



فضیلت سازمانی: رویکردی سازمانی به اخلاق (دانشگاه فضیلت محور)

زهرا قموشی^{۱*}، جواد پور کریمی^۲

چکیده

فرهنگ اخلاق دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، از عناصر فرهنگ‌ساز جوامع در راستای اخلاقی و معنوی شدن جوامع است. امروزه لزوم توجه به مفهوم فضیلت سازمانی در دانشگاه‌ها به عنوان یکی از عنصر مهم، متعالی و حیات‌بخش دانشگاه‌ها بر جامعه علمی، فرهنگی و معنوی پوشیده نیست. از این رو پژوهش حاضر به مفهوم فضیلت سازمانی به مثابه رویکردی اخلاق سازمانی با هدف کاوش و تطور مفهوم وسیع فضیلت سازمانی در دانشگاه‌ها پرداخته است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف بنیادی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، کیفی به روش اسنادی است. به این صورت که با جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعات علمی داخلی و خارجی و استفاده از منابع اطلاعات علمی، مطلب مورد نظر جمع‌آوری و سپس با استفاده از تحلیل کیفی، مؤلفه‌های فضیلت سازمانی استخراج و مدل مفهومی مبتنی بر این یافته ارائه شد. مدل فضیلت سازمانی مستخرج از یافته‌ها شامل دوازده مؤلفه، خوش‌بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی، انسجام سازمانی، عدالت سازمانی، خیرخواهی سازمانی، شجاعت سازمانی، حکمت سازمانی، قدردانی سازمانی، وفاداری سازمانی و انعطاف‌پذیری سازمانی بود. نتایج نشان داد که باید عوامل ساختاری و فرایندی، عوامل رفتاری و نگرشی، رهبری و مدیریت و زمینه‌های محیطی و فرهنگی فضیلت‌محور دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی برای استقرار و نهادینه شدن فضیلت سازمانی مورد توجه و مذاقه صاحب‌نظران علمی و سیاست‌گذاران و مجریان نظام آموزش عالی قرار گیرد.

کلید واژه‌ها: اخلاق، فضیلت سازمانی، دانشگاه فضیلت‌محور

۱- دانشجوی دکترا مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران. z.ghamooshi91@ut.ac.ir

۲- نویسنده مسئول: استادیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه

تهران. jpkarimi@ut.ac.ir

مقدمه

مقام معظم رهبری (مدظله) در باب اهمیت دانشگاه و فرهنگ اخلاقی می‌فرمایند: "تولید نیروی انسانی کارآمد برای اداره انقلاب، از دبستان‌ها و حتی تا حدودی ماقبل دبستان‌ها شروع می‌شود و به دانشگاه‌ها و مراکز عالی می‌رسد.^۱ از این رو بایستی به مسئله فرهنگ در داخل محیط دانشگاه اهمیت داد. البته رسالت اصلی دانشگاه علم است - در این شکی نیست - ولیکن باید به مسئله فرهنگ نگاه مدیرانه داشت.^۲ اگر دانشگاه ما یک دانشگاه علمی محض باشد، اما درونش دین و اخلاق نباشد، همان بلائی بر سر جامعه ما و کشور ما و آینده ما خواهد آمد که بر سر جامعه دانشمند غرب آمد."^۳ در واقع دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی هر جامعه، معرف بالاترین سطح از علم و فرهنگ آن جامعه محسوب می‌شوند؛ بنابراین آموزش عالی کشور بایستی، مبدأ تحولات علم و فرهنگ باشد (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲). دانشگاه به عنوان یکی از کانون‌های علم، دانش و فرهنگ، وظیفه‌اش تولید، تبیین و تعمیق علم، معرفت و فرهنگ اخلاقی است (ذوالفقارزاده و همکاران، ۱۳۹۳)؛ به گونه‌ای که در چشم‌انداز نظام آموزش عالی در افق ۱۴۰۴ آمده است که نظام جمهوری اسلامی ایران "برخوردار از دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های پیشگام در عرصه تولید دانش تمدنی و تبیین و توسعه فرهنگ جهانی اسلام و پیشتاز در گسترش مرزهای دانش و علوم کاربردی و کارآمد مبتنی بر نگرش وحیانی به منظور کسب مرجعیت علمی و فرهنگی در منطقه و جهان اسلام و دارای اساتید عالم، متدین، عدالت‌خواه و آزاداندیش تربیت یافته در مکتب اسلام و انقلاب، مسئولیت‌پذیر در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی با توانایی تربیت متخصصانی متدین و متعهد و دانشمندانی برتر" خواهد شد (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲).

بر اساس رویکرد مکتب الهام‌بخش اسلام، علم اخلاق، پاک ساختن نفس از صفات رذیله و آراستن آن به ملکات و فضائل جمیله است، که از آن به تهذیب اخلاق تعبیر می‌شود. مضافاً این که عامل مهم موفقیت سازمان‌های امروزی، تبدیل آن‌ها به سازمان‌های اخلاقی است. در یک رویکرد جامع در این زمینه، اشاعه فرهنگ سازمانی اخلاقی، می‌باشد (مقیم، ۱۳۸۷). در عصر جدید، کارکرد دانشگاه‌ها تنها در آموزش، پژوهش، کارآفرینی و مانند آن خلاصه نمی‌شود؛ بلکه در نقش یک پایگاه معرفتی، به فرهنگ‌سازی و تمدن‌سازی نوین

۱. بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۶۸/۹/۲۱

۲. بیانات در دیدار با وزیر علوم و اساتید دانشگاه تهران ۱۳۸۸/۱۱/۱۳

۳. بیانات در دیدار با جمعی از اساتید دانشگاه‌ها ۱۳۹۰/۶/۲

می‌پردازند (ذوالفقارزاده و همکاران، ۱۳۹۳)؛ یکی از بخش‌های مهم فرهنگ اخلاقی و معنوی سازمان‌ها و دانشگاه‌ها، فضیلت سازمانی^۱ است.

فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم سازمانی است که در سال‌های اخیر در علوم سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و به آن دسته از زمینه‌های سازمانی اشاره دارد که در آن فضائل (از جمله انسانیت، درستی، اعتماد و...) هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی مورد توجه، حمایت، پرورش، انتشار و حفظ قرار می‌گیرد (کمرون و همکاران^۲، ۲۰۰۴). و از آن جایی که به ویژگی‌های اخلاقی سازمان در بعد کلان، اطلاق می‌شود، بنابراین بخش مهم و مستمری از فرهنگ سازمان محسوب می‌شود (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۴).

دانشگاهی که فاقد ملاک‌های لازم برای رسیدن به سازمان فضیلت‌محور باشد، در جنبه‌های علمی، اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی نه تنها تأثیرگذار نخواهد بود؛ بلکه اهداف تعیین شده دانشگاه نیز به درستی محقق نخواهد شد (اسدزاده‌هیبر و همکاران، ۱۳۹۶)؛ این موضوع به انحاء مختلف در بخش‌های مختلف "سند اسلامی دانشگاه" اشاره شده است، و به ایجاد زمینه‌های لازم برای ایفای نقش مثبت دانشگاه‌ها در ایجاد فضائل اخلاقی و حرفه‌ای مدیران و اعضای هیأت علمی تأکید شده است (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲). از این رو نقش حاکمیت فضیلت سازمانی در دانشگاه‌ها جهت ایجاد فضایی اخلاقی، فضیلت‌محور و با فرهنگ، روشن بوده است؛ از این رو بایستی در محافل علمی و دانشگاهی مفاهیم و ابعاد فضیلت سازمانی در دانشگاه‌ها مورد توجه و مذاقه قرار گیرد.

تا این اواخر مفهوم فضیلت‌گرایی در جوامع علمی مورد غفلت واقع شده است. فضیلت‌گرایی در مباحث علمی اصطلاح جا افتاده‌ای نیست. فضیلت‌گرایی اغلب نوعی تعصب مذهبی تلقی و غیرمرتبط با علم دانسته شده است. حتی در صورت ارتباط با علم، فضیلت‌گرایی اغلب مرتبط با الهیات و فلسفه دانسته شده است و به ارتباط آن با دنیای سازمان و کسب و کار باور اندکی وجود دارد؛ مخصوصاً در شرایط مواجهه با فشارهای اقتصادی و تقاضاهای ذی‌نفعان (کمرون، ۲۰۱۱؛ به نقل از شکاری، ۱۳۹۱: ۲۴). دلیل دیگر غفلت از فضیلت‌گرایی این است که رخدادهای مثبت است. رخدادهای بد و منفی نسبت به رخدادهای خوب و مثبت (البته با همان شدت) اثر بیشتری بر احساسات افراد می‌گذارند. بنابراین حوادث منفی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند و تحقیقات علمی بیشتری برای اجتناب از اثرات منفی‌شان روی آن‌ها صورت می‌گیرد و همین یکی از دلایل بی‌توجهی به فضایل در حوزه مطالعات سازمانی

^۱ Organizational virtuousness.

^۲ Cameron et al.

است (گاتمن^۱، ۱۹۹۴؛ به نقل از شکاری، ۱۳۹۱: ۲۴). از این رو پژوهش حاضر به موضوع اخلاق در سطح سازمانی یعنی فضیلت سازمانی و به عبارتی دانشگاه اخلاق مدار پرداخته است.

مبانی نظری

فضیلت^۲

واژه فضیلت برگرفته از لغت *arête* یا تعالی یونانی و در زبان لاتین *Virtue* است. مفهوم فضیلت به طور گسترده، در ادبیات اخلاق و به طور خاص در فضایل اخلاقی بحث می‌شود (هاگت و گوردن^۳، ۲۰۱۲؛ به نقل از قاسم‌زاده، ۱۳۹۴: ۵۳). که به برخی از این معانی اشاره شده است: فضیلت: ضد رذیله و نقصه، پاکدامنی، پرهیزکاری، اخلاق حسنه، برتری، بزرگی، بهتری، لقب احترام، مقام محترم دانشمند بزرگوار (طباطبایی، ۱۳۶۶، شاه‌ی، ۱۳۹۵)؛ برتری، مزیت، فزونی در معرفت و دانش، صفت نیکو مانند شجاعت، عفت و مانند این‌ها (نحوی، ۱۳۶۸؛ به نقل از دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴)؛ فضائل، محاسن، آداب پسندیده، خصایص، کلیسای قرون وسطی به هفت خصلت یا فضیلت معتقد بود (گواهی، ۱۳۷۴؛ به نقل از حق‌وردی، ۱۳۹۵: ۵۳)؛ برتری، مزیت، فزونی در معرفت و دانش، صفت نیکو؛ مانند شجاعت، عفت (برایت، ۲۰۰۶؛ به نقل از همراهی، ۱۳۹۴: ۵۳)؛ پاکدامنی، پرهیزگاری، اخلاق حسنه، برتری، بهتری، احترام (فابین، ۲۰۱۲؛ به نقل از همراهی، ۱۳۹۴: ۵۳)؛ تقوا، پرهیزگاری، پاکدامنی، عفت، جشن، فضیلت هنر، خوبی، سیرت، خوبی پسندیده، محاسن، آداب پسندیده، خاصیت (آریان‌پور کاشانی، ۱۳۶۸؛ به نقل از حجازی‌فر و باقری‌کنی، ۱۳۹۰)؛ تعالی یا قدرت (دیوید^۴، ۲۰۱۸: ۸)؛ عادت‌ها، خواسته‌ها و اقداماتی است که منافع فردی و اجتماعی تولید می‌کند (کمرن و همکاران، ۲۰۰۴؛ به نقل از سینگ و همکاران^۵، ۲۰۱۸).

