی جامعه، غیر عقلانی و موجد رویکردهای اخلاقی در سطح حیوانی است.

در امر اخلاقی، اقناع عینی (نه شخصی) موجود است و همین موضوع، قابلیت داوری درباره نیت شخص انجام دهنده و عمل اخلاقی را ممکن می‌سازد. به عبارت دیگر، امور اخلاقی، اموری عینی و مشخص‌اند و سلیق و امیال اشخاص تعیین کننده آنها نیستند؛ به طوری که امر اخلاقی از هر کس صادر شود، اخلاقی است و نقض آن از هر کس سر بزند، غیر اخلاقی است.

فعل اخلاقی، موجد خوی نیک و فضیلت است و وجه ممیز آن خصوصیتی مانند ماهوی، مطلوب بالذات و فراگیر بودن است (راسخ و دیگران، ۱۳۹۸، ص ۲۶-۲۵). فارابی نیز به افعال ارادی مانع و نافع حصول سعادت و مطلوبیت ذاتی سعادت، این گونه اشاره می‌کند:

«و ذلك أن من الأفعال الارادية ما يعوق عن السعادة و السعادة هي الخير المطلوب لذاته... و الأفعال الارادية التي تنفع في بلوغ السعادة هي الأفعال الجميلة و الهيئات و الملكات التي تصدر عنها هذه الأفعال هي الفضائل و هذه خيرات هي لا لأجل ذواتها بل انما هي خيرات لأجل السعادة و الأفعال التي تعوق عن السعادة هي الشرور و هي الأفعال القبيحة و الهيئات و الملكات التي عنها تكون هذه الأفعال هي النقائص و الرذائل و الخسائس» (فارابی، بی تا، ص ۱۰۱).

در جهان بینی اسلامی، «یاد خدا، در واقع، انسان را از خود حیوانی تهی می‌کند و بدین وسیله، انسان می‌تواند خویشتن را از رذایل اخلاقی پاک نماید و خود انسانی خویش را بیابد» (محمدی ری شهری، ۱۳۹۳، ص ۲۷).

در گستره جهانی، تأکید بر اخلاقیات، یکی از موضوعات مسلم برای اشاعه حکمرانی خوب است (نعمتی و دیگران، ۱۴۰۰، ص ۸) که قانون جهت نامشروع و انگیزه‌های پلید اشخاص را در انعقاد قرارداد بلااثر می‌کند، این گونه اشخاص را در رسیدن به اهداف پلید و غیر قانونی ناکام می‌گذارد و بدین ترتیب، مانع





ترویج این عمل شده، به رسالت خطیر حقوق که در نهایت توسعه عدالت است، کمک می‌کند.

مطابق متون فقهی، درآمد حاصل از اجاره‌دادن بیت برای فروش خمر در آن، حرام است:

«أحمد بن محمد بن عیسی عن محمد بن إسماعیل عن علی بن النعمان عن ابن مسکان عن عبد المؤمن عن جابر قال: سألت أبا عبد الله عليه السلام عن الرجل يواجر بيته يباع فيه الخمر فقال: حرام أجره».

این عبارت بر اختصاص حرمت به موارد معلوم دلالت دارد و از جواز مطروحه درباره اجاره کشتی، عدم حرمت در موارد تردید استنباط می‌گردد:

«أنه يجوز أن يكون الخبر الأول متوجها إلى من يعلم أنه يباع فيه الخمر و يؤجر على ذلك فإنه إذا كان كذلك كانت الأجرة حراما، و الخبر الثاني يتوجه إلى من يواجر دابته أو سفينته و هو لا يعلم ما يحمل عليها أو فيها فحمل فيه ذلك لم يكن عليه شيء، و الوجه الآخر: انه إنما حرم إجارته لمن يبيع الخمر لان بيع الخمر حرام و أجاز إجارة السفينة لمن يحمل فيها الخمر لان حملها ليس بحرام لأنه يجوز أن يحمل ليجعلها خلا و على الوجهين جميعا لاتنافي بين الخبرين» (طوسی، ۱۳۶۳، ص ۵۵-۵۶).

مطابق برخی منابع، شرط استفادة مبيع در حرام به این دلیل که مسلوب‌المنفعه است و در نتیجه، به مالکیت در نمی‌آید و مال محسوب نمی‌گردد، باطل دانسته شده است:

«شرط الانتفاع بالمحرم و هو باطل فلا محالة يكون المشتري محروما عن الانتفاع بالمبيع مطلقا شرعا و شرطا و هو المنظور من المخالفة لمقتضى العقد لدى العقلاء فإن الشيء المسلوب المنفعة مطلقا لا يعد ملكا و لا مالا» (موسوی الخمينی، ۱۴۱۰ق، ص ۱۱۷).

عبارت مذکور در مقام توضیح شرط نامشروع است، نه جهت نامشروع.



۲. مبانی و رویکردهای اخلاقی موازین قانونی جهت قرارداد

در حقوق فرانسه، تصریح به جهت نامشروع لازم دانسته نشده و در معاملات معوض، اطلاع مخاطب از جهت نامشروع برای بطلان عقد ضروری است (شهیدی، ۱۳۸۰، ص ۳۳۷)؛ اما در عقود رایگان (بلاعوض)، انگیزه نامشروع حتی بدون آگاهی طرف معامله از آن، سبب بطلان است (دیانی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۳-۱۱۴). این ترتیب، یعنی عدم لزوم به تصریح و تفکیک بین عقود معوض و مجانی، وجه تمایز حقوق ایران است؛ ماده ۲۱۷ قانون مدنی ایران، حکم قرارداد با جهت نامشروع را باطل دانسته و تأثیر جهت نامشروع را منوط به تصریح آن کرده است. این ترتیب قانون واجد رویکردهای اخلاقی است.

۲-۱. رویکرد اخلاقی حکم بطلان قرارداد جهت نامشروع

۲-۱-۱. ممانعت از معاونت بر اثم

بند ۴ ماده ۱۹۰ قانون مدنی، مشروعیت جهت معامله را در شمار شرایط اساسی صحت معاملات آورده است. عده‌ای از تعارض ناآگاهانه این دو ماده سخن گفته‌اند و به‌درستی به عدم امکان تلقی از جهت مشروع به‌منزله یکی از شروط تشکیل عقد اشاره کرده‌اند، لکن مشروعیت جهت را شرط نفوذ معرفی کرده‌اند (هراتی، ۱۳۹۹، ص ۳۹۷). احتساب جهت مشروع، به‌عنوان شرط نفوذ، بر هیچ‌یک از مواد قانونی یا متون فقهی مبتنی نیست، بلکه با توجه به ماده ۲۱۷ ق.م. باید آن را مانع یا شرط منفی (آن هم در صورت تصریح) تلقی کرد؛ بنابراین، ضمانت اجرای جهت نامشروع، بطلان قرارداد است، نه عدم نفوذ.

در اسلام تعاون در اثم و عدوان نهی شده است: ﴿... وَ تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَ التَّقْوَى وَ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَ الْعُدْوَانِ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾ (مائده، ۲). در مستند الشیعه، مستند به کتاب و سنت و اجماع، به شمول عنوان معاونت در اثم بر معامله با جهت نامشروع و در نتیجه، حرمت آن تصریح شده است:



«أن فعل المباح بقصد التوصل به إلى الحرام محرّم و مع أنه معاونة على الإثم المحرّم كتابا و سنّة و إجماعا. و قد يستدلّ برواية جابر: عن الرجل يؤاجر بيته يباع فيه الخمر، قال: حرام أجرته» (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۱۴: ص ۹۶).

بر اساس ماده ۲۱۷ قانون مدنی، ضرورت مشروع بودن جهت معامله به مواردی مربوط است که بدان تصریح شود. این ماده قانونی بر مبنای تحریم معاونت در گناه، طرح قابل توجیهی را درباره حدود تأثیر جهت نامشروع در معاملات بیان می‌دارد؛ زیرا تنها در موارد اتفاق متعاقدين است که تعاون در گناه صدق می‌کند.

تصریح به جهت نامشروع در قرارداد به چند نحو ممکن است؛ یا قرارداد بر مبنای استفاده در جهت نامشروع منعقد گردد یا اینکه این موضوع در قرارداد شرط شود که در این صورت قرارداد، باطل است. قید جهت نامشروع به وسیله شرط ضمن عقد، نمونه بارز تصریح محسوب می‌شود. در فقه، به شمول حرمت به صورت شرط در عقد یا اتفاق متعاملین بر جهت نامشروع معامله تصریح شده است: «والظاهر أن حرمة إذا شرط المحرّم فی العقد أم حصل اتفاقهما علیه» (همان، ص ۹۵).

همچنین، در مکاسب، در نحوه تصریح جهت در عقد اجاره، به قید جهت اجاره و دلالت فحوی بر آن اشاره شده است:

«فإنه إما مقيد بما إذا استأجره لذلك أو يدلّ عليه بالفحوى بناء على ما سيحییء من حرمة العقد مع من يعلم أنه يصرف المعقود عليه فى الحرام. (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱: ص ۱۲۳).

در این عبارات، جهت نامشروع به صورت شرط یا اتفاق بر آن، نمایانگر مبنای معاونت بر اثم برای ممنوعیت این دسته از عقود است.

حقوق دانان در مواردی که طرف مقابل بدون آنکه به جهت نامشروع تصریح شود، از آن آگاهی دارد، نظرهای مختلفی دارند؛ برخی معتقدند ماده ۲۱۷ قانون مدنی در مقام بیان ضرورت آگاه ساختن طرف است تا انگیزه‌های پنهانی در معامله مؤثر نباشد. تصریح تنها وسیله این اعلام نیست و این ماده، مورد غالب (یعنی



تصریح) را ذکر کرده است. لذا هرگاه طرف مقابل، از جهت نامشروع آگاه بوده است یا وضعیت معامله به نحوی بوده که طرف عقد می‌توانسته مطلع شود، نباید معامله را به دلیل عدم تصریح به جهت نامشروع صحیح دانست و اشخاص را در تبانی و معاونت برای رسیدن به مقاصد نامشروع آزاد گذاشت. نظر دیگر مبنی بر لزوم تصریح به جهت نامشروع برای بطلان معامله است؛ زیرا اگر منظور و هدف قانون‌گذار از قید تصریح، آگاهی مخاطب بود، همین شرط یعنی «آگاهی طرف عقد» را مقرر می‌کرد.

از طرف دیگر، اصل عدم مانع و اصل صحت، در صورت تردید اقتضا می‌کند که جز در موارد تصریح، هرچند طرف مقابل به جهت نامشروع علم داشته باشد، معامله را صحیح تلقی کنیم (شهیدی، ۱۳۸۰، ص ۳۴۲-۳۴۳). نظر اول، یعنی کفایت اطلاع طرف مقابل بدون تصریح برای بطلان عقد، به فلسفه ممنوعیت جهت نامشروع در قرارداد و جلوگیری از معاملات با انگیزه نامشروع نزدیک‌تر است، اما نظر دوم با اصول و نص ماده ۲۱۷ قانون مدنی انطباق بیشتری دارد.

به نظر می‌رسد تفسیر واژه «تصریح» به این اختلاف نظر منجر شده است؛ عده‌ای تصریح را «مضیق» تفسیر می‌کنند و منظور از آن را تصریح و بیان از سوی طرفین می‌دانند (شهیدی، ۱۳۸۲، ص ۳۲) و عده‌ای دیگر، تصریح را به معنای اعم در نظر می‌گیرند. در این دیدگاه، چنانچه هیچ‌کدام از طرفین اذعان به انگیزه و جهت معامله نکنند، لکن یکی از آن‌ها از هدف نامشروع طرف مقابل در انجام معامله مطلع باشد، شرط تأثیر جهت و بطلان عقد محقق شده است.

در مکاسب، حرمت بیع برای کسی که علم دارد مبیع در حرام صرف می‌شود، داخل در منع عموم نهی از تعاون در گناه و عدوان است: «و کیف کان، فقد یستدلّ علی حرمة البیع ممّن یعلم أنّه یصرف المبیع فی الحرام بعموم النهی عن التعاون علی الإثم و العدوان» (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱: ص ۱۳۲). بنابراین، اگر بر مبنای حکم تحریم معاونت در گناه اظهار نظر شود، باید به کفایت اطلاع طرف عقد از جهت



نامشروع طرف دیگر قائل باشیم؛ چه تشکیل قرارداد با علم طرفین به جهت نامشروع مصداق معاونت در گناه است، حتی اگر بدان تصریح نشود.

چنانچه جهت معامله متعدد باشد، عدم مشروعیت یکی از آن‌ها برای تأثیرگذاری و بطلان عقد کافی است. در واقع، در این فرض نیز مبنای قاعده حقوقی اعم از معاونت در اثم یا استفاده از قرارداد در جهت منافی نظم عمومی و یا اخلاق حسنه تحقق می‌یابد.

در مواردی که طرفین درباره جهت تصریح شده در قرارداد دچار اشتباه حکمی شده‌اند - برای مثال، از نامشروع بودن جهت قمار یا خرید خوک آگاهی نداشته‌اند - چنانچه قصد را در جهت نامشروع لازم ندانیم، باید قرارداد را حتی در این موارد باطل بدانیم؛ اما اگر قصد طرفین برای مانعیت تشکیل عقد، لازم باشد باید این معاملات را صحیح تلقی کنیم. همچنین، در صورت حدوث اشتباه موضوعی درباره جهت تصریح شده - برای مثال، طرفین جهت معامله را خرید بطری‌های نوشابه مجاز بیان کنند و سپس، مشخص شود بطری‌های مزبور حاوی مشروبات الکلی بوده است - وجود قصد برای تحقق اعانت در گناه ضروری است:

«و قال المحقق الأردبیلی فی آیات أحكامه فی الکلام علی الآیة: الظاهر أن المراد الإعانة علی المعاصی مع القصد أو علی الوجه الذی ینصدق أنها إعانة مثل أن ینطلب الظالم العصا من شخص لضرب مظلوم فیعطیه إياها أو ینطلب القلم لكتابة ظلم فیعطیه إياها» (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج: ۱، ص: ۱۳۵)، «لکن أقول: لا شک فی أنه إذا لم یکن مقصود الفاعل من الفعل وصول الغیر إلی مقصده و لا إلی مقدمة من مقدماته بل ینترتب علیه الوصول من دون قصد الفاعل فلا یسمی إعانة» (همان، ص: ۱۳۶).

بنابراین، در موارد حدوث اشتباه در مشروعیت، اگر مبنا حرمت تعاون در ارتکاب گناه باشد، در صورت اثبات آن باید عدم مانعیت و در نتیجه، صحت قرارداد را تأیید کرد. بر همین مبنا، چنانچه طرفین، جهت مصرحه را نامشروع دانسته باشند،

لکن مشروع باشد - به دلیل عدم صدق معاونت در گناه - این پندار غلط خللی در صحت قرارداد ایجاد نمی کند.

تصریح به جهت معامله اصولاً حین تشکیل عقد صورت می گیرد. چنانچه تصریح به جهت معامله در حین تشکیل عقد مسکوت ماند، تشکیل عقد با مانعی مواجه نیست؛ مگر اینکه قبل از زمان تشکیل، به نامشروع بودن جهت تصریح شود یا در مذاکرات قبل از عقد بر آن توافق شود. چنانچه بین جهت مصرحاً قبل از عقد و حین العقد تعارض افتد، جهت تصریح شده حین تشکیل عقد تعیین کننده است و اگر جهت اخیر نامشروع باشد، مانع عقد است و در نتیجه، بطلان عقد رخ می دهد؛ حتی اگر جهت پیشین مشروع بوده باشد.

در این فرض، رویکرد تعاون در گناه محقق می شود. در صورتی که جهت سابق بر عقد، نامشروع و جهت حین عقد، مشروع باشد، مانع قبلی زایل و در نتیجه، عقد صحیح است. حتی اگر از جهت نامشروع قبلی در زمان تشکیل صرفاً عدول شود، بدون اینکه جهت مشروعی مورد تصریح یا توافق قرار گیرد، وضعیت جهت مسکوت حاکم است و مانع ایجاد عقد برطرف می گردد؛ چه تصریح به جهت مشروع، شرط تشکیل نیست، بلکه تصریح به جهت نامشروع، مانع عقد است. در این موارد، با عدول از جهت نامشروع معاونت در اثم به عنوان مبنا و رویکرد جهت قرارداد منتفی می شود.

همچنین، تصریح به جهت نامشروع معامله ای که قبلاً منعقد شده است، اثری در قرارداد ندارد؛ آنچه موجب بطلان است، انعقاد قرارداد توسط طرفین برای تحقق هدف نامشروع است که در این فرض چنین نیست.

در واقع، هدف این بوده که قرارداد، مصداق اعانه در اثم و وسیله حصول نیات نامشروع نگردد. در فرض اعلام جهت نامشروع پس از تشکیل قرارداد، هدف منع و رویکرد وسیله زدایی عقد در اجرای اهداف غیرمشروع موضوعاً منتفی است.



در مواردی که جهت نامشروع قبل از ایجاد عقد توسط طرفین یا یکی از آنها تصریح شده یا بر آن توافق گردیده است، چنانچه عدول از جهت نامشروع تا قبل از انعقاد قرارداد به عمل نیاید، از نظر تأثیر به منزله تصریح حین العقد است؛ زیرا با استصحاب آن، باید جزء قرارداد تلقی شود. لکن چنانچه تا هر زمان قبل از وقوع عقد و تا زمان قبول به منزله رکن پایانی تشکیل عقد، طرفین یا طرف مزبور از جهت نامشروع عدول کنند، مانع تشکیل عقد بر طرف شده است. این عدول می‌تواند صرفاً عدول از جهت تصریح شده یا توافق شده باشد یا با تغییر جهت و تصریح به جهتی مشروع - با عدول از جهت نامشروع - از شمول عنوان معاونت در گناه خارج گردد. بنابراین، پشیمانی و تغییر نظر طرف یا طرفین از جهت نامشروع به مشروع و بالعکس - و هر کدام بعد از تصریح و قبل (حین) عقد - مؤثر است، لکن پس از تشکیل عقد، مؤثر نیست.

۲-۲. رویکرد اخلاقی شرط تصریح و اجباری نبودن تصریح به جهت قرارداد

۲-۲-۱. صیانت از حریم خصوصی و خودداری از تجسس

حریم خصوصی یکی از ارزشمندترین مفاهیم نظام‌های حقوقی توسعه یافته است. این حق در زمره مهم‌ترین حقوقی است که ارتباط تنگاتنگی با کرامت انسانی دارد؛ بنابراین، حمایت از شخصیت انسانی مستلزم حمایت از این حق است (انصاری، ۱۳۸۳، ص ۲). مفهوم و دامنه این حق بر حسب فرهنگ جامعه و حکومت موجود تعیین می‌شود (رحمدل، ۱۳۸۴، ص ۱۲۱). در جوامع اروپایی، این مفهوم با تأخیر شناسایی شد، لکن مفهوم آن در این جوامع از دیگر جوامع وسیع‌تر است (همان، ص ۱۲۳). در بیان مبانی حریم خصوصی از مواردی مانند ارزش‌های اخلاقی، حمایت از آزادی و استقلال فردی، حفظ کرامت، آبرو و حیثیت افراد و نیاز فطری انسان به حریم خصوصی نام برده شده است (معین‌زاده میرحسینی و فتح‌اللهی، ۱۳۹۵، ص ۱۲۱-۱۲۲).





جهت قرارداد در هر عقدی و با توجه به هر طرف معامله ممکن است متفاوت باشد؛ زیرا انگیزه و هدف شخصی است و بنابراین، از داده‌ها و مصادیق مشمول عنوان حریم خصوصی است. حریم شخصی، یک نیاز است و چهار عملکرد استقلال، حفظ حریم و خلوت، امنیت و تعیین هویت شخصی در پرتو آن محقق می‌شود. حفظ حریم شخصی موجب آرامش انسان و رفاه و سلامت اوست (دهقانی مبارکه و دیگران، ۱۳۹۲، ص ۹) و عدم رعایت آن موجب ازدیاد اضطراب و استرس و رفتارهای خشن است (همان، ص ۱۰).

به نظر برخی، حریم خصوصی از فرد در برابر دسترسی دیگران محافظت می‌کند و موجب می‌شود برخلاف میل خود، در دسترس افراد دیگر قرار نگیرد (راسخ و دومانلو، ۱۳۹۵، ص ۲۲). کرامت انسانی، خودآینی و صمیمیت، ارزش‌هایی هستند که با نقض حریم خصوصی به مخاطره می‌افتند (همان، ص ۲۳). منظور از خودآینی این است که هر کس اختیار دارد برنامه و سرنوشت خود را بر اساس آرمان‌های خود تعیین کند. حریم خصوصی این امکان را برای فرد فراهم می‌سازد تا بر نحوه و مدیریت روابط خود با دیگران مسلط باشد و بر آن نظارت کند (همان‌جا).

قانون‌گذار مبارزه با این انگیزه‌های نامشروع را صرفاً در مواردی مقرر می‌دارد که با تصریح به آن‌ها، جنبه اجتماعی پیدا کنند و بدین گونه، از حریم آزادی فردی که اصولاً از حوزه اطلاع و تیررس آگاهی افراد دیگر خارج است، به بهانه انگیزه نامشروع سوءاستفاده نشود و معاملات در معرض تزلزل قرار نگیرند. مطابق ماده ۲۱۷ ق.م. تصریح به جهت معامله ضروری نیست و تصریح به هدف از انعقاد قرارداد، اختیاری است و فقط در صورت تصریح است که نباید نامشروع باشد؛ چون جهت معامله موضوعی شخصی است و قانون‌گذار نخواسته است به وسیله قرارداد، زمینه ورود به حریم خصوصی را ایجاد کند.

به حریم خصوصی افراد احترام گذاشته تا افراد مجبور به تصریح انگیزه‌ها نشوند و بدین گونه، امنیت حریم شخصی افراد حفظ شود و با فاش شدن آن به مخاطره



نیفتد. چنانچه به موجب قانون در قراردادها تصریح به جهت معامله ضروری بود، قرارداد سبب آشکار شدن انگیزه و هدف از معامله افراد می‌گردد. حال آنکه جهت و انگیزه انجام معامله، مصداقی از حریم خصوصی تلقی می‌شود و افراد حق دارند هدف از معامله را پنهان کنند. رویکرد اخلاقی این عدم الزام، حفظ حریم خصوصی معامله کنندگان است.

در قرآن کریم نیز بر ممنوعیت تجسس و تحسس و تفتیش حریم خصوصی اشخاص تأکید شده است: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا﴾ (حجرات، ۱۲). همچنین، در آیات ۲۷ و ۲۸ سوره نور، مراعات حرمت محل سکونت بیان شده و ورود به مسکن غیر به اذن صاحب آن منوط شده است. در منابع فقهی، گاه از تجسس و مفاهیم مأخوذ از آن در مفهوم خیانت به حکومت اسلامی استفاده شده است. در هر حال، حکم آن در ادله احکام فقه امامیه، حرمت است (صالحی و دیگران، ۱۳۹۷، ص ۸۵).

البته مقنن اسلامی، جاسوسی نامشروع شامل تجسس در اسرار خصوصی مردم و جاسوسی به نفع دشمنان اسلام را ممنوع و جاسوسی مشروع شامل مراقبت از کارگزاران حکومتی و جاسوسی علیه مخالفان و اعدای اسلام را مجاز می‌داند (قدسی، ۱۳۹۲، ص ۷۸-۷۹).

در امر به معروف و نهی از منکر لازم است که علم به صدور آن رسیده باشد، بدون اینکه تفحص یا تجسس کند؛ اما در صورت احتمال یا مظنه، تجسس جایز نیست و نباید درصدد فحص برآمد (نراقی، ۱۳۹۴، ص ۴۳۰). تجسس از پیامدهای سوءظن تلقی شده است و در موارد ظن، قلب به ظن قانع نمی‌گردد و مطالبه تحقیق می‌کند و فرد مشغول به تجسس می‌گردد (غزالی، بی تا، ج ۹: ص ۶۵).

در حالی که یکی از شرایط نهی از منکر، ظاهر بودن آن بدون تجسس است: «و هو کل منکر موجود فی الحال، ظاهر للمحتسب بغیر تجسس، معلوم کونه منکرا بغیر اجتهاد» (همان، ص ۳۵).

بنابراین، با اختیاری بودن بیان جهت و انگیزه قرارداد و اختصاص شرط مشروعیت جهت به موارد مصرحه، زمینه تجسس از انگیزه‌ها و زندگی خصوصی افراد منتفی می‌گردد. در واقع، تصریح به جهت و در نتیجه، ضرورت مشروعیت آن به نحو مطلق، شرط صحت قرارداد نیست. رویکرد اخلاقی این نظم حقوقی، لازم نبودن تجسس برای ورود به اهداف شخصی طرف معامله است؛ چه بر اساس قانون، جهت نامشروع پنهان تأثیری بر اعتبار قرارداد ندارد.

۲-۲-۲. ممانعت از ایجاد زمینه دروغ و ریا

همه اقسام ریا شرعاً مذموم و از گناهان و مهلکات بزرگ است و بر حرمت آن، اجماع امت منعقد و آیات و اخبار یکدیگر را متعارض است (نراقی، ۱۳۹۴، ص ۵۱۲)؛ از جمله در آیات ۶ سوره ماعون و ۱۴۲ سوره نساء، ریا مذمت شده است. مطابق روایتی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، بدترین بندگان در روز قیامت، انسان دورو است (نراقی، ۱۳۹۴، ص ۵۳۲). روایتی در *اصول کافی* در باب «ذی اللسانین» (یعنی اشخاص دوزبان) آمده است:

«محمد بن یحیی عن أحمد بن محمد بن عیسی عن محمد بن سنان عن عون القلاسی عن ابن ابي یعفور عن ابي عبد الله ع قال: من لقی المسلمین بوجهین و لسانین جاء یوم القیامة و له لسانان من نار؛ هر که با مسلمانان به دورو و دوزبان رفتار کند، روز قیامت بیاید در حالی که برای او دو زبان از آتش باشد» (کلینی، بی تا، ص ۴۲).

شخص دو زبان و دورو برای جلب منافع دنیوی خود در هر شرایط، رنگ عوض می‌کند و برای رسیدن به مقاصد شخصی با مخاطب مطابق تمایلات او سخن می‌گوید. آثار اجتماعی چنین امری، تجاوز، حق‌کشی و سلب اعتماد است. اگر چنین پدیده‌ای شیوع یابد و جزء اوصاف فرهنگی جامعه‌ای گردد، قطعاً روح اعتماد را از بین می‌برد و مکر و حيله را بر جامعه حاکم می‌گرداند.





نفاق، روح تعاون و همکاری را از شخص و به تبع، از جامعه سلب می‌کند. همکاری چنین افرادی دروغین و صرفاً منوط به منافع فردی آنهاست. در روایتی به این رویکرد اشاره شده است:

«عدة من اصحابنا، عن أحمد بن محمد بن خالد عن عثمان بن عيسى عن أبي شيبة عن الزهري عن أبي جعفر عليه السلام قال: بنس العبد عبداً يكون ذا وجهين و ذالسانين، يُطرى أخاه شاهداً و يأكله غائباً أن أعطى حسده و إن ابتلى خذله؛ چه بد بنده‌ای است آن بنده‌ای که دارای دو رو و دو زبان است. در حضور برادرش او را ستایش کند و در غیابش او را بخورد، اگر دارا شود بر او رشک برد و اگر گرفتار شود، دست از یاری او بردارد» (همان، ص ۴۳).