اصطلاح فضیلت از کلمه "ورچوس" و مفهوم یونانی "آرته" به دست آمده است که هر دو به معنای قدرت و قوت یا کمال است (پینکافس، ۱۳۸۲؛ به نقل از سفیدکار، ۱۳۹۲: ۵۵). یونانیان قدیم فضیلت را نوعی برتری و مزیت می‌دانستند که الزاماً به معنای برتری اخلاقی نبود و بر هر نوع مزیتی در هر زمینه‌ای اطلاق می‌شد (خزاعی، ۱۳۹۴: ۱۰۱). پینکافس بر این باور است که فضیلت عبارت است از کیفیت اکتسابی انسان که برخوردار است و به کارگیری آن به گونه‌ای است که ما را قادر می‌سازد تا به مزایا و فواید درونی اعمال دست یابیم و

1 - Gattman

2 - Virtue

3 - Hackett & Girden

4 - David

5 - Singh et al

فقدان آن‌ها به نحو مؤثری ما را از دستیابی به چنین مزایایی باز می‌دارد (پینکافس، ۱۳۸۲؛ به نقل از سفیدکار، ۱۳۹۲: ۵۵). شعاری‌نژاد (۱۳۶۴) فضیلت را، نیرویی که شخص را به انجام دادن کارهای بهتر و پسندیده و خودداری از اعمال نکوهیده وامی‌دارد؛ تعریف کرده است (شعاری‌نژاد، ۱۳۶۴، به نقل از شاه‌ی، ۱۳۹۵). از نظر فارابی معنای فضیلت، هیأت‌های نفسانی است که آدمی بدان‌ها افعال نیک و زیبا را انجام می‌دهد و در ادامه می‌گوید هر گاه استعداد طبیعی به سوی انجام دادن افعال با فضیلت باشد و آن افعال، تکرار و عادت شود و در اثر عادت، هیأتی در نفس پدید آید که این افعال از آن صادر شود، آن هیأت‌های ایجاد شده از عادت را فضیلت گویند و نام آن استعداد طبیعی، نه فضیلت است و نه رذیلت هر چند از آن افعال واحدی صادر شود (علمی سولا و فرخ زادگان، ۱۳۹۰؛ به نقل از دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴). ارسطو نیز فضیلت را نوعی ملکه نفسانی می‌داند که به تدریج و با کوشش‌های مستمر و فعالیت‌های بی‌فقه برای انسان حاصل می‌شود. فضیلت ویژگی‌های منشی که نتیجه عادت است و با عمل به آن‌ها به تدریج بخشی از وجود و هویت ما می‌شود. وجود آن‌ها انسان را موجودی فضیلت‌مند معرفی می‌کند و نبود آن‌ها هویت انسان را فاقد این فضایل و شاید به عنوان غیرانسان نشان می‌دهد (خرزاعی، ۱۳۹۴: ۱۰۳). هیوم^۱، فضیلت را یک حالت و کیفیت نفسانی می‌داند که مورد پسند و رضایت همه اشخاصی است که آن را بررسی و در آن تأمل می‌کنند و یا کیفیتی است که لذت را در ناظران بی‌طرف ایجاد می‌کند و اسباب تحسین را فراهم می‌آورد. در مقابل، رذیلت، کیفیتی است که رنج و تنفر در پی دارد و اسباب تقبیح را فراهم می‌آورد. از نظر هیوم، لذت و رنجی که از هر عمل یا کیفیت ذهن ناشی می‌شود، فضیلت یا رذیلت بودن آن را معین می‌کند (خرزاعی، ۱۳۸۴). کمرون و همکاران (۲۰۰۴) اذعان می‌کنند که فضیلت به ویژگی‌های بی‌نظیر انسانی برمی‌گردد که بیانگر خوبی‌های معنوی و اخلاقی هستند. فضیلت حاصل سنت‌های اجتماعی نیست بلکه یک حالت درونی انسانی است.

براساس مکتب ارسطو و فارابی، فضایل به چهار فضیلت مهم و اساسی طبقه‌بندی می‌شوند. این فضایل عبارتند از فضایل نظری، فضایل فکری، فضایل اخلاقی و فضایل عملی. مفهوم محوری اخلاق ارسطو، سعادت یا کامیابی است. سیر او در اخلاق به سوی مطلوبی است که فی‌نفسه مطلوب باشد نه آن که به دلیل چیزی دیگر مطلوب باشد (حق‌وردی، ۱۳۹۵: ۵۵). فضیلت در واقع نوعی برتری و حالت راسخ نفسانی است که از طریق تمرین و ممارست حاصل می‌شود و نتیجه عادت است؛ چیزی که خیرش هم به خود فاعل

می‌رسد، از این جهت که باعث خوب شدن او می‌شود هم به دیگران، از این جهت که باعث افزایش خیر در دنیا می‌شود (خرزعی، ۱۳۹۴: ۱۰۱). ممکن است مفهوم فضیلت با سایر مفاهیم مشابه، از قبیل، اخلاق، ارزش، اثربخشی، و مواردی از این قبیل مشتبه گردد که در جدول ۱ به تفاوت مفهوم فضیلت با سایر مفاهیم مشابه پرداخته شده است.

جدول ۱: تفاوت فضیلت با دیگر مفاهیم مشابه

تعهد چیست؟	شرافت چیست؟	اخلاقیات
چگونه با آسیب مقابله کنیم؟	فضیلت چگونه می‌توان خوب تولید کرد؟	
درست چیست؟	بهترین چیست؟	اخلاق
اخلاق چیست؟	محترم چیست؟	
فرضیات، انتظارات و جهت-گیری‌های اساسی چیست؟	خیر چیست؟	ارزش
معیار و مفروض چیست؟	زندگی حیات بخش چیست؟	
آیا ما برای رسیدن به اهدافمان، ارزش ایجاد می‌کنیم و موفق عمل می‌کنیم؟	آیا ما خوب پرورش می‌دهیم؟	اثربخشی
آیا ما به طور موفقیت آمیزی رقابت می‌کنیم؟	آیا ما پتانسیل‌های متعالی بشر را دنبال می‌کنیم؟	
چگونه به اهدافمان برسیم؟	آیا نسبت به آنچه که انجام می‌دهیم، هدف عمیقی وجود دارد؟	صلاحیت اصلی
آیا می‌توانیم بهتر از دیگران انجام دهیم؟	آیا ما می‌توانیم قدرت را در دیگران تقویت کنیم؟	
انتظار از شرکت چیست؟	خوشبختی چیست؟	مسئولیت اجتماعی
چگونه می‌توانیم از مشارکت منفعت ببریم؟	چگونه می‌توانیم به شکوفایی دیگران کمک کنیم؟	
سهم منصفانه چیست؟	چیز متعالی در نزد ما چیست؟	نمهروندی
بازده ما به جامعه چیست؟	چه چیزی برای انجام دادن درست است؟	

منبع: کمرون و همکاران (۲۰۰۳)

والش^۱ (۱۹۹۹؛ به نقل از کمرون، ۲۰۱۱) استفاده از کلمات را در روزنامه وال استریت^۲ از ۱۹۸۴ تا ۲۰۰۰ را تحلیل کرد و گزارش نمود که ظهور اصطلاحاتی همچون، "پیروزی"^۳،

1 - Walsh

2 - Wall Street Journal

3 - Win

"مزیت^۱" و "زدن"^۲ در طی دوره ۱۷ ساله در سازمان‌های کسب و کار، حدود چهار برابر افزایش یافته است، در حالی که ظهور کلماتی همچون "فضیلت"، "مراقبت"^۳ و "همدلی"^۴، در رابطه با کسب و کار به ندرت بوده است. همچنین مرور ادبیات علمی در خصوص مفهوم فضیلت (شامل اصطلاح "فضیلت"، "فضیلت مدنی"، "فضیلت اخلاقی" و "اخلاق فضیلت") نشان می‌دهد که توافق کمی در مورد تعریف و نگرش نسبت به آن وجود دارد (کمرن و وین^۵، ۲۰۱۲؛ به نقل از کمرن، ۲۰۱۱). اکثر مقالات بر اینکه آیا واقعاً فضیلت وجود دارد، توسعه فضیلت در جوامع یا تعریف اصطلاح تمرکز نموده‌اند. تعداد محدودی مقاله نیز تلاش کرده‌اند تا نگرش‌های جهانی نسبت به فضیلت یا توسعه ابزار برای سنجش آن را بررسی کنند (چان، ۲۰۰۵؛ پیترسون و سلیگمن، ۲۰۰۴؛ شاناهان و هایمن^۶، ۲۰۰۳؛ به نقل از کمرن، ۲۰۱۱). از این رو سردرگمی در مورد معنای فضیلت مانع مهمی در استفاده از آن در تحقیقات سازمانی و رهبری است. به عنوان مثال، در ادبیات مطالعات سازمانی، فضیلت با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رفتار شهروندسازمانی اخلاق کسب و کار، عدالت و نقاط قوت جایگزین شده است (کمرن، ۲۰۱۱).

سطوح (فردی و سازمانی) فضیلت

مطالعات زیادی جهت پیوند دادن ابعاد فردی و سازمانی فضیلت صورت نگرفته است و آن موارد اندکی هم که به این موضوع پرداخته‌اند مبنای مطالعاتشان ویژگی‌های اصلی فضیلت از منظر ارسطو بوده است. چان در مطالعه‌ای در تلاش این امر بود که بتواند فضیلت فردی و سازمانی را از هم تفکیک نماید. حاصل نتایج وی ارائه مؤلفه‌های فضیلت با تأکید بر سطح سازمانی است که شامل، انسجام، همدلی^۷، ملایمت^۸، شجاعت^۹ (جوانمردی)، وفاداری^{۱۰}، شور و شوق^{۱۱} (جان فشانی)، (چان، ۲۰۰۵). جدول ۲، مروری بر ابعاد فضیلت در سطوح فردی و سازمانی است. البته بحث فضیلت در مفهوم سازمانی آن برای اولین بار توسط کمرن و همکاران (۲۰۰۴) طرح شد. در واقع فضیلت سازمانی نه تنها مربوط به اخلاق محیطی است،

1 - Advantage

2 - Beat

3 - Caring

4 - Compassion

5 - Winn

6 - Shanahan & Hyman

7 - Empathy

8 - Warmth

9 - Courage

10 - Conscientiousness

11 - Zeal

چون مکان برای رفتارهای مثبت دارای اهمیت می‌باشد؛ بلکه فراتر از ویژگی‌های اخلاقی فردی است و اجتماع را نیز در برمی‌گیرد و فضائل اخلاقی، به لحاظ ویژگی‌های اخلاقی آن برای زندگی اجتماعی است (سدلر - اسمیت، ۲۰۱۳). مواردی که کمرون و همکاران (۲۰۰۴) به عنوان آیت‌های فضیلت در سطح سازمانی اشاره کرده‌اند شامل، خوش‌بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی و انسجام سازمانی است.

جدول ۲- ابعاد فضیلت در سطوح فردی و سازمانی از نظر صاحب‌نظران

صاحب‌نظر	سطح	مؤلفه
ارسطو ^۱	فردی	شجاعت، مهربانی، آزادی، محبت، اعتماد، صداقت و ...؛
هیوم ^۲	فردی	خبرخواهی، انسجام، صبر، خوش‌زبانی، پاکیزگی و ...؛
سولومن ^۳ (۱۹۹۲)	فردی	صداقت، عدالت، اعتماد، وفاداری، شجاعت، شادابی، آرامش‌بخش بودن و ...؛
مورفی ^۴ (۱۹۹۹)	فردی	صداقت، عدالت، همدلی، اعتماد، شجاعت، احترام و ...؛
سولومن (۱۹۹۹)	فردی	تولنایی، اعتماد، شایستگی، افتخار، احترام، مهربانی، شجاعت، سخاوتمند، دلسوز، وفاداری، امن، صداقت، عدالت، مسئولیت، استقلال، انسجام، آرامش‌بخش و ...؛
مورگ ^۵ (۱۹۹۹)	فردی	احساسات مثبت، دوستانه، شاد، اعتماد، دلسوز، شایستگی، مشورت و...؛
شاناهان و هیمن ^۶ (۲۰۰۳)	فردی	نوع‌دوستانه، فروتن، اعتماد، محبت، استقلال، شجاعت، مسئولیت، همکاری، صداقت و ...؛
حجازی‌فر و باقری‌کنی (۱۳۹۰)	فردی	انس با خدا، اخلاص، آخرت‌گرایی، مسئولیت‌پذیری؛

1 - Aristotle
2 - Hume
3 - Solomon
4 - Murphy

صاحب نظر	سطح	مؤلفه
چان (۲۰۰۵)	سازمانی	انسجام (صداقت، صمیمیت، مسئولیت اجتماعی و مورد اعتماد)؛ همدلی (علاقه مند، دوباره اطمینان دادن، حمایت کننده و دلسوز)؛ شجاعت (بلند همتی، جهت گیری موفقیت، پشتناز، شایسته)؛ ملایمت (دوستانه، باز، خوش مشرب و رک)؛ شور و شوق (هیجان انگیز، نوآورانه، تصویرگری، سرزنده و فعال)؛ وفاداری (قابل اطمینان، سخت کوش، افتخار و امن)؛
حجازی فر و باقری کنی (۱۳۹۰)	سازمانی	عاطفه انسانی، عدالت، رعایت قانون و سلسله مراتب، خدمتگزاری؛
قموشی (۱۳۹۸)	سازمانی	خوش بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی، انسجام سازمانی، عدالت سازمانی، شجاعت سازمانی، خیرخواهی سازمانی، حکمت سازمانی، قدردانی سازمانی، وفاداری سازمانی و انعطاف پذیری سازمانی.

منبع: اقتباس از چان (۲۰۰۵)

فضیلت سازمانی

فضیلت نوعاً در فلسفه بحث می شود که در حال حاضر در پژوهش های سازمانی از ساخت و نظریه آن استفاده می شود (بارکلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۲؛ به نقل از نوری اردی، ۱۳۹۵: ۳۴). با این حال در گام های ابتدایی، پژوهش های سامان یافته پدیده فضیلت در سازمان در سازمان ها در حال ظهور است. در یونان قدیم کاربرد فضیلت هم در بعد فردی و هم سازمانی این واقعیت را روشن می کند که فضیلت می تواند در سطح فردی و اجتماعی توسعه پیدا کند. این فکر، که فضیلت ها می تواند در سازمان ها علاوه بر افراد عملی شود، گاهی اوقات محل ستیز و اختلاف نظر است (کمرن، ۲۰۰۲؛ به نقل از دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴)؛ از این رو، در بحث ذیل به طور مفصل به فضیلت سازمانی اشاره شده است.

با ظهور نهضت روان‌شناسی مثبت‌گرا در دهه نود میلادی، دیدگاه‌های علمی توجه خود را به ظرفیت‌های مثبت انسان‌ها معطوف داشته و پارادایم مثبت‌اندیشی در عرصه سازمانی با ظهور سه نهضت پژوهش سازمانی مثبت‌گرا، رفتار سازمانی مثبت‌گرا و سرمایه روان‌شناختی مثبت تکامل یافت (دلنایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲). به عبارتی، در گذشته، تنها به تئوری‌سازی، تحقیق و کاربرد مثبت‌گرایی در حوزه روان‌شناسی توجه می‌شد ولی امروزه تحقیقات مثبت‌گرایی به حوزه مطالعات سازمانی راه پیدا کرده است. کاربرد روان‌شناسی مثبت‌گرا در حوزه سازمانی، تحت عنوان "روان‌شناسی سازمانی مثبت" خوانده می‌شود. در زمینه کاربرد روان‌شناسی مثبت‌گرا در حوزه سازمان و مدیریت دو رویکرد عمده "رفتار سازمانی مثبت‌گرا" و "پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا" مطرح است. در سال‌های اخیر، عمده تحقیقات در این حوزه عمدتاً بر روی رفتارهای سازمانی مثبت‌گرا متمرکز بوده است (مشبکی اصفهانی و رضایی، ۱۳۹۳). مفهوم کلیدی تحقق فضای مثبت سازمانی، فضیلت است که درون و بین سازمان‌ها ارائه شده است (رمضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵).

پژوهش‌های سازمانی مثبت‌نگر یکی از جدیدترین نحله‌های مطالعات سازمانی در هزاره سوم محسوب می‌شود (دانایی‌فرد همکاران، ۱۳۹۲) که مفهوم فضیلت سازمانی، یکی از مهم‌ترین و قابل اندازه‌گیری‌ترین بخش‌های پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا می‌باشد (مشبکی اصفهانی و رضایی، ۱۳۹۳). فضیلت عمدتاً در فلسفه بحث می‌شود؛ ولی، در حال حاضر، از نظر تئوری و ساخت، در تحقیقات سازمانی استفاده می‌شود. در حالی که تحقیقات اولیه فضیلت به رفتار مدیران تمرکز داشت، در تحقیقات اخیر از نقش فضیلت در حوزه‌های دیگر عملکرد سازمان، از قبیل خلاقیت، گردش مالی، کیفیت و سودآوری، بحث می‌شود (بارکلی و همکاران، ۲۰۱۲؛ به نقل از حسن‌زاده ثمرین و همکاران، ۱۳۹۳).

فضیلت سازمانی نوعی نظریه هنجاری است که در عصر افول مدرنیته و ظهور پست مدرنیسم، به دلیل ناکامی نظریه‌های اخلاقی در دستیابی به طرحی نو برای نجات انسانیت، و به منظور احیای ارزش‌های اخلاقی مطرح شده است. در واقع، در دنیای امروز اخلاق و سرمایه‌داری و وجدان اخلاقی، که نتیجه دوری کردن از حقیقت انسانیت است، محور قرار گرفتن فضایل اخلاقی و ارزشمند بودن شکوفایی، این نظریه را ضروری ساخته است (خزاعی، ۱۳۸۳؛ به نقل از عهدی، ۱۳۹۴: ۱۷).

نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان، مبین آن است که سازمان از توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیت‌های پرهیزکارانه و فضیلت‌محور در اعضای خود برخوردار است. فضیلت به رفتار برتر و متعالی افراد در سازمان، اشاره دارد. از این رو آن دسته از

ویژگی‌های سازمانی، خاستگاه فضیلت سازمانی می‌باشند که منجر به ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان شود (رگو و همکاران، ۲۰۱۱؛ به نقل از دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲). یک تعریف کلی که از فضیلت سازمانی می‌توان داشت، شامل اقدامات فردی، فعالیت‌های جمعی، ویژگی‌های فرهنگی، یا فرایندی است که منجر به اشاعه و تداوم فضیلت در سازمان می‌شود. فضیلت سازمانی اشاره به بستر سازمانی دارد که حمایت، رشد، اشاعه و تداوم عادات، تمایلات و اقدامات خوبی (همچون، نوع دوستی، صداقت، بخشندگی و اعتماد) هم در سطح فردی و هم سطح سازمانی (کمرن و همکاران، ۲۰۰۴). چان (۲۰۱۷) فضیلت سازمانی را به عنوان ویژگی‌های شخصیت اخلاقی تعریف کرده است که توجه به رضایت ذی‌نفعان درونی و بیرونی دارد. استفنس و همکاران^۱ (۲۰۱۳) فضیلت در سازمان‌ها را شامل افراد و تیم‌هایی می‌دانند که افراد انعطاف‌پذیر یا تندرست هستند به گونه‌ای که به آنان امکان انطباق و رشد می‌دهد. فضیلت مربوط به والاترین الهام بشر است. فضیلت سازمانی مربوط به بافت سازمانی است که در آن عادات خوب، علائق و فعالیت‌ها مورد عمل قرار گرفته، حمایت و رشد می‌یابد (رگو، ۲۰۱۰؛ به نقل از رضانی و عابدی فر، ۱۳۹۵). با توجه به اینکه تعاریف متعددی از مفهوم فضیلت سازمانی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است؛ به صورت مختصر به برخی از آن‌ها در جدول ۳ اشاره شده است:

جدول ۳: مفهوم فضیلت سازمانی از منظر محققان مختلف

محقق	سال	مفهوم فضیلت سازمانی
کمرن و همکاران	۲۰۰۳	فعالیت‌ها و رفتارهای نیروی انسانی، ویژگی‌های فرهنگی سازمان، فرایندهای سازمانی؛
کمرن و همکاران	۲۰۰۴	سیاست‌ها و فرایندهای سازمانی، فرهنگ سازمانی؛
گاوین و ماسون ^۲	۲۰۰۴	توجه به منابع انسانی، ساختار سازمانی مناسب، فرهنگ اخلاقی، رهبری خدمت‌گذار، چشم‌انداز و فلسفه وجودی سازمان؛
کانوو و همکاران ^۳	۲۰۰۴	مدیر به نظرات و عقاید کارمندان گوش دهد؛

^۱ Stephens et al.

2 - Gavin & Mason

3 - Kanov et al

محقق	سال	مفهوم فضیلت سازمانی
کارا و همکاران	۲۰۰۵	استفاده از پتانسیل افراد معلول، احترام به کارکنان، تنوع در محیط کار، رهبری خدمتگزار، کمک به جامعه محلی؛
پیرس و همکاران ^۱	۲۰۰۶	محترم شمردن قوانین اجتماعی توسط سازمان، رعایت تعهدات اجتماعی، لحاظ شدن پیامدهای اجتماعی تصمیمات در تصمیم‌گیری‌های سازمانی،
وربوس و همکاران ^۲	۲۰۰۷	حاکم بودن جو شایسته سالاری در سازمان؛
مانز و همکاران	۲۰۰۷	رفتارهای فرا اخلاقی، فرهنگ، احترام به افراد، مسئولیت در برابر ذی‌نفعان؛
فرناندو ^۳	۲۰۰۸	توانایی تغییرپذیری، بروز رفتارهای صحیح و ارزشمند، داشتن فرصت رشد در سازمان، تعامل صحیح با ارباب رجوع، تمایل کارکنان در جهت ارتقاء اخلاقیات در سازمان؛
هپی و داتن ^۴	۲۰۰۸	فرا تر رفتن از رفتارهای اخلاقی، حاکم بودن فرهنگ شایسته سالاری در سازمان، اعتقاد به دانش افزایی کارکنان در سازمان، لحاظ کردن اصول اخلاقی هنگام ارتباط با همکاران و دیگر سازمان‌ها؛
ریبریو و رگو	۲۰۰۹	بین گفتار و رفتار مدیران هم خوانی وجود داشته باشد، اعتماد مدیران به کارکنان، تأکید سازمان بر استفاده از نیروی کار بومی، معلول، واجد شرایط، پیشبرد اهداف سازمانی بدون استفاده از قدرت سیاسی؛

1 - Pearce et al

2 - Verbos et al

3 - Fernando

4 - Heaphy & Dutton

مفهوم فضیلت سازمانی	سال	محقق
کارکنان سازمان به سلامت در رفتار اداری خود ایمان داشته باشند؛ تناسب گفتار و رفتار مدیران؛ توجه به ارباب رجوع و حاکم بودن فرهنگ توجه به ارباب رجوع در سازمان؛	۲۰۱۰	رگو و همکاران
رهبری، ساختارها و برنامه‌های خوب سازمان یافته، احترام و روابط متقابل مدیر و کارکنان، توجه به کارکنان، عدالت، کارکنان؛	۲۰۱۱	سیلورمن ^۱
توجه سازمان به تعهدات اجتماعی، وجود فرصت رشد و ترقی در سازمان؛	۲۰۱۱	رودول ^۲
کمک به دیگران، استفاده از نیروی کار محلی و تأمین کنندگان محلی، توجه به کرامت انسانی در سازمان؛	۲۰۱۲	اگو ^۳
درک فضیلت‌گرایی، نفوذ فضائل در احساس، تفکر و عمل، دیدگاه خوش‌بینانه به چالش‌ها، فرهنگ بخشش خطاها و یادگیری؛	۲۰۱۳	ژیا و ویزنگ ^۴
تفویض اختیار به کارکنان در صورت لزوم؛	۲۰۱۳	بای و همکاران ^۵
در نظر گرفتن اخلاقیات به عنوان یک اصل اساسی در روابط با نهادهای دیگر، مقدم شمردن اهداف جامعه بر اهداف سازمانی، اهمیت دادن به پیامدهای اجتماعی اعمال؛	۲۰۱۳	هسل ^۶

^۱ Silverman

^۲ Rodwell

^۳ Ugwu

^۴ Xia & Weizheng

^۵ Bai et al

^۶ Hessel

مفهوم فضیلت سازمانی	سال	محقق
عدم نفوذ به مراجع قانون گذاری در جهت پیشبرد اهداف سازمانی، اختصاص بخشی از درآمد سازمان به نیازمندان، استفاده از نیروی کار بومی.	۲۰۱۳	ضماهنی و همکاران
فضیلت سازمانی به تعالی و ارتقای رفتاری اعضای سازمان مربوط می شود (به نقل از غفاری و قنبری، ۱۳۹۷).	۲۰۱۷	هیور ^۱ و همکاران
با فضیلت بودن، یعنی نهادینه سازی قوانین معنوی و اخلاقی ای که ایجاد کننده تعادل اجتماعی اند (به نقل از غفاری و قنبری، ۱۳۹۷)	۲۰۱۹	مسیو
فضائل سازمانی آن دسته از فضایی هستند که در فضای سازمان شکل گرفته و به عنوان مایه هویت و افتخار اعضای سازمان محسوب می شوند. به نحوی که اعضای هر سازمانی فضایل آن را به عنوان دلایل ماندگاریشان در آن سازمان تلقی می کنند.	۱۳۹۲	بهزادی و همکاران
عوامل ساختاری و فرایندی، عوامل رفتاری، رهبری و مدیریت و زمینه های محیطی و فرهنگی سازمان در بردارنده ویژگی هایی چون خوش بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی، انسجام سازمانی، عدالت سازمانی، خیرخواهی سازمانی، شجاعت سازمانی، حکمت سازمانی، قدردانی سازمانی، وفاداری سازمانی و انعطاف پذیری سازمانی باشد	۱۳۹۸	قموشی

فضیلت در سازمان‌ها مربوط به رفتار در محیط سازمانی است. فضیلت در سازمان‌ها مربوط به توانمندسازی سازمان است تا فضیلت را رشد دهد. اگر ما بپذیریم که انسان‌ها ممکن است به صورت نوعی خودخواه و زیاده طلب باشند، آنگاه وجود اخلاق و فضیلت سازمانی برای تعادل بخشی به این حالت، ضروری به نظر می‌رسد (هارتمن^۱، ۲۰۱۳؛ به نقل از رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵). فضیلت سازمانی مربوط به کل یا هیچ نیست. به عبارت دیگر، نه افراد و نه سازمان‌ها به طور کامل با فضیلت یا فاقد فضیلت نیستند؛ بلکه فضیلت درون و بین سازمان‌ها به عنوان فعالیت فردی یا گروهی مطرح می‌شود و ویژگی‌های فرهنگ سازمان و فرآیندها هم می‌تواند و هم نمی‌تواند اعمال فاضلانه را توانمند یا ناتوان کند (رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۷۲).