آسیب روانی ریا، ایجاد وضعیت ناخوشایند روحی و روانی است؛ شخص ریاکار در اوقاتی که در حال بروز حالت غیر واقعی است، متحمل زحمت و خستگی روحی می‌شود. چنین شخصی، به تدریج اعتماد به نفس خود را از دست می‌دهد؛ زیرا نفاق مستلزم اشتغال ذهنی و به تبع آن اشتغال عملی است. اگر شخصی مجبور شود رفتاری برخلاف آنچه اعتقاد دارد بروز دهد و خود را وادارد به غیرباور خود عمل کند، این صفت به تدریج آرامش روانی را از وی سلب می‌کند. ابراز عقیده واقعی و عمل به آن، سبب رسیدن به وحدت روانی و مانع ایجاد تعارض روانی است.

نبی اکرم صلی الله علیه و آله، دروغ بدون عذر شرعی را موجب لعنت هفتاد هزار فرشته بیان فرموده‌اند. همچنین، از آن حضرت مروی است که دروغ در عرض شرک به خداست و عقوبت والدین در شمار گناهان کبیره قرار دارد (نراقی، ۱۳۹۴، ص ۴۷۹).

امام محمد باقر علیه السلام فرمود: «خدای تعالی برای بدی، قفل‌ها قرار داده است؛ کلید این قفل‌ها شراب است و دروغ، بدتر از شراب است». امیرمؤمنان در روایتی فرمود: «بنده مزه ایمان را نمی‌چشد تا دروغ را ترک کند، خواه از روی شوخی و هزل باشد یا از روی جد» (همان‌جا). اجباری بودن تصریح به جهت معامله، افراد را وادار

می‌کند که به‌طور غیرواقعی، انگیزه و جهتی مشروع (غیر از جهت واقعی) را در قرارداد تصریح کنند. رویکرد این قانون در عمل موجب ترویج اوصاف ریاکاری و دروغ‌گویی می‌شود. در واقع، انگیزه طرفین معامله از انعقاد، چیزی است که غیرمستقیم معامله برای نیل به آن انجام شده است؛ مسئله‌ای خصوصی که ممکن است از شخصی به شخص دیگر متفاوت باشد.

یکی از رسالت‌های حقوق و قوانین، توجه به آثار و رویکردهای اجتماعی و فرهنگی مواد قانونی است و اگر بدین موارد توجه نشود، ممکن است تبعات جبران‌ناپذیری بر جای گذارد. چنانچه تصریح به انگیزه و جهت قرارداد از سوی قانون‌گذار الزامی باشد، پیامد اجتماعی و فرهنگی آن، ایجاد زمینه و سبب برای رواج نفاق و دورویی است. با توجه به اینکه افراد مختلف، اندیشه‌های گوناگونی دارند و در جوامع مذهبی، سطوح متفاوتی از ایمان وجود دارد، ممکن است هدف از انعقاد قرارداد در بعضی موارد نامشروع یا برخلاف نظم عمومی باشد.

۲-۲-۳. منع اشاعه منکر

چنانچه طرف معامله به جهت معامله و انگیزه خود تصریح کرد، باید این انگیزه مشروع باشد؛ وقتی که انگیزه ابراز می‌شود، از حالت شخصی بودن خارج می‌شود و جنبه اجتماعی به خود می‌گیرد؛ در این صورت، انگیزه عاملی است که بر جامعه تأثیر خواهد گذاشت. از حضرت پیغمبر صلی الله علیه و آله مروی است: «هر که مرتکب عمل ناشایستی گردد، باید آن را از مردمان بپوشاند تا خدا نیز آن را بپوشاند» (نراقی، ۱۳۹۴، ص ۵۲۰).

چنانچه شخص به انگیزه نامشروع خود از انعقاد معامله تصریح کند، قباح و حرمت عمل نامشروع را در منظر عموم جامعه می‌شکند و موجب رواج انگیزه‌های نامشروع و پلید در جامعه می‌شود و در واقع، اهداف نامشروع و غیرقانونی در جامعه



تبلیغ می‌شوند. منظور از جهت نامشروع، هدفی است که مخالف شرع، قانون، نظم عمومی و اخلاق حسنه باشد. پس، چنانچه کسی جهت معامله و بیع را خریدن مشروبات الکلی یا مواد مخدر بیان کند یا مستأجری هدف و جهت اجاره مکان را انبار مواد مخدر یا انجام اعمال منافی عفت تصریح کند، معامله باطل است. افشای اسرار غیر، حتی اگر گناه نباشد، ممنوع است و دلیل منع، عدم رضایت طرف مقابل است. افشای گناه خود نیز ممنوع و حرام است؛ دلیل این امر جلوگیری از اشاعه فحشاست (در گاهزاده و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۶۸).

نتیجه‌گیری

مطابق مواد قانونی (بند ۴ ماده ۱۹۰ و ماده ۲۱۷ قانون مدنی)، جهت معامله در مفهوم انگیزه و هدف از تشکیل قرارداد، اگر تصریح شود، باید مشروع باشد. رویکرد اخلاقی حاصل از مقررات قانونی امری درخور توجه است؛ اولاً رویکرد قاعده حقوقی عدم‌الزام به تصریح جهت قرارداد و اختیاری بودن آن، حفظ اهداف شخصی و رعایت حریم خصوصی متعاملین است تا قرارداد موجب ورود به حریم شخصی افراد نشود. رویکرد اخلاقی دیگر در این راستا، جلوگیری از تجسس درباره انگیزه‌های پنهانی اشخاص است.

همچنین، رویکرد اخلاقی اختیاری بودن تصریح جهت معامله، جلوگیری از ایجاد زمینه برخی اوصاف اخلاقی مذموم مانند دروغ و ریاکاری است؛ اگر قانون‌گذار تصریح به جهت و مشروع بودن آن را الزامی کند، کسی که با هدف نامشروع معامله می‌کند - برای فرار از ضمانت اجرای حقوقی بطلان قرارداد - برخلاف واقع، هدف مشروعی را اظهار می‌کند. این امر، فرهنگ دروغ و ریا را به‌طور رسمی رواج می‌دهد.

ثانیاً با وجود عدم الزام به افشای جهت معامله، چنانچه جهت قرارداد تصریح شود باید مشروع باشد؛ ضمانت اجرای حقوقی جهت نامشروع، بطلان قرارداد است. رویکرد اخلاقی این اثر حقوقی، این است که از وسیله‌قرار گرفتن قرارداد برای ارتکاب عمل حرام و جرم جلوگیری شود. ضمانت اجرای بطلان قرارداد با جهت مصرح نامشروع، در مبنای اخلاقی اسلامی حرمت اتفاق یا اظهار گناه و اضرار و همچنین، ممنوعیت و تحریم معاونت در گناه ریشه دارد.

اتفاق بر اهداف نامشروع به اشاعه اعمال حرام و منافی نظم عمومی و ارزش‌های اخلاقی منجر می‌شود. از سوی دیگر، این قاعده هماهنگ با امری است که در شرع با عنوان «پوشاندن گناه» بیان گردیده است. این قاعده حقوقی، می‌خواهد از یک



طرف، امنیت حریم خصوصی افراد و از طرف دیگر، امنیت جامعه را با جلوگیری از رواج انگیزه‌های پلید تأمین کند.

نتایج و رویکردهای اخلاقی و اجتماعی باید از موضوعات مورد توجه قانون‌گذار باشد. ارزیابی آثار اخلاقی و رویکرد فرهنگی هر مقرر، قبل از تصویب قانون، ضرورتی است که بی‌توجهی بدان به تولید قوانینی با رویکرد ضد اخلاقی و ضد اجتماعی منجر خواهد شد.



کتاب نامه

۱. قرآن کریم.
۲. اصغری آقمشهدی، فخرالدین، سید مسیح حسینی و محمد باقر اصغری آقمشهدی (۱۳۹۵)، «لزوم مشروع بودن جهت معامله در حقوق موضوعه ایران و فقه امامیه»، پژوهش های فقه و حقوق اسلامی، ش ۴۳، ص ۱۱-۲۸.
۳. امامی، سید حسن (۱۳۸۵)، حقوق مدنی، ج ۱، تهران: اسلامی.
۴. انصاری، باقر (۱۳۸۳)، «حریم خصوصی و حمایت از آن در حقوق اسلام، تطبیقی و ایران»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ش ۶۶، ص ۱-۵۳.
۵. انصاری، شیخ مرتضی (۱۴۱۵ق)، کتاب المکاسب، ج ۱، قم: المؤتمر العالمی بمناسبة الذکری المئویة الثانية لمیلاد الشیخ الأعظم الأنصاری، الأمانة العامة.
۶. پور سعید، رامین، نریمان فاخری، علیرضا مهرانفشان و صفی الله فغانپور (۱۴۰۰)، «ثابت و متغیر در نظام کیفری ایران با رویکرد تاریخی بر ملاحظات اخلاقی پیش از اسلام»، اخلاق زیستی (ویژه نامه تأملات اخلاقی و حقوقی)، ص ۲۳-۳۴.
۷. دینانی، عبدالرسول (۱۳۸۹)، «مطالعه تطبیقی جهت و علت عقد در حقوق ایران و فرانسه و فقه امامیه»، فصلنامه علمی تحقیقات حقوقی، ش ۱۰، ص ۱۰۶-۱۳۹.
۸. راسخ، محمد، مائده تسخیری، علیرضا اسکندری و فائزه عامری (۱۳۹۸)، «امر اخلاقی و حق»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۲۲، ش ۸۷، ص ۱۹-۴۷.
۹. راسخ، محمد و فاطمه دومانلو (۱۳۹۵)، «نانو فناوری و حریم خصوصی: نگاه اخلاقی و حقوقی»، فصلنامه اخلاق و علوم و فناوری، سال ۱۱، ش ۱، ص ۱۹-۲۸.
۱۰. رحمدل، منصور (۱۳۸۴)، «حق انسان بر حریم خصوصی»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ش ۷۰، ص ۱۱۹-۱۴۵.
۱۱. درگاهزاده، محمد، علی نعمتی و اکبر ساجدی (۱۳۹۶)، «ارائه و تحلیل مدل اخلاقی اسلام در ورود به حریم خصوصی»، پژوهش نامه اخلاق، سال ۱۰، ش ۳۷، ص ۶۱-۸۴.





۱۲. دهقانی مبارکه، مریم، احمد رضا مقصودی، افسانه ملک پور تهرانی و محمد رحیمی مدیسه (۱۳۹۲)، «اهمیت حفظ حریم خصوصی بیماران از دیدگاه کادر درمانی - مراقبتی دانشگاه علوم پزشکی شهر کرد»، *مجله بالینی پرستاری و مامایی*، دوره ۲، ش ۱، ص ۹-۱۷.
۱۳. سلیمان کلوانق، امین، محمد علی راغبی و احمد مرتاضی (۱۳۹۸)، «پژوهشی در ملاک تأثیر جهت نامشروع: تصریح یا احراز؟ (واکاوی مبانی فقهی ماده ۲۱۷ قانون مدنی)»، *آموزه‌های فقه مدنی*، ش ۲۰، ص ۲۳۷-۲۶۴.
۱۴. شاهسواری، زینب و علی اصغر پورعزت (۱۳۹۹)، «واکاوی جلوه‌های اخلاق اسلامی در سازمان: پژوهشی مبتنی بر تحلیل مضمون در نهج البلاغه»، *مطالعات دولتی ایران*، سال ۳، ش ۲، ص ۳۵-۵۸.
۱۵. شهیدی، مهدی (۱۳۸۰)، *تشکیل قراردادها و تعهدات*، تهران: مجد.
۱۶. شهیدی، مهدی (۱۳۸۲)، *حقوق مدنی ۶: عقود معین ۱*، تهران: مجد.
۱۷. صالحی، سیدهادی، سیدمهدی صالحی و رضا نکیخواه سرنقی (۱۳۹۷)، «بررسی فقهی حقوقی تجسس و موارد استثنایی آن»، *مبانی فقهی حقوق اسلامی*، دوره ۱۱، ش ۲۱، ص ۷۷-۹۸.
۱۸. صفایی، سیدحسین (۱۳۵۰)، «نظریه جهت در قراردادها: مطالعه تطبیقی در حقوق اسلام و ایران و فرانسه»، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، ش ۸، ص ۴۷-۶۷.
۱۹. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۶)، *تفسیر المیزان*، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۲۰. طوسی، ابی جعفر محمد (۱۳۶۳)، *استبصار فیما اختلف الاخبار*، تهران: دار الکتب الإسلامية.
۲۱. غزالی، محمد (بی تا)، *احیاء علوم الدین*، تحقیق عبدالرحیم بن حسین حافظ عراقی، بیروت: دار الکتب العربی.



۲۲. فارابی، محمد (ابی نصر) (بی تا)، آراء اهل المدينة الفاضلة و مضاداتها، تحقیق علی بومحلم، بیروت: دار و مكتبة لطباعة و نشر.
۲۳. قدسی، زهرا (۱۳۹۲)، «مبانی فقهی جاسوسی»، مبانی فقهی حقوق اسلامی، سال ۶، ش ۱۱، ص ۶۷-۸۳.
۲۴. قنواتی، جلیل، سیدحسن وحدتی شبیری و ابراهیم عبدی پور (۱۳۷۹)، حقوق قراردادها در فقه امامیه، تهران: سمت.
۲۵. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۳)، قواعد عمومی قراردادها، ج ۲، تهران: شرکت سهامی انتشار با همکاری بهمن برنا.
۲۶. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۶)، «اخلاق و حقوق»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ۲، ش ۱ و ۲، ص ۸۵-۸۸.
۲۷. کلینی، محمدبن یعقوب (بی تا)، اصول کافی، ترجمه و شرح سیدهاشم رسولی، تهران: کتابفروشی علمیه اسلامی.
۲۸. محمدی ری شهری، محمد (۱۳۹۳)، کیمیای عشق، تلخیص عبدالهادی مسعودی، ترجمه سیدحسن اسلامی، تهران: دار الحدیث.
۲۹. مسلم، احمد (۱۴۱۵ق)، القانون الدولي الخاص المقارن فی مصر و لبنان، بیروت: دار النهضة العربية.
۳۰. معین زاده میرحسینی، سیدامیررسول و سیدسیامک فتح اللهی (۱۳۹۵)، «حدود وظایف دادگستری در رعایت حریم خصوصی اماکن»، مطالعات حقوقی-انتظامی، سال ۱، ش ۳، ص ۱۱۷-۱۴۱.
۳۱. ملک، محمد و محسن اسماعیلی (۱۴۰۰)، «امکان اخلاق سازی در فرایند استدلال قضایی»، مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۵۱، ش ۲، ص ۱۸۳-۲۰۲.
۳۲. مک ناتن، دیوید (۱۳۸۳)، درآمدی به فلسفه اخلاق، ترجمه حسن میاننداری، تهران: سمت.

۳۳. موسوی الخمينی، سیدروح الله (۱۴۱۰ق)، *المکاسب المحرمة*، مع تذييلات لمجتبی طهراني، قم: مؤسسه اسماعيليان.
۳۴. نراقي، احمد (۱۴۱۵ق)، *مستند الشيعة*، قم: مؤسسه آل البيت عليه السلام لإحياء التراث.
۳۵. نراقي، احمد (۱۳۹۴)، *معراج السعادة*، چ ۴، قم: پیام مقدس.
۳۶. نراقي، محمدمهدی (بی تا)، *جامع السعادات*، تعليق و تصحيح محمد کلانتر، چ ۴، بيروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
۳۷. نراقي، محمدمهدی (۱۳۶۳)، *عوائد الأيام*، تهران: مکتبه الأعلام الاسلامی.
۳۸. نعمتی، مانا، کرم الله دانش فرد و ناصر میرسپاسی (۱۴۰۰)، «طراحی الگوی اخلاق حرفه‌ای مدیران با رویکرد حکمرانی خوب»، *تعالی حقوق*، سال ۱۲، ش ۲، ص ۲۷-۲.
۳۹. نیکخواه، رضا و ابراهیم علی عسگری (۱۳۹۴)، «نقش پنهان اخلاق در حقوق»، *اخلاق زیستی*، سال ۵، ش ۱۵، ص ۱۱-۳۹.
۴۰. هراتی، مصطفی (۱۳۹۹)، «بررسی تطبیقی جهت در حقوق قراردادهای ایران و حقوق نوین فرانسه»، *مطالعات حقوق تطبیقی*، دوره ۱۱، ش ۱، ص ۳۸۱-۴۰۴.
41. Elliot, Chatherine and Frances Quinn (2000), *English Legal Sistem*, 3ed, London: Longman.
42. Picard, Etienne (2001), *La fonction de l, ordre public dans l, ordre juridique, dans: L, ordre public*, edite par: Marie-joelle Redor, Bruxelles: Bruylant.



تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش بر اساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان و دلالت‌های تربیتی آن

سینا ترکاشوند^{*} و حیده مرادیان محمدیه^{**} سوسن کشاورز^{***}

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش بر اساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان و دلالت‌های تربیتی انجام شده است. در این پژوهش از روش پژوهش تحلیل مفهومی و قیاس استنتاجی (الگوی بازسازی‌شده فرانکنا) استفاده شده است. بدین منظور، اخلاق حرفه‌ای معلم و شاخص‌های معتبر آن بر اساس هشت محور اصلی احصا گردید، محتوای اسناد تحولی آموزش و پرورش برای شناسایی گزاره‌های توصیفی و تجویزی مرتبط، بررسی و تحلیل شد و سپس، متناظر با آن، الگویی متشکل از اهداف، اصول و روش‌های

^{*} دکتری فلسفه تعلیم و تربیت، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران.

sina.torkashvand663@gmail.com

^{**} دانشجوی دکتری فلسفه تعلیم و تربیت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت حیدریه، مشهد.

v.moradiyan@yahoo.com

^{***} دانشیار گروه فلسفه تعلیم و تربیت، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران.

ss.kedhavarz@yahoo.com



اخلاق حرفه‌ای معلم به دست آمد. یافته‌های پژوهش بیانگر دلالت‌هایی در اهداف، اصول و روش‌های اخلاق حرفه‌ای معلم است. شماری از اهداف اخلاق حرفه‌ای معلم عبارت‌اند از: دستیابی به سعادت و کمال، پرورش مسئولیت‌پذیری، کسب شایستگی‌ها و زمینه‌سازی برای هدایت متریان. بعضی از اصول عبارت‌اند از: احترام، تعهد، شایسته‌محوری و شکیبایی. از روش‌ها نیز می‌توان به اسوه‌سازی اخلاقی، باورسازی ایمانی، تعالی شئون وجودی و تدریج و مداومت اشاره کرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اسناد تحولی آموزش و پرورش بر محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم منطبق است و باید برای آموزش اخلاق حرفه‌ای معلم به نومعلم‌ان همت گماشت.

کلیدواژه‌ها

اخلاق حرفه‌ای، معلم، آموزش و پرورش، اسناد تحولی.

مقدمه

مدتی است مفهوم اخلاق حرفه‌ای (Professional Ethics) در کشورهای مختلف و در گروه‌های شغلی و حرفه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته و تلاش‌هایی برای تدوین مبانی و استانداردهای اخلاقی صورت گرفته است. بر مبنای تقسیم‌بندی اخلاق به نظری و عملی، اخلاق حرفه‌ای در زمره اخلاق عملی قرار می‌گیرد و به چگونگی رفتار، ادب و عمل شخص هنگام انجام حرفه خود می‌پردازد. البته اخلاق عملی با اخلاق نظری در تعامل است و به نوعی بنیان اخلاق عملی در اخلاق نظری نهفته است. بووای معتقد است اخلاق حرفه‌ای، بخشی از اخلاق عملی است؛ زیرا تعهدات حرفه‌ای در نهایت، تعهداتی اخلاقی هستند. اما جدا از اخلاق، تعهدات حرفه‌ای، به طور متداول، پیش‌فرض‌های خاص مربوط به عمل محسوب می‌شوند (Bowie, 2003).





تعاریف گوناگونی برای اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است، اما همه متخصصان این حوزه معتقدند اخلاق حرفه‌ای، دو مفهوم را در بر می‌گیرد: خلق و خوی حرفه‌ای و دانشی که درباره مسائل اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار بحث می‌کند. فرامرزقراملکی معتقد است:

«اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای یک فرایند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود. اخلاق حرفه‌ای، نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری در قبال هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است. اخلاقی بودن در حرفه حاصل دانستن، توانستن و نگرش است» (فرامرزقراملکی، ۱۳۸۵، ص ۱۱۰).

همچنین، اخلاق حرفه‌ای، حوزه‌ای تخصصی در دانش اخلاق است که به بیان مسئولیت‌های اخلاقی افراد و نگاه‌ها در مشاغل و نیز تحلیل مسائل اخلاقی در کسب و کار می‌پردازد (امام، ۱۳۸۶، صص ۲۵۶، ۲۵۷ و ۲۷۱).

حاکمیت اخلاق حرفه‌ای، منافع زیادی برای سازمان‌ها و افراد، از بعد داخلی (جنبه‌های بهبود روابط، ارتقای تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری و کاهش هزینه‌های ناشی از نظارت) دارد و در بعد بیرونی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به ذی‌نفعان و... بر توفیق سازمانی تأثیر می‌گذارد (بیک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۵۵).

از طرفی، رعایت اخلاقیات و پایبندی به ارزش‌های اخلاقی به یکی از مهم‌ترین ارکان مورد توجه سازمان‌ها تبدیل شده است؛ چراکه امروزه اصول اخلاقی، بخشی از سیاست‌های رسمی و فرهنگ غیررسمی سازمان‌ها شده است (صالح‌نیا و توکلی، ۱۳۸۸، ص ۶۶).



لذا انجام چنین پژوهشی، به شناسایی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان منجر می‌شود و کمک می‌کند تا با توجه به چشم‌انداز اسناد تحولی آموزش و پرورش، معلمانی اخلاق‌محور، باصلاحیت و مسئولیت‌پذیر تربیت کرد.

پژوهش‌های گوناگونی درباره اخلاق حرفه‌ای معلم در داخل و خارج کشور انجام شده است که در ادامه به شماری از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

کالج معلمان اونتاریو، در پژوهشی به تبیین مجموعه استانداردهای اخلاقی برای معلمان پرداخته است (Ontario College of Teachers, 2011). در این پژوهش، بعضی از استانداردهای اخلاقی حرفه معلمی بیان شده که عبارت‌اند از: مراقبت به معنی دلسوزی، پذیرش، علاقه‌مندی و بینش داشتن درباره تدارک و پرورش استعدادها بالقوه دانشجویان؛ اعتماد به معنی رعایت بی‌طرفی و انصاف؛ شفاف بودن؛ صداقت در ارتباط با دانشجویان، افراد حرفه‌ای، والدین، همکاران و دیگران.

نانگ و چان، پژوهشی با عنوان «اهمیت اخلاق و مهارت‌های اخلاقی و حرفه‌ای معلمان تازه‌کار» انجام داده‌اند (Ngang & Chan, 2015). یافته‌های کمی آن‌ها نشان می‌دهند که اخلاق و مهارت اخلاقی و حرفه‌ای برای معلمان تازه‌کار، پس از مهارت‌های کارآفرینی در محل کار، در جایگاه دوم قرار دارد. با این حال، یافته‌های کیفی با داده‌های کمی مخالف‌اند و مدیران مدرسه معتقدند بیشتر معلمان تازه‌کار از اصول اخلاقی و مهارت‌های اخلاقی و حرفه‌ای بی‌بهره‌اند.

شمار دیگری از پژوهش‌ها در این باره عبارت‌اند از:

«تبیین مؤلفه‌های تربیت اخلاقی فراگیران و تحلیل جایگاه آن در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» از غلام‌پور و همکاران (۱۳۹۹)؛ «اخلاق حرفه‌ای در مدرسه» از فرامرزق‌راملکی و همکاران (۱۳۹۵)؛ «بررسی اخلاق حرفه‌ای معلمی از منظر شهید مطهری» از مصلحی نوش‌آبادی (۱۳۹۲)؛ «بررسی مبانی دینی اخلاق حرفه‌ای معلمان از دیدگاه اندیشمندان مسلمان» از گودرزی (۱۳۸۸)؛ «راهکارهای

نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها از دیدگاه آموزه‌های دینی» از حسینی و عباسی (۱۳۹۱)؛ «مدرسه‌ای که من دوست دارم» از حاجی‌بابایی و کشاورز (۱۳۹۱)؛ «بررسی میزان رعایت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای آموزش در اعضای هیئت‌علمی دانشگاه شاهد» از فرمehنی فراهانی و بهنام جام (۱۳۹۱).

اگرچه همه این پژوهش‌ها به‌نحوی با اخلاق حرفه‌ای مرتبط‌اند، موضوع هیچ‌یک درباره تحلیل فلسفی اسناد تحولی بر اساس مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلمان نیست و با هدف احصای اهداف، اصول و روش‌های نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای انجام نشده‌اند.

علی‌رغم چشم‌انداز اسناد تحولی آموزش و پرورش و انتظاراتی که از معلم در افق ۱۴۰۴ وجود دارد، در موضوع تبیین مؤلفه‌ها و احصای اهداف، اصول و روش‌های نهادینه‌سازی اخلاق حرفه‌ای غفلت شده است. لذا پژوهش حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این سؤال است:

بر مبنای تحلیل اسناد تحولی آموزش و پرورش چه اهداف، اصول و روش‌هایی را می‌توان برای تدوین اخلاق حرفه‌ای معلمان احصا کرد؟

الف) محورهای عمده اخلاق حرفه‌ای معلم

در این بخش، برای شناسایی مهم‌ترین محورها و مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلم، دو منبع مبنای قرار گرفته است. این منابع شامل کتاب‌ها و مقالات شهید مطهری و فرامرزقراملکی درباره اخلاق حرفه‌ای است. این دو اندیشمند، از صاحب‌نظرانی هستند که هم در مقام نظر به بیان بنیان‌های فلسفی اخلاق حرفه‌ای پرداخته‌اند و هم در مقام عمل (در جایگاه معلم) آن‌ها را کاربردی کرده‌اند. در ادامه، ابتدا مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای معلم تبیین می‌شوند و سپس، با توجه به این مؤلفه‌ها به تحلیل محتوای اسناد تحولی آموزش و پرورش پرداخته می‌شود.



۱- معنویت‌گرایی و کرامت‌بخشی

در اندیشه دینی همواره تعلیم، تهذیب، دانایی و دین‌داری، همزاد و همراه بوده‌اند و تاکید کتاب آسمانی قرآن مکرراً بر تهذیب و تعلیم به منزله دو رسالت بزرگ پیامبران است (محمدی و گل‌وردی، ۱۳۹۲). لذا اخلاق حرفه‌ای توحیدی نیز در قلمرو اخلاق دینی معنا می‌یابد و شاخص‌های مسئولیت در برابر خداوند، تهذیب نفس و قرب الی‌الله، رضای خداوند، پرورش حس دینی، نیت درونی، التزام قلبی و... موضوعیت می‌یابند. بر این مبنا که خداوند متعال را ملاک نهایی ارزش‌ها بدانیم، شاخص خوب، رفتار نزدیک‌کننده به خدا و شاخص بد، رفتار دورکننده از خداست. این ملاک، علاوه بر تعریف باید‌ها، به آن‌ها قداست هم می‌بخشد. قدسی‌بودن ارزش‌ها، ضامن اجرایی اخلاق است. اخلاق از این طریق با سطح متعالی در حیات آدمی ارتباط می‌یابد (فرامرزق‌املکی، ۱۳۸۵، ص ۳۵۹).