برای روشن شدن معنای فضیلت سازمانی در ارتباط با انحراف مثبت در ابتدا، جنبش مثبت مورد استفاده قرار گرفت. انحراف مثبت از برخی از آرمان‌های متعالی بشریت گرفته شده است (کمرن و کازا، ۲۰۰: ۳)؛ انحراف مثبت به عنوان "رفتار عمدی که از هنجارهای گروه‌های مرجع در شیوه‌های محترمانه فراتر می‌رود" تعریف شده است (اسپریتزر و سویننتان^۲، ۲۰۰۳: ۲۰۹). در توضیح این معنی از فضیلت در سازمان، کمرن و کازا (۲۰۰۲) از یک پیوستاری که تفاوت بین انحراف منفی و انحراف مثبت را در سطح فردی و سازمانی نشان می‌دهد، استفاده نمودند. سمت راست این پیوستار عملکرد فضیلت در انحراف مثبت را نشان می‌دهد (به نقل از مییر^۳، ۲۰۱۶).

در سطح فردی، حالت عدم سلامت جسمی و روانی در سمت چپ پیوستار و حالت عادی سلامت در وسط پیوستار نشان داده شده است. سمت راست پیوستار، سطح بالایی از سلامت جسمی و روانی فرد را نشان می‌دهد. در حوزه فیزیولوژی و روانشناسی عمده تلاش پزشکان و روانشناسان بر این است که افراد را از سمت چپ پیوستار به میانه منتقل کنند. نقطه میانی به معنای فقدان بیماری یا آسیب است. تعداد بسیار محدودی از تحقیقات و افراد به نیمه راست پیوستار توجه می‌کنند. طبق گزارش س‌لیگمن^۴ (۲۰۰۲) بیش از ۹۹ درصد تحقیقات روانشناختی در طی ۵۰ سال گذشته، بر سمت چپ و میانه پیوستار مذکور متمرکز بوده‌اند. لذا اکثر آنچه که در مورد روان‌شناسی و فیزیولوژی می‌دانیم در مورد این است که چگونه بر بیماری و ضعف غلبه کنیم و به وضعیت نرمال برسیم. در مورد اخلاقیات نیز همین وضعیت صادق است. رفتار غیراخلاقی رفتاری است که منجر به آسیب می‌شود. بیشتر تحقیقات و

1 - Hartman

2- Spreitzer & Sonenshein

3 - Meyer

4 - Seligman

نوشته‌ها در حوزه رفتارهای غیراخلاقی و تبدیل آن‌ها به رفتار اخلاقی است. رفتار اخلاقی یعنی حذف آسیب‌های اخلاقی. در این حوزه نیز به نیمه راست پیوستار توجه اندکی شده است. سمت راستا پیوستار تنها به معنای عدم آسیب اخلاقی یا عدم انجام کار بد و غیراخلاقی نیست بلکه به معنای انجام کارهای پسندیده است (کمرن، ۲۰۰۳؛ به نقل از شکاری، ۱۳۹۱: ۲۸).

در سطح سازمانی نیز به طور مشابه، اکثر تحقیقات سازمانی و مدیریتی بر تشریح پدیده‌های سمت چپ و میانی پیوستار متمرکز بوده‌اند. در مقایسه با شناسایی جنبه‌های متعالی و حیات‌بخش سازمان‌ها، توجه زیادی صرف حل مسئله، رفع موانع مبارزه با رقبای، دستیابی به کارایی و اثربخشی، افزایش سودآوری و رفع شکاف‌های عملکردی شده است. بنابراین، سمت راست شکل و مفاهیم مرتبط با آن، و یا به عبارت دقیق‌تر فضیلت‌گرایی سازمانی کمتر مورد شناسایی و مطالعه قرار گرفته است. به دلیل نامشهود بودن مزایای فضیلت‌گرایی سازمانی، در تحقیقات سازمانی توجه زیادی به این حوزه نشده است. هنگامی که مزایای مشهود و یا پیامدهای آشکاری در زمینه فضیلت‌گرایی سازمانی وجود ندارد، مدیران و صاحب‌نظران سازمانی ترجیح می‌دهند بر روی پدیده‌های ابزاری متمرکز شوند (کمرن و همکاران، ۲۰۰۸؛ به نقل از شکاری، ۱۳۹۱: ۲۸).

در ابتدا، عملکرد سازمانی یک فضیلت به معنای آن است که سازمان‌ها از نظر اثربخشی "متعالی"^۱، در مورد بهره‌وری "فوق‌العاده"^۲، در رابطه با کیفیت، "کامل"^۳، در مورد اخلاق، "خیرخواهی"^۴، در ارتباطات، "احترام"^۵، و در رابطه با سازگاری، "شکوفایی"^۶ باشند. دوم اینکه، در این سمت راست، جایی که شخصیت‌های فضیلت‌نشان داده شده است (کمرن و کازا، ۲۰۰۲). این ویژگی‌ها، که شامل همدلی، بخشش، شجاعت، امیدواری و ...، انحراف مثبت، اشاره به رفتار سازمانی متعارف^۷ دارد. این پیوند بین فضیلت و انحراف مثبت همچنین در تعریف فضیلت سازمانی کمرن و کازا (۲۰۰۲) مطرح شده است. فضیلت سازمانی، یک ظرفیت، یک ویژگی و یک اندوخته^۸ در سازمان را نشان می‌دهد که منجر به نمایش گذاشتن رفتار انحراف به طور مثبتی می‌شود (کمرن و کازا، ۲۰۰۲: ۳۵). شکلها و توضیحات مشابهی در مورد فضیلت سازمانی مربوط به انحراف مثبت توسط کمرن (۲۰۰۳)، کازا و همکاران

1 - Excellent

2 - Extraordinary

3 - Perfect

4 - Benevolent

5 - Honoring

6 - Flourishing

7 - Conventional organizational behavior

8 - Reserve

(۲۰۰۴)، برای و همکاران (۲۰۰۶) و کمرون (۲۰۰۶) نشان داده شده است. به عنوان مثال کمرون (۲۰۰۳) معتقد است که "فضیلت در سازمان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، ارزش‌ها، احساسات و پیامدهایی ناشی از انحراف مثبت است". انحراف مثبت یک شرط لازم و شاخص کلیدی وجود فضیلت سازمانی مثبت است (به نقل از میبر، ۲۰۱۶).

ویژگی‌های فضیلت سازمانی

هیچ شاخصی به تنهایی نمی‌تواند ابعاد چندگانه فضیلت را اندازه‌گیری نماید؛ با این حال سه ویژگی کلیدی در تعریف فضیلت وجود دارد که می‌تواند به توضیح ارتباط آن با مطالعات سازمانی کمک نمود: خیر اخلاقی، تأثیر انسانی و بهبود اجتماعی (کمرون و همکاران، ۲۰۰۴):

الف) خیر اخلاقی^۱: فضیلت، پدیده‌های خوب، درست و با ارزش را از سایر پدیده‌ها متمایز می‌سازد. فضیلت ارتباط نزدیکی با بیانات ارسطو دارد. به زعم وی برخی خصیصه‌ها ذاتاً خوب هستند و به خاطر خودشان انتخاب می‌شوند. مانند عشق، حکمت و کامیابی و برخی خصیصه‌ها به دلیل قصد و نیت دیگری همچون به دست آوردن سود، قدرت، منزلت و مشروعیت اجتماعی انتخاب می‌شوند. ویژگی‌های اخلاقی گروه اول همواره لذت بخش و مایه بالندگی، مسرت و شادکامی‌اند، اما این گفته درباره گروه دوم صادق نیست. ارسطو بر این باور است که جزء اخلاقی فضیلت در گروه اول نهفته است، یعنی فضیلت فی‌النفسه خوب است و این موضوع همان‌طور که درباره افراد صدق می‌کند، قابل تسری به سازمان‌ها نیز می‌باشد (همان). فضیلت با خیر اخلاقی همراه است؛ و اینکه فضیلت خوب و شایسته ترویج است (مک‌کالا و اسنایدر^۲، ۲۰۰۰). بسیاری از بحث‌ها راجع به اینکه "خیر" از چه چیزی تشکیل شده است، اتفاق می‌افتد، همچنان که کلیه جوامع و فرهنگ‌ها فهرست‌هایی از ویژگی‌ها که آن‌ها به عنوان فضیلت و صالح^۳ هستند، ارائه می‌کنند (پارک و پیترسون^۴، ۲۰۰۳). به این معنا، فضیلت تمام کدها یا اصول اخلاقی را هدایت می‌کند، که می‌تواند به عنوان یک تلاش برای عملی کردن اینکه چه چیزی درست یا منصفانه هست، تفسیر شود (مورس^۵، ۱۹۹۹). چیزی که معمولاً به عنوان "خوب" تفسیر می‌شود، در مرزهای سازماندهی شده جوامع تعریف شده است، و دستیابی به منافع مشترک زمانی اتفاق می‌افتد که هر

1 - Moral Goodness

2 - McCullough & Snyder

3 - Praiseworthy

4 - Park & Peterson

5 - Morse

شخصی مشارکت داشته باشد تا همه در زمینه توانایی هایشان و با آگاهی از نیازهای قانونی دیگران به توافق برسند (ارجون^۱، ۲۰۰۰: ۱۶۵؛ به نقل از برایت^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). به طور کلی خیر اخلاقی، مربوط به قصد و نیت خیر است (اسمیت و سدلر، ۲۰۱۳).

(ب) تأثیر انسان^۳: فضیلت، با تأثیرات انسانی همراه است از جمله، با شکوفایی و شخصیت اخلاقی، با قدرت انسان، خودکنترلی و انعطاف‌پذیری، و با اهداف زندگی معنادار و اصول متعالی. تمایلات یا اقدامات بدون تأثیر مثبت انسانی، فضیلت نیستند (کمرون و همکاران، ۲۰۰۳).

(ج) بهبود اجتماعی^۴: فضیلت توسط بهبود اجتماعی مشخص می‌شود، اما این بهبود فراتر از منافع شخصی محض است. فضیلت ارزش‌های اجتماعی که فراتر از تمایلات ابزاری عاملان است، تولید می‌کند. فضیلت برای دیگران منافی را ایجاد می‌کند صرف نظر از چشم‌داشت و یا پاداش. بخشش، همدلی، و شجاعت در جستجوی جبران، فضیلت نیستند. به عبارت دیگر، نشان دادن فضیلت، پاداش آن است و به صورت مستقیم به دنبال منافع و مزیت بیرونی نیست، عامل به فضایل، علاوه بر این که برای دیگران مزیت ایجاد می‌کند، حتی به نفع خود عاملان نیز است (کمرون و همکاران، ۲۰۰۳). به بیان کلی‌تر یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های فضیلت بهبود اجتماعی بدون قید و شرط که مربوط به ایجاد منافع برای دیگران بدون توجه به علایق شخصی است (سدلر - اسمیت^۵، ۲۰۱۳). بهبود بی قید و شرط اجتماعی، فضیلت را از اخلاق سنتی، رفتار شهروندسازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی که عمدتاً بر فعالیت‌هایی با انگیزه‌های منافع ابزاری یا جایگزین ارتباطات متمرکز است، متمایز می‌کند (برایت و همکاران، ۲۰۰۶). درواقع فضیلت، با مفاهیمی چون، رفتار شهروندسازمانی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی یا اخلاق مخالف نیست، اما فراتر از آن مفاهیم گسترش می‌یابد. این جهت‌گیری را که شامل تقویت خیر اخلاقی است، گسترش می‌دهد، و بلکه بد را اصلاح می‌نماید، و تأثیرات انسانی و بهبود اجتماعی، بدون هیچ‌گونه بازگشت فردی تولید می‌کند (کمرون و همکاران، ۲۰۰۴).

نسبت اخلاق و فضیلت

1 - Arjoon

2 - Bright

3 - Human Impact

4 - Social Betterment

5 - Sadler-Smith

خُلق، حالتی راسخ برای نفس است که او را به انجام کارهایی بدون لندیشه و تأمل برمی‌انگیزاند. با دقت در تعریف یاد شده، معلوم می‌شود: خلق ممکن است خوب یا بد باشد. سخاوت و شجاعت در شمار خلق‌های نیک، و بخل و ترس در زمره خوی‌های بد قرار دارد؛ خلق چگونگی و هیئتی برای نفس است که در او پایدار و ماندگار شده است. حالات گذرای نفس، "خلق" نامیده نمی‌شود؛ هر خلقی منشأ صدور برخی افعال مناسب با خود است؛ صدور این افعال از نفس، بدون تأمل و اندیشه است.

علامه مجلسی در تعریف اخلاق می‌گوید: اخلاق ملکه‌ای نفسانی است که کار به آسانی از آن صادر می‌شود. برخی از این ملکات فطری و ذاتی است و برخی نیز با تفکر و تلاش و تمرین و عادت دادن نفس به آن‌ها به دست می‌آید؛ چنان که بخیل در ابتدا، با سختی و جان کندن چیزی را می‌بخشد، اما در اثر تکرار، بخشش به صورت خوی و عادت او درمی‌آید. می‌توان از دو گونه اخلاق سخن گفت: اخلاق فضیلت و اخلاق رذیلت.

با توجه به تعاریف مزبور، مشخص می‌شود که اخلاق اعم از رذایل و فضایل است و از این رو، فضایل به عنوان جزئی از اخلاق مطرح است. در واقع؛ علم اخلاق شامل دو بخش فضیلت و رذیلت است. بحث فضایل با بحث ارزش‌ها نیز مشابهت دارد. سازمان فضیلت‌محور بر آداب فضیلت در فضای کار تمرکز می‌کند. البته در سازمان‌ها به ارزش‌ها زیاد توجه شده، در حالی که تعریف و نقش ایفا شده توسط فضیلت در سازمان‌ها متفاوت با ارزش‌هاست (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶). ارزش در مفهوم عام خود، یک مفهوم نسبی است و بستگی به نظر و خواست جامعه دارد که یک امر را ارزش بداند یا نداند. بنابراین ممکن است در جامعه‌ای امری فضیلت باشد، در حالی که افراد آن جامعه به آن به عنوان یک ارزش نگاه نکنند و در نتیجه، فضیلت کاملاً منطبق بر ارزش‌ها نیست و فقط نکات مشترکی دارند (حجازی‌فر و باقری‌کنی، ۱۳۹۰). در شکل ۱ ارتباط ارزش‌ها، اخلاق و فضائل نشان داده شده است:



شکل ۱- رابطه بین فضیلت، اخلاق و ارزش

اخلاق فضیلتمدار

اخلاق فضیلت‌گرا از جهتی نظریه‌ای مربوط به گذشته و از بعدی جدید محسوب می‌شود. در صورتی که اخلاق فضیلت را بخشی از فلسفه در نظر بگیریم، ریشه آن به یونان قدیم باز می‌گردد و مبحثی قدیمی به حساب می‌آید. در حالی که اگر کاربرد این موضوع را در جوامع امروزی بررسی کنیم و ابعاد مختلف آن را مورد کنکاش قرار دهیم؛ نظریه‌های اخلاق فضیلت‌مدار جدید محسوب می‌شوند (گاردلنر، ۲۰۰۵: به نقل از رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۶۰). شاید در بین نظریه‌های اخلاقی هیچ کدام به پیچیدگی و گستردگی اخلاق فضیلت نباشد. این نظریه، که امروزه از مهم‌ترین نظریه‌های اخلاقی است می‌تواند در حوزه‌های گوناگون، از جمله در اخلاق مدیریت کارایی داشته باشد بدین روی، از این نظریه می‌توان در حوزه مدیریت و سازمان استفاده کرد و به سمت سازمان‌های فضیلت‌محور حرکت نمود (حجازی‌فر و باقری‌کنی، ۱۳۹۰): به گونه‌ای که پرورش فضیلت‌ها هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی، کارایی فردی، کارایی سازمانی و عملکرد را افزایش می‌دهد (رگو، ۲۰۱۰: رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۶۰).

ماهیت اخلاق فضیلت‌مدار که از اقسام نظریات غایت‌گرا می‌باشد از مؤلفه‌هایی تشکیل می‌شود که عبارت است از اینکه بر طبق این دیدگاه تنها انجام کار درست اهمیت ندارد، بلکه داشتن انگیزه و میل بایسته در انجام آن نیز لازم است. بنابراین، انگیزه و نیت در این دیدگاه نقش بسزایی دارد؛ چرا که انگیزه و نیت است که سبب ارزشمندی افعال می‌شود. به طوری که همه اعمال فضیلت‌مندانه امتیاز خود را از انگیزه‌های فضیلت‌مند می‌گیرند و لذا اخلاق مبتنی بر فضیلت درباره خصلت‌ها و عادات اخلاقی بحث می‌کند (صادقی، ۱۳۸۴). اخلاق فضیلت نظریه‌ای هنجاری است که به دلیل فضیلت‌محوری، از دو نظریه "سودگری" و "وظیفه‌گری" متمایز می‌گردد. مشهورترین تمایز بین اخلاق فضیلت و دو نظریه دیگر این است که اخلاق فضیلت بر فضیلت و منش اخلاقی تأکید دارد و سودگرایان براساس معیار سود بیشتر برای بیشترین افراد، و وظیفه‌گرایان براساس معیار مطابقت با قوانین اخلاقی به انگیزه اطاعت از قانون، به ارزیابی فعل اخلاقی می‌پردازند. به بیان برخی از فیلسوفان، در اخلاق وظیفه‌گری، یک عمل صواب است اگر فقط با یک قاعده یا اصل اخلاقی صحیح مطابق باشد و در سودگری یک عمل صواب است اگر فقط بهترین نتایج را در پی داشته باشد و بهترین نتایج آن‌هایی هستند که با آن‌ها سعادت به حداکثر برسد؛ اما در حقیقت

اخلاق فضیلت، یک فعل صواب است اگر فقط همان فعلی باشد که فاعل فضیلت مند در آن شرایط انجام دهد (خزاعی، ۱۳۸۱).

طی دهه گذشته، حداقل سه جریان تحقیق در اخلاق فضیلت ایجاد شد. جریان اول، توسط نظریه پردازان فضیلتی که تمرکز اصلی بر کاربرد نظریه‌های سنتی اخلاق فضیلت در فضیلت فرد در زمینه تنظیمات کسب و کار داشته، انجام شده است؛ دوم، توسط دانشمندان سازمانی مثبت^۱؛ و سوم، توسط محققان استراتژی که تمایل به توضیح ارتباط بین فضیلت و استراتژی شرکت هستند ایجاد شده است (چان، ۲۰۱۷).

وقتی فضیلت در ابتدا در حوزه اخلاقیات کسب و کار به کار می‌رفت، به طور سنتی اشاره به فضیلت شخصی داشت. دو مکتب غالب در اخلاقیات کسب و کار ارسطو و مک‌اینتایر^۲ است. مکتب ارسطو بر ارتباط بین فضیلت، حکمت عملی^۳ و خوش‌روانی^۴ (شادی یا شکوفایی انسان)، تمرکز می‌کند، در حالی که محققانی که پیرو مکتب مک‌اینتایر هستند، بر تمایز بین خیر درونی و خیر بیرونی تمرکز دارند (فررو و سایسن^۵، ۲۰۱۴). برای مثال، بیثوت^۶ (۲۰۱۲) به فضیلت حکمت عملی به عنوان یک ویژگی اصلی مورد نیاز برای پیروی از تعالی عمل کسب و کار است توجه می‌کنند. با این وجود، کارهای قبلی بر کاربرد فضیلت شخصی سنتی در تنظیمات کسب و کار تأکید داشت تا استفاده از آزمون‌های عملی مناسب را بیشتر از یک فرمول‌بندی نظری برای مدیران غیرفلسفی که در تصمیم‌گیری اخلاقی در محل کار مواجه شده‌اند، فراهم کند. به طور خاص، لیست فضیلت‌های فردی ذکر شده توسط هیوم، ارسطو، سلیمان^۷ (۱۹۹۹)، مoberg^۸ (۱۹۹۹)، شاناهان و هایمن^۹ (۲۰۰۳) به عنوان پایه‌ای که مقیاس فضیلت سازمانی را توسعه می‌دهد، استفاده شده بود (به نقل از چان، ۲۰۱۷).

با این حال، کاربرد نظریه‌های سنتی مفهوم فضیلت سازمانی را مشکل‌ساز می‌کند. برای نظریه‌پردازان فضیلت، فضیلت می‌تواند فقط در سطح فردی وجود داشته باشد جایی که اهداف تحقیق مستقل باشد (برایت و همکاران، ۲۰۱۴). و بنابراین فضیلت سازمانی فاقد

1 - Positive organizational scholars

2 - MacIntyre

3 - Practical wisdom

4 - Eudaimonia

5 - Ferrero & Sison

6 - Beabout

7 - Solomon

8 - Moberg

9 - Shanahan & Hyman

مبانی نظری نمایان می‌شود. تحت چنین فرضیه‌هایی، پیوند فضیلت سازمانی با منافع شرکت (یک خیر بیرونی) خیر درونی را تضعیف می‌کند و چارچوب تجربی فضیلت سازمانی را پیوند می‌دهد و عملکرد شرکت را به طور فعالانه‌ای دنبال نمی‌کند. کار تجربی موجود گرایش به کشف در طبیعت دارد. یک نمونه کار تجربی، مصاحبه کیفی با ۲۱ نفر از مدیران یک سازمان واحد بود. محققان دریافتند که چارچوب فضیلت مک‌این‌تایر، تعالی سازمانی و موفقیت چگونه ممکن است توسط مدیران تعریف شود (مور^۱، ۲۰۱۲؛ به نقل از چان، ۲۰۱۷).

جریان دوم فضیلت سازمانی به واسطه جنبش علوم اجتماعی مثبت^۲ ایجاد شد و در زمینه‌هایی چون دانشمندان سازمانی مثبت و یا رفتار سازمانی مثبت نمایان شد. در اینجا، کلمه "مثبت" از "انحراف مثبت"^۳ در تجربه‌های انسانی گرفته شده است (برایت و همکاران، ۲۰۱۴). دانشمندان سازمانی مثبت توجه‌شان را به فضیلت افزایش دادند. کلمه "مثبت" به معنی "حرکت تجربی"^۴ به تدریج در چنین تحقیقاتی گنجانده شد (کمرن و همکاران، ۲۰۰۴). فضیلت یک رفتاری است که منجر به خروجی‌های سودمند برای انسان می‌شود و آن یک هدف نهایی خوب است (کمرن و وین، ۲۰۱۱). بنابراین، رفتار تجربی و فوق‌العاده خوب کلید اصلی دانشمندان سازمانی مثبت است. یک نمونه مطالعه تجربی از چنین رویکردی، شامل بررسی کارکنان توسط کمرن و همکاران (۲۰۰۴) است که ۲۵ سازمان در میدوست آمریکایی^۵، یک ارزیابی کیفی از فضیلت سازمانی انجام شد. فضیلت شامل ۱۵ آیتم و ۵ مؤلفه مرتبط همچون خوش‌بینی، اعتماد، همدلی، انسجام و بخشش. متغیرهای وابسته شامل نگرش کارکنان در مورد کاهش. اینکه چگونه فضیلت سازمانی مورد استفاده در این تحقیق تعیین شده بود، روشن نبود. همچنین هیچ‌گونه توضیحی در ادبیات دانشمندان سازمانی مثبت در مورد اینکه فضیلت سازمانی واقعاً چه چیزی است، ارائه نشده بود (برایت و همکاران، ۲۰۱۴؛ به نقل از چان، ۲۰۱۷).