۲- تعامل (رفتار ارتباطی)

رفتار ارتباطی بر پایه طرف ارتباط، چهار گونه است: رفتار من با خدا (اخلاق عبودیت یا قدسی)، رفتار من با خودم (درون‌شخصی)، رفتار من با دیگر انسان‌ها (بین‌شخصی) و رفتار من با دیگر امور زیست‌محیطی و حیوانی (برون‌شخصی) (فرامرزق‌املکی و همکاران، ۱۳۹۵). شاخص‌های این محور عبارت‌اند از: خوش‌رویی، محبت، احترام متقابل، تزکیه نفس، دلسوزی، کلام مهربانانه، رفتار خوب با موجودات و طبیعت و... در این میان، رفتار ارتباطی درون‌شخصی، نقش زیرساختی دارد. کسی که خود را بشناسد، خدا را نیز می‌شناسد. در بیشتر موارد، با دیگران همان‌طور رفتار می‌کنیم که با خود رفتار می‌کنیم. کسی که احترام به خود، به منش او تبدیل نشده باشد، نمی‌تواند به‌نحو پایدار به دیگران احترام بگذارد.



۳- عدالت

عدالت نیز یکی از مهم‌ترین محورهای اخلاق حرفه‌ای معلمی است. از جمله شاخص‌های عدالت در اخلاق حرفه‌ای معلم عبارت‌اند از: انصاف در قضاوت‌ها و پاداش‌ها، تقسیم مسئولیت‌ها، نگاه یکسان به همه دانش‌آموزان و ... شهید مطهری معتقد است رعایت نکردن عدالت یعنی تبعیض‌ها و تفاوت گذاشتن‌ها، که روح یک عده را که محروم شده‌اند، فشرده و آزرده و کینه‌جو و انتقام‌جو می‌کند و روح عده دیگر را که برخوردار هستند، لوس و کم‌حوصله و بیکاره و اسراف‌کن می‌کند. بر اساس دیدگاه‌های شهید مطهری، اعتدال، اصلی است که هم مربی و هم مربی باید آن را رعایت کنند تا نسل آینده بر اساس بی‌عدالتی معلم دچار بیماری‌های اخلاقی نگردند (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۴۷).

فرامرزقراملکی نیز معتقد است عدالت فراگیر، بی‌تردید یکی از مهم‌ترین اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای است و در آموزه‌های دینی نیز برقراری آن را هدف نبوت تلقی کرده‌اند. اما عدالت، ملاک نهایی اخلاق نیست؛ زیرا اولاً عدالت، همه احکام اخلاقی را تبیین نمی‌کند؛ برای مثال، تفضل فراتر از عدالت، فداکاری و ایثار، عشق و... را نمی‌توان با ترازوی عدالت سنجید. ثانیاً عدالت خود برای تبیین شدن، محتاج ملاک است (فرامرزقراملکی، ۱۳۸۵، ص ۳۵۲).

۴- پرورش فضایل اخلاق

از جمله شاخص‌های فضایل اخلاقی که حرفه معلمی ایجاب می‌کند، عبارت‌اند از: فروتنی و عمل به علم، دلسوزی، احترام، نقدپذیری، خودانتقادی، دوری از حسد، انصاف در داوری حرفه‌ای، استقلال فردی، پرورش عقل عملی، عدم بخل، امانت‌داری، سخاوت علمی، روحیه آموزش‌پذیری، صداقت، صبر و بردباری، تواضع علمی، رازداری، سعه صدر و... کسب فضایل و زدودن رذایل، کاری سخت و طاقت‌فرسا است (مطهری، ۱۳۷۸؛ فرامرزقراملکی، ۱۳۸۶).





اینجاست که نقش مهم مسلک‌های اخلاقی، آشکار می‌شود. جامع‌ترین و در عین حال، آسان‌ترین شیوه اخلاقی در کسب فضایل و زدودن رذایل همان مسلک توحیدی است. نقش توحید در دفع رذایل این است که با اعتقاد عمیق به توحید، دیگر جایی برای رذایل باقی نمی‌ماند. در واقع، توحید دافع رذایل است، نه رافع آن.

۵- اهتمام به پرورش اندیشه

یکی دیگر از محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم، تلاش برای پرورش اندیشه متربیان است. از جمله شاخص‌های این محور عبارت‌اند از: پرورش تفکر انتقادی، دادن آزادی بیان به متربیان، حقیقت‌جویی، دادن فرصت پرسشگری به متربیان، خلاقیت و... دین اسلام بر مسائلی از قبیل علم‌آموزی و تعقل، تأکید فراوانی کرده و علاوه بر آن، درباره خصوصیات علمی که انسان‌ها باید در پی فراگیری آن‌ها باشند نیز به تفصیل سخن گفته است. از دیدگاه شهید مطهری، پرورش عقل با مسئله علم‌آموزی متفاوت است. تعلیم یعنی یاددادن و متعلم فقط یادگیرنده است؛ مغز او به منزله انباری است که یک سلسله معلومات در آن ریخته می‌شود. در حالی که هدف باید بالاتر باشد و آن این است که معلم، نیروی فکری متعلم را پرورش و استقلال بدهد و قوه ابتکار او را زنده کند (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۱۸).

۶- اعتدال‌گرایی

اعتدال‌گرایی نیز یکی از محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم است و شاخص‌های آن عبارت‌اند از: پرهیز از تحجر، پرهیز از افراط و تفریط، الگوسازی و... قرآن کریم، از زبان لقمان، در مقام نصیحت به پسرش می‌گوید: ﴿وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْظُمْنَ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾؛ پسر! در راه رفتن، اعتدال را رعایت



کن و از صدای خود بکاه [یعنی هرگز فریاد مزین، بلکه به‌طور معتدل سخن بگو] که زشت‌ترین صداها، صدای خران است» (لقمان، ۱۹). شهید مطهری اعتقاد داشت اعتدال در تفکر و عمل، در عرصهٔ معلمی نیز ضروری است. چنانچه معلم از اعتدال اخلاقی برخوردار نباشد، نه تنها در زندگی دچار پریشانی خاطر می‌شود، بلکه در جو کلاس هم تأثیر می‌گذارد و روند تدریس را از سلامت خارج می‌کند (مطهری، ۱۳۷۸، ص ۵۵).

۷- مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری از محورهای اصلی در اخلاق حرفه‌ای معلم است. از جمله شاخص‌های مسئولیت‌پذیری عبارت‌اند از: تعهد کاری، پرهیز از اتلاف وقت، نظم، دغدغه‌مندی، پایبندی به سوگند معلمی، اهتمام عملی به وظایف معلمی و ...

۸- شکوفایی استعدادها

محور اساسی دیگر، پرورش استعدادهای نهفته در وجود آدمی است. شاخص‌های این محور عبارت‌اند از: تقویت قوای حسی و عقلانی متربیان، التفات به تفاوت سطح فکری متربیان، تلاش برای پیرایش روح متعلم، پرهیز از دادن القاب زشت به دانش‌آموزان، احترام به استقلال فکری متعلم، پرورش حس دینی متربیان و ... به‌طور کلی، تربیت یک تفاوت عمده با صنعت دارد و بنا بر همین تفاوت، انسان می‌تواند هدف تربیت را بشناسد. شهید مطهری، در بیان تفاوت صنعت و تربیت، صنعت را به معنی «ساختن» در نظر گرفته، اما دربارهٔ تربیت می‌گوید: «عبارت است از پرورش دادن؛ یعنی استعدادهای بالقوهٔ درونی هر فرد را پرورش دهیم و به فعلیت درآوریم و لهذا تربیت فقط در مورد جاندارها صادق است» (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۵۶-۵۸).



ب) جایگاه معلم و اخلاق حرفه‌ای او در اسناد تحولی آموزش و پرورش

در این بخش، متناظر با محورها و مؤلفه‌های تبیین‌شده اخلاق حرفه‌ای معلم، به تحلیل فلسفی محتوای اسناد تحولی آموزش و پرورش پرداخته‌ایم.

یکی از مهم‌ترین گزاره‌های مبانی دین‌شناختی سند تحول بنیادین این است که باید جمعی از افراد نسبتاً رشدیافته هر جامعه، برای هدایت دیگران در مسیر قرب الی‌الله، زمینه‌های اجتماعی و اخلاقی هدفمند تکوین و تعالی مستمر را فراهم آورند تا ایشان با کسب شایستگی‌های فردی و جمعی لازم، برای درک موقعیت خود و دیگران و کوشش مداوم برای اصلاح آن بر اساس نظام معیار ربوبی، برای تحقق مراتب حیات طیبه در همه ابعاد آماده شوند (مبانی نظری سند تحول بنیادین، ۱۳۸۹، ص ۱۱۷). لذا برای فهم بهتر جایگاه معلم و اخلاق حرفه‌ای او در اسناد تحولی آموزش و پرورش لازم است که به تحلیل مفاهیم تربیت، حیات طیبه، مدرسه صالح، مربیان، شایستگی‌های پایه و... مورد اشاره در مبانی نظری پرداخته شود.

«تربیت در تعریف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، عبارت است از فرایند تعاملی زمینه‌ساز تکوین و تعالی پیوسته هویت متریان، به صورتی یکپارچه و مبتنی بر نظام معیار اسلامی، به منظور هدایت ایشان در مسیر آماده‌شدن جهت تحقق آگاهانه و اختیاری مراتب حیات طیبه در همه ابعاد» (همان، ص ۲۱۶).

در این تعریف مفاهیمی به کار برده شده است که به خوبی با محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم تبیین می‌شوند؛ اولین مفهوم «تعامل و ارتباط» است. تعامل، جوانب گوناگونی دارد: تعامل با خود، با خدا، با دیگران، با محیط زیست و... که فرایند تربیت و اخلاق حرفه‌ای معلم باید به آن‌ها پردازد. تعامل معلم می‌تواند چندجانبه باشد و به تبع، اخلاق حرفه‌ای را تحت تأثیر قرار دهد. تعامل با خود، اصلی‌ترین جنبه تعامل است؛ چراکه به شناخت خود و بالاتر از آن، شناخت خداوند و دیگر موجودات منجر می‌شود.



«زمینه‌سازی» نیز یکی از محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم است که در تعریف سند تحول از تربیت بدان پرداخته شده است. زمینه‌سازی نیز دارای دو بعد اصلی است؛ یکی، زمینه‌سازی معنوی و تعالی و دیگری، زمینه‌سازی شکوفایی استعدادها و متربیان. این زمینه‌سازی باید یکپارچه و مبتنی بر نظام معیار اسلامی باشد تا بتواند به رشد معنوی و جسمی متربیان کمک کند. لذا مربیان باید رفع موانع موجود و بلکه مقدم بر آن، دفع موانع محتمل الوجود (یعنی پیشگیری از تحقق یا اثرگذاری آن‌ها) را - البته با کمک عوامل اجتماعی سهیم و مؤثر و حتی الامکان با مشارکت فعال خود متربیان - در دستور کار خویش قرار دهند، والا بدیهی است که تلاش مربیان برای تحقق اهداف فرایند تربیت به ثمر نخواهد رسید.

«هدایت» نیز مفهومی است که در بردارنده اخلاق حرفه‌ای معلم است. هدایت دو نوع است؛ تکوینی و تشریحی. هدایت تکوینی مخصوص خداوند و شامل تمام موجودات است، اما هدایت تشریحی مختص انسان است و در مرحله اول، پیامبران و امامان علیهم‌السلام و در مرحله دوم، همه افراد جامعه بالاخص معلمان را شامل می‌شود؛ چراکه معلمان هم نقش هدایت‌گری دارند. لذا هدایت‌گری، بخش اصلی اخلاق حرفه‌ای معلم است که متربیان را برای شناخت کرامت انسانی خود و دستیابی به سعادت مهیا می‌سازد.

«تحقق آگاهانه و اختیاری»، از دیگر مفاهیم مرتبط با اخلاق حرفه‌ای معلم است. معلم با اجبار و زور نمی‌تواند متربیان را به سوی مراتب حیات طیبه سوق دهد، بلکه با روشن‌گری و اهتمام به قوه عقل و اندیشه متربیان، زمینه را برای تحقق مراتب کمال فراهم می‌آورد. اخلاق حرفه‌ای معلم ایجاب می‌کند که متربیان را از موهبت عقل و اندیشه آگاه سازد تا خود راه درست و طیب را پیدا کنند.

«حیات طیبه» از مفاهیم دیگری است که با اخلاق حرفه‌ای معلم در ارتباط است؛ چراکه حیات طیبه، مفهومی یکپارچه و کلی است که همه ابعاد فردی و اجتماعی زندگی انسان را در بر می‌گیرد و شئون گوناگونی دارد که در ارتباط و تعامل با



همدیگر و با محوریت شأن اعتقادی، عبادی و اخلاقی محقق می‌شود (مبانی نظری سند تحول بنیادین، ۱۳۸۹، ص ۸۵). بر همین اساس، رسیدن به حیات طیبه در گرو وجود مریانی اخلاق مدار است که با اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌هایشان آشنا باشند و به تعامل مستمر با یکدیگر پردازند.

«کسب شایستگی‌های پایه» نیز از دیگر مفاهیم مرتبط با اخلاق حرفه‌ای معلم است. از جمله شایستگی‌های پایه، عدالت است که از محورهای اخلاق حرفه‌ای معلم است. «منظور از شایستگی‌ها مجموعه‌ای ترکیبی از صفات، توانمندی‌ها و مهارت‌های فردی و جمعی ناظر به همه جنبه‌های هویت (در ابعاد فردی و جمعی) است که متریان در جهت درک موقعیت خود و دیگران و عمل فردی جمعی برای بهبود مستمر آن بر اساس نظام معیار اسلامی، باید این‌گونه شایستگی‌ها را کسب کنند» (همان، ص ۱۲۸). در این میان، شایستگی‌های اخلاقی که شامل رعایت تقوا در تمام شئون زندگی، تعهد به ارزش‌های اخلاقی، ارزش قائل شدن برای کار و معاش حلال و... می‌شود، مختص متریان نیست؛ بلکه معلمان در درجه اول ملتزم به شایستگی‌های اخلاقی باشند تا بتوانند متریان را به صفات اخلاقی متصف کنند.

همچنین، در بند «هدف‌های کلان» سند تحول بنیادین، یکی از هدف‌های کلان نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران چنین است: «تربیت انسانی موحد و مؤمن و معتقد به معاد و آشنا و متعهد به مسئولیت‌ها و وظایف در برابر خدا، خود، دیگران و طبیعت و...» (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ص ۱۴). در این هدف کلان، هم بر کسب فضایل اخلاقی و هم بر مسئولیت‌پذیری و شاخص‌های آن تأکید شده است.

در سند زیرنظام تربیت معلم و تأمین نیروی انسانی، در قسمت راهکار ۱/۲، برنامه‌هایی برای تحقق این اهداف تربیتی بیان شده است: «تدوین برنامه‌های عملیاتی لازم در راستای ترویج، تقویت مستمر و تحکیم فضایل اخلاقی در محیط‌های تربیتی



با استفاده از تمام ظرفیت‌های آموزشی و تربیتی با تأکید بر اولویت کرامت و عزت نفس و شجاعت، حیا و عفت، صداقت، مسئولیت‌پذیری و نظم در تمام دوره‌های تحصیلی» (برنامه زیرنظام تربیت معلم و تأمین منابع انسانی نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی ج.ا.ا، ۱۳۹۸، ص ۱۹). آرمان تربیت، تحقق ذات واقعیت در وجود خویشتن و کسب شایستگی برای دستیابی به مراتبی از حیات طیبه است (همان، ص ۳۸۰).

اهداف مندرج در سند زیرنظام تربیت معلم و نیروی انسانی به‌خوبی محورها و وظایف و مسئولیت‌های اخلاق حرفه‌ای معلم را ترسیم کرده است. برنامه‌ها و فرایندهای تربیت مربیان در سند زیرنظام تربیت معلم و نیروی انسانی بدین صورت است که باید رشد حرفه‌ای را به‌طور همه‌جانبه و در ابعاد مختلف، در پنج سطح دانش، گرایش، رفتار، صفات و هویت مورد توجه قرار داد.

در جدول زیر، بر اساس تحلیل محتوای اسناد تحولی و بر اساس الگوی استنتاجی فرانکنا، گزاره‌های توصیفی و تجویزی اخلاق حرفه‌ای معلم آورده شده است تا بر اساس آن‌ها بتوان اهداف، اصول و روش‌های تربیتی اخلاق حرفه‌ای را نهادینه ساخت.

جدول (۱): گزاره‌های توصیفی و تجویزی اخلاق حرفه‌ای معلم استنتاج شده از اسناد تحولی آموزش و پرورش

اسناد تحولی آموزش و پرورش	گزاره‌ها
سند مبانی نظری سند تحول بنیادین آموزش و پرورش	<p>گزاره توصیفی:</p> <p>زمینه‌سازی برای دستیابی متریان به مراتبی از حیات طیبه، نیازمند برخورداری معلمان از شایستگی‌های لازم فردی و اجتماعی است.</p>
	<p>گزاره تجویزی:</p> <p>مربیان باید برای هدایت متریان به مراتبی از حیات طیبه، زمینه‌های اجتماعی و اخلاقی هدفمند تکوین و تعالی پیوسته هویت آن‌ها را فراهم آورند.</p>
	<p>گزاره توصیفی:</p> <p>درک موقعیت خود و دیگران و عمل مداوم برای اصلاح خود و دیگران بر اساس نظام معیار ربوبی، نیازمند آمادگی مربیان در همه ابعاد است.</p>
	<p>گزاره تجویزی:</p> <p>مدرسه صالح باید با ایجاد فضایی تعاملی میان مربیان و متریان (با سطوح خبرگی متفاوت) امکان ترکیب و به هم پیوستن تجربیات را متناسب با تفاوت‌های فردی متریان تدارک ببیند.</p>





اسناد تحولی آموزش و پرورش	گزاره‌ها
<p>سند تحول بنیادین آموزش و پرورش</p>	<p>گزاره توصیفی: کمک به هدایت متریان و زمینه‌سازی برای رشد و تحول وجودی آن‌ها با هدف شکل‌گیری و پیشرفت مداوم جامعه صالح، نیازمند اهتمام معلمان است.</p> <p>گزاره تجویزی: معلمان برای تربیت انسانی موحد، مؤمن و معتقد به معاد و آشنا و متعهد به مسئولیت‌ها و وظایف (در برابر خدا، خود، دیگران و طبیعت)، حقیقت‌جو و عاقل، عدالت‌خواه و صلح‌جو و... باید متخلق به اخلاق الهی شوند.</p> <p>گزاره توصیفی: تربیت، فرایندی تعاملی و یکپارچه و مبتنی بر نظام معیار اسلامی است.</p>
<p>سند زیرنظام تربیت معلم و تأمین نیروی انسانی</p>	<p>گزاره توصیفی: زمینه‌سازی برای تربیت معلمان، نیازمند تدوین برنامه‌های عملیاتی لازم برای ترویج، تقویت مستمر و تحکیم فضایل اخلاقی در معلمان، با استفاده از تمام ظرفیت‌های آموزشی و تربیتی است.</p> <p>گزاره تجویزی: معلمان باید برای کسب فضایل اخلاقی اهتمام ورزند.</p>

اسناد تحولی آموزش و پرورش	گزاره‌ها
	<p>گزاره تجویزی: باید برای ایجاد نظام ارزیابی صلاحیت معلمان شامل شایستگی‌های اخلاقی، اعتقادی، انقلابی، حرفه‌ای و تخصصی و ارزشیابی متناسب با مبانی و اهداف سند تحول راهبردی اهتمام ورزید.</p> <p>گزاره توصیفی: تربیت معلم نیازمند تقویت شایستگی‌های اعتقادی، اخلاقی و حرفه‌ای معلمان و تحکیم نقش الگویی آنان در جامعه است.</p> <p>گزاره تجویزی: باید به تقویت اخلاق کار، تعلق خاطر به کار و سازمان و ارتقای فرهنگ سازمانی در مربیان اهمیت داده شود.</p>

تبیین اهداف، اصول و روش‌های نهادینه‌سازی اخلاق حرفه‌ای معلمان بر اساس اسناد تحولی
اینک بر اساس گزاره‌های به‌دست آمده از اسناد تحولی آموزش و پرورش به استنتاج اهداف، اصول و روش‌ها می‌پردازیم.
در واقع، اهداف اخلاق حرفه‌ای همان گزاره‌های تجویزی هستند که جهت اصول را مشخص می‌کنند.





اهداف تربیتی اخلاق حرفه‌ای معلمان

بر اساس گزاره‌های توصیفی و تجویزی به دست آمده از تحلیل اسناد تحولی آموزش و پرورش، به استنتاج اهداف غایی و واسطی برای اخلاق حرفه‌ای معلم پرداخته می‌شود.

هدف غایی: دستیابی به کمال و سعادت

این هدف در قلمرو تعلیم و تربیت رسمی و عمومی و تحقق اخلاق حرفه‌ای موجب رشد و ترقی نظام تعلیم و تربیت اسلامی می‌شود و نومعلم‌ان و دانش‌آموزان را به سعادت حقیقی که همان قرب‌الی‌الله است نزدیک می‌کند؛ به عبارت دیگر، از دیدگاه دینی، تحقق سعادت جاوید آدمیان مستلزم نوعی زندگانی مؤمنانه است که آن را «حیات طیبه» می‌نامند (سند تحول بنیادین، ۱۳۹۰، ص ۴۵).

اهداف واسطه‌ای

الف) پرورش مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری اخلاقی شخص در عمل، به موقعیتی متعلق است که فرد در آن موقعیت زندگی می‌کند. لذا سه گونه محیط زندگی را می‌توان برشمرد: زندگی شخصی که خود شامل حریم خصوصی و حریم خانوادگی می‌شود، زندگی شغلی که ناظر به مسئولیت‌پذیری اشخاص در محیط شغلی است و زندگی شهروندی. این سه حوزه زیست آدمی از یکدیگر جدا نیستند؛ هرچند مسائل اخلاقی، شایستگی‌های منشی و بایستگی‌های کنشی در آن‌ها متمایز است.



ب) کسب شایستگی‌ها

منظور از شایستگی در قلمرو اخلاق حرفه‌ای معلمان، مجموعه‌ای ترکیبی از صفات و توانمندی‌های ناظر به همه جنبه‌های اخلاقی، تخصصی و حرفه‌ای است که مرییان با هدف درک و بهبود موقعیت خود و دیگران و برای دستیابی خود و فراهم آوردن زمینه‌های دستیابی دیگران به حیات طیبه باید آن‌ها را کسب کنند.

شایستگی‌های معلمان در سه عرصه اساسی اخلاقی، تخصصی و حرفه‌ای جای می‌گیرند. بحث از شایستگی‌های منشی و بایستگی‌های کنشی در اخلاق تعلیم و تربیت، دارای دو رویکرد عمده است؛ رویکرد فردگرایانه که پیشینه‌ای دیرین دارد و هدف خود را بیان فضایل و الزامات اخلاقی معلمان و دانش‌آموزان می‌داند. در این رویکرد، از اخلاقیات متقابل مربی و متربی در فرایند یادگیری و یاددهی بحث می‌شود. رویکرد دوم، یعنی رویکرد سازمانی، محصول عصر جدید است که در آن سازمان‌ها بر اشخاص سلطه یافته‌اند. در این رویکرد، هدف از اخلاق، رشد اخلاقی سازمان‌های حرفه‌ای است و مباحث آن شایستگی‌های منشی و بایستگی‌های کنشی حقوقی سازمان‌هایی مانند مدرسه است.

اصول تربیتی اخلاق حرفه‌ای معلمان

مقصود از اصول، قواعد، دستورالعمل‌ها، بایدها و نبایدهای برگرفته از اسناد تحولی درباره اخلاق حرفه‌ای معلمان است. این اصول از گزاره‌های تجویزی (اهداف) و گزاره‌های توصیفی برگرفته از اسناد تحولی آموزش و پرورش استنتاج و برای دستیابی به آن‌ها اغلب از «استنتاج پیش‌رونده» استفاده شده است.

اصل احترام

- ۱- گزاره توصیفی: کرامت وجودی تمام انسان‌ها؛
- ۲- گزاره تجویزی: رسیدن به کمال و سعادت؛

۳- گزاره تجویزی (اصول): اصل احترام.

مهم‌ترین عنصر در تعامل اخلاقی با خود و دیگران، احترام است. دانش‌آموز می‌نگرد که معلم با دانش‌آموزان چگونه رفتار می‌کند؛ آیا این رفتار محترمانه است؟ میزان پایداری معلم به مواجهه محترمانه با دانش‌آموزان چقدر است؟ محترمانه بودن و یا توهین‌آمیز بودن رفتار معلم، به دانش‌آموزان درس ادب یا بی‌ادبی می‌دهد. بر همین اساس، می‌توان گفت واژه احترام دارای کاربردهای گوناگونی است؛ گاهی در معنی عام پایبندی به حقوق افراد به کار می‌رود، اما هنگامی که در بیان حقوق افراد، از حق احترام یاد کنیم، واژه احترام را در معنی خاص به کار برده‌ایم. احترام در این کاربرد، در برابر توهین و خوارداشتن به کار می‌رود.

اصل تعهد کاری

۱- گزاره توصیفی: آشنایی افراد با وظایف و مسئولیت‌های چهارگانه؛

۲- گزاره تجویزی: پرورش مسئولیت‌پذیری در معلمان؛

۳- گزاره تجویزی (اصول): اصل تعهد کاری.

تعهد حرفه‌ای به ارتباط خاص بین فرد حرفه‌مند و حرفه اشاره دارد. بنیان این ارتباط، دوستی و عشق فرد به حرفه است (فرامرزقراملکی و همکاران، ۱۳۹۵). علاقه فراوان به حرفه، منشأ انگیزه درونی و خودانگیزگی فرد است و وی را به ایفای نقش در حرفه سوق می‌دهد. لذا تعلیم و تربیت بخش مهمی از زندگی معلم می‌شود و او از حرفه کسب هویت می‌کند.

اصل شایستگی محوری

۱- گزاره توصیفی: کسب شایستگی‌ها توسط افراد؛

۲- گزاره تجویزی: دستیابی معلمان به شایستگی‌های اخلاقی، تخصصی و حرفه‌ای؛

۳- گزاره تجویزی (اصول): اصل شایستگی محوری.



طبق اصل شایستگی، یکی از اصول اساسی در برنامه‌ریزی‌های موردنظر در حرفه معلمی، شایستگی محوری است؛ سیاست‌گذاران باید زمینه‌های لازم را برای دستیابی معلمان به این شایستگی‌ها فراهم آورند.

اصل شکیبایی

- ۱- گزاره توصیفی: زمینه‌سازی مربیان برای هدایت متربیان؛
- ۲- گزاره تجویزی: اهتمام معلمان به شناخت و اصلاح و سامان‌دهی موقعیت خود و دانش‌آموزان؛
- ۳- گزاره تجویزی (اصول): اصل شکیبایی.

بر اساس این اصل، لازمه کارکردن با کودک و نوجوان، برخورداری از شکیبایی است. معلم در ارتباط با دانش‌آموزان باید حلیم و صبور باشد. عرصه تعلیم جای از کوره‌دررفتن و به‌تنگ آمدن نیست. در ارتباط با این اصل باید یادآور شد که عواملی که موجب صبر و شکیبایی معلم می‌شوند، عبارت‌اند از: هدفمندبودن، آگاه‌بودن، عاشق‌بودن، علاقه قلبی به امر تعلیم و تربیت، احساس مسئولیت و خسته‌نشدن. معلم در امر اداره کلاس باید واقع‌بین باشد و صبر و تحمل زیادی از خود نشان بدهد.

روش‌ها

برای اجرای اصول (بایدها و نبایدها)، به روش‌های عملی نیاز است که از آن‌ها با عنوان روش‌های تربیتی یاد می‌شود (باقری، ۱۳۸۹، ص ۲۴۷).

روش اسوه‌سازی اخلاقی

گزاره مبنایی (هدف): دستیابی به سعادت و کمال؛

گزاره تجویزی (اصل): احترام؛





گزاره تجویزی (روش): اسوه‌سازی اخلاقی.

مدرسه، مکانی است که در آموزش احترام به کودک، نقشی مهم ایفا می‌کند و در رشد و تکامل شخصیت کودک تأثیر انکارناپذیری دارد. شیوه رفتار و کلام مربی در تقویت احترام کودکان به بزرگسالان تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارد. لذا مدرسه نیز همانند خانواده در ایجاد صفت احترام به دیگران و رفع صفت ناپسند بی‌احترامی به دیگران، کودکان را یاری می‌دهد و فضیلت احترام به بزرگ‌ترها را در آن‌ها نهادینه می‌کند.

واژه «اسوه» درباره تاسی و پیروی از دیگران در کارهای خوب به کار می‌رود. در این روش، مربی می‌کوشد نمونه رفتار مطلوب را عملاً در معرض دید مربی قرار دهد و بدین گونه موقعیت اجتماعی او را دگرگون کند تا او به پیروی بپردازد و حالت نیکویی، مطابق با آن عمل نمونه، در خویش پدید آورد.

روش باورسازی ایمانی

گزاره مبنایی (هدف): پرورش مسئولیت‌پذیری در معلمان؛

گزاره تجویزی (اصل): تعهد کاری؛

گزاره تجویزی (روش): باورسازی ایمانی.

ایمان، گرایش قلبی و وابستگی اعتقادی و روانی به یک معبود است؛ به گونه‌ای که انسان طبق آن اعتقاد عمل کند و به لوازم ایمان و تعهدات آن پایبند باشد. در این تعریف، مفهوم باور نهفته است؛ باور یعنی قبول یک مطلب به وضوح، به نحوی که دل را مسحّر و روشن سازد. بنابراین، معلم اگر مکتب و عقیده و ایمان استوار داشته باشد، هم خود سعادتمند می‌شود و هم تکلیفش در حرفه‌اش مشخص است. در غیر این صورت، موجودی سرگردان است که مثل کاه با وزش باد به هر سو می‌رود و دچار ناهماهنگی می‌شود.



روش تعالی بخشی شئون مربیان

گزاره مبنایی (هدف): کسب شایستگی ها توسط افراد؛

گزاره تجویزی (اصل): شایستگی محوری؛

گزاره تجویزی (روش): تعالی بخشی شئون مربیان.

برای آنکه به شایستگی محوری در عرصه اخلاق حرفه‌ای معلمان توجه شود باید زمینه‌سازی‌های مناسب برای توانمندسازی ابعاد وجودی معلمان، ذیل ساحت‌های مختلف تربیتی صورت گیرد. بدین منظور، با نگاه یکپارچه تمام مؤلفه‌های هویتی معلمان شامل بینش، گرایش، میل، باور و عمل آنان موردنظر قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود صفات و قابلیت‌های آنان با نگاهی همه‌جانبه اعتلا یابد.

روش آموزش تدریجی و مداوم

گزاره مبنایی (هدف): زمینه‌سازی مربیان برای هدایت متربیان؛

گزاره تجویزی (اصل): شکیبایی؛

گزاره تجویزی (روش): آموزش تدریجی و مداوم.

بر اساس این روش، معلمان باید با صبر و شکیبایی و به‌طور تدریجی و مداوم زمینه هدایت متربیان را فراهم کنند. بنا بر حرکت جوهری، همه موجودات مادی دارای حقیقتی سیال‌اند و پیوسته در حال نوشدن هستند؛ پس، نفس که از طریق بدن مادی استکمال پیدا می‌کند، دارای وجودی تدریجی است؛ یعنی انسان پیوسته در سیر تدریجی از قوه به فعل قرار دارد و شاکله انسانی به تدریج شکل می‌گیرد.

بدین معنا که رفتار بیرونی و افکار درونی در فعل و انفعالات خود به تدریج ملکات متناسب را به وجود می‌آورند. لذا برای تربیت باید فرایندی تدریجی در نظر گرفته شود و در مراحل مختلف اجرا گردد (قمی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۰۴-۱۰۶).

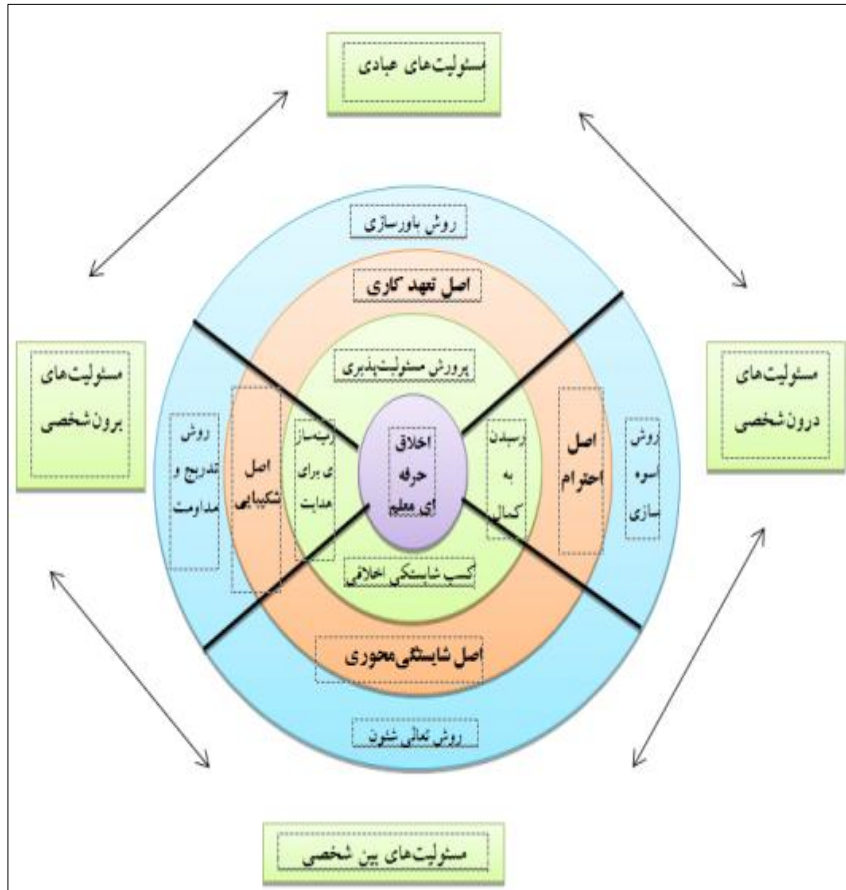
جدول (۲): اهداف، اصول و روش‌های اخلاق حرفه‌ای معلم بر اساس اسناد تحولی آموزش و پرورش

اهداف	اصول	روش‌ها
دستیابی به سعادت و کمال	احترام	اسوه‌سازی اخلاقی
پرورش مسئولیت‌پذیری در معلمان	تعهد کاری	روش باورسازی ایمانی
کسب شایستگی‌ها توسط افراد	شایستگی محوری	روش تعالی شئون وجودی
زمینه‌سازی مربیان برای هدایت متربیان	شکلیایی	روش آموزش تدریجی و مداوم

بر اساس مبانی، اهداف، اصول و روش‌های اخلاق حرفه‌ای معلم که از اسناد تحولی آموزش و پرورش به دست آمد، اینک به ارائه چارچوبی چندوجهی می‌پردازیم که مسئولیت‌های چهارگانه معلمان را در قبال خداوند، خود، دیگران و محیط‌زیست در بر دارد.

چارچوب ترسیمی به‌نوعی در دل مسئولیت‌های چهارگانه شکل گرفته است؛ بدین صورت که علاوه بر نهادینه کردن مسئولیت‌های اخلاقی، اهداف والای تعلیم و تربیت اسلامی که رسیدن به سعادت و قرب‌الی‌الله و دستیابی به فضایل و شایستگی‌های اخلاقی است نیز محقق می‌گردد.





شکل (۱): چارچوب اخلاق حرفه‌ای معلم بر اساس اسناد تحولی آموزش و پرورش



نتیجه‌گیری

تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش نشان داد که اخلاق حرفه‌ای معلم در پیوند با مفاهیم تربیت، شایستگی‌های پایه، زمینه‌سازی، حیات طیبه، اسوه حسنه، ساحت‌های تربیتی، مدرسه صالح و... بیان شده است. لذا برای تبیین اخلاق حرفه‌ای معلم همه مفاهیم کلیدی بررسی و مبتنی بر تحلیل صورت گرفته، گزاره‌های توصیفی و تجویزی مرتبط شناسایی شد.

سپس، متناظر با این گزاره‌ها با بهره‌گیری از روش قیاس عملی، اهداف و اصول و روش‌های آموزش اخلاق حرفه‌ای معلم استنتاج گردید. اهداف اخلاق حرفه‌ای معلم شامل دستیابی به سعادت و کمال، پرورش مسئولیت‌پذیری، کسب شایستگی‌ها و زمینه‌سازی برای هدایت متریان است، اصول شامل احترام، تعهد کاری، شایستگی محوری و شکیبایی است و روش‌های آموزش اخلاق حرفه‌ای معلمان عبارت‌اند از:

اسوه‌سازی اخلاقی، باورسازی ایمانی، تعالی شئون وجودی و روش تدریج و مداومت. از آنجا که اهداف، اصول و روش‌های نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در اسناد تحولی به‌طور مشخص تبیین و به کلیات اخلاق حرفه‌ای اشاره شده است، اهداف، اصول و روش‌های استنتاج شده از قابلیت کاربردی شدن در دانشگاه‌های فرهنگیان و تربیت دبیر برای آموزش نومعلمان برخوردارند.

محورها و مؤلفه‌های به‌دست آمده عبارت‌اند از:

معنویت‌گرایی و کرامت‌بخشی، تعامل (رفتار ارتباطی)، عدالت، پرورش فضایل اخلاقی، اهتمام به پرورش فکر و اندیشه، اعتدال‌گرایی، مسئولیت‌پذیری و شکوفایی استعدادها که با پژوهش‌های پیشین (فرامرزق‌راملکی، ۱۳۸۵، ۱۳۸۸ و ۱۳۹۵؛ مطهری، ۱۳۷۸ و ۱۳۷۴) هم‌خوانی دارند.

از جمله نتایج متفاوتی که پژوهش حاضر بدان دست یافت، تحلیل فلسفی اسناد تحولی آموزش و پرورش و استنتاج دلالت‌های تربیتی برای اخلاق حرفه‌ای معلمان



در قالب اهداف، اصول و روش‌های تربیتی است؛ لذا هم‌سوئی و ناهم‌سوئی خاصی نیز با آن گزارش نشده است. همچنین، رویکرد پژوهش حاضر، فلسفی و استنتاجی است که به‌نوبه خود رویکردی نو به حساب می‌آید.



کتاب‌نامه

۱. امام، محمدرضا (۱۳۸۶)، مبانی فقهی و حقوقی امانت‌داری در اخلاق حرفه‌ای در تمدن ایران و اسلام، تهران: آگاه.
۲. باقری، خسرو، نرگس سجادیه و طیبه توسلی (۱۳۸۹)، رویکردها و روش‌های پژوهش در فلسفه تعلیم و تربیت، تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۳. برنامه زیرنظام تربیت معلم و تأمین منابع انسانی نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۸)، دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.
۴. بیگ‌زاده، جعفر، محمد صادقی و داوود ابراهیم‌پور (۱۳۹۱)، «تأثیر عوامل سازمانی بر رشد اخلاق حرفه‌ای کارکنان»، اخلاق در علوم و فناوری، ش ۲، ص ۱-۲۵.
۵. حاجی‌بابایی، حمیدرضا و سوسن کشاورز (۱۳۹۱)، مدرسه‌ای که من دوست دارم، تهران: مدرسه.
۶. حسینی، نجمه و عفت عباسی (۱۳۹۱)، «راهکارهای نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها از دیدگاه آموزه‌های دینی»، اسلام و پژوهش‌های تربیتی، سال ۲، ش ۱، ص ۱۲۹-۱۵۴.
۷. سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰)، تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.
۸. صالح‌نیا، منیره و زینب توکلی (۱۳۸۸)، «اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی»، اخلاق در علوم و فناوری، ش ۳ و ۴، ص ۲۰-۳۵.
۹. غلام‌پور، میثم، محسن آیتی و احمد واشقانی فراهانی (۱۳۹۹)، «تبیین مؤلفه‌های تربیت اخلاقی فراگیران و تحلیل جایگاه آن در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش»، پژوهش‌نامه اخلاق، سال ۱۳، ش ۴۹، ص ۱۲۹-۱۵۰.
۱۰. فرامرزق‌راملکی، احد (۱۳۸۵)، اخلاق حرفه‌ای، قم: مجنون.





۱۱. فرامرزق‌راملکی، احد (۱۳۸۶)، بر سر گنج؛ در اخلاق حرفه‌ای در تمدن ایران و اسلام، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۲. فرامرزق‌راملکی، احد (۱۳۸۸)، در آمدی بر اخلاق حرفه‌ای، تهران: سرآمد.
۱۳. فرامرزق‌راملکی، احد، زینب برخوردار و فائزه موحدی (۱۳۹۵)، اخلاق حرفه‌ای در مدرسه، تهران: مؤسسه آموزشی فرهنگی.
۱۴. فرمهینی فراهانی، محسن و لیلا بهنام جام (۱۳۹۱)، «بررسی میزان رعایت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای آموزش در اعضای هیئت علمی دانشگاه شاهد»، اخلاق در علوم و فناوری، سال ۷، ش ۱، ص ۱-۱۰.
۱۵. قمی، محسن و همکاران (۱۳۸۷)، «نظریه حرکت جوهری؛ پیامدهای فلسفی تربیتی»، اندیشه دینی، ش ۲۹، ص ۹۱-۱۱۶.
۱۶. گودرزی، مصطفی (۱۳۸۸)، بررسی مبانی دینی اخلاق حرفه‌ای معلمان از دیدگاه اندیشمندان مسلمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان.
۱۷. مبانی نظری سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۸۹). تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.
۱۸. محمدی، مسلم و مهدی گل‌وردی (۱۳۹۲)، «مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در سازمان با الگوگرفتن از مبانی دینی»، دوفصلنامه اسلام و مدیریت، سال ۲، ش ۳، ص ۱۶۱-۱۸۰.
۱۹. مصلحی نوش‌آبادی، حسین (۱۳۹۲)، بررسی اخلاق حرفه‌ای معلمی از منظر شهید مطهری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
۲۰. مطهری، مرتضی (۱۳۷۴)، تعلیم و تربیت در اسلام، تهران: صدرا.
۲۱. مطهری، مرتضی (۱۳۷۸)، فلسفه اخلاق، تهران: صدرا.



22. Bowie, N. (2003), the role of ethics in professional education; in: A companion to the philosophy of education; R. Curren, (Ed), Blackwell Publishing.
23. Ngang, T. K., & Chan, T. C. (2015), The importance of ethics, moral and professional skills of novice teachers Procedia-Social and Behavioral Sciences, 205, 8-12.
24. Ontario College of Teachers (2011), “The ethical standards for the teaching profession”, <http://www.oceo.ac>

به کارگیری رویکرد کیفی فراترکیب برای بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابداری

فاطمه داروغه حضرتی،* ملیحه میرحسینی**

چکیده

اخلاق و رفتار حرفه‌ای برای حرفه حسابداری بسیار مهم است. بدون جلب اعتماد استفاده کنندگان، ارائه خدمات حسابداری بیهوده است. در مجموع، چنانچه در هر حرفه به اخلاق حرفه‌ای توجه شود، آن حرفه پیشرفت خواهد کرد، و گرنه به زودی نابود می‌شود. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابداری صورت گرفته است. به این منظور، با رویکرد پژوهش کیفی و ابزار فراترکیب که شامل گام‌های هفت‌گانه است به ارزیابی و تحلیل نظام مند ۷۹ مورد از یافته‌های پژوهش‌های پیشین پرداخته شد و با استفاده از روش آنتروپی شانون، بر اساس رویکرد تحلیل محتوا، ضریب اثر معیارهای شناسایی شده، تعیین شد. در نهایت، معیارهایی که بیشترین تأثیر را بر اخلاق حرفه‌ای حسابداری

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد داریون.

Hazrati@iaudarion.ac.ir

** دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.

mali522@yahoo.com

تاریخ تأیید: ۱۴۰۰/۰۹/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۶



دارند، معلوم شدند. معیارهای شناسایی شده در این پژوهش، کاربردی هستند و اهمیت اخلاق حرفه‌ای حسابدار را نشان می‌دهند. نتایج حاصل از این پژوهش به کاهش شکاف میان نظریات موجود در زمینه اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و رعایت آیین رفتار حرفه‌ای در عمل، کمک شایانی می‌کند.

کلیدواژه‌ها

اخلاق حرفه‌ای، فراترکیب، آنتروپی شانون، اخلاق حرفه‌ای حسابدار، رفتار حرفه‌ای.

مقدمه

اخلاق، یکی از اجزای جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌هاست و نادیده گرفتن آن به صدمات زیادی منجر شده است. در اصل، اخلاق، موضوعی است فراگیر که همه جوانب زندگی بشر را پوشش می‌دهد. رشد روزافزون جامعه بشری و پیچیدگی روابط و مناسبات اجتماعی، پیدایش حرفه‌های گوناگون را ایجاب می‌کند. تداوم حیات این حرفه‌ها به نوع و کیفیت خدماتی که ارائه می‌کنند و اعتماد و اعتباری که در نتیجه ارائه این خدمات به دست می‌آورند، وابسته است. کدهای اخلاقی ارزش‌های اصیل اخلاقی هستند که سازمان‌ها با تبیین آن‌ها، خط‌مشی اخلاقی خود را تعیین می‌کنند. اخلاق، رکن تمام حرفه‌ها و سازمان‌هاست. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، اخلاق به صورت یک مسئولیت اجتماعی درآمده که موجب ارتقا و رشد منابع انسانی گردیده، بهره‌وری را افزایش داده و باعث رشد و بالندگی سازمان می‌گردد. در مجموع، چنانچه در یک حرفه اخلاق حرفه‌ای وجود داشته باشد، آن حرفه پیشرفت خواهد کرد و گرنه باید منتظر نابودی آن بود (اسکندری، ۱۳۹۱، ص ۸-۱۵).





بنابراین، امروز در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، توجه به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزام‌هاست (تولایی، ۱۳۸۸، ص ۴۵-۶۴). جدایی مدیریت از مالکیت، حسابداران را در جایگاهی نشانده است که تزلزل اخلاقی یا حتی شبهه در رفتار آنان نه تنها بازار سرمایه را آشفته و گاه فلج می‌سازد، بلکه با ایجاد بی‌اعتمادی به درستکاری مدیران، امکان انجام فعالیت‌های مدیریت را نیز محدود می‌کند؛ از این رو، طی سال‌های اخیر، حرفه حسابداری به سمت وضع مقررات محدودکننده‌تر مانند آیین رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی یا قانون «ساربنز آکسلی» پیش رفته است (ثقفی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۷).

اگر قرار باشد صورت‌های مالی و گزارش‌های حسابداری برای تصمیم‌گیری منطقی سهام‌داران بالقوه و بالفعل، موثق و درخور استفاده باشند، باید برای حسابداران که تهیه‌کنندگان این صورت‌ها هستند، مسئولیت‌های اخلاقی تعیین شده باشد. بنابراین، لازمه این‌که حسابداران پایه‌های تغییرات و تحولات حرکت کنند، داشتن آگاهی و بصیرت کافی، شناخت ارزش‌های اخلاقی حاکم در محیط و انعطاف در قبال تحولات پیش رو است؛ چراکه موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان است. اما متأسفانه در جامعه کنونی ما، در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود، در حالی که در جوامع غربی سکولار، در حوزه دانش، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. جامعه دینی ما نیازمند آن است که مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد و ایجاد تعامل با یکدیگر، تعریف و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود (پورعلی لاکلایه، ۱۳۹۴).

لذا با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای حسابدار و وابستگی آینده حرفه حسابداری به رهبری اخلاقی از سوی حسابداران حرفه‌ای و رهبران این حرفه و نیز وجود شکاف میان نظریات موجود در زمینه اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و رعایت آیین رفتار حرفه‌ای در عمل، در این پژوهش سعی شده معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای



حسابدار در این حوزه شناسایی و بررسی شود. از جنبه‌های دانش‌افزایی و نوآوری این پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد:

اول اینکه در این پژوهش برای تحلیل نظام‌مند معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای از ابزار متاستر (فرا ترکیب) استفاده شده است. در ادامه، نخست به بررسی و مطالعه تحقیقات مرتبط با ادبیات پژوهش پرداخته و سپس، میزان و اهمیت هر یک از عوامل مؤثر به کمک آنتروپی شانون تعیین شده است.

دوم اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند موجب گسترش ادبیات نظری در حوزه اخلاق حرفه‌ای حسابدار در ایران شود. در نهایت، یافته‌های پژوهش برای ایجاد چارچوب یا قالبی مشخص برای معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار با توجه به شرایط کشور ایران حائز اهمیت است. از این‌رو، در ادامه، شماری از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده که ارتباط نزدیکی با پژوهش حاضر دارند، آورده شده است.

پیشینه پژوهش

یداللهی (۱۳۹۹) به بررسی نقش مدیریت اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و عملکرد حسابرسی با تأکید بر جایگاه آموزش اخلاق در حسابداری و حسابرسی پرداخته و به این نتیجه رسیده است که برای توسعه و پیشبرد تفکر اخلاقی، در آموزش حسابداری برای شناسایی و برنامه‌ریزی رفتار اخلاقی، باید از طرح تازه‌ای بر مبنای اصول اخلاقی حسابداران با وجدان و الزام خود به رعایت مقررات در محیط کار استفاده شود.

فیروزبخت (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «بررسی و شناسایی ملاحظات اخلاقی در حرفه حسابداری»، ابزار مقیاس اخلاقی چندبعدی تعریف کرده است که با استفاده از این ابزار می‌توان حساسیت اخلاقی، نیت اخلاقی و جهت‌گیری اخلاقی را اندازه‌گیری کرد.



طالب‌نیا و همکارانش (۱۳۹۸، ص ۱۰۳-۱۰۷) در مقاله «پیش‌بینی پاسخ‌گویی در حسابداران رسمی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای» با آزمون فرضیه پژوهش دریافتند که بین سطح اخلاق حرفه‌ای و پاسخ‌گویی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با افزایش میزان اخلاق حرفه‌ای، پاسخ‌گویی افزایش می‌یابد. میزان اثرپذیری پاسخ‌گویی از اخلاق حرفه‌ای، حدود ۴۸ درصد است.

ترجانی و مرتضوی (۱۳۹۸)، نقش فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای را در سازمان‌ها تجزیه و تحلیل کردند. یافته‌های تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی و هر چهار مؤلفه آن (درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق‌پذیری و مأموریت) بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر مثبت و معناداری دارند.

نمازی و رجب‌دری (۱۳۹۷، ص ۳۷-۶۴) به تدوین سوگندنامه اخلاقی حسابداران ایران همت گمارده‌اند. مطالعات آن‌ها نشان داد که از دیدگاه خبرگان، هنجارها و ارزش‌ها، بیشترین و صورت و فرم، کمترین اهمیت را دارند. بر این اساس، آنان سوگندنامه پیشنهادی برای حسابداری را ارائه کردند.

رحیمی کاکلکی و همکارانش (۱۳۹۶، ص ۷۵-۸۷)، عوامل مؤثر بر رعایت اخلاق حرفه‌ای حسابداران را شناسایی کردند و نتیجه گرفتند که سازه اجتماعی سطح تحصیلات بر ارزیابی بی‌طرفانه تأثیر ندارد، اما سازه‌های فردی سن و جنسیت اعضای جامعه حسابداران رسمی بر رعایت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای شامل بی‌طرفانه بودن، رفتار حرفه‌ای، صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای، انسجام و وحدت رویه و رازداری تأثیر دارند.

نمازی، رجب‌دری و روستا میمندی (۱۳۹۶، ص ۲۲۶-۱۹۳)، مقاله‌های مرتبط با اخلاق حرفه‌ای حسابداری در ایران را با روش تحلیل محتوا بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهند که در ایران تاکنون به پژوهش‌های اخلاق حسابداری بسیار کم توجه شده است و در آینده باید این عقب‌افتادگی جبران گردد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از نظر هدف، اکتشافی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی و از نوع پیمایشی است. روش پژوهش حاضر، ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی است. در این پژوهش، ابتدا به رویکرد کیفی و سپس، به رویکرد کمی پرداخته شده است. برای پاسخ‌گویی به مسئله پژوهش، در مرحله کیفی از روش متاستز (فرا ترکیب) و در مرحله کمی برای تعیین ضریب اثر معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار از روش آنتروپی شانون استفاده شد.

روش تحلیل کیفی فرا ترکیب

فرا ترکیب، نوعی مطالعه کیفی است که اطلاعات و یافته‌های مطالعات کیفی دیگر را با موضوع مرتبط و مشابه بررسی می‌کند. در نتیجه، نمونه مورد نظر برای فرا ترکیب از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آن‌ها با سؤال پژوهش به دست می‌آید. فرا ترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام دهد و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند. برای دستیابی به هدف پژوهش، از روش فرا ترکیب (Sandelowski, Barroso, 2007, p. 99-111) استفاده شد.

این الگو شامل هفت مرحله است که در ادامه، این هفت مرحله را شرح می‌دهیم و ابعاد مختلف روش این پژوهش را در قالب این مراحل تبیین می‌کنیم.

گام اول: تنظیم سؤال پژوهش

اولین گام متاستز (فرا ترکیب)، تنظیم سؤالات پژوهش است. برای تنظیم سؤالات پژوهش باید به موارد زیر توجه کرد:



جدول (۱): سؤالات کلی برای شروع روش فراترکیب

پارامتر	سؤال پژوهش
جامعه مورد نظر (who)	منابع مختلف شامل انواع مقالات، کتاب‌ها و پایان‌نامه‌هایی که در آن‌ها به تشریح و شناسایی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار پرداخته‌اند
هدف پژوهش (what)	شناسایی عناصر، مؤلفه‌ها و معیارهای مربوط به اخلاق حرفه‌ای حسابدار
روش انجام پژوهش (How)	بررسی آثار و منابع شناسایی و اولویت‌بندی عوامل و معیارهای مؤثر و تحلیل و دسته‌بندی مفاهیم و معیارهای شناسایی شده
بازه زمانی پژوهش (when)	تمام آثار موجود بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ میلادی (۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰ خورشیدی) تا زمان انجام پژوهش

با توجه به موارد یادشده، سؤالات اصلی پژوهش به شرح زیر است:

- معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار چیست؟
- اولویت و طبقه‌بندی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار به چه صورت است؟

گام دوم: مروری بر ادبیات به شکل نظام‌مند

در این مرحله، پژوهشگر به جستجوی ساختاری مقالات منتشر شده در مجلات علمی مختلف و معتبر داخلی و خارجی با استفاده از واژگان کلیدی مرتبط می‌پردازد. انتخاب واژه‌های کلیدی برای جستجو، ابتدا کلی است و بعد، جزئی‌تر می‌شود. به این منظور، واژگان کلیدی جدول (۲) به صورت منفرد یا ترکیبی به فارسی و انگلیسی بررسی و در نهایت، ۵۸۰ مقاله یافت شد. با استفاده از معیارهای بالا، جستجو در پایگاه‌های داده انجام شد و تمام مطالعات در دسترس، بر اساس ارتباط عنوانشان با واژه‌های کلیدی، در یک فایل صفحه گسترده جمع‌آوری شد.