در حالی که دانشمندان سازمانی مثبت ریشه در رفتار سازمانی دارند، به طور عمده با تحقیق کارکنان مرتبط است، جریان سوم فضیلت سازمانی برآمده از رویکرد استراتژیک است. همراه با شناخت روبه‌رشدی که برای فضیلت بازاری وجود دارد، مدیران به فضیلت به عنوان یک

1 - Moore

2 - Positive social science

3 - Positive deviance

4 - Empirically driven

5 - Midwest America

استراتژی برنده^۱ توجه دارند. در این جریان تحقیق، فضیلت اشاره به ویژگی‌های شخصیتی دارد، نه رفتارهای خاص یک سازمانی که منجر به خروجی‌های سازمانی می‌شود که به نوبه خود منجر به مزیت رقابتی گردد. برخلاف دانشمندان سازمانی مثبت، یا سنت مک‌ایننتایر، محققانی که این دیدگاه را پذیرفته‌اند گرایش بین رشته‌ای دارند. محققان فضیلت سازمانی که رویکرد استراتژیک را انتخاب می‌کنند تمایل به ارزیابی‌های تجربی این ارتباط دارند، که فراتر از مرزهای نظری و روش‌شناسی است. در مکتب استراتژیک، فضیلت سازمانی ارتباط نزدیکی با نظریه ذی‌نفعان دارد، زیرا که هر دو ادراکات و احساسات درباره سازمان که توسط سهامداران نگه داشته می‌شود، معامله می‌کنند. با رویکردهای مکتب ارسطو که تمرکز می‌کند بر فضیلت‌های فردی، پیوندی وجود ندارد. پیروان مک‌ایننتایر، عموماً به نظر نمی‌رسد که به نتایج استراتژیک مربوط به خیرهای بیرونی به عنوان بخشی از فضیلت در نظر بگیرند (چان، ۲۰۱۷).

سازمان‌ها باید مشخصات فضایل که از لحاظ استراتژیک در شکل‌گیری احساسات و موقعیت‌ها در بازار مفید است، را شناسایی کنند. ادبیات علمی موجود در حوزه اخلاق فقط در سطح فردی تمرکز کرده است. شخصیت یک فرد، مدیر عامل، تا زمانی که بر ارزش‌های سازمانی، فرهنگ، و عملکرد از طریق ایجاد انگیزه در کارکنان، خلق ارزش یا رهبری تأثیر بگذارد، خوب است. با این حال، تأثیرات شخصیت فردی معمولاً محدود به دروه کوتاهی است، که بستگی به مالکیت شخصی سازمان دارد. سازمان فضیلت‌محور توسط تعداد محدودی از قهرمانان با فضیلت فردی ایجاد نمی‌شود، بلکه به واسطه تلاش‌های جمعی هر یک از اعضا ایجاد می‌شود، به نوبه خود درجه خاصی از شخصیت‌های فضیلت سازمانی مشترک و متفاوت را شکل می‌دهد. بررسی تجربی فضایل در سطح سازمانی، مدیران را قادر می‌سازد تا فضایل متمایز را که منجر به موفقیت اجتماعی و عملکرد مالی می‌شود، شناسایی نمایند. شخصیت فضیلتی متمایز سازمان، آن را با ارزش‌های اخلاقی هماهنگ می‌کند و به آن اجازه می‌دهد تا خودشان را از دیگران تمایز دهند تا مزیت رقابتی حاصل شود. بنابراین توجه به اعتبار فضیلت سازمانی در دنیای واقعی کسب و کار مفید است (چان، ۲۰۰۵).

فضیلت سازمانی نه تنها از لحاظ استراتژیک مفید است، بلکه باید با رضایت اعضای داخلی و بیرونی مرتبط باشد. گرچه نظریه‌های سنتی فضیلت، بر ارزش‌های اخلاقی تأکید نموده‌اند (سلیمان، ۱۹۹۲؛ به نقل از چان، ۲۰۰۵)، با این حال فضیلت‌های غیرضروری در

اخلاق کسب و کار مدرن خیلی اهمیت پیدا می‌کند. از این جنبه‌ها، اخلاق درست یا غلط، یا خوب یا بد نیست، بلکه یک درگیری چند وجهی با سایر افراد است (چان، ۲۰۰۵).

دیدگاه‌های مختلف به فضیلت سازمانی

الف) فرضیه اول، فضیلت سازمانی را به عنوان مجموع فضیلت‌های فردی می‌بیند. براساس این فرضیه وقتی گروهی تشکیل می‌شود، افراد با خودشان فضیلت‌های شخصی را به همراه می‌آورند، و فضیلت سازمانی اشاره به مجموع این فضایل می‌نماید. در این دیدگاه، گفته می‌شود که سازمانی، فضیلت‌محور است که اعضای آن افرادی فاضل باشند. این فرضیه، اشاره می‌کند که فضیلت سازمانی یک مفهوم کیفی متفاوت از فضیلت نیست؛ و فضیلت مربوط به فقط فضیلت فردی اعضا می‌باشد و سازمان چیزی بیش از آن نیست. برایت و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند که این یک فرضیه ظرف است، زیرا که بر طبق این دیدگاه، سازمان فقط حفظ می‌کند یا شامل می‌شود هر آنچه از فضیلت که قبلاً در بین اعضا وجود داشته است. بنابراین، سازمان چیزی را به آن اضافه نمی‌کند، از آن نمی‌کاهد یا چیزی مانع آن نمی‌شود. این دیدگاه، اشاره به معنای واحدی از فضیلت می‌کند، و فضیلت سازمانی پدیده‌های یکسانی از فضیلت در سطح فردی است. این دیدگاه، روش جدید تفکر در مورد فضیلت ارائه نمی‌دهد، و فقط اشاره می‌کند که فضیلت می‌تواند در وسعت بیشتر یا کمتر در یک سازمان وجود داشته باشد.

پیامدهای این دیدگاه جالب توجه است. برای مثال، فرضیه کانتینر^۱ به راحتی با استدلال‌های معمولی که فضیلت اساساً یک سازه فردی است مطابقت می‌کند. چرا که این فرضیه بر تعریف فضیلت سازمانی به عنوان فضیلت در سطح فردی صحنه گذاشته است. از طرف دیگر، از بعد سازمانی دیدگاه، به جهت اینکه اساساً ارتباط طبیعت انسان و نتایج تحقیقات قبلی بر روی طیف گسترده‌ای از پدیده‌ها نیز نشان می‌دهد که گرایش بر تعامل (بهتر یا بدتر) با سازمان‌ها (سیستم‌ها، ساختار، فرایندها، فرهنگ و ...) و اعضای سازمان (شناخت، احساس، رفتاری و ...) وجود دارد (کناف^۲ و همکاران، ۲۰۰۴؛ داتن^۳ و همکاران، ۲۰۰۶؛ به نقل از برایت و همکاران، ۲۰۱۴).

ب) روش دوم تفکر درباره فضیلت سازمانی بر این باور است که از لحاظ کیفی با فضیلت در سطح فردی متفاوت است. در این دیدگاه، وقتی که از سازمان فضیلت‌محور صحبت می‌کنیم،

^۱ Container hypothesis.

2 - Kanov

3 - Dutton

بدان معنا است که صرف‌نظر از اینکه اعضای سازمان تا چه اندازه فضیلت فردی‌شان را می‌آورند، سازمان ممکن است به نوعی فضیلت را فراتر از آنچه که ما از اعضا به طور جداگانه انتظار داشته‌ایم افزایش (یا کاهش) دهد. برخلاف دیدگاه قبلی، این فرضیه باور بر این دارد که یک ارتباط پویایی بین سطح خرد و کلان وجود دارد.

در ادبیات حداقل دو نوع دیدگاه در این رابطه وجود دارد. اول اینکه، ممکن است یک نوع اثر ضریبی وجود داشته باشد که فضیلت یک مجموعه بزرگتر از مجموع فضایل بخش‌های فردی‌شان است، چون که فضیلت، فضیلت ایجاد می‌نماید. افراد سازمان به طور نسبی ارتباط نزدیک با دیگر اعضا دارند، و به عنوان یک نتیجه، وجود یا عدم فضیلت ممکن است یک نوع اثر مخربی بر دیگران که در مجموعه هستند، داشته باشد. این ایده با توصیفات محققان در مورد اثر تقویتی فضیلت سازگار است (برایت و همکاران، ۲۰۰۶؛ فردریکسون و جویینر، ۲۰۰۲؛ به نقل از برایت و همکاران، ۲۰۱۴).

احتمال دیگر آن است که سازمان صرفاً ظرف منفعلی نیست که فضیلت اعضا را در خود حفظ کند، بلکه زمینه‌های سازنده (یا شاید زیان‌بار) را فراهم می‌آورد تا در نتیجه اثرات متقابل اعضای سازمان موجب ایجاد، فعال کردن و یا افزایش (یا شاید کاهش یا مهار) فضیلت شود. محققانی که این فرضیه را مورد بررسی قرار داده بودند، بر روی طیفی از عناصر سازمانی که ممکن است در این فرایند نقش داشته باشد، همچون، فرهنگ، ساختار، رهبری، رویه‌ها پاداش و تجزیه و تحلیل‌ها، و شیوه‌های مدیریت تمرکز کرده‌اند (کمرن و همکاران، ۲۰۱۱؛ کمرن، ۲۰۰۳؛ کاکس^۲، ۲۰۰۸؛ داتن و همکاران، ۲۰۰۶؛ کناف و همکاران، ۲۰۰۴؛ منس^۳ و همکاران، ۲۰۰۸؛ مارتین و کالن^۴، ۲۰۰۶؛ ویکتور^۵ و کالن، ۱۹۸۸؛ وین و کمرن، ۱۹۹۸). هر دو دیدگاه از فرضیه هم‌افزایی^۶ در اینکه اصطلاح "فضیلت سازمانی" اشاره به ظرفیت پویای یک گروه بر تأثیر بر فضیلت اعضای آن دارد، مشابه هم هستند (به نقل از برایت و همکاران، ۲۰۱۴).

ج) دیدگاه سوم فضیلت سازمانی، این احتمال را مطرح می‌کند که یک سازمان می‌تواند، به عنوان یک نهاد در خودشان، همچون افراد، دارای شخصیت ذاتاً با فضیلت باشند (رایت و

1 - Fredrickson & Joiner

2 - Cox

3 - Manz

4 - Martin & Cullen

5 - Victor

6 - Synergy hypothesis

گودستاین^۱، (۲۰۰۷). از این جنبه از دیدگاه مطرح شده، وقتی ما در مورد یک سازمان با فضیلت صحبت می‌کنیم، درواقع ما به فضایل اعضای آن اشاره نمی‌کنیم، بلکه تلقی ما از این سازمان به عنوان یک ارگانیزم واحد با سیستم مشورتی، ساختار، فرایند و فرهنگ است که این سازمان دارای فضایل است (شوت^۲، ۲۰۰۰).

از این منظر، فضیلت سازمانی می‌تواند شبیه به یادگیری سازمانی باشد (ورا و کراسن^۳، ۲۰۰۳؛ نلسون و وینتر^۴، ۱۹۸۲) که در خارج از افراد در مخازنی همچون فرهنگ، جو، رویه‌ها و استراتژی‌ها قرار بگیرد. فضیلت سازمانی در این دیدگاه می‌تواند از این جهت شبیه به فضیلت در سطح فردی باشد که در هر دو، فضیلت را به عنوان ویژگی با موجودیت مجزا - سازمان برای اولی، و فرد برای دومی - در نظر گرفته شود. بنابراین، برخلاف دو فرضیه پیشین، فرضیه ذاتی^۵ با این دیدگاه که فضیلت اساساً و فقط سازه سطح فردی است، متفاوت است. در عوض، فرضیه ذاتی، فضیلت سازمانی را به عنوان یک ویژگی یا کیفیتی که سازمان به عنوان یک نهاد یا یک ارگانیزم مستقل در خود دارد، مطرح می‌نماید. از طرف دیگر، از جنبه سنتی این دیدگاه، پذیرش این فرضیه ممکن است به جهت اینکه درک آن نیاز به استدلال‌های مستقل، در نظر گرفتن زمینه و نیت و عمل به فضایل است، دشوار باشد (ارسطو^۶، ۱۹۹۹). ارائه این سه دیدگاه در خصوص فضیلت سازمانی، مقابل هم قرار دادن آن نیست، بلکه هر یک از این دیدگاه‌ها منحصر به فرد هستند و هر یک در جای خود دارای مشروعیت و ارزش خاص خود است (برایت و همکاران، ۲۰۱۴).