جدول (۲) واژه‌های جستجو شده

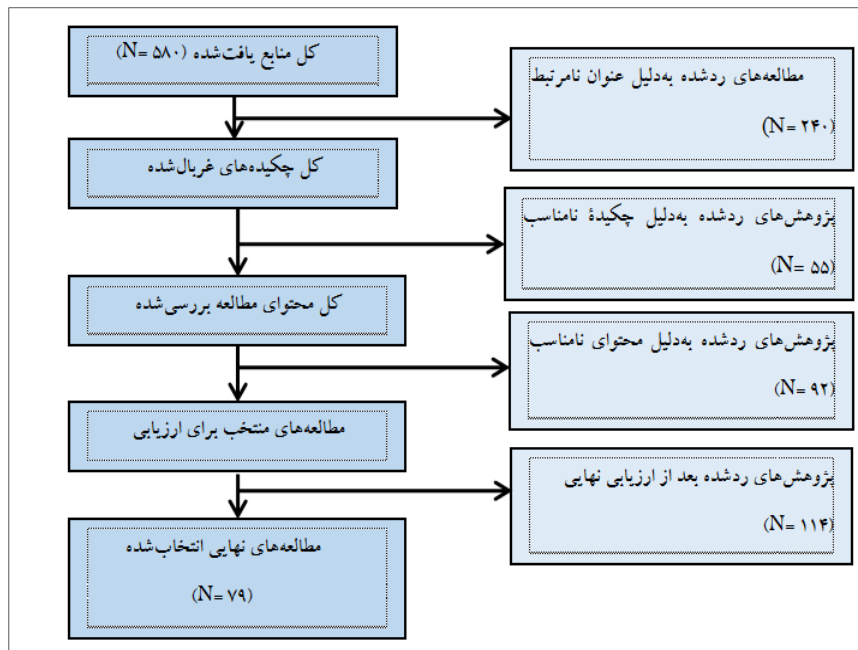
واژه‌های کلیدی	
فارسی	انگلیسی
اخلاق	Ethics
اخلاق حرفه‌ای	Professional ethics
اخلاق حرفه‌ای حسابداری	Accounting professional ethics
اخلاق حرفه‌ای حسابداری و حسابرسی	Professional ethics of accounting and auditing
معیار اخلاق	Ethical criteria

گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

در این مرحله، به بررسی تناسب موضوع مقاله‌های پیداشده با هدف و سؤال پژوهش پرداخته شد. در هر بازبینی تعدادی از مقالات حذف می‌شود. این مقاله‌ها در فرایند فراترکیب بررسی نمی‌شوند. فرایند بازبینی و انتخاب در این پژوهش به‌طور خلاصه در شکل (۱) نشان داده شده است.

با هدف افزایش کیفیت نتایج پژوهش، در این مرحله، مقاله‌های باقی‌مانده از نظر کیفیت روش‌شناختی مطالعه شدند تا مقاله‌هایی که از نظر روش‌شناختی ضعیف‌ترند، از فرایند پژوهش کنار گذاشته شوند. بر این اساس، ۵۸۰ مقاله طبق معیارهای ده‌گانه ارزیابی شدند؛ نتیجه تحلیل ساختاری و محتوایی مقالات، تأیید ۷۹ مقاله بود.





شکل (۱) فرایند بازبینی و انتخاب

ابزاری که معمولاً برای ارزیابی کیفیت مقالات استفاده می‌شود، برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی نام دارد. این ابزار به محقق کمک می‌کند تا دقت، اعتبار و اهمیت مطالعه‌های کیفی تحقیق را مشخص کند. در این روش، بر اساس این ده معیار، برای هر مقاله امتیازی در نظر گرفته شده است: (۱) اهداف پژوهش؛ (۲) منطق روش؛ (۳) طرح پژوهش؛ (۴) نمونه‌برداری؛ (۵) جمع‌آوری داده‌ها؛ (۶) انعکاس‌پذیری؛ (۷) ملاحظات اخلاقی؛ (۸) دقت تجزیه و تحلیل؛ (۹) بیان روش یافته‌ها؛ (۱۰) ارزش پژوهش.

منطق‌گزینش مقالات بدین ترتیب است که پژوهشگر با اعطای امتیاز به هر یک از شاخص‌ها از ضعیف (۱) تا عالی (۵) در هر یک از شاخص‌های ده‌گانه امتیازی می‌دهد. سپس، مقالات به پنج طبقه خیلی خوب (۵۰-۴۱)، خوب (۴۰-۳۱)، متوسط (۳۰-۲۱)، ضعیف (۲۰-۱۰) و خیلی ضعیف (۱۰-۰) دسته‌بندی می‌شوند. در این



پژوهش، مقالات یافته‌شده، با این روش بررسی شدند که نتایج امتیازدهی بر اساس برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی به شرح جدول (۳) است.

جدول (۳) فهرست مقالاتی که با استفاده از برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی، ارزیابی شدند

کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال
C01	یداللهی (۱۳۹۹)	C24	پورحسن (۱۳۹۷)	C47	حاجیها و رجب دری (۱۳۹۶)
C02	شفیعی نیا و همکاران (۱۳۹۹)	C25	محمدی و خوزین (۱۳۹۷)	C48	عبدلی و ابراهیمی (۱۳۹۶)
C03	فیروزبخت (۱۳۹۹)	C26	نمازی و رجب دری (۱۳۹۷)	C49	عاطفی و برزگر (۱۳۹۶)
C04	احمدی و نظری پور (۱۳۹۹)	C27	دریایی و عزیزی (۱۳۹۷)	C50	حیاتی و همکاران (۱۳۹۶)
C05	زارعی و کاظمی (۱۳۹۹)	C28	فخاری و رجب دری (۱۳۹۷)	C51	سپاسی و حسنی (۱۳۹۶)
C06	فریادی (۱۳۹۸)	C29	دارابی و همکاران (۱۳۹۷)	C52	رجب دری (۱۳۹۶)
C07	امانی و همکاران (۱۳۹۸)	C30	درخشان مهر و همکاران (۱۳۹۷)	C53	رحیمی کاکلکی و همکاران (۱۳۹۶)
C08	بیرجندی و همکاران (۱۳۹۸)	C31	میرقادری (۱۳۹۷)	C54	نمازی و رجب دری و روستامیمندی (۱۳۹۶)





کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال
C09	معینی کیا و همکاران (۱۳۹۸)	C32	فرزین و همکاران (۱۳۹۷)	C55	لاری دشت بیاضی و همکاران (۱۳۹۶)
C10	طالب نیا و همکاران (۱۳۹۸)	C33	بزرگ اصل و همکاران (۱۳۹۷)	C56	حاجیها و رجب دری (۱۳۹۶)
C11	درخشان مهر و همکاران (۱۳۹۸)	C34	کرشاهی و همکاران (۱۳۹۷)	C57	حیدرپور و رجب دری (۱۳۹۶)
C12	نوبخت (۱۳۹۸)	C35	نمازی و رجب دری (۱۳۹۷)	C60	خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۵)
C13	رؤیایی و همکاران (۱۳۹۸)	C36	رحمانی و همکاران (۱۳۹۷)	C61	نمازی و رجب دری (۱۳۹۶)
C14	فخری و حاجیها (۱۳۹۸)	C37	علیزاده و همکاران (۱۳۹۷)	C62	رجب دری و همکاران (۱۳۹۵)
C15	احمدی و همکاران (۱۳۹۸)	C38	سعیدی و همکاران (۱۳۹۷)	C58	فرزین و همکاران (۱۳۹۵)
C16	قشقایی و بیگلر (۱۳۹۸)	C39	گلی و همکاران (۱۳۹۷)	C59	صالحی (۱۳۹۵)
C17	ترچانی و مرتضوی (۱۳۹۸)	C40	برادران حسن زاده و همکاران (۱۳۹۷)	C63	RamziBenkraïema et al (2021)

نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله	نویسنده و سال	کد مقاله
Tamara Poje et al (2021)	C64	طالب نیا و رجب دری (۱۳۹۶)	C41	فانی مقدم و غفوریان شاگردی (۱۳۹۸)	C18
Jakob Mökander et al (2021)	C65	نمازی و رجب دری و روستا (۱۳۹۶)	C42	نمازی و رجب دری (۱۳۹۸)	C19
Baker (2021)	C66	بهشتی و رؤیایی (۱۳۹۶)	C43	عناستانی و عقیقی (۱۳۹۸)	C20
Andrea Saltelli (2020)	C67	بنی مهد و گل محمدی (۱۳۹۶)	C44	صمدی و اسلامی مفیدآبادی (۱۳۹۸)	C21
Donald et al (2021)	C68	رحمانی و رجب دری (۱۳۹۶)	C45	عاقلی و همکاران (۱۳۹۸)	C22
Daza et al (2020)	C69	ابراهیمی رومنجان و همکاران (۱۳۹۶)	C46	اکبری و همکاران (۱۳۹۷)	C23
Vander kolk (2018)	C76	Ismail et al (2018)	C73	Remišová et al (2019)	C70
West et al (2018)	C77	Zoran Todorović (2017)	C74	Nurlita Haeridistia et al (2019)	C71
Kertarajasa et al (2019)	C78	Dow et al (2018)	C75	Roger et al (2018)	C72
				Hunt (2019)	C79



در این پژوهش، کدهای استخراجی ارزیابی شده است. وضعیت کدگذاری محقق اول و دوم در جدول و نتایج تحلیل‌های حاصل از نرم‌افزار آماری spss در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول (۴) متقاطع کدگذار اول و دوم

		نظر کدگذار دوم		مجموع کدگذار اول
		بله	خیر	
نظر کدگذار اول	بله	۷۴	۳	۷۷
	خیر	۲	۰	۲
مجموع کدگذار دوم		۷۶	۳	۷۹

جدول (۵) مقادیر اندازه توافقی

عدد معناداری	مقدار	
۰/۰۰۱	۰/۸۷۴	کاپای مقدار توافق
	۷۹	تعداد موارد

گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

در فراترکیب پژوهشگر به‌طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده را به منظور دستیابی به یافته‌های درون محتواهای مجزایی که در آن مطالعات اصلی و اولیه انجام شده‌اند، چند بار مطالعه کرده است. برای دسته‌بندی اطلاعات مقالات می‌توان جدولی تهیه کرد که داری ستون‌های نویسندگان مقاله، سال انتشار و... باشد (دیانتی، ۱۳۹۸). جدول (۶)، خلاصه‌ای از اطلاعات استخراج شده را نشان می‌دهند.



جدول (۶) نمونه ای از استخراج مولفه ها

کد مقاله	مؤلفه‌های استخراج شده
C63	گزارش‌دهی صحیح، وجدان کاری، پیروی از قوانین سازمان، همکاری، کار گروهی و درستکاری

گام پنجم: تجزیه و تحلیل یافته‌های کیفی

گام پنجم در روش متناسبتز، تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی پژوهش است. در این پژوهش، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعات به‌عنوان کد در نظر گرفته می‌شود و بعد، با در نظر گرفتن مفهوم هریک از کدها، آن عوامل در مفهوم مشابه می‌شوند؛ سپس، مفاهیم مشابه در مقولات تبیین کننده دسته‌بندی گردید تا بدین ترتیب، محورهای تبیین کننده عوامل مؤثر در ارائه اخلاق حرفه‌ای حسابدار در قالب مؤلفه‌های اصلی پژوهش شناسایی شوند.

مؤلفه‌های فردی بیانگر ویژگی‌هایی است که برای رسیدن به نقطه مطلوب در سازمان، وجود آن در روحیه فردی و شخصیت حسابدار ضروری است؛ به بیان دیگر، اخلاق فردی، مسئولیت‌پذیری شخصی است، در برابر رفتار فردی که یک حسابدار از خود نشان می‌هد. مؤلفه‌های اجتماعی به مواردی اشاره دارند که وجود آن‌ها برای ارتباط اجتماعی مطلوب حسابدار در راستای اهداف سازمان، در روحیه و اعمال وی ضروری است. مؤلفه‌های سازمانی به گونه‌عمومی شامل موارد مرتبط با موضوع‌های مالی و اقتصادی است و ویژگی‌های منحصر به فرد حسابدار را در سازمان تشریح می‌کند.

مؤلفه‌های حرفه‌ای گرایبی بیشتر شامل معیارهایی است که حسابدار باید در زمینه فعالیت حرفه‌ای خود در سازمان رعایت کند و نشان‌دهنده مسئولیت حسابدار در قبال



حرفه است. مؤلفه‌های محیطی بیانگر مواردی است که رعایت آن برای حفظ محیط پیرامونی و توسعه پایدار سازمان ضرورت دارد و حسابدار نیز به منزله یک عنصر مهم در سازمان می‌تواند در راستای رسیدن به آن اهداف گام بردارد. دلیل اصلی توجه به عوامل محیطی اهمیت نظریه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و توجه به محیط پیرامونی و مباحث روز حسابداری است. در جدول زیر، مقوله‌های اصلی و فرعی حاصل از تحلیل کیفی ارائه می‌گردد:

جدول (۷) مقوله‌های اصلی و کدهای مربوط به آن

مقوله	کد اولیه	منبع
فردی	عدم تعصب	C11-C19-C17-C23-C40-C52-C8-C63-C69-C79
	رعایت حیا و شرم و عفت	C11-C19-C30-C64
	اخلاص	C6-C9-C38
	هدف‌گرایی	C6-C13-C31-C32-C35
	شجاعت	C9-C37-C53
	ساده‌زیستی	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C8-C19-C55-C47-C70
	ایمان و توکل به خدا	C1-C3-C5-C7-C14-C22-C47
	تعقل و تدبیر	C5-C7-C10-C16-C18-C26-C29-C30-C38-C41-C45-C46-C50-C55
	پرهیز از جانبداری	C2-C4-C11-C12-C13-C20-C22-C27-C31-C32
	پرهیز از حرص و طمع	C3-C7-C10-C16-C18-C26-C29-C30-C38-C41-C45-C46-C50-C55
	پرهیز از اسراف و تبذیر	C38-C48-C59-C62
	پرهیز از شتاب و کاهلی بی‌دلیل	C6-C17-C36-C43



منبع	کد اولیه	مقوله	
C17-C18-C25-C28-C30-C44-C48-C50-C51-C54-C55	تعدادل در خوش بینی و بدبینی		
C1-C11-C33-C68	متانت و استقامت		
C1-C11-C15-C19	درستکاری		
C1-C11-C12-C19-C28-C36	حسن تدبیر		
C1-C40-C41-C11	فروتنی		
C5-C6-C16-C22-C27-C32	تطابق کردار با گفتار		
C1-C41-C63-C67-C70	قاطعیت		
C1-C11-C21-C25	صداقت		
C44-C47	احتیاط و دوراندیشی		
C1-C2-C5-C7-C9-C10-C11-C15-C40-C41	مهار خشم		
C4-C11-C70-C73	پرهیز از حسادت		
C32-C38-C40-C44	آگاهی مستمر و درک پیشرفت های فنی		حرفه ای
C1-C2-C40-C44	ارائه اطلاعات به طور منصفانه		
C1-C3-C5-C6-C16-C22-C27-C32	ارائه به موقع اطلاعات		
C1-C3-C7-C12-C16-C43	اطمینان دهی		
C1-C2-C6	اعتباربخشی		
C11-C14-C17	اعمال روش های غیرسوگیرانه		
C1-C2-C5-C9	انصاف در عمل		
C3-C4-C8-C18	دقت کافی در تهیه اطلاعات		
C1-C2-C6-C56-C7-C63-C68-C74	پرهیز از خودبینی		
C10-C17	پرهیز از دستکاری و حذف اطلاعات		
C1-C2-C5-C9	پرهیز از رشوه دادن و رشوه گرفتن		
C16-C19-C28	پرهیز از افشای اطلاعات محرمانه		





منبع	کد اولیه	مقوله
C8-C17-C20-C22	پرهیز از پیش داوری	
C14-C22-C29	پرهیز از فساد	
C17-C18-C26	پرهیز از قبول هر نوع هدیه، احسان و دلسوزی	
C1-C9-C16-C33	جلوگیری از نفوذ نابجای دیگران در قضاوت‌های حرفه‌ای	
C1-C18-C21-C35	تردید حرفه‌ای	
C15-C27	رعایت الزامات اخلاقی حرفه	
C26-C28-C31	رعایت قوانین و مقررات حرفه	
C10-C17-C23-C59	رعایت رفتار حرفه‌ای	
C16-C18-C22-C27	انسجام و وحدت رویه	
C9-C21-C36-C48-C53-C70	حفظ استقلال حرفه‌ای	
C1-C2-C6	حسن سابقه در سنوات خدمتی	
C10-C17	حفظ حیثیت حرفه‌ای	
C1-C2-C5-C9	حفظ منافع عمومی	
C13-C16-C22	حفظ و رعایت جوانب کار	
C17-C25-C30	تعهد و وفاداری	
C1-C11-C15-C19-C65-C68	شفافیت در ارائه اطلاعات	
C18-C47-C48-C49	داشتن دید بلندمدت	
C13-C35	تلاش برای ارتقای دانش و مهارت حرفه‌ای	
C4-C18-C27	صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای	
C1-C10-C15-C26	سازگاری	
C15-C27	صبر و حوصله	
C26-C28-C31	وجدان کاری	
C11-C19-C39-C41	آراستگی ظاهری	

منبع	کد اولیه	مقوله
C21-C27-C66	نوع دوستی	
C18-C22-C30-C35	صراحت در بیان	
C10-C17-C23	عمل به نظام شایسته‌سالاری	
C1-C11-C18-C29	پشتکار و جدیت	
C1-C4-C6-C8-C16	همدلی و هم‌زبانی	
C19-C21-C25-C33	قدرشناسی	
C16-C20-C27-C33	اعتماد آفرینی	
C1-C11-C12-C19-C28-C36	احترام متقابل	
C1-C11-C28-C33	از خود گذشتگی	
C1-C40-C41-C11	استفاده از مشورت	
C50-C51-C52-C55	انتقاد پذیری	
C40-C56-C59-C61	پاسخ‌گویی	
C25-C49-C54-C58-C70	پرهیز از آزار دیگران	
C56-C63-C66-C69-C70-C75	پرهیز از دادن نسبت‌های ناروا	
C11-C19-C39-C41	پرهیز از تجسس در رفتار دیگران	
C11-C19-C17-C23-C40-C52-C8-C63-C69-C79	ترویج رقابت سالم	
C11-C19-C30-C64	تفویض اختیار	
C6-C9-C38	تلاش برای جبران اشتباهات	
C6-C13-C31-C32-C35	توجه به کرامت و شأن انسانی	
C9-C37-C53	حسن خلق و خوش‌رویی	
C1-C2-C3-C4-C5-C6-C8-C19-C55-C47	حفظ حریم خصوصی افراد	
C44-C47	حق‌طلبی	
C1-C2-C6	علاقه به کار	
C1-C5-C38-C49	رعایت عدالت	
C1-C11-C28-C33	وفای به عهد	





منبع	کد اولیه	مقوله
C1-C11-C28-C33	عفو و گذشت	
C1-C3-C39-C57-C66	پرهیز از گزافه‌گویی	
C1-C40-C41-C11	خودباوری	
C1-C3-C5-C7-C14-C22-C47	واقع‌بینی	سازمانی
C3-C7-C10-C16-C18-C26-C29-C30-C38-C41-C45-C46-C50-C55	هماهنگی با اهداف سازمان	
C2-C4-C11-C12-C13-C20-C22-C27-C31-C32	نظم و برنامه‌ریزی	
C5-C7-C10-C16-C18-C26-C29-C30-C38-C41-C45-C46-C50-C55	مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سازمان	
C38-C48-C59-C62	ارائه خدمات در بالاترین سطح ممکن	
C9-C17-C36-C43-C59	استفاده از تجربه و انتقال آن	
C5-C7-C10-C16-C18-C26-C29-C30-C38-C41-C45-C46-C50-C55	امانت‌داری	
C1-C40-C41-C11	بی‌طرفی	
C17-C18-C25-C28-C30-C44-C48-C50-C51-C54-C55-C58-C9-C60-C73	پرهیز از سوءاستفاده از اموال و اطلاعات سازمان	
C1-C3-C39-C57-C66	تسلط به قوانین و مقررات مرتبط	
C1-C11-C18-C29-C79	تلاش برای کاهش تضاد منافع	
C1-C11-C33-C68-C77	تلاش برای گسترش اخلاق حرفه‌ای	
C1-C11-C21-C25-C72-C73	رازداری	
C1-C2-C5-C7-C9-C10-C11-C15-C40-C41-C64	عضویت در تشکل‌های حامی محیط‌زیست	
C4-C11-C70-C73	گزارشگری عملکرد زیست‌محیطی	
C1-C5-C38-C49-C77-C78-C79	پاسخ‌گویی در قبال محیط‌زیست	
C1-C11-C12-C19-C28-C36	بهبود مستمر عملکرد زیست‌محیطی	

مقوله	کد اولیه	منبع
	ترویج فرهنگ محافظت از محیط زیست	C1-C11-C28-C33-C63-C66
	توجه به حقوق نسل های آینده	C1-C40-C41-C11-C38-C51-C61
	جلوگیری از تخریب منابع محیط زیست و انتشار آلاینده ها	C1-C41-C63-C67-C70-C59

گام ششم: کنترل کیفیت و تحلیل محتوا

در این گام، کیفیت مقوله ها و کدهای استخراج شده از مراحل قبل ارزیابی می شود. بدین منظور، برای ارزیابی پایایی مقوله های استخراجی از چهار معیار کمی ضریب هولستی، شاخص پی اسکات، شاخص کاپای کوهن و آلفای کرپیندروف استفاده شد (جدول ۸) تا قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان پذیری بررسی شود.

جدول (۸) کنترل کیفیت

ضریب هولستی	شاخص پی اسکات	شاخص کاپای کوهن	آلفای کرپیندروف	مقدار
۰/۸۲۲	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۸۶	
۱۰۶				تعداد مقوله

گام هفتم: ارائه گزارش و یافته های مطالعه

در این مرحله از فراترکیب، یافته های حاصل از مراحل قبل ارائه می شوند. سپس، یافته های پژوهش طبقه بندی و به طور سازمان دهی شده و مرتب ارائه می شوند. تحلیل محتوا مرحله ای از فرایند اطلاعاتی است که از طریق آن، محتوای ارتباطات با استفاده از به کارگیری مجموعه ای از قوانین طبقه بندی شده و نظام دار تغییر و تبدیل می یابد و به صورت داده های خلاصه و قابل مقایسه درمی آید. با روش آنتروپی





شانون، پردازش داده‌ها در مبحث تحلیل محتوا بسیار قوی انجام می‌شود. در این پژوهش، ۱۰۶ عامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابدار به شرح جدول (۹) شناسایی و سپس، نتایج به روش آنتروپی شانون بررسی شدند.

گام‌های آنتروپی شانون انجام شده در این پژوهش به شرح زیر است:
گام ۱: ابتدا ماتریس تصمیم را تشکیل می‌دهیم. در ماتریس تصمیم، ستون‌ها معیارها و سطرها گزینه‌ها هستند.

$$X = [x_{ij}] = \begin{bmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1m} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & \cdots & x_{nm} \end{bmatrix}$$

گام ۲: ماتریس بالا باید به هنجار شود. بدین منظور، از روش نرمال‌سازی خطی استفاده می‌شود:

$$p_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum x_{ij}}$$

گام ۳: آنتروپی E_j به صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$E_j = -k \sum [p_{ij} \ln(p_{ij})]$$

و K به عنوان مقدار ثابت، به صورت زیر محاسبه می‌گردد که مقدار E_j را بین صفر و یک نگه می‌دارد:

$$k = \frac{1}{\ln(m)}$$

گام ۴: مقدار وزن W_j محاسبه می‌شود:

$$W_j = \frac{E_j}{\sum E_j}$$

بر مبنای این روش، مؤلفه‌ای که بیشترین وزن را دارد، بیشترین نقش را نیز در بین مؤلفه‌ها دارد. در جدول (۹) آنالیز شانون مؤلفه‌ها آمده است.

جدول (۹) آنالیز شانون

رتبه	Wj	Ej	کد
۲۱	۰/۰۱۱۷	۰/۰۱۱۳	عدم تعصب
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	رعایت حیا و شرم و عفت
۱	۰/۰۲۰۸	۰/۰۲۰۱	اخلاص
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	هدف‌گرایی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	شجاعت
۹۹	۰/۰۰۴۳	۰/۰۰۴۲	ساده‌زیستی
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	احتیاط و دوراندیشی
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	ایمان و توکل به خدا
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	تعقل و تدبیر
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	پرهیز از جانبداری
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از حرص و طمع
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از اسراف و تبذیر
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از شتاب و کاهلی بی‌دلیل
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	تعدادل در خوش‌بینی و بدبینی
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	پرهیز از گزافه‌گویی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۵	پشتکار و جدیت
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	متانت و استقامت
۱	۰/۰۲۰۸	۰/۰۲۰۱	درستکاری
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	صداقت
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	حسن تدبیر





رتبه	Wj	Ej	کد
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	فروتنی و تواضع
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	قاطعیت
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	مهار خشم
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از حسادت
۱۹	۰/۰۱۳۰	۰/۰۱۲۶	ارائه اطلاعات به طور منصفانه
۱۹	۰/۰۱۳۰	۰/۰۱۲۶	ارائه به موقع اطلاعات
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	آگاهی مستمر و درک پیشرفت های فنی
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	اطمینان دهی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	اعتباربخشی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	اعمال روش های غیرسوگیرانه
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۸۳	تطابق کردار با گفتار
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۷۸	انصاف در عمل
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	دقت کافی در تهیه اطلاعات
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از خودبینی
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۷۸	پرهیز از دستکاری و حذف اطلاعات
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از رشوه دادن و رشوه گرفتن
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	پرهیز از افشای اطلاعات محرمانه
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از پیش داوری
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	پرهیز از فساد
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	پرهیز از قبول هر نوع هدیه ، احسان و دلسوزی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	جلوگیری از نفوذ نابجای دیگران در قضاوت های حرفه ای
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	تردید حرفه ای
۹	۰/۰۱۶۵	۰/۰۱۶۰	رعایت الزامات اخلاقی حرفه
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	رعایت قوانین و مقررات حرفه

رتبه	Wj	Ej	کد
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	رعایت رفتار حرفه‌ای
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	انسجام و وحدت رویه
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	حفظ استقلال حرفه‌ای
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	حسن سابقه در سنوات خدمتی
۹	۰/۰۱۶۹	۰/۰۱۶۰	حفظ حیثیت حرفه‌ای
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	حفظ منافع عمومی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	حفظ و رعایت جوانب کار
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	تعهد و وفاداری به حرفه
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	داشتن دید بلندمدت
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	تلاش برای ارتقای دانش و مهارت حرفه‌ای
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	آراستگی ظاهری
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	نوع دوستی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	صراحت در بیان
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	سازگاری
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	صبر و حوصله
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	وجدان کاری
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	عمل به نظام شایسته‌سالاری
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	همدلی و هم‌زبانی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	قدرشناسی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	اعتماد آفرینی
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	احترام متقابل
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	از خودگذشتگی
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	استفاده از مشورت
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	انتقادپذیری





رتبه	Wj	Ej	کد
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پاسخ گویی
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	پرهیز از آزار دیگران
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	پرهیز از دادن نسبت‌های ناروا
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	پرهیز از تجسس در رفتار دیگران
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	ترویج رقابت سالم
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	تفویض اختیار
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	تلاش برای جبران اشتباهات
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	توجه به کرامت و شأن انسانی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	حسن خلق و خوش‌رویی
۸۲	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۵۸	حفظ حریم خصوصی افراد
۹۹	۰/۰۰۴۳	۰/۰۰۴۲	حق‌طلبی
۹	۰/۰۱۶۵	۰/۰۱۶۰	علاقه به کار
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	رعایت عدالت
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	وفای به عهد
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	عفو و گذشت
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	بی‌طرفی
۹۹	۰/۰۰۴۳	۰/۰۰۴۲	خودباوری
۲۱	۰/۰۱۱۷	۰/۰۱۱۳	واقع‌بینی
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سازمان
۱۲	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۴۹	نظم و برنامه‌ریزی
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	هماهنگی با اهداف سازمان
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۳	ارائه خدمات در بالاترین سطح ممکن
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	استفاده از تجربه و انتقال آن
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	امانت‌داری
۱۲	۰/۱۵۴	۰/۰۱۴۹	پرهیز از سوءاستفاده از اموال و اطلاعات

رتبه	Wj	Ej	کد
			سازمان
۹	۰/۰۱۶۵	۰/۰۱۶۰	تسلط به قوانین ومقررات مرتبط
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	تلاش برای کاهش تضاد منافع
۳۵	۰/۰۰۹۰	۰/۰۰۸۷	تلاش برای گسترش اخلاق حرفه‌ای در سطح سازمان
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	شفافیت در ارائه اطلاعات
۳	۰/۰۱۹۷	۰/۰۱۹۱	رازداری
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	بهبود مستمر عملکرد زیست محیطی
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	ترویج فرهنگ محافظت از محیط زیست
۲۱	۰/۰۱۱۷	۰/۰۱۱۳	توجه به حقوق نسل‌های آینده
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	جلوگیری از تخریب منابع محیط زیست و انتشار آلاینده‌ها
۲۵	۰/۰۱۰۴	۰/۰۱۰۰	عضویت در تشکل‌های حامی محیط زیست
۴۶	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۷۵	گزارشگری اطلاعات عملکرد زیست محیطی
۲۱	۰/۰۱۱۷	۰/۰۱۱۳	پاسخ‌گویی در قبال محیط زیست



نتیجه گیری

توجه به اخلاق و اصول اخلاقی که در هر جامعه با توجه به نوع فرهنگ آن جامعه تدوین گردیده است، یکی از عوامل موفقیت جامعه است. دامنه اخلاق در حد رفتارهای فردی تلقی می شود، اما رفتارهای فردی هنگامی که در جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری پیدا می کنند، به نوعی به اخلاقی جمعی تبدیل می شوند و در فرهنگ جامعه ریشه می دوانند؛ به گونه ای که وجه غالب می یابند و جامعه را با آن ها می توان شناخت. هدف این پژوهش به کارگیری رویکرد فراترکیب برای شناسایی و بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق حرفه ای حسابدار متناسب با فرهنگ اسلامی کشور است.

بدین منظور، با استناد به یافته های پژوهش، پنج مقوله اصلی و ۱۰۶ مقوله فرعی با استفاده از روش تحلیل کیفی فراترکیب، از متون مقالات پیشین استخراج گردید و با استفاده از تحلیل آنروپی شانون بررسی شد. مقوله های اصلی استخراج شده عبارت اند از: ویژگی حرفه ای، فردی، اجتماعی، سازمانی و محیطی.

شواهد حاصل از این پژوهش، پشتوانه ای بر این مدعا فراهم می کند که مؤلفه هایی مانند اخلاص، صداقت، درستکاری، حسن تدبیر، امانت داری، رازداری، استقلال، رعایت رفتار حرفه ای، رعایت عدالت و شفافیت در ارائه اطلاعات، از بیشترین اهمیت در اخلاق حرفه ای حسابدار برخوردارند. همچنین، با استناد به نتایج به دست آمده از روش کمی آنروپی شانون، میزان اهمیت و تأکید پژوهش های گذشته بر شاخص های شناسایی شده مشخص شد.

نقش ویژگی های فردی در مباحث اخلاق بر کسی پوشیده نیست، اما تعامل دیگر جنبه های اخلاق حرفه ای تأثیرگذارتر است و باعث ارتقای ویژگی های فردی نیز می شود. لذا ویژگی های ارائه شده همچون ساختار پیوسته عمل می کنند و با یکدیگر مرتبط اند؛ در نتیجه، برنامه اخلاقی مناسب باید دربرگیرنده تمام این عوامل باشد. در این پژوهش سعی بر آن بوده است که با مطالعه و بررسی معیارهای مؤثر بر اخلاق



حرفه‌ای حسابدار، گامی در جهت ارتقای اخلاق حرفه‌ای و کارایی و اثربخشی آن برداشته شود. با وجود مطالعات مختلف و اقدامات فراوان برای نشان دادن اهمیت توسعه رفتار اخلاقی، تلاش چشمگیری در زمینه ارتقای اخلاق حرفه‌ای حسابدار در ایران صورت نگرفته است؛ شاید به این علت که توسعه اخلاق حرفه‌ای یک مفهوم مجرد نیست، بلکه مفهومی چندگانه است که عوامل متعددی مستقیم و غیرمستقیم بر آن تأثیر دارند.

این مسئله، زنگ خطری است برای جامعه تحقیقاتی حسابداری کشور؛ زیرا با توجه به حساسیت و اهمیت حرفه حسابداری، بررسی ابعاد اخلاقی در آن ضرورت دارد؛ بنابراین، با در نظر گرفتن اهمیت این موضوع، به مجامع حرفه‌ای مانند جامعه حسابداران رسمی و دیوان محاسبات پیشنهاد می‌شود با بررسی مطالعات انجام گرفته در این زمینه، اخلاق حرفه‌ای را در برنامه‌های آموزشی خود بگنجانند.

همچنین، به حسابداران پیشنهاد می‌شود به معیارهای اخلاقی شناسایی شده در این پژوهش توجه بیشتری داشته باشند؛ زیرا امروزه با توجه به حساسیت و اهمیت حرفه حسابداری، رعایت موازین اخلاقی و افزایش سطح اخلاق حرفه‌ای (بر اساس وضعیت اسلامی، فرهنگی و اجتماعی کشور) در این حرفه ضرورت دارد. به پژوهشگران نیز پیشنهاد می‌گردد با در نظر گرفتن معیارهای منتخب در پژوهش حاضر به بررسی زیربنای لازم و مسائل و مشکلات به کارگیری این معیارها در ایران پردازند.



کتابنامه

۱. ابراهیمی رومنجان، مجتبی، احد مخملباف و فاطمه زین‌الدینی میمند (۱۳۹۶)، «جایگاه اخلاق در علوم مالی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۰-۱۶.
۲. اسکندری، حسن (۱۳۹۱)، «اخلاق در حسابداری»، فصلنامه دنیای اقتصاد، ش ۶، ص ۸-۱۵.
۳. اکبری، پیمان، محسن عظیمی و زهرا علیزاده (۱۳۹۷)، «رابطه اخلاق حرفه‌ای، معنویت سازمانی و خلاقیت کارکنان»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۳، ش ۴، ص ۶۲-۶۸.
۴. امانی دادگر، بابک، یونس بادآور نهندي و مهدی زینالی (۱۳۹۸)، «الگوی تقوا در حسابداری حوزه سلامت با تأکید بر نقش میانجی توسعه اخلاقی»، مدیریت بهداشت و درمان، دوره ۱۰، ش ۲، ص ۱۰۹-۱۲۲.
۵. احمدی، اقدس و محمد نظری‌پور (۱۳۹۹)، «بررسی اصول اخلاقی در حرفه حسابداری و حسابرسی»، چهارمین کنفرانس ملی پژوهش در حسابداری و مدیریت، تهران.
۶. احمدی، محمدرمضان، عبدالمجید آهنگری و محسن صالحی‌نیا (۱۳۹۸)، «مدل‌سازی سازه‌های مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای حسابرسی با به‌کارگیری مدل‌سازی ساختاری-تفسیری از دیدگاه خبرگان حرفه»، حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۴، ش ۸، ص ۲۸۱-۳۱۷.
۷. برادران حسن‌زاده، رسول، یوسف قنبری و محمدرضا برنا (۱۳۹۷)، «لزوم توسعه سنجه‌های مفاهیم اخلاقی در حسابداری و حسابرسی»، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۱، ش ۱، ص ۱-۱۳.
۸. بزرگ‌اصل، موسی، حسین رجب‌دردی و امیررضا خانی‌ذلان (۱۳۹۷)، «رابطه اختلال شخصیت ضداجتماعی و تمایل به رفتارهای غیراخلاقی در دانشجویان حسابداری»، حسابداری سلامت، دوره ۷، ش ۲، ص ۱-۱۴.





۹. بنی‌مهد، بهمن و آرش گل‌محمدی (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه میان جو اخلاقی و هشداری در مورد تقلب از طریق مدل گزارشگری اختیاری در حرفه حسابرسی ایران»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، دوره ۲، ش ۳، ص ۶۱-۸۶.
۱۰. بهشتی، یعقوب و رمضانعلی رؤیایی (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه بین فلسفه اخلاق فردی و نگرش فرار مالیاتی»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، دوره ۲، ش ۴، ص ۲۴۷-۲۷۵.
۱۱. بیرجندی، حمید، احمد خدای پور و امید پورحیدری (۱۳۹۸)، «بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر تردید حرفه‌ای حسابرس»، *حسابداری مدیریت*، دوره ۱۲، ش ۴۲، ص ۱۵-۲۶.
۱۲. پورحسن، سمیه (۱۳۹۷)، «مدل‌سازی رابطه بین سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای در شرکت‌های بازرگانی»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۳، ش ۴، ص ۷۷-۸۵.
۱۳. پورعلی لاکلایه، محمدرضا و مینو موزری (۱۳۹۴)، «اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و حسابرسی»، *دومین همایش ملی و دومین همایش بین‌المللی مدیریت حسابداری ایران*، همدان.
۱۴. ترچانی، محبوبه و سیدجواد مرتضوی (۱۳۹۸)، «نقش فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها»، *چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت کسب و کار و بازرگانی*، تهران.
۱۵. تولایی، روح‌الله (۱۳۸۸)، «عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان»، *فصلنامه علمی توسعه سازمانی پلیس*، دوره ۶، ش ۲۵، ص ۴۵-۶۴.
۱۶. ثقفی، علی، حلیمه رحمانی و افسانه رفیعی (۱۳۸۹)، «آموزش اخلاق حسابداری در دوره کارشناسی»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۵، ش ۱، ص ۷-۱۸.



۱۷. حاجیها، زهره و علی راشکی گزنه (۱۳۹۶)، «رابطه اخلاق حسابداری با توان تصمیم‌گیری و رفتار مدیران»، *اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۲، ش ۲، ص ۱۵۵-۱۶۰.
۱۸. حاجیها، زهره و حسین رجب دری (۱۳۹۶)، «تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر فرهنگ سازمانی مدرسان حسابداری»، *فصلنامه اخلاق*، دوره ۷، ش ۲۶، ص ۲۰۹-۲۲۹.
۱۹. حیاتی، مریم، محمود معین‌الدین و شهناز نایب‌زاده (۱۳۹۶)، «نقش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و وضعیت اخلاقی سازمان در قضاوت حسابداران»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۲۱-۱۳۱.
۲۰. حیدرپور، فرزانه و حسین رجب دری (۱۳۹۶)، «رابطه اخلاق حرفه‌ای و ویژگی‌های شخصیتی سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۲، ش ۲، ص ۱۶۱-۱۶۴.
۲۱. خیاط مقدم، سعید و سیده مهدیه طباطبایی‌نسب (۱۳۹۵)، «مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۱، ش ۱، ص ۱۲۷-۱۳۶.
۲۲. دارابی، رویا، احمد مخملباف و فریبا هادی‌نیا (۱۳۹۷)، «جایگاه اخلاق در پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی حسابداری»، *فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت، اقتصاد و حسابداری*، دوره ۱، ش ۱، ص ۴۹-۶۲.
۲۳. درخشان‌مهر، آرش، سعید جبارزاده کنگرلوئی، جمال بحری ثالث و حسن قلاوندی (۱۳۹۸)، «تحلیل روابط مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای، رهبری اخلاقی، مسئولیت‌های اجتماعی با عملکرد حسابرسان مستقل»، *دانش حسابرسی*، دوره ۱۹، ش ۷۶، ص ۱۹۵-۲۳۰.
۲۴. درخشان‌مهر، آرش، سعید جبارزاده کنگرلوئی و جمال بحری ثالث (۱۳۹۷)، «تحلیل رابطه رهبری اخلاقی و عملکرد حسابرسان مستقل با نقش تعدیل‌کننده اخلاق حرفه‌ای»، *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ش ۲۲، ص ۱۴۹-۱۵۸.



۲۵. دریایی، عباسعلی و اکرم عزیزی (۱۳۹۷)، «رابطه اخلاق، تجربه و صلاحیت حرفه‌ای حساب‌رسان با کیفیت حسابرسی (با توجه به نقش تعدیل‌کننده شک و تردید حرفه‌ای)»، *دانش حسابداری مالی*، دوره ۵، ش ۱، ص ۷۹-۹۹.
۲۶. دیانتی دیلمی، زهرا (۱۳۹۸)، *روش تحقیق کیفی و کمی در حسابداری*، تهران: عدالت نوین.
۲۷. رجب دری، حسین (۱۳۹۶)، «بررسی ارتباط عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری اخلاقی اسلامی از دیدگاه حسابداران با استفاده از تکنیک دیمتل»، *اسلام و مدیریت*، دوره ۶، ش ۱۱، ص ۷۷-۹۸.
۲۸. رجب دری حسین، اعظم روستامیمندی و زیبا آسوده (۱۳۹۵)، «بررسی پابندی دانشجویان کارشناسی حسابداری به اخلاق حرفه‌ای»، *اخلاق*، دوره ۶، ش ۲۱، ص ۲۶۵-۲۹۲.
۲۹. رحمانی، حلیمه، حسین رجب دری و ابوطالب رسولی (۱۳۹۷)، «رابطه اخلاق حرفه‌ای مدیران بر سطح افشای اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی»، *اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۳، ش ۳، ص ۱۰۱-۱۰۷.
۳۰. رحمانی، حلیمه و حسین رجب دری (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی در مدیران صنعتی استان فارس»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، ش ۱، ص ۵۳-۷۶.
۳۱. رحیمی کاکلکی، مینا، بهاره بنی‌طالبی دهکردی و جمشید پیک فلک (۱۳۹۶)، «عوامل مؤثر بر رعایت اخلاق حرفه‌ای حسابداران»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۷۵-۸۷.
۳۲. رؤیایی، رمضانعلی، فریدون رهنمای رودپشتی و حسین جباری (۱۳۸۸)، «تأثیر فرهنگ بر استنباط اخلاقی دانشجویان حسابداری»، *مدیریت فرهنگی*، دوره ۳، ش ۵، ص ۸۵-۱۰۱.



۳۳. زارعی، محمدامین و حسین کاظمی (۱۳۹۹)، «بررسی نقش اخلاق در حرفه حسابداری و گزارشگری مالی»، چهارمین کنفرانس ملی پژوهش در حسابداری و مدیریت، تهران.
۳۴. سپاسی، سحر و حسن حسنی (۱۳۹۶)، «رابطه باورهای معنوی با رفتار اخلاقی مدیران در گزارشگری مالی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۳۲-۱۴۲.
۳۵. سعیدی، معصومه سادات، علیرضا فقیهی، محمد سیفی و فائزه ناطقی، (۱۳۹۷)، «بررسی جایگاه اخلاق حرفه‌ای کارکنان و ارائه الگوی مطلوب توسعه آن»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ش ۱۲، ص ۱۰۷-۱۲۴.
۳۶. شفیع‌نیا، علی و مهرداد برهانی اصفهانی (۱۳۹۹)، «تأثیر آموزش‌های آکادمیک دانشگاهی بر رعایت اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و حسابرسی»، دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری در مدیریت کسب‌وکار و اقتصاد، تهران.
۳۷. صالحی، تابنده (۱۳۹۵)، «رابطه اخلاق حرفه‌ای حسابرس و کیفیت حسابرسی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۱، ش ۳، ص ۷۷-۸۶.
۳۸. صمدی، فاطمه و حسین اسلامی مفیدآبادی (۱۳۹۸)، «تأثیر رعایت معیارهای اخلاق حرفه‌ای توسط کارگزاران بورس سهام بر تمایلات سرمایه‌گذاری افراد در بورس اوراق بهادار تهران»، نخستین همایش ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار، سمنان.
۳۹. طالب‌نیا، قدرت‌الله، حسین رجب‌دری و امیررضا خانی‌ذلان (۱۳۹۸)، «پیش‌بینی پاسخ‌گویی در حسابداران رسمی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۴، ش ۱، ص ۱۰۳-۱۰۷.
۴۰. طالب‌نیا، قدرت‌الله و حسین رجب‌دری (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر انگیزش کارکنان»، فصلنامه اخلاق، ش ۲۵، ص ۷۷-۱۰۳.



۴۱. عاطفی، مرجان و الهه برزگر (۱۳۹۶)، «رابطه اخلاق پولی و ادراک اخلاقی دانشجویان حسابداری با درک اقدامات تردید آمیز»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، ش ۲، ص ۱۱۷-۱۲۶.
۴۲. عاقلی، میثم، فاطمه آجرلو و علی رستمی (۱۳۹۸)، «شناسایی موانع اخلاق گرایی در سازمان‌ها با رویکرد آمیخته»، فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۷، ش ۳ (پیاپی ۲۷)، ص ۴۵-۶۲.
۴۳. عبدلی، محمدرضا و عفت ابراهیمی (۱۳۹۶)، «عوامل مؤثر بر نگرش و شناخت اخلاق حسابداری»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۰۱-۱۱۱.
۴۴. علیزاده، معصومه، بهناز مهاجران و علیرضا قلعه‌ای (۱۳۹۷)، «تحلیل کانونی رابطه بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد سرمایه اجتماعی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۳، ش ۲، ص ۵۲-۶۰.
۴۵. عنابستانی، ندا و محمد عقیقی (۱۳۹۸)، «بررسی رابطه بین اخلاق حرفه‌ای حسابداری و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری‌های درون و برون‌سازمانی»، ششمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری-مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران.
۴۶. فانی‌مقدم، سمانه و امیر غفوریان شاگردی (۱۳۹۸)، «بررسی رابطه بین اخلاق، تجربه و صلاحیت حسابرس بر کیفیت حسابرسی با در نظر گرفتن نقش تردید حرفه‌ای»، دومین کنفرانس ملی اندیشه‌های نوین در مدیریت کسب و کار، تهران.
۴۷. فخاری، حسین و حسین رجب‌دری (۱۳۹۷)، «بررسی رویکرد اخلاقی سردبیران و اعضای هیئت تحریریه نشریه‌های علمی پژوهشی حسابداری در انتشار مقاله در نشریه خودی»، دانش حسابداری مالی، دوره ۵، ش ۱، ص ۱-۲۴.
۴۸. فخری، علی و زهره حاجیها (۱۳۹۸)، «تأثیر اخلاق حرفه‌ای حساب‌برسان بر بهبود کارایی و ارتقای عملیات حسابرسی (مطالعه موردی: حساب‌برسان



- عضو جامعه حساب‌رسان رسمی ایران»، پژوهش و مطالعات علوم اسلامی، دوره ۱، ش ۶، ص ۳۲-۴۷.
۴۹. فرزین، فرشیده، بهاره بنی طالبی دهکردی و محمود بخشی نژاد (۱۳۹۷)، «ارتباط سازه‌های فردی و اجتماعی بر آموزش اخلاق حرفه‌ای حسابداری»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۳، ش ۱، ص ۱۴۵-۱۵۳.
۵۰. فرزین، فرشیده، بهاره بنی طالبی دهکردی و محمود بخشی نژاد (۱۳۹۵)، «مقایسه اولویت‌بندی راهکارهای موضوعی - محتوایی و انگیزشی - ساختاری آموزش اخلاق حرفه‌ای حسابداری به دانش‌آموزان و دانشجویان رشته حسابداری از دیدگاه دبیران هنرستان و استادان دانشگاه»، حسابداری مدیریت، دوره ۹، ش ۲۹، ص ۱۱۱-۱۲۸.
۵۱. فریادی خسروشاهی، محسن (۱۳۹۸)، «اصول اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و حسابرسی بر اساس تکنیک مفهوم‌نگاری»، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری، تفلیس، گرجستان.
۵۲. فیروزبخت، فرزاد (۱۳۹۹)، «بررسی و شناسایی ملاحظات اخلاقی در حرفه حسابداری»، ششمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران.
۵۳. قشقایی، علی و کیومرث بیگلر (۱۳۹۸)، «جایگاه حسابداری خلاقانه در بین حساب‌رسان ایران با تأکید بر آیین اخلاق و رفتار حرفه‌ای حسابرسی»، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، ش ۲۰، جلد ۵، ص ۱۰۰-۱۱۳.
۵۴. کرمشاهی، بهنام و اعظمی، زینب (۱۳۹۷)، «رابطه بین اخلاق فردی، اخلاق حرفه‌ای حسابداران، جنسیت و تمکین مالیاتی»، اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۳، ش ۱، ص ۹۱-۹۹.
۵۵. گلی، علی، علی خوزین، مجید اشرفی و آرش نادریان (۱۳۹۷)، «شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان (مطالعه موردی)»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، دوره ۱۲، ش ۲ (پیاپی ۴۴)، ص ۱۸۷-۲۰۱.



۵۶. لاری دشت بیاضی، محمود، حمید خادم، امین رستمی و عباس لاری دشت بیاض (۱۳۹۶)، «رفتار اخلاقی حسابداران، تفاوت‌های بین عقاید و عمل»، فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، دوره ۶، ش ۲۲، ص ۵۰-۶۹.
۵۷. محمدی، جمال و علی خوزین (۱۳۹۷)، «نقش به کارگیری زبان گزارشگری مالی توسعه‌پذیر (XBRL) در رعایت اخلاق حرفه‌ای»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۳، ش ۴، ص ۱۴۰-۱۴۴.
۵۸. معینی کیا، مهدی، رامین غریب‌زاده، سلیم کاظمی و شیما غریب‌زاده (۱۳۹۸)، «تحلیل رابطه بین معنویت در محیط کار و فساد اداری: نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۴، ش ۲، ص ۹۲-۹۸.
۵۹. میرقادری، سیدمجید (۱۳۹۷)، «بررسی نقش اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و مدیریت مالی با تأکید بر جایگاه آموزش اخلاق حسابداری»، پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، ش ۳۶، ص ۱۵-۳۸.
۶۰. نمازی، نویدرضا و حسین رجب دری (۱۳۹۸)، «بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر بی‌طرفی و شیوه ارتباط با صاحب کار در حسابرسی»، نخستین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب‌وکار، شیراز.
۶۱. نمازی، محمد و حسین رجب دری (۱۳۹۷)، «اخلاق حرفه‌ای حسابرسی در ایران: تحلیل محتوا»، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۵، ش ۵۹، ص ۱-۳۴.
۶۲. نمازی، محمد، حسین رجب دری و اعظم روستامیمندی (۱۳۹۶)، «تدوین الگوی توسعه پایدار اخلاق حرفه‌ای حسابداری»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، ش ۴، ص ۷۰-۸۰.
۶۳. نمازی، محمد، حسین رجب دری و اعظم روستامیمندی (۱۳۹۶)، «بررسی تعداد و تحلیل محتوای مقاله‌های مرتبط با اخلاق حرفه‌ای حسابداری در ایران»، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۹، ش ۱، ص ۱۹۲-۲۲۶.



۶۴. نمازی، محمد و حسین رجب دری (۱۳۹۶)، «بررسی تعامل سازه‌های الگوی توسعه پایدار اخلاق حرفه‌ای حسابداری با استفاده از فن دیمتل»، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۹، ش ۲، ص ۷۱-۹۰.

۶۵. نمازی، محمد، حسین رجب دری (۱۳۹۷)، «تدوین سوگندنامه اخلاقی حسابداران ایران»، دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۳، ش ۶، ص ۳۷-۶۴.

۶۶. نوبخت، یونس (۱۳۹۸)، «بررسی تولیدات علمی حوزه موضوعی اخلاق در حسابداری»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۴، ش ۳، ص ۱۲۵-۱۳۲.

۶۷. یداللهی، اکرم (۱۳۹۹)، «نقش مدیریت اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و عملکرد حسابرسی با تأکید بر آموزش اخلاق در حسابداری و حسابرسی»، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی، تهران.

68. Andrea Saltelli. (2020), Ethics of quantification or quantification of ethics? Centre for the Study of the Sciences and the Humanities (SVT), University of Bergen (UIB, Norway), and Open Evidence Research, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Barcelona, Spain Volume 116, 102509.

69. Baker, C.R. (2020), "Law Versus Ethics in Accounting", Baker, C.R. (Ed.) Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting (Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting, Vol.23, Emerald Publishing Limited, p.105-119.

70. Donald L. Ariail, Khayati, A. , Shawver, T. (2021), "Perceptions by employed accounting students of ethical leadership and political

skill: Evidence for including political skill in ethics pedagogy”,
Journal of Accounting Education, Vol. 55.

71. Dow- Kevin , E.Watson , M. W., Shea - Vincent , J.,& Kern , S
(2018), “An accounting ethics case from multiple perspectives”,
Journal of Accounting Education, p.63-75 .

72. Hunt–Shelby,D. (2019), “The ethics of branding, customer-brand
relationships, brand-equity strategy, and branding as a societal
institution”, *Journal of Business Research*, Vol. 95, p.408- 416.

73. Ismail, S. and Yuhanis,N.(2018), “Determinants of ethical work
behaviour of Malaysian public sector auditors”, *Asia-Pacific Journal
of Business Administration*, Vol. 10 No. 1, p. 21-34.

74. Kertarajasa, A.Y. Marwa,T. & Wahyudi, T. (2019), “The Effect
of Competence, The Effect of Competence, Experience,
Independence, Due Professional Care, And Auditor Integrity On Audit
Quality With Auditor Ethics As Moderating Variable”, *journal of
accounting finance and auditi*, p.80-99.

75. Nurlita Haeridistia, Agustin Fadjarenie. (2019), “The Effect Of
Independence, Professional Ethics & Auditor Experience On Audit
Quality”, *International Journal of Scientific & Technology Research*,
Vol. 8, No. 02, p.24-27.

76. Jakob Mökander & Luciano Floridi (2021), “Ethics Based
Auditing to Develop Trustworthy AI”, *Minds and Machines*, No. 31:
p.323–32.





77. Jimmy Leonardo Velandia Daza and Jasleidy Astrid Prada Segura. UNIMINUTO, Bogotá D. C., Colombia (2020), “Ethical Questions Raised by Public Accountants in Colombia Related to Tax Advice”, *International Conference on Finance, Economics, Management and IT Business*, p. 136-144.
78. Ramzi Benkraïema, Ali Uyarb Merve, Kilic Friedrich Schneiderd. (2021), “Ethical behavior, auditing strength, and tax evasion: A worldwide perspective”, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol. 43.
79. Remišová, A., Lašáková, A. & Kirchmayer, Z. (2019), “Influence of Formal Ethics Program Components on Managerial Ethical Behavior”, *J Bus Ethics*, No. 160, p.151–166.
80. Roger, C. & Graham, Jared, A. (2018), Moore "The mitigation of high-growth-related accounting distortions after sarbanes-oxley", *Research in Accounting Regulation*, Vol. 30, No. 2, October 2018, p. 82-94.
81. Sandelowski M. Barroso J; Voils C.I. (2007), “Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings”, *Research in Nursing & Health*, 30(1): p.99-111.
82. Tamara Poje & Maja Zaman Groff (2021), “Mapping Ethics Education in Accounting Research: A Bibliometric Analysis”, *Journal of Business Ethics*, DOI:10.1007/s10551-021-04846-9.
83. Vander kolk. (2018), “the integration of ethical considerations in management accounting textbooks”, *Accounting Education*, No. 4. p. 426-443.

84. West, A. & Buck 2by, S. (2018), “Ethics Education in the Qualification of Professional Accountants: Insights from Australia and New Zealand”, *Journal of Business Ethics*, p.1-20
85. Zoran Todorović. (2019), “Application of Ethics in the Accounting Profession with an Overview of the Banking Sector”, *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 7(3): p.139-158.