سازمان‌های فضیلت‌محور

سازمان‌های فضیلت‌محور به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که براساس فضیلت‌های اخلاقی شکل می‌گیرند و مدیران و کارکنان آن انسان‌های فضیلت‌مدار هستند و ارتباطات و فعل و انفعالات سازمانی براساس فضایل تنظیم می‌شود (حجازی‌فر و باقری‌کنی، ۱۳۹۰). در این تعریف عبارت "براساس فضیلت‌های اخلاقی شکل می‌گیرند" به این نکته اشاره دارد که برای شکل‌گیری چنین سازمان‌هایی باید بستر و زمینه‌ای فراهم شود تا شکل گیرند؛ به

1 - Wright & Goodstein

2 - Schudt

3 - Vera & Crossan

4 - Nelson & Winter

5 - Intrinsic hypothesis

6 - Aristotle

عنوان مثال در ایران این انقلاب بود که چنین بستری را ایجاد کرد تا سازمان‌های فضیلت‌محوری چون جهاد سازندگی و کمیته انقلاب اسلامی شکل بگیرند. همچنین این نکته را بیان می‌کند که نباید تشکیل سازمان فضیلت‌محور با جبر و زور باشد؛ چرا که همان‌طور که گفته شد، باید زمینه‌های اخلاقی آن فراهم باشد؛ زیرا اگر عمل به ظاهر فضیلت‌مندانگی در اوضاع اجبار شکل بگیرد، شرط اختیاری بودن نقض می‌شود و آن دیگر فضیلت نخواهد بود. عبارت "مدیران و کارکنان آن انسان‌های فضیلت‌مدار هستند" به این نکته اشاره دارد که در سازمان فضیلت‌محور باید به فاعل و خود انسان هم توجه شود. هم‌چنانکه بیان شد از ویژگی‌های اخلاقی فضیلت توجه به الگوهای اخلاقی، حسن فاعلی و ملکه بودن است که در این عبارت وجود دارد. عبارت "ارتباطات و فعل و انفعالات سازمانی براساس فضایل اخلاقی تنظیم می‌شود" به این نکته مهم توجه دارد که فضایل اخلاقی باید در تمام شئون سازمانی برقرار باشد و تنها به عنوان یک مسئله اخلاقی صرف نباید نگریسته شود (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴).

سازمان فضیلت‌گرا سازمانی است که به فضایل توجه دارد و آن‌ها را در خود نهادینه می‌کند. سازمان فضیلت‌گرا روی فعالیت‌های شرافتمندانه و وارسته تمرکز دارد (مانز و همکاران^۱، ۲۰۰۸؛ به نقل از شکاری، ۱۳۹۱: ۱۳). فضیلت‌گرایی می‌تواند سازمان را دارای یک شخصیت و هویت اخلاقی کند. به این ترتیب، فضیلت‌مندی، محور شخصیت و تصور سازمان از خویش را تشکیل خواهد داد. سازمان فضیلت‌گرا، دارای یک قطب‌نمای قوی اخلاقی است و ارزش‌های اخلاقی از آن طریق در روابط میان کارکنان و کارکنان با مشتریان جاری است (اسلام‌آ، ۲۰۱۶). بدین ترتیب، با دارا بودن چنین قطب‌نمایی سازمان به یک شخصیت قابل اعتماد تبدیل می‌شود که ذی‌نفعان و جامعه می‌تولند بر روی آن حساب باز کند. اخلاق فضیلت عنوان می‌کند که این فضایل در فعالیت‌های اصلی زندگی بشر محقق می‌شود؛ از این رو در سازمان‌ها نیز ابعاد فضیلت باید در فعالیت‌های سازمانی نمود پیدا کند تا به یک سازمان فضیلت‌گرا مبدل شود. (رمضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۶۰ و ۷۳). در این بخش به بستری سازمانی حرکت به سوی فضیلت‌گرایی سازمانی اشاره می‌شود. براساس نظر لاولر^۲، هفت بستر در حرکت به سوی تبدیل سازمان به یک سازمان فضیلت‌مند مهم است: جذابیت: سازمان باید ارزش‌هایی را نشان دهد که محیطی را ارائه کند که خواهان احقاق حق

1- Manz et al

2 - Islam

3 - Lawler

افراد است؛ کارکرد استخدامی: سازمان باید کارکنانی را استخدام کند که قادر باشد آن‌ها را با ارزش‌ها، شایستگی‌های محوری و اهداف استراتژیک خود تطبیق دهد؛ آموزش و توسعه: سازمان باید به گونه‌ای دائمی به آموزش و توسعه کارکنان خود پرداخته و فرصت‌های رشد را در اختیار آن‌ها قرار دهد؛ طراحی شغل: سازمان باید شغل‌ها را به گونه‌ای ساختاردهی کند که برای کارکنان معنادار بوده و برای آن‌ها بازخورد، مسئولیت‌پذیری و اختیار به همراه داشته باشد؛ مأموریت، راهبردها و هدف‌ها: سازمان باید مأموریت، راهبردها، هدف‌ها و ارزش‌های خود را به گونه‌ای برای کارکنان بازگو کند که آن را درک و باور کنند و آن‌ها را مورد پشتیبانی قرار دهند؛ نظام پاداش: سازمان باید نظام پاداشی را ساختاردهی کند که ارزش‌های محوری و راهبردها را مورد پشتیبانی قرار داده و تقویت کند؛ رهبری: سازمان باید رهبرانی را به کار گیرد و توسعه دهد که تعهد، اعتماد، موفقیت و محیط کار انگیزشی در سازمان ایجاد کنند (زماهانی^۱، ۲۰۱۲؛ به نقل از رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۷۳ و ۷۲).

نسبت شایستگی اخلاقی و فضیلت سازمانی

فضیلت و شایستگی در حوزه‌های مختلف علمی فلسفه اخلاق و توسعه مدیریت قرار دارد (ماکیولای و لوتون^۲، ۲۰۰۶)، درواقع فضیلت نسبت به شایستگی یک مفهوم بسیار قدیمی است (کارلسون و فرگین^۳، ۲۰۱۳). با نظر به ادبیات فضیلت سازمانی، دیده می‌شود که فضیلت درواقع به عنوان شایستگی اخلاقی در بعد سازمانی تعریف می‌شود (چترجی و همکاران، ۲۰۱۵) به این معنا که وقتی جو اخلاقی در سازمان ارتقا داده شود، تمایل به فراتر رفتن از سطح معمولی عملکرد، ایجاد می‌شود (کمرن، ۲۰۰۳؛ به نقل از برایت و فری^۴، ۲۰۱۳). به عبارتی، شایستگی اخلاقی افراد در سازمان، سازمان را به سمت رفتارهای متعالی سوق می‌دهد. از این رو احتمال می‌رود، وجود مدیران شایسته و تداوم رفتار فضیلت‌مندانه از سوی او، فرهنگ فضیلت در کل سازمان نهادینه شود. بنابراین فضیلت سازمانی ویژگی‌های اخلاقی سازمان‌ها می‌باشد که می‌تواند در صفات شخصیتی افراد سازمان‌ها نمود پیدا کند. از این رو، فضیلت سازمانی صفات اخلاقی است که از تجمع ادراکی یک نوع رفتار در زندگی آموخته می‌شود. ادبیات آکادمیک در حوزه اخلاق فضیلت تاکنون تنها در سطح فردی متمرکز بوده است. از طرفی شخصیت و ویژگی یک فرد بر ارزش‌های سازمان، فرهنگ، عملکرد

1 - Zamahani

2 - Macaulay & Lawton

3 - Karlson & Fergin

4 - Bright & Fry

کارکنان و ایجاد انگیزه و ارزش تأثیر می‌گذارد. ولی با این حال تأثیر ویژگی شخصیتی فرد محدود به زمان خاصی است. بنابراین فضیلت سازمانی باید در سطح سازمان عملیاتی شود و در ارزش‌های آرمان سازمان‌ها آشکار گردد (چان، ۲۰۰۵).

بررسی‌ها نشان داده است که فضیلت‌مندی می‌تواند بخشی از سبک زندگی افراد محسوب شود (سایسن و همکاران^۱، ۲۰۱۵). فضیلت، در رفتار، منش و کردار افراد باید خود را نشان دهد. کسی که در محیط بیرون از سازمان اخلاق‌گرا نباشد، در سازمان نیز به عنوان بخشی از سبک زندگی خود، به احتمال، همان‌گونه عمل خواهد کرد. به این ترتیب، نوع شخصیت و رفتارهای رهبران ارشد سازمان، در فضیلت‌گرایی سازمانی عامل مهمی است (رضانی و عابدی‌فر، ۱۳۹۵: ۱۰۵). استقرار و استمرار فضیلت‌مداری در سازمان به وجود مدیران (رهبران) شایسته بستگی دارد^۲، بنابراین سازمان‌ها در کنار برخورداری از جو فضیلت‌مداری باید دارای مدیرانی با شایستگی‌های (اخلاقی) باشند (توماس ویتسون^۳، ۲۰۰۵) تا بتوانند به اهداف سازمانی نائل شوند.

باید توجه داشت که به همان اندازه که اخلاق در قامت یک موضوع سازمانی (مانند فضیلت سازمانی) مطرح است، به همان اندازه در بعد شخصی (مدیران و کارکنان سازمان) نیز دارای اهمیت است. فضیلت سازمانی به اندازه کافی نمی‌تواند تصمیم‌گیری‌ها را تضمین کند، به همین جهت سازمان‌ها در کنار داشتن جو فضیلت‌مداری باید دارای مدیرانی با شایستگی‌های (اخلاقی) باشند که به امر تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری می‌پردازند. به بیان دیگر، وجود فضیلت سازمانی به شخصیت فرهیخته، دارای فهم اخلاقی و توانایی قضاوت اخلاقی و متعهد مدیر بستگی دارد (توماس ویتسون، ۲۰۰۵).

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف بنیادی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها کیفی به روش اسنادی است. به این صورت که با جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعات علمی داخلی و خارجی و استفاده از منابع اطلاعات علمی، مطالب مورد نظر جمع‌آوری و سپس با استفاده از تحلیل کیفی، مؤلفه‌های فضیلت‌سازمانی استخراج و مدل مفهومی مبتنی بر این یافته طراحی و ارائه شد.

1 - Sison et al

۲- امروزه هسته مرکزی تمامی فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی سازمان‌ها، شایستگی محوری می‌باشد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳-)

3 - Whetsone

یافته‌ها

مطالعات و بررسی‌ها در خصوص فضیلت سازمانی نشان داد، نظریه‌ها و مدل‌های موجود فضیلت سازمانی دارای کاستی‌هایی می‌باشد. عمده پژوهش‌های فضیلت سازمانی که در داخل انجام شده است، از مدل فضیلت سازمانی کمرون و همکاران (۲۰۰۴) استفاده شده است و تعداد محدودی از مطالعات داخلی مدل جدیدی ارائه داده‌اند. از این رو پژوهشگر تلاش نمود تا نگاه جامع‌تری به فضیلت سازمانی داشته باشد. در زیر به مراحل طراحی مدل فضیلت سازمانی به صورت مشروح پرداخته شده است. برای طراحی مدل فضیلت سازمانی نیز این گام‌ها طی شد که به صورت مشروح آمده است. پس از مطالعه و بررسی پیشنهادها مرتبط، در قالب جدول دوبعدی فراوانی مؤلفه‌ها که با اصلاح، ادغام و حذف مؤلفه‌هایی منقح گشتند، از مطالعات پیشین جمع‌بندی ارائه شد. با تحلیل محتوا مفاهیم، مفاهیمی از قبیل، خوش‌بینی در مواجهه با مشکلات، علاقه نسبت به انجام کار به بهترین نحو، داشتن امید در دستیابی به اهداف تحت عنوان مؤلفه خوش‌بینی سازمانی؛ مفاهیمی چون بخشش اشتباهات، عبرت‌گرفتن از اشتباهات و مهربانی و بخشنده بودن تحت عنوان بخشش سازمانی؛ مفاهیمی شامل اعتماد افراد به یکدیگر و مدیران، رفتاری توأم با مهربانی تحت عنوان اعتماد سازمانی؛ مفاهیمی همچون دلسوزی افراد نسبت به همدیگر، توجه و مراقبت از همدیگر، دلسوزی و ملاحظه دیگران تحت عنوان همدلی سازمانی؛ مفاهیمی از قبیل صداقت، شرافت و امانت‌داری تحت عنوان انسجام سازمانی؛ مفاهیمی چون وجود رفتار عادلانه، اختصاص حقوق و مسئولیت به طور مساوی، غلبه احساسات شخصی بر تصمیم‌گیری تحت عنوان عدالت سازمانی؛ مفاهیمی شامل تلاش در جهت شادی، و شکوفایی و خوشبختی کارکنان تحت عنوان خیرخواهی سازمانی، مفاهیمی از قبیل بلند همتی در دستیابی به موفقیت، پیشتازی در انجام کارها، توانایی بالا در دستیابی به اهداف تحت عنوان شجاعت سازمانی؛ مفاهیمی چون توانایی در ارائه توصیه‌های زیرکانه، داشتن بینش و تدبیر نسبت به جهان پیرامون، ایجاد آمادگی و آگاهی بخشی برای انجام فعالیت بهتر، حل مسائل به صورت منطقی و عقلانی، اهتمام در استفاده از نیروهای متخصص، ارائه آموزش‌های لازم، کشف و جذب هوشمندانه منابع بیرونی و استفاده مبتکرانه و حداکثری از منابع تحت عنوان حکمت سازمانی؛ مفاهیمی چون دیده شدن اقدامات خوب و سازنده دیگران، سپاسگزاری از فعالیت‌های مفید دیگران تحت عنوان قدردانی سازمانی؛ مفاهیمی چون حمایت از سازمان در مقابل تهدیدهای بیرونی، حفظ تعهد نسبت به سازمان در شرایط نامطلوب تحت عنوان وفاداری سازمانی و در نهایت مفاهیمی چون تغییر در ساختار برحسب