نقش اندازه و قدمت شرکت در اهتمام به رعایت اخلاق اجتماعی (مطالعه موردی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)

سید حسام وقفی*، کبری زرگر**، زینب نوربخش حسینی***

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش اندازه و قدمت شرکت در اهتمام به رعایت اخلاق اجتماعی (مسئولیت اجتماعی) است. اخلاق، مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها و جزو فطریات و بدیهیات عقلی بشر است و در قرآن، یکی از مهم‌ترین اهداف پیامبران معرفی شده است؛ زیرا اعتلا و سعادت انسان در گرو پایبندی و آراستگی به اخلاق الهی است. این مقاله بر آن است به مفهوم اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ابعاد گوناگون آن و نیاز سازمان‌های امروزی به اخلاق بپردازد. در این تحقیق، برای گردآوری اطلاعات از وبگاه «کدال» و نرم‌افزار «ره‌آورد نوین» استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از اطلاعات مالی و اخلاق اجتماعی ۸۶ شرکت طی

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه پیام‌نور، تهران.

Vaghfi2020@gmail.com

** کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه پیام‌نور، تهران.

mehrafarink@gmail.com

*** کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران.

z.noobakhsh70@yahoo.com

تاریخ تأیید: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۲



دهه ۱۳۹۰ استفاده شد و از نرم افزار «استاتا» در سطح اطمینان ۹۵ درصد و روش رگرسیون بهره گرفته شد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین اندازه و قدمت شرکت با رعایت اخلاق اجتماعی در زمینه محیط زیست و مشارکت اجتماعی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها

اخلاق اجتماعی مرتبط با محیط زیست، اخلاق اجتماعی مرتبط با مشارکت اجتماعی، اندازه شرکت، قدمت شرکت.

مقدمه

منظور از رعایت اخلاق اجتماعی یا افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان است؛ به گونه‌ای که منافع همه ذی‌نفعان شامل سهام‌داران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد.

به عبارت دیگر، سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند، در قبال جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و برای بهبود رفاه عمومی، مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند. شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی خوبی دارند، تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند (برندک و منصوری، ۱۳۹۸، ص ۱۰۸-۱۲۷).

یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای نیروهای انسانی شاغل در تمام حرفه‌هاست تا آن‌ها بتوانند با احساس مسئولیت و تعهد کامل در رفع مسائل جامعه و حرفه خود کوشا باشند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. حاکمیت اخلاق حرفه‌ای، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی (از نظر بهبود روابط، تفاهم و



کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان و کاهش هزینه‌های ناشی از نظارت) دارد و از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز با افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به ذی‌نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی و... بر موفقیت سازمانی تأثیر دارد. اخلاق حرفه‌ای، این قدرت را برای فرد یا سازمان فراهم می‌کند که خودکنترل و خودبهبودگر باشند (بیک‌زاد و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱-۹).

رعایت اخلاق اجتماعی (مسئولیت اجتماعی) در سازمان، امری ضروری است تا سازمان از یک سو، جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه، منافع بلندمدت خود را تضمین کند (امیری و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۳۷-۱۵۹).

این پژوهش به دغدغه میزان رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی از سوی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد؛ به گونه‌ای که از شرکت‌های بزرگ و با قدمت در بورس اوراق بهادار تهران انتظار می‌رود در رعایت مسئولیت و اخلاق اجتماعی در زمینه محافظت از محیط‌زیست و مشارکت‌های اجتماعی اهتمام بیشتری داشته باشند. در ادامه، به مبانی نظری، پیشینه پژوهش و فرضیه‌ها و تحلیل نتایج پرداخته می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق اخلاق حرفه‌ای در اسلام

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان‌های اجتماعی، وحدت‌بخش جامعه دینی است. تعریف کلی الگوهای اخلاقی و رفتار ارتباطی، «مسئولیت‌پذیری در برابر حقوق افراد» است. جامعه دینی از حیث تعامل سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی در آن و نیز از نظر رفتار ارتباطی افراد، متضمن مسائل فراوانی است.

این مسائل از تعیین دینی چنین جوامعی سر بر می‌آورند و باید با تعیین دینی نیز پاسخ داده شوند. اخلاق، سامان‌دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و





روابط جهانی است. رفتار ارتباطی درون‌شخصی و برون‌شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، با اخلاق سامان و انسجام می‌یابد. همچنین، رفتار ارتباطی سازمان با محیط و تعامل نهادهای اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می‌یابد. برای تعیین مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی) می‌توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی (در اسلام) عبارت‌اند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسان‌ها، برقراری عدالت درباره انسان‌ها، امانت‌ورزی در رفتار و بینش شخصی (عاملی، ۱۳۸۱، ص ۱۰-۱۲).

شرکت‌ها باید بدانند که گروه‌های مختلف جامعه متقاضی اطلاعات پاسخ‌گویی اجتماعی هستند؛ زیرا این اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های آنان نقش مهمی دارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و افشاگری‌های مرتبط با آن، عامل مهمی است که به تداوم فعالیت شرکت منجر می‌شود؛ زیرا شرکت‌ها با جامعه در ارتباط‌اند و جامعه امکان بقای شرکت را در درازمدت فراهم آورده، از فعالیت و رفتار شرکت بهره می‌گیرد (برندک و منصور، ۱۳۹۸، ص ۱۰۸-۱۲۷).

شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی خود را انجام می‌دهند و آثار مسئولیت اجتماعی و محیطی خود را می‌پذیرند، منافع ویژه‌ای به دست می‌آورند که تمام آن‌ها را نمی‌توان در قالب مبالغ کمی ارائه کرد؛ از جمله این منافع می‌توان به استخدام و ابقای بهتر کارکنان، بهبود تصمیم‌گیری‌های درون‌سازمانی، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، بهبود وجهه شرکت و روابط آن با سهام‌داران و بهبود بازده مالی اشاره کرد. در واقع، مشخص شده است که بین ارزش شرکت و اخلاق تجاری، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و کارایی مالی، رابطه مثبتی وجود دارد.

این امر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران همان‌گونه که به ارزش‌های شخصی خود وفادارند، تمایل دارند در موقعیت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که به افشای مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند. انجام مسئولیت اجتماعی باعث خلق ارزش اقتصادی برای

شرکت‌ها می‌شود؛ چراکه رشد و توسعه مداوم بدون دستیابی به توسعه پایدار جامعه میسر نمی‌شود (Deegan and Gordon, 1996, p.87-199).

امروزه بسیاری از کشورهای صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدهای اجتماعی به ازین رفتن بنگاه اقتصادی می‌انجامد؛ به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق و بزرگ و با سابقه به لزوم تدوین راهبرد اخلاقی پی برده و به این باور رسیده‌اند که باید فرهنگی مبتنی بر اخلاق در سازمان رسوخ کند و همچنین، باید به پژوهش‌هایی که درباره اخلاق حرفه‌ای است، جایگاه ویژه‌ای بدهند (بنی‌هاشمی و علیزاده، ۱۳۹۶، ص ۱۰۳-۱۲۷).

مشکلی که سازمان‌ها با آن روبه‌رو هستند این است که باید هم‌زمان برای افزایش سودآوری و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس، مدیریت هم‌زمان این دو پیامد به‌ظاهر متناقض که نیازمند توسعه راهبردهای کاربردی است و آثار مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، اقدام کنند. در این دوران، مدیریت مؤثر، مدیریتی است که خود را از محدوده اندیشه سازمان رها کند و به جامعه و محیط‌های وسیع‌تری بیندیشد؛ چراکه نه سازمان‌ها می‌توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان‌ها تداوم یابد (مرتضوی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱-۶).

مسئولیت اجتماعی (اخلاق اجتماعی)

درباره ویژگی‌های کسی که اخلاق حرفه‌ای دارد، می‌توان گفت: «او فردی پاسخ‌گوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد، سرمشق دیگران است، حساس و اخلاقمند است، به درستکاری و خوش‌نامی در کارش اهمیت می‌دهد، برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد» (امیری و همکاران، ۱۳۸۹،





ص ۱۴۱). گزارشگری مسئولیت‌های شرکتی با جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و محیطی شرکت ارتباط دارد؛ به همین دلیل، این موضوع که آیا سهام‌داران از اطلاعات گزارشگری مسئولیت اجتماعی در مجموعه اطلاعات مورد توجه برای ارزش‌گذاری سهام شرکت استفاده می‌کنند یا نه، حائز اهمیت است. همچنین، مهم است که بدانیم ارزش و قیمت سهام شرکت به گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت وابسته است (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱-۲۰).

افشای مسئولیت‌های اجتماعی دارای اثر ارتباطی است؛ در نتیجه، قادر است عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد (Li et al, 2013; Zhu et al, 2016, p. 1-10). شرکت‌ها به دو روش به گزارشگری اطلاعات درباره فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی می‌پردازند: ۱. افشای جداگانه با عنوان گزارش مسئولیت اجتماعی، ۲. افشا همراه با گزارش‌های سالانه. اگرچه هنوز چارچوبی الزامی برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی وجود ندارد، مدیران به‌طور داوطلبانه به گزارشگری در این زمینه می‌پردازند (Loannou & Serafeim, 2012, p. 1-20).

یکی از عوامل پیشرفت در جوامع توسعه‌یافته، استفاده بهینه و مؤثر از اطلاعات است. افزایش آگاهی ذی‌نفعان درباره مسئولیت‌ها و تعهدات اخلاقی شرکت در قبال جامعه، به‌ویژه پس از رسوایی انرون، نیاز به گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی را افزایش داده است.

تحقیقات گوناگون، تمایل ذی‌نفعان را به توجه شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی و در نتیجه، افشای آن نشان داده‌اند. بنابراین، همه شرکت‌ها باید به ارائه گزارش اجتماعی به ذی‌نفعان توجه کنند (Thirumanickam et al, 2008, p. 1-8). اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت به بهبود موفقیت شرکت‌ها در بلندمدت منجر می‌شود و در نهایت، به رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و بهبود عملکرد مالی آن می‌انجامد. تصمیمات مدیران و سرمایه‌گذاران در راستای افزایش بازده و ثروت است.



تصمیمات سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و تقسیم سود شرکت‌ها باید به‌نحوی اتخاذ شود که ارزش شرکت را افزایش دهد. در حال حاضر، جریان روبه‌رشد ادبیات مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رابطه‌ی میان گزارشگری اجتماعی و عملکرد بازارهای مالی است (Serafeim & Ioannou, 2013, p. 1-7).

ارلیترکی و همکاران بیان می‌کنند که ورود به فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نه‌تنها رضایت سهام‌داران را بهبود می‌بخشد، بلکه روی شهرت شرکت نیز اثر مثبتی می‌گذارد (Orlitzky et al, 2003, p. 1-6). به عبارت دیگر، افشای اطلاعات درباره‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، تصویر مثبتی از شرکت در ذهن سهام‌داران ایجاد می‌کند. شرکت، با مدیریت کارا و مؤثر مسئولیت‌های اجتماعی خود، می‌تواند مزایا و منافع متعددی کسب کند. این مزایا می‌تواند شامل بهبود مزیت رقابتی و افزایش شهرت شرکت، مدیریت خطرپذیری مؤثر، بهبود عملکرد و افزایش ارزش شرکت، کاهش هزینه‌ی سرمایه، کاهش هزینه‌های عملیاتی، محدود کردن دعاوی حقوقی و غیره باشد (McAdam & Leonard, 2003, p. 1-10).

مدیران و اخلاق سازمان

پنیو اعتقاد دارد اخلاق حرفه‌ای، رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه‌ی ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌های گوناگون می‌پردازد (Pennino, 2004, p. 1-20). او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این‌گونه برمی‌شمارد:

الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛

ج) اشاعه‌ی ارزش‌ها و موازین اخلاقی در سازمان؛

د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛

ه) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛

و) رفتار عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و کوشش برای رفع آن‌ها؛

ز) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای؛

ح) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان.

مدیران شرکت‌ها ممکن است سطح بالایی از سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت خود را برای نشان دادن تعهد خود به مسئولیت اجتماعی گزارش کنند. در مقابل، سرمایه‌گذاران هم به دنبال تضمین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به منزله نشانه‌ای از اعتبار افشا هستند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱-۲۰). با توجه به مراتب بالا، پژوهش حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این سؤال است که آیا اندازه و قدمت شرکت بر اخلاق اجتماعی (مسئولیت اجتماعی) تأثیر دارد؟ اخلاق اجتماعی در این تحقیق با دو مؤلفه اخلاق اجتماعی مرتبط با محیط‌زیست و اخلاق اجتماعی مرتبط با مشارکت اجتماعی سنجیده شده است.

پیشینه تحقیق

ابیدات در پژوهش خود نشان داد که مسئولیت اجتماعی (داخلی و خارجی) شرکت و مشارکت کارکنان در مؤلفه‌های «شدت، جذب و تعهد» ارتباط مثبتی با عملکرد سازمانی دارد (Obeidat, 2016, p. 1-15). همچنین، نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی و مشارکت کارکنان نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سازمان‌ها با بهره‌گیری از فعالیت‌های خاص منابع انسانی می‌توانند رفتار کارکنان را با علایق سازمان هم‌سو سازند؛ لذا مطالعات وسیع در حوزه مدیریت راهبردی منابع انسانی گویای اهمیت طراحی مطلوب این ساختارها به منزله محرک‌های رفتاری و نگرشی در افراد است. گل‌پرور و جمشیدیان (۱۳۹۹، ص ۱۱۹-۱۲۰) در پژوهش خود با عنوان «رابطه مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی با باور به دنیای عادلانه و ناعادلانه





در دانشجویان» که با هدف بررسی رابطه باور به دنیای عادلانه و ناعادلانه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاقی انجام شده، تأثیر مسئولیت‌پذیری دانشجویان را بر باورپذیری آن‌ها تأیید کرد. در درجه اول، نتایج نشان داد بین مسئولیت‌پذیری در قبال تعهد و پیمان باور به دنیای عادلانه برای خود و دیگران، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین میزان مسئولیت‌پذیری در قبال قوانین به دنیای عادلانه برای دیگران و مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی با دنیای عادلانه برای دیگران، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

علی‌پور، شیخی و آقاجانی (۱۳۹۸، ص ۱-۱۸) در پژوهشی، تأثیر اندازه شرکت بر رابطه بین ساختار سرمایه و ورشکستگی مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ بررسی کردند و به این نتیجه دست یافتند که اندازه شرکت در رابطه بین نسبت بدهی‌های بلندمدت و ورشکستگی مالی و همچنین، در رابطه بین نسبت بدهی‌های کوتاه‌مدت و ورشکستگی مالی تأثیر معناداری دارد، اما اندازه شرکت در رابطه بین نسبت بدهی کل و ورشکستگی مالی تأثیر معناداری ندارد. مسئولیت اجتماعی را می‌توان نوعی سرمایه‌گذاری تلقی کرد؛ زیرا مسئولیت اجتماعی، انتظارات متقاضیان شرکت را برآورده می‌کند. بنی‌هاشمی و علیزاده (۱۳۹۶، ص ۱۰۳-۱۲۷)، با توجه به اثر میانجی‌گری فرهنگ خدمتگزاری، رابطه اخلاق حرفه‌ای را با مسئولیت اجتماعی و پاسخ‌گویی فردی بررسی کرده‌اند.

یافته‌های تحقیق نشان داد که اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت اجتماعی و پاسخ‌گویی و فرهنگ خدمتگزاری، رابطه مثبت و معناداری دارد. بنابراین، نتایج پژوهش این محققان حاکی از این است که اخلاق حرفه‌ای به‌طور مستقیم باعث افزایش مسئولیت اجتماعی و پاسخ‌گویی فردی می‌شود. همچنین، اخلاق حرفه‌ای باعث تقویت فرهنگ خدمتگزاری می‌شود و فرهنگ خدمتگزاری، زمینه تقویت و بهبود پاسخ‌گویی فردی را فراهم می‌کند.



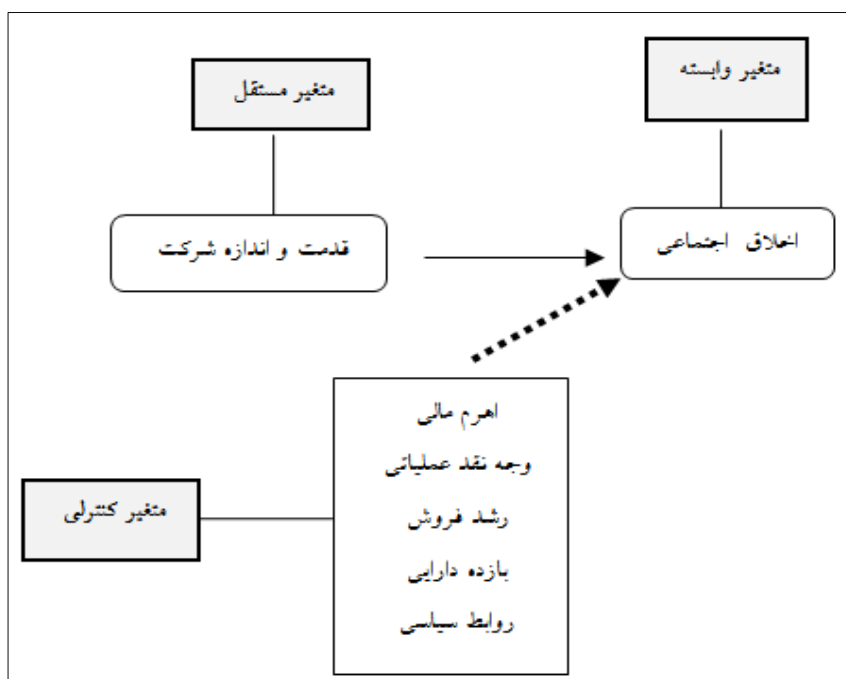
علیزاده، سهیلی و بامشاد (۱۳۹۳، ص ۱) در مقاله‌ای با عنوان «فرا ترکیب جایگاه مسئولیت اجتماعی کسب و کار در ادبیات پژوهش معاصر سازمان در ایران» بیان کردند که مفهوم مسئولیت اجتماعی کسب و کار از نگاه ادبیات معاصر ایران، بیانگر فعالیت‌های برآمده از حساسیت داوطلبانه و راهبردمحور کسب و کار به رویدادهای محیط اطراف است؛ مسئولیتی که در زمینه مدیریتی، اقتصادی و اجتماعی سازمان، در تعامل با محیط شکل گرفته است و با تأکید بر شایسته‌سالاری، مردم‌سالاری، تغییر و ارزش‌های انسانی در صدد ایجاد تعادل بین منافع سازمان، جامعه، انسان و دولت‌هاست. از نظر این پژوهشگران، این تعریف، جامع‌ترین تعریف مسئولیت اجتماعی است.

خواجوی و اعتمادی جوریابی (۱۳۹۴، ص ۱۰۴-۱۲۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شرکت‌ها در اقتصاد جهانی امروز خود را ملزم به محترم شمردن حقوق بشر، پاسخ‌گویی اجتماعی و محیطی، نظارت اخلاقی و بهبود کیفیت خدمات، فرآیند کاری، محصولات و روابط می‌دانند. ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصاد جهانی نیازمند تنظیم فعالیت‌های آن‌ها با انتظارات اجتماعی، اقتصادی و محیطی ذی‌نفعان است. دولت، شرکت و جامعه باید بسیار نزدیک‌تر با هم کار کنند تا بتوانند پاسخ‌گویی در قبال حقوق بشر (ابعاد اجتماعی) را بهبود بخشند. شرکت‌ها می‌توانند با استناد به مسئولیت اجتماعی به بیشینه سود و پاسخ‌گویی اجتماعی دست یابند.

سهام‌داران و تصمیم‌گیرندگان باید درک و فهم بهتری از محرک‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پیشگامی و رقابت در این زمینه و منافع پایبندی به آن داشته باشند. همچنین، شرکت‌ها زمانی می‌توانند از منافع این‌گونه برنامه‌ها بهره‌مند شوند که از اجرای آن‌ها پشتیبانی کنند. در کل، اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باعث افزایش منافع و ارتقای سطح زندگی عموم مردم می‌شود و خود شرکت‌ها نیز از مزایای آن بهره‌مند می‌شوند.



عرب صالحی، صادقی و معین‌الدین (۱۳۹۳، ص ۱-۲۰) به بررسی این موضوع در سازمان بورس پرداخته‌اند. آن‌ها تعهد اخلاقی به مشتریان را در اولویت اجرای مسئولیت اجتماعی قرار داده‌اند. پوردهقان و حمیدیان‌پور (۱۳۹۱، ص ۱-۲۰) نیز تعهد در برابر کارکنان، مشتریان، پیمانکاران و محیط‌زیست را بخش مهم راهبرد شرکت‌های بزرگ و معتبر جهان می‌دانند. با توجه به مبانی نظری و اهداف تحقیق، مدل مفهومی پژوهش به شکل زیر است:



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

هر پژوهشگری با توجه به هدف گذاری‌ها، نوع تحقیق خود را مشخص می‌کند. این پژوهش از این نظر، از نوع تحقیقات کاربردی است؛ چون هدف این است که دانشجویان و استادان دانشگاه‌ها و تحلیل‌گران بورس، نتایج این تحقیق را به کار

بگیرند. گردآوری اطلاعات این پژوهش به روش کتابخانه‌ای صورت گرفت؛ مبانی نظری از کتاب‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌های تخصصی فارسی در زمینه مالی و حسابداری گردآوری شد. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات از بانک‌های اطلاعاتی، اسناد، سوابق و گزارش‌های حسابرسی شرکت‌ها و صورت‌های مالی و دیگر اسناد و مدارک و یادداشت‌های همراه برگرفته از بایگانی بورس اوراق بهادار تهران (وبگاه کدال) و نرم‌افزار «ره‌آورد نوین» استفاده شد. فرضیات تحقیق با استفاده از اطلاعات ۸۶ شرکت بورسی طی دهه ۱۳۹۰ و با توجه به الگوی آزمون علمی از طریق نرم‌افزار «استاتا، نسخه ۱۵» در سطح اطمینان ۹۵ درصد اجرا شد که نتایج در ادامه ارائه می‌شود.

فرضیه‌ها و مدل پژوهش

اهتمام به رعایت اخلاق حرفه‌ای در زمینه مشارکت اجتماعی شرکت‌ها و مباحث مربوط به محیط‌زیست، رفتاری ارزشمند از جانب شرکت‌هاست که می‌تواند تحت تأثیر عمر (قدمت) و اندازه شرکت‌ها باشد. در این پژوهش، اخلاق اجتماعی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی) شرکت‌ها با دو معیار مشارکت اجتماعی در ساخت مساجد، امور خیریه و مسائل عام‌المنفعه، و تلاش برای حفظ محیط‌زیست اندازه‌گیری و فرضیه‌های زیر تدوین شد.

فرضیه و مدل اول تحقیق

بین اندازه و قدمت شرکت و اخلاق حرفه‌ای در زمینه محیط‌زیست رابطه معناداری وجود دارد.

$$ENV = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$$



$$ENV = \beta_0 + \beta_1 Age_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$$

فرضیه و مدل دوم تحقیق

بین اندازه و قدمت شرکت و اخلاق حرفه‌ای در زمینه مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

$$COM = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$COM = \beta_0 + \beta_1 AGE_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$$

در جدول زیر، نماد و نوع متغیرهای پژوهش بیان شده است:

همان طور که مشخص شده است، اخلاق اجتماعی، متغیر وابسته و اندازه و قدمت شرکت، متغیر مستقل است و در نهایت، اهرم مالی (نشان‌دهنده خطرپذیری مالی و سطح وجه نقد عملیاتی شرکت، رشد فروش، بازده دارایی‌ها و روابط سیاسی شرکت)، متغیر کنترلی است.



جدول ۱: متغیرهای تحقیق

نوع متغیر	نماد متغیر	نام متغیر
وابسته	EMP ENV COM PRO	اخلاق اجتماعی (مسئولیت پذیری اجتماعی)
مستقل	Size	اندازه شرکت
مستقل	Age	قدمت شرکت
کنترلی	Lev	اهرم مالی
کنترلی	Cash	وجه نقد عملیاتی
کنترلی	Growth	رشد فروش
کنترلی	RoA	بازده دارایی
کنترلی	Gov	روابط سیاسی

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته:

اخلاق اجتماعی در این تحقیق با دو مؤلفه اخلاق اجتماعی مرتبط با محیط زیست و اخلاق اجتماعی مرتبط با مشارکت اجتماعی سنجش شده است.

متغیرهای مستقل:

- اندازه شرکت (size): برای محاسبه اندازه شرکت از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها استفاده شده است.



- قدمت شرکت (Age): این متغیر از طریق لگاریتم طبیعی اختلاف زمانی سال مورد نظر با سال تأسیس شرکت اندازه گیری شده است.

متغیرهای کنترلی:

متغیرهای کنترلی پژوهش، متغیرهایی هستند که اثرگذاری آنها بر متغیر وابسته اجتناب ناپذیر است؛ بنابراین، این متغیرها وارد مدل رگرسیونی می شوند تا اثرشان کنترل یا خنثی شود.

در این پژوهش، متغیرهای کنترلی عبارت اند از:

- اهرم مالی (LEV): نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها؛

- وجه نقد عملیاتی (Cash): شامل جریان های نقدی ورودی و خروجی ناشی از فعالیت های عملیاتی؛

- رشد فروش (Growth): برابر با: (فروش شرکت - فروش سال قبل / فروش سال قبل)؛

- بازده دارایی ها (ROA): برابر با: سود قبل از بهره و مالیات / کل دارایی ها؛

- روابط سیاسی (Gov): اگر سهام بخش دولتی بیش از ۵۰ درصد باشد، ۱ و در غیر این صورت، صفر است.

یافته های پژوهش

نتیجه آزمون فرضیه اول

فرضیه اول بیان می دارد که بین اندازه و قدمت شرکت و اخلاق حرفه ای در زمینه محیط زیست رابطه معناداری وجود دارد.



جدول ۲: نتیجه آزمون مدل اول

$ENV = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t$ $+ \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$					
متغیر وابسته: محیط زیست					
متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری
اندازه شرکت	Size	۱/۳۹	۰/۳۰	۴/۵۵	۰/۰۰
اهرم مالی	LEV	۲/۲۴	۰/۴۷	۴/۷۶	۰/۰۰
وجه نقد عملیاتی	Cash	۰/۱۸	۰/۰۵	۳/۱۱	۰/۰۰
رشد فروش	Growth	۰/۲۱	۰/۱۲	۱/۶۹	۰/۰۹
بازده دارایی‌ها	ROA	۱/۷۷	۰/۶۹	۲/۵۵	۰/۰۱
روابط سیاسی	Gov	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۷۳	۰/۴۶
عرض از مبدأ		۰/۵۷	۱/۰۶	۰/۵۴	۰/۵۸
دیگر آماره‌های اطلاعاتی					
LR آماره			۶۷/۲۷		
LR (Prob.) سطح معنی داری			۰/۰۰		
ضریب مک - فادن			۰/۰۶		



$ENV = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$					
متغیر وابسته: محیط زیست					
متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری
قدمت شرکت	Age	۰/۶۰	۰/۲۵	۲/۳۶	۰/۰۱
اهرم مالی	LEV	-۱/۷۴	۰/۳۷	-۴/۶۶	۰/۰۰
وجه نقد عملیاتی	Cash	۰/۲۰	۰/۰۴	۴/۴۰	۰/۰۰
رشد فروش	Growth	۰/۰۹	۰/۱۱	۰/۸۳	۰/۴۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۴۹	۰/۵۴	۰/۹۰	۰/۳۶
روابط سیاسی	Gov	۰/۰۷	۰/۰۴	۱/۸۷	۰/۰۶
عرض از مبدأ		-۱/۷۹	۰/۸۳	-۲/۱۵	۰/۰۳
دیگر آماره‌های اطلاعاتی					
LR آماره			۵۹/۲۷		
LR (Prob.) سطح معنی‌داری			۰/۰۰		
ضریب مک-فادن			۰/۰۳		



$$COM = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر وابسته: مشارکت اجتماعی

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	سطح معناداری
اندازه شرکت	Size	۰/۶۱	۰/۳۰	۲/۰۰	۰/۰۴
اهرم مالی	LEV	۲/۶۶	۰/۴۵	۵/۸۲	۰/۰۰
وجه نقد عملیاتی	Cash	-۰/۱۵	۰/۰۵	-۲/۶۱	۰/۰۰
رشد فروش	Growth	-۰/۲۰	۰/۱۲	-۱/۶۲	۰/۱۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۲/۲۵	۰/۶۷	۳/۳۱	۰/۰۰
روابط سیاسی	Gov	-۰/۰۵	۰/۰۵	-۱/۰۵	۰/۲۹
عرض از مبدأ					
دیگر آماره‌های اطلاعاتی					
آماره LR			۵۱/۰۵		
سطح معنی‌داری (Prob.) LR			۰/۰۰		
ضریب مک-فادن			۰/۰۴		



$COM = \beta_0 + \beta_1 AGE_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Growth_t$ $+ \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 Gov_{it} + \varepsilon_{it}$					
متغیر وابسته: مشارکت اجتماعی					
متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری
قدمت شرکت	Age	۰/۱۹	۰/۰۴	۴/۱۶	۰/۰۰
اهرم مالی	LEV	-۱/۹۳	۰/۳۶	-۵/۳۲	۰/۰۰
وجه نقد عملیاتی	Cash	۰/۱۹	۰/۰۴۶	۴/۱۶	۰/۰۰
رشد فروش	Growth	۰/۰۹	۰/۱۱	۰/۸۴	۰/۴۰
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۷۲	۰/۵۳	-۱/۳۶	۰/۱۷
روابط سیاسی	Gov	۰/۰۸	۰/۰۴	۲/۰۹	۰/۰۳
عرض از مبدأ		-۱/۷۲	۰/۸۴	-۲/۰۵	۰/۰۴
دیگر آماره‌های اطلاعاتی					
آماره LR			۵۴/۵۳		
سطح معنی‌داری (LR (Prob.)			۰/۰۰		
ضریب مک-فادن			۰/۰۳		

نتایج جدول ۲، نشان می‌دهد که متغیر اندازه شرکت و قدمت شرکت دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن، عددی مثبت است؛ بنابراین، بین محیط‌زیست و اندازه و قدمت شرکت رابطه مستقیم وجود دارد و فرضیه اول در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود.



متغیر کنترلی وجه نقد عملیاتی دارای ضریب مثبت و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ از این رو، رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته دارد. متغیرهای کنترلی رشد فروش، بازده دارایی‌ها و روابط سیاسی دارای سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد هستند و از این رو، رابطه معناداری با متغیر وابسته ندارند. ضریب مک-فادن برابر با ۶ درصد و ۳ درصد است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۶ و ۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره LR برابر با ۶۷/۲۷ و ۵۹/۲۷ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد است؛ از این رو، می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

نتیجه آزمون فرضیه دوم

فرضیه دوم بیان می‌دارد که بین اندازه و قدمت شرکت و اخلاق حرفه‌ای در زمینه مشارکت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: نتیجه آزمون مدل دوم

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که متغیر اندازه و قدمت شرکت دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن، عددی مثبت است؛ بنابراین، بین مشارکت اجتماعی و اندازه و قدمت شرکت رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه دوم در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. متغیرهای کنترلی اهرم مالی، وجه نقد عملیاتی و بازده دارایی‌ها دارای سطح معناداری کمتر از ۵ درصد هستند؛ از این رو، رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته دارند.

متغیرهای کنترلی رشد فروش و روابط سیاسی دارای سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد هستند و از این رو، رابطه معناداری با متغیر وابسته ندارند. ضریب مک-فادن برابر با ۴ درصد و ۳ درصد است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۴ و ۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره LR



برابر با ۵۱/۰۵ و ۵۴/۵۳ و سطح معناداری آن، کمتر از ۵ درصد است؛ از این رو، می توان گفت مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

اطمینان از کفایت متغیرهای کنترلی

برای بررسی کفایت متغیرهای کنترلی پژوهش از معیارهای اطلاعاتی آکائیک و شوآرتز (Akaik and Schwartz) استفاده شده است.

بدین منظور، هر مدل ریاضی یک بار بدون متغیرهای کنترلی و یک بار به همراه متغیرهای کنترلی برازش شده است. چنانچه مقادیر آکائیک و شوآرتز در مدل با متغیرهای کنترلی، نسبت به مدل بدون متغیرهای کنترلی کاهش پیدا کند، به این معناست که متغیرهای کنترلی باعث بهبود مدل شده اند.

جدول ۴: کفایت متغیرهای کنترلی پژوهش

شواآرتز	آکائیک	شرح مدل
۱۲۵۹/۱۱	۱۲۲۳/۴۴	مدل اول با متغیرهای کنترلی
۱۲۶۳/۵۶	۱۲۵۳/۵۲	مدل اول بدون متغیرهای کنترلی
کفایت متغیرهای کنترلی	کفایت متغیرهای کنترلی	نتیجه
۱۲۷۴/۲۲	۱۲۳۴/۰۶	مدل دوم با متغیرهای کنترلی
۱۲۸۰/۷۴	۱۲۷۰/۷	مدل دوم بدون متغیرهای کنترلی
کفایت متغیرهای کنترلی	کفایت متغیرهای کنترلی	نتیجه



تشخیص درصد صحت پیش‌بینی مدل

یکی دیگر از معیارهای نیکویی برازش، درصد صحت پیش‌بینی است.

جدول (۵): درصدهای صحت پیش‌بینی مدل

نام مدل	نام متغیر وابسته	پیش‌بینی کل
فرضیه اول	محیط‌زیست	۷۳/۲۲
فرضیه دوم	مشارکت‌های اجتماعی	۷۳/۰۵

با توجه به نتایج جدول ۵، درصد صحت پیش‌بینی مدل در مدل‌های پژوهش، بیش از ۵۰ درصد می‌باشد که بیانگر مطلوبیت و صحت پیش‌بینی مدل است.

برازش مطلوب مدل رگرسیونی

در آزمون هاسمر-لمشو (Hasmer-Lemshow)، سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد بیانگر برازش مطلوب مدل رگرسیونی است. در غیر این صورت، مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار نیست.

نتایج آزمون هاسمر-لمشو برای مدل رگرسیونی پژوهش

برای بررسی مطلوبیت برازش در مدل‌های رگرسیونی با متغیر وابسته باینری می‌توان از آزمون‌ها و معیارهای مختلفی همچون ضریب تعیین مک-فادن، مادلا، استرلا، چاو و جدول پیش‌بینی موفقیت‌های هنشر-جانسون استفاده کرد.

یکی از آزمون‌هایی که برای خوبی برازش مدل‌های انتخاب باینری استفاده می‌شود، آزمون هاسمر-لمشو است. در این آزمون، معناداری کلی ضرایب رگرسیون از طریق مقایسه مقادیر پیش‌بینی شده و واقعی متغیر وابسته در گروه‌های مختلف



بررسی می‌شود. اگر اختلاف بین مقادیر واقعی و پیش‌بینی شده متغیر وابسته زیاد باشد، برازش مدل ضعیف است.

جدول (۶): نتایج آزمون هاسمر- لمشو برای مدل رگرسیونی پژوهش

هاسمر-لمشو		نام آزمون
سطح معناداری آزمون	مقدار آماره آزمون	فرضیه
۰/۱۸/۵	۱۱/۴	فرضیه اول
۰/۵۳	۷/۲۵	فرضیه دوم

با توجه به جدول ۶، مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون هاسمر-لمشو برای مدل‌های پژوهش، بیش از ۵ درصد است که برازش مطلوب مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد.





نتیجه گیری

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مبحثی نوین در پژوهش‌های حسابداری محسوب می‌شود و پژوهشگران و تحلیلگران از ابعاد مختلف به این موضوع پرداخته‌اند. امروزه سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی تمایل دارند که مسئولیت‌های اجتماعی را به‌گونه‌ای مناسب انجام می‌دهند. گرنت بر این باور است که در عصر حاکمیت شرکتی، افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت‌ها، ضرورت دارد و به شرکت‌های بزرگ محدود نیست (Grant, 2008, P. 93-108).

همچنین، صاحب‌نظران و طرف‌داران افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی معتقدند شرکت‌ها برای ارزش آفرینی و تولید ثروت سهام‌داران خود به افشای اطلاعات می‌پردازند. شرکت‌هایی توانایی جذب سرمایه را دارند که افزون بر افشای متداول، عمل به مسئولیت‌های اجتماعی را نیز افشا کنند.

نتایج آزمون فرضیه‌ها بیانگر این است که در رعایت مسائل اخلاق اجتماعی، بین اندازه و قدمت شرکت با محیط‌زیست و مشارکت اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ بدین معنی که شرکت‌های بزرگ و با سابقه در بورس اوراق بهادار تهران، به امور اجتماعی مانند خیریه، ساخت مسجد، کمک به بیماران سرطانی و خاص، تولید محصولات باکیفیت (برای افزایش رضایتمندی مشتریان) و نیز به امور مربوط به کاهش آلاینده‌گی، اهتمام لازم را دارند.

این نتایج با تحقیقات حیدرپور و قرنی (۱۳۹۴، ص ۵۱-۹۳) و رودریگز-فرناندز (Rodriguez-Fernandez, 2016, p. 51-137) هم‌سو است.

سازمان‌های اقتصادی نه تنها در حوزه مالی فعالیت می‌کنند، بلکه ناگزیرند تا حدی در عرصه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی هم نقش ایفا کنند. بنابراین، بین سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی رابطه‌ای دایره‌وار به وجود می‌آید؛ به گونه‌ای که هر شرکت، علاوه بر اینکه ارزش ذاتی خود را حفظ می‌کند، وظیفه

اخلاقی دارد به رفاه جامعه کمک کند و تنها هدفش افزایش منافع اقتصادی نباشد. بنابراین، نهادهای تدوین‌کننده مقررات می‌توانند ارائه شماری از گونه‌های گزارشگری مسئولیت اجتماعی را برای شرکت‌ها الزامی سازند تا کسانی که از گزارش‌های شرکت‌ها استفاده می‌کنند، در تصمیمات خود گزارش‌های مسئولیت اجتماعی را نیز مدنظر قرار دهند.

همچنین، وجود رابطه مثبت بین اندازه و قدمت شرکت با محیط‌زیست و مشارکت‌های اجتماعی به این معناست که شرکت‌هایی که بزرگ‌ترند و قدمت بیشتری دارند، هم از نظر کیفیت محصول و هم از نظر مشارکت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی عملکرد مطلوبی دارند و ارزش بازار آن‌ها بیشتر است. بر این اساس، مدیران شرکت‌ها با ارائه این گونه گزارش‌ها و گزارشگری مسئولیت اجتماعی به نحو مطلوب، می‌توانند انتظار بازخورد مثبت سهام‌داران و روند مطلوب قیمت سهام شرکت متبوع خود را داشته باشند.





کتاب‌نامه

۱. امیری، علی‌نقی، محمد همتی و مهدی مبینی (۱۳۸۹)، «اخلاق حرفه‌ای؛ ضرورتی برای سازمان»، معرفت اخلاقی، دوره ۱، ش ۴، ص ۱۳۷-۱۵۹.
۲. برندک، سجاد و فاطمه منصوری حبیب‌آبادی (۱۳۹۸)، «کارایی هیئت‌مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل»، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، ش ۱۹، ص ۱۰۸-۱۲۷.
۳. بنی‌هاشمی، سیدعلی و حمید علیزاده (۱۳۹۶)، «ارزیابی و رتبه‌بندی معیارهای اخلاق حرفه‌ای و ارتباط آن با رضایت شغلی»، فصلنامه اخلاق، دوره ۱۳، ش ۴۷، ص ۱۰۳-۱۲۷.
۴. بیگ‌زاد، جعفر، محمد صادقی و ابراهیم پورداوود (۱۳۹۱)، «تأثیر عوامل سازمانی بر رشد اخلاق حرفه‌ای کارکنان»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۷، ش ۲، ص ۱-۹.
۵. پوردهقان، عادل و فخریه حمیدیان‌پور (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه تهران.
۶. حساس یگانه، یحیی، حسینعلی سهرابی و محمد غواصی کناری (۱۳۹۹)، «ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت»، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۲، ش ۴۵، ص ۱-۲۰.
۷. حیدرپور، فرزانه و محمد قرنی (۱۳۹۴)، «تأثیر حسابداری زیست‌محیطی بر شاخص‌های مالی و عملیاتی شرکت‌های تولیدی»، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۷، ش ۲۶، ص ۳۹-۵۰.
۸. خواجه‌جوی، شکرالله و مصطفی اعتمادی‌جوریابی (۱۳۹۴)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن، حسابداری سلامت، دوره ۴، ش ۲، ص ۱۰۴-۱۲۳.
۹. عاملی، منیژه (۱۳۸۱)، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مذاهب کلامی، تهران: مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.



۱۰. عرب صالحی، مهدی، غزل صادقی و محمود معین‌الدین (۱۳۹۳)، «رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۳، ش ۳، ص ۱-۲۰.
۱۱. علی‌پور، رامین، مینا شیخی گرجان و وحدت آقاجانی (۱۳۹۸)، «تأثیر اندازه شرکت بر رابطه بین ساختار سرمایه و ورشکستگی مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، ش ۱۴، ص ۱-۱۸.
۱۲. علیزاده، مهدی، سارا سهیلی و وحیده بامشاد (۱۳۹۳)، «فرا ترکیب جایگاه مسئولیت اجتماعی کسب و کار در ادبیات پژوهش معاصر سازمان در ایران»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، ش ۲، ص ۳۵۳-۳۶۹.
۱۳. گل‌پرور، محسن و محمدحسین جمشیدیان (۱۳۹۵)، «رابطه مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی با باور به دنیای عادلانه و ناعادلانه در دانشجویان»، فصلنامه اخلاق، دوره ۱۲، ش ۴۴، ص ۹۹-۱۳۰.
۱۴. مرتضوی، سعید، آذر کفاش‌پور و آفاق ارجمندی‌نژاد (۱۳۸۹)، «بررسی نقش واسط عرق ملی و ادراک از کیفیت محصول بر قصد خرید کالای وارداتی»، پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی، دوره ۱۰، ش ۲، ص ۱۰۹-۱۳۴.
15. Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and business research*, 26(3), p. 187-199.
16. Grant, A. M. (2008), "The significance of task significance: Job performance effects, relational mechanisms, and boundary conditions", *Journal of applied psychology*, 93(1), p. 108.
17. Ioannou, I., & Serafeim, G (2012), "What drives corporate social performance? The role of nation-level institutions", *Journal of International Business Studies*, 43(9), p. 834-864.

18. Li, S., Zhao, Y., & Tong, J. (2013). Can Corporate Social Responsibility Report Reduce Cost of Equity Capital? Evidence from Chinese Stock Market. *China J. Account. Stud*, 9, p. 64-70.
19. McAdam, R., & Leonard, D. (2003). Corporate social responsibility in a total quality management context: opportunities for sustainable growth. *Corporate Governance: The international journal of business in society*.
20. Obeidat, B. Y. (2016). Exploring the relationship between corporate social responsibility, employee engagement, and organizational performance: The case of Jordanian mobile telecommunication companies. *International Journal of Communications, Network and System Sciences*, 9(09), p. 361.
21. Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441.
22. Pennino, Clare M (2004), "Managers and professional ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 41, p. 337-347.
23. Rodriguez-Fernandez, M. (2016). Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), p. 137-151.
24. Serafeim, George. & Ioannou, Ioannis. (2013), "The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations", Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>.
25. Thirumanickam, N., Rajamanoharan, I. D. and N. Nordin (2008). "Stakeholders' Perceptions and Expectations of Corporate Social



Responsibility Reporting in Malaysia”, *Proceedings of the 7th Australasian Conference for Social and Environmental Accounting Research*, 7 to 9 December, The Centre for Accounting, Governance and Sustainability, The University of South Australia, Adelaide, Australia, 11, p.1-8.

26. Zhu, M., Liu, Z., & Shi, X. W. (2015). Does disclosing social responsibility information affect audit fee? Empirical Evidence basedd on Chinese public Companies. *Journal of Shanxi University of Finance and Economics*, 12, p. 113-124.



The Role of Size and Age of the Company in their Commitment to Observing Social Ethics (Case study of companies listed on the Tehran Stock Exchange)

Seyyed Hesam Vaghfi*, Kobra Zargar**, Zeynab Nourbakhsh Hosseiny***

Abstract

the purpose of this study is to investigate the role of size and age of the companies in their effort to observe social ethics (social responsibility). Ethics is a set of do's and don'ts and is one of the instincts and rational axioms of human beings and is one of the most important goals of the prophets according to the Qur'an; because the exaltation and happiness of man depends on adherence and beauty to the divine morality. This article intends to address the concept of professional ethics and its importance and various dimensions and the need for ethics in today's organizations. In this research, Cadal site and new Rahvard software have been used to collect information. To test the research hypotheses, financial information and social ethics of 86 companies during the 90s and using stata software at 95% confidence level and regression method were used. The results of this study indicate that there is a direct and significant relationship between the size and age of the company with respect to social ethics in the field of environment and social participation.

Keywords

Environmental social ethics, social ethics related to social participation, company size, company age.



*Assistant Professor, Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran,.
Vaghfi2020@gmail.com

** Master of Accounting, Payame Noor University, Tehran.
mehrafarink@gmail.com

***Master of Accounting, Technical and Vocational University (TVU), Tehran.
z.noobakhsh70@yahoo.com

Applying a meta-combined qualitative approach to examine the criteria affecting the professional ethics of the accountant

Fatemeh Darogheh Hazrati^{*}, Maliha Mir Hosseini^{**,*}

Abstract

Ethics and professional behavior are very important for accounting. Without the acceptance and trust of users, the provision of services by accountants is futile. In general, if there is a professional ethic in a profession, that profession will thrive, otherwise, we must wait for its destruction. Therefore, the present study has been conducted with the aim of identifying and examining the criteria affecting the professional ethics of accountants. For this purpose, with the qualitative research approach and meta-hybrid tools that include weekly steps, 79 of the findings of previous researches have been systematically evaluated and analyzed. Using the Shannon entropy method, the effect coefficient of the identified criteria has been determined based on the content analysis approach. Finally, the criteria that have the greatest impact on the professional ethics of the accountant were determined. The criteria identified in this study are practical and show the importance of the professional ethics of accountants. The results of this study help to reduce the gap between theories in the field of professional ethics in accounting and the practice of professional behavior in practice.

Keywords

professional ethics, meta-combined, Shannon Entropy, Accountant Professional Ethics, professional behavior.

^{*}Associate Professor of Accounting Department of Accounting, Islamic Azad University, Darion Branch, Darion, Iran (Responsible Author).

Hazrati@iaudarion.ac.ir

^{**}Phd in Accounting, Islamic Azad University, Yazd Branch.
mali522@yahoo.com





Philosophical Analysis of Educational Upheaval Documents Based on the Components of Teachers' Professional Ethics and its Educational Implications

Sina Torkashvand*, Vahideh Moradiyan Mohammadieh**, Susan Keshavarz***

Abstract

The aim of this study was to philosophically analyze the evolutionary documents of education based on the components of teachers' professional ethics and educational implications. In this research, the research method of conceptual analysis and inferential analogy (Frankenna reconstructed model) has been used. For this purpose, based on 8 basic axes of teacher professional ethics and valid indicators have been calculated; The content of educational transformation documents has been examined and analyzed to identify related descriptive and prescriptive propositions, and then a corresponding pattern consisting of goals, principles and methods of teacher professional ethics has been inferred. The research findings indicate some implications for the goals, principles and methods of teacher ethics. Among the goals of a teacher's professional ethics are: achieving happiness and perfection, cultivating a sense of responsibility, gaining competencies, and laying the groundwork for guiding educators. Some of the principles are: the principle of respect, commitment, competence and patience. Among the methods, we can mention the method of moral modeling, belief in belief, transcendence of existential affairs, and gradualness and continuity. The results of the research show that the evolutionary documents of education are in accordance with the axes of teacher professional ethics and efforts should be made to teach new professional ethics to new teachers.

Keywords

professional ethics, teacher, education, transformational documents.

* PhD in Philosophy of Education, Kharazmi University of Tehran, Tehran, Iran (Responsible Author)

sina.torkashvand663@gmail.com,

** PhD student in Philosophy of Education, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh Branch, Mashhad.

v.moradiyan@yahoo.com

*** Associate Professor of Philosophy of Education, Kharazmi University of Tehran.
ss.kedhavarz@yahoo.com

Legal Consequences of the Contracts' stimulus; Islamic moral principles and approach

Mohammad Shokri*

Abstract

the moral consequences of approved laws and regulations are subject to reflection. This issue needs research and analysis to help the legislator in decision-making and legislation do it in accordance with ethical rules and ensuring an ethical approach to prevent the moral ineffectiveness of laws or their immoral approach. The fourth paragraph of Article 190 of the Civil Code introduces one of the basic conditions for the validity of transactions as "the legitimacy of the stimulus of transaction" and thereby considers the illegitimate motive to invalidate the contract. The means of concluding a contract is to carry out illegitimate goals, including committing sin and conduct that is prohibited and contrary to public order. Also, this legal measure is in line with the prohibition of the deputy in sin and committing a crime. On the other hand, the Islamic moral order observes the necessity of non-disclosure of guilt in this legal rule. According to the law, it is not necessary to specify the direction of the contract, but if it is specified, it should not be illegitimate. Creating grounds for lies and hypocrisy. The result of this is to pay attention to the approach and the moral and social effects of the legal conditions, leading to the formation of opinions in accordance with the moral teachings of Islam and the order of society, which can create an efficient and new look at legislative decisions.

Keywords

The Contract Motive, illegitimate, specification, privacy, vice on sin.

*PhD in Private Law, Faculty Member of Payam Noor University, Tehran.
mshokri.pnu@gmail.com



Rational-philosophical analysis of Effective solutions in the development of social ethics In Iranian society (at the societal level)

Fereshte abolhassani niaraki*

Abstract

Moral development is one of the characteristics of comprehensive development of the country, which is affected by political, social, economic, cultural dimensions and affects other dimensions through mutual relations. In this paper, the moral development of society is examined with a kind of structural and socialist approach that, in addition to individualistic interpersonal relationships, looks at the collective body beyond the totality of individuals. In this article, with an analytical-rational approach and avoiding exclusivism, we analyze the effective cognitive and motivational factors in moral development in Iranian society. Attention to the complexity of ethics in today's society, critical application of values, national pathology and emphasis on sociological studies of ethics in the analysis of the current situation, emphasis on investment in children and moral infrastructure such as family and school, non-educational Direct ethics with emphasis on mass media, creating internal contexts (otherness: empathy, love, altruism) and external motivation and public participation such as trust, transparency, legalism, youthfulness, etc. Such are analytical factors.

Keywords

ethics, moral development, Iranian society, factors, analytical method



*Assistant Professor in Department of Islamic philosophy and theology, university of Mazandaran.
f.abolhasani@umz.ac.ir

**The homogeneous relationship between ethics and jurisprudence
in the verses of enjoining the good and forbidding the evil
(with the focus on influence and the rule of ethics)**

Mohammad Karimi*, Moslem Mohammadi**

Abstract

The science of jurisprudence and the science of ethics are two original Islamic sciences that have a reciprocal effect on each other and are considered complementary; because they have a common purpose, which is to obey the divine commands and be close to Him. Enjoining the good and forbidding the evil are among the jurisprudential obligations in which morality has a special effect, without morality they do not have a useful and lasting effect on individuals and society. In the verses of the Holy Quran, while stating the various dimensions of the obligation of enjoining the good and forbidding the evil, it fully shows the dominance of the spirit of morality over them. Therefore, the present study, using a descriptive-analytical method, seeks to express the complementary relationship between ethics and jurisprudence in the verses of enjoining the good and forbidding the evil. Emphasizing this paradigm, in which the focus is on the influence and rule of ethics on jurisprudence, as well as other teachings of Islamic jurisprudence have such a background and support.

Keywords

ethics, jurisprudence, verses of rulings, enjoining the good, forbidding the evil, possibility of influence.

* PhD student in Islamic education at Farabi Campus, University of Tehran.
muhammad.karimi@ut.ac.ir (Responsible author)

** Associate Professor of Farabi Campus, University of Tehran, Tehran.
mo.mohammadi@ut.ac.ir



CONTENTS

The homogeneous relationship between ethics and jurisprudence in the verses of enjoining the good and forbidding the evil (with the focus on influence and the rule of ethics)

Mohammad Karimi, Moslem Mohammadi

Rational-philosophical analysis of Effective solutions in the development of social ethics In Iranian society (at the societal level)

Fereshte abolhassani niaraki

Legal Consequences of the Contracts' stimulus; Islamic moral principles and approach

Mohammad Shokri

Philosophical Analysis of Educational Upheaval Documents Based on the Components of Teachers' Professional Ethics and its Educational Implications

Sina Torkashvand, Vahideh Moradiyan Mohammadi, Susan Keshavarz

Applying a meta-combined qualitative approach to examine the criteria affecting the professional ethics of the accountant

Fatemeh Darogheh Hazrati, Maliha Mir Hosseini

The Role of Size and Age of the Company in their Commitment to Observing Social Ethics

(Case study of companies listed on the Tehran Stock Exchange)

Seyyed Hesam Vaghfi, Kobra Zargar, Zeynab Nourbakhsh Hosseini

CONTENTS

ABSTRACTS

IN THE NAME OF ALLAH



Islamic Sciences and Culture Academy
Institute of Family and Theology

No.42 (64th Successive Summer 2021 /Eleventh Year

Publisher: Islamic Publicity Office of the Theological Seminary of Qom

Director in Chief: Ahmadian, Abdorrasool

Editor in Chief: Hadi, Asgahr

*

Editorial Board (in alphaalphabetical order):

Alizadeh, Mahdi/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy
Azarbayjani, Masoud/Associate Professor of the Institute of Hawza and University
Diba, Hossein/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy
Eslami Ardakani, Sayyed Hassan /Professor of the University of Religions and
Denominations

Habibollahi, Mahdi/Assistant Professor of Bagher-Ol'Oloom University

Hadi, Asghar/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy

Salarifar, Mohammadreza/ Assistant Professor of the Institute of Hawza and
University

*

Editorial Board of this Issue:

Sayyed Hassan Eslami Ardakani, Mohammad Sanagoozadeh, Hossein Diba,
Asghar Hadi

*

Secretary Specialist: Baharloo, Mohammad

Proofreader: shirani, Maryam

English Translator: Habibollahi, Mahdi

Typesetting: Rajabi, Fatemeh

Publication: Isfahan Islamic Preaching Office Publication

Published by: Boostan Ketab Institute of Publication – Islamic Preaching Office

Published by: Institute of Family and Theology, affiliated to the Academy of
Islamic Research, Science and Culture

Address: Islamic Preaching Office, Hafez St., Isfahan 81469-57571, Iran

E-mail: akhlagh@dte.irwebsite: <http://akhlagh.morsalat.ir>

Tel: 031-32344410 (EX7651) PO Box: 81465-697 Fax: 031-32208005