ضرورت، درخواست برای انجام وظایف به شکل درست توأم با تفویض اختیار به کارکنان تحت عنوان انعطاف‌پذیری سازمانی نام‌گذاری شدند. شناسایی و نام‌گذاری شدند. در نهایت ماحصل جمع‌بندی مطالعات پیشین، ارائه چارچوب جدید و کامل از مفهوم فضیلت سازمانی در دوازده بعد اصلی از قبیل خوش‌بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی، انسجام سازمانی، عدالت سازمانی، خیرخواهی سازمانی، شجاعت سازمانی، حکمت سازمانی، قدردانی سازمانی، وفاداری سازمانی و انعطاف‌پذیری سازمانی شد. تاکنون پژوهشی به مفهوم فضیلت سازمانی با این جامعیت نپرداخته است. شکل ۳ مدل مفهومی فضیلت سازمانی حاصل از یافته‌های پژوهش است. در زیر به صورت مشروح به مؤلفه‌های فضیلت سازمانی پرداخته می‌شود:

فضیلت سازمانی^۱: در این پژوهش، فضیلت سازمانی به این معنی است که عوامل ساختاری و فرایندی، عوامل رفتاری و زمینه‌های محیطی و فرهنگی سازمان در بردارنده ویژگی‌هایی چون خوش‌بینی سازمانی، بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، همدلی سازمانی، انسجام سازمانی، عدالت سازمانی، خیرخواهی سازمانی، شجاعت سازمانی، حکمت سازمانی، قدردانی سازمانی، وفاداری سازمانی و انعطاف‌پذیری سازمانی باشند (قموشی، ۱۳۹۸).

۱. **خوش‌بینی سازمانی**^۲: خوش‌بینی سازمانی به این معنی که اعضای سازمان دارای یک حس عمیق نسبت به اهداف کارهایشان دارند و همچنین آنان انتظار دارند در انجام کارها خوب عمل کنند حتی اگر با چالش‌های عمده‌ای مواجه گردند (کمرون و همکاران، ۲۰۰۴؛ به نقل از رگو و همکاران، ۲۰۱۱).

۲. **بخشش سازمانی**^۳: بخشش سازمانی بدان معنا است که اشتباهات با عطف و پذیرفته می‌شود و از آن به عنوان فرصت یادگیری در عملکردهای سطح بالا استفاده می‌شود (همان).

۳. **اعتماد سازمانی**^۴: اعتماد سازمانی به این معنی است که حسن نیت، توجه و احترام در سازمان حاکم است و اعضای سازمان به یکدیگر و رهبران خود اعتماد دارند (همان).

1 - Organizational virtuousness

2 - Organizational optimism

3 - Organizational forgiveness

4 - Organizational trust

۴. **همدلی سازمانی**^۱: همدلی سازمانی به این معنی است که افراد در مراقبت از یکدیگر، دارای فعالیت‌های دلسوزانه مشترکی‌اند(همان).
۵. **انسجام سازمانی**^۲: انسجام سازمانی به این معنی است که صداقت، امانت و احترام در سازمان نفوذ یافته و شایع گشته است (همان).
۶. **عدالت سازمانی**^۳: عدالت در سازمان‌ها یعنی، اختصاص حقوق و مسئولیت‌ها به طور یکسان برای همه افراد (کراکس و همکاران^۴، ۲۰۱۷). در این پژوهش، عدالت سازمانی به این معنی است که همواره سطح بالایی از رفتار عادلانه در سازمان وجود دارد، به گونه‌ای که حقوق و مسئولیت‌ها به طور مساوی به کارکنان اختصاص داده شده است و در تصمیم‌گیری‌ها بر احساسات شخصی غلبه داده می‌شود (قموشی، ۱۳۹۸).
۷. **خیرخواهی سازمانی**^۵: فراش^۶ (۲۰۰۵) خیرخواهی را به طور کلی به مثابه خانواده‌ای از فضیلت‌ها بیان می‌کند که شامل نگرانی مستقیم نسبت به شادی و رفاه دیگران (شامل، همدلی، دوستی، مهربانی و سخاوت) است (سدلر- اسمیت^۷، ۲۰۱۳). حال در این پژوهش، خیرخواهی سازمانی به این معنی است که مجموعه سازمان همواره در جهت شادی، شکوفایی و خوشبختی هم‌دیگر تلاش می‌شود (قموشی، ۱۳۹۸).
۸. **شجاعت سازمانی**^۸: فضیلت شجاعت اغلب شامل پذیرش چالش‌ها و خطر شکست جهت دستیابی به اهداف سازمانی است. شجاعت مبنای تلاش‌های نوآورانه (به طور ویژه، تلاش‌هایی که خطر زیان‌های مالی به همراه دارد) را تشکیل می‌دهد و موفقیت سازمانی را حمایت می‌کند. شجاعت قابلیت‌های مهمی را ایجاد می‌کند، زیرا که حاکی از توانایی قرار گرفتن در معرض خطر و ریسک شکست است (چترجی و همکاران، ۲۰۱۵). حال در این پژوهش شجاعت سازمانی به این

1 - Organizational empathy

2 - Organizational integrity

3 - Organizational justice

4 - Karakas

5 - Organizational benevolence

6 - Frasz

7 - Sadler-Smith

8 - Organizational courage

معنی است که افراد در جهت دستیابی به اهداف خود و سازمان سطح بالایی از بلند همتی دارند، همواره در فعالیت‌ها پیشتاز هستند و علی‌رغم سختی‌ها و مشکلات توانایی بالایی در دستیابی به اهداف دارند (قموشی، ۱۳۹۸).

۹. **حکمت سازمانی**^۱: حکمت سازمانی یعنی "مجموعه انتقال، ادغام خرده‌های فردی و استفاده از آن در فرایندهای سازمانی و اجتماعی (به عنوان مثال، ساختار، فرهنگ، رهبری) برای اقدامات استراتژیک است". حکمت سازمانی به استفاده از قضاوت و دانش ویژه در زمینه‌های مناسب می‌پردازد. اهمیت حکمت سازمانی در تکذیب توانایی عوامل عناصر زمینه‌ای / موقعیتی، و تلفیق تصمیم‌گیری منطقی و غیرمنطقی است (چترجی و همکاران، ۲۰۱۵). حال در این پژوهش، حکمت سازمانی به این معنی است که سازمان در ارائه توصیه‌های زیرکانه توانایی لازم دارد و نسبت به مسائل جهان پیرامون دارای بینش و تدبیر است؛ سازمان کارکنان را با آگاهی بخشی و دانش لازم، آماده فعالیت می‌کند تا در کمک به ذی‌نفعان بهتر عمل کنند. سازمان با حکمت همواره با عقل و منطق به دنبال حل مسائل دیگران است و در نهایت سازمان با حکمت اهتمام جدی در استفاده از نیروهای متخصص، ارائه آموزش‌های لازم، کشف و جذب هوشمندانه منابع بیرونی و استفاده مبتکرانه و حداکثری از منابع دارد (قموشی، ۱۳۹۸).

۱۰. **قدردانی سازمانی**^۲: خوراکیان^۳ و همکاران (۲۰۱۶) قدردانی را این گونه تعریف نموده است که افراد با دیگران با احترام رفتار کنند، و اعتماد و تلاش برای حفظ انسجام داشته باشند. حال در این پژوهش، قدردانی سازمانی به این معنی است که سازمان اقدامات خوب و سازنده هم‌دیگر را می‌بیند و فعالیت‌های مفیدی که از سوی دیگران انجام می‌شود، سپاسگزاری می‌کند (قموشی، ۱۳۹۸).

۱۱. **وفاداری سازمانی**^۴: وفاداری به قابلیت اعتماد، سخت‌کوشی (باریک و مانت^۵، ۱۹۹۱؛ بکر^۶، ۱۹۹۸)؛ همچنین به توانایی افراد یا شرکت‌ها در انجام وظایف و دستیابی به اهداف‌شان اشاره می‌کند (چان، ۲۰۰۵). در این پژوهش، وفاداری سازمانی به این معنی است که سازمان همواره در مقابل تهدیدهای بیرونی به دفاع

1 - Organizational wisdom

2 - Organizational appreciation

3 - Khorakian

4 - Organizational loyalty (conscientiousness)

5 - Barrick & Mount

6 - Becker

و حمایت از همدیگر می‌پردازد و حتی در شرایط نامطلوب نسبت به سازمان متعهد هستند (قموشی، ۱۳۹۸).

۱۲. **انعطاف‌پذیری سازمانی**^۱: انعطاف‌پذیری، بیانگر این است که بوروکراسی زائد را کنار می‌زدند و به ساختار حداقلی قناعت می‌کردند و هراسی از تغییر ساختار براساس نیاز و ضرورت نداشتند و کنترل‌ها را به صورت کلی و غیر مچ‌گیرانه انجام می‌دادند و نیروها اختیار زیادی داشتند و در برخورد با آن‌ها انعطاف وجود داشت (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴). حال در این پژوهش، انعطاف‌پذیری سازمانی به این معنی است که سازمان برحسب نیاز و ضرورت، ساختار خود را تغییر می‌دهد و همان‌گونه که خواستار انجام وظایف به شکل درست از سوی کارکنان است، همان حال تفویض اختیار نیز انجام داده است و در برخورد با افراد انعطاف لازم را نشان می‌دهد (قموشی، ۱۳۹۸).



شکل ۳: مدل مفهومی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، با هدف ارائه چارچوب نظری برای تحلیل اخلاق متعالی با رویکرد سازمانی، یعنی فضیلت سازمانی، مروری بر تطورات فضیلت سازمانی شد و در نهایت به ارائه الگوی جدید پرداخته شد. مقام معظم رهبری (حفظه الله) در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی به طور ویژه‌ای به اهمیت توجه به معنویت و اخلاق تأکید نمودند. ایشان بر این باورند که

"معنویت و اخلاق، جهت‌دهنده همه حرکت‌ها و فعالیت‌های فردی و اجتماعی و نیاز اصلی جامعه است؛ بودن آن‌ها، محیط زندگی را حتی با کمبودهای مادی، جهنم می‌آفریند. شعور معنوی و وجدان اخلاقی در جامعه هر چه بیشتر رشد کند، برکات بیشتری به بار می‌آورد؛" حال در این میان آموزش عالی نقش راهبردی و تعیین‌کننده‌ای در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی در حرکت جامعه معنوی، اخلاقی، باحکمت و فضیلت‌محور دارد.

گلشنی بر این باور است که در گذشته همه آموزش‌های علمی همراه با آموزش حکمت و اخلاق بود و فرهنگ افراد بدین طریق غنی می‌یافت. امروزه نیز نهادی که متولی غنی کردن فرهنگ دانش‌پژوهان است، دانشگاه‌ها است. دانشگاه کانون فرهنگ‌سازی و انسان‌سازی در جامعه است؛ در این میان فضیلت سازمانی یکی از متغیرهایی است که می‌تواند اخلاق و هویت فرهنگی دانشگاه را تقویت نماید (قموشی، ۱۳۹۸). در واقع دانشگاه‌ها به عنوان سازمان‌هایی که مهم‌ترین مراکز تولید دانش و تربیت نیروی انسانی متخصص به شمار می‌روند؛ بایستی بحث فضیلت را در دستگاه‌های خود در نظر بگیرند (غفاری و قنبری، ۱۳۹۷). به این معنی که بایستی عوامل ساختاری و زمینه‌ای، رفتاری، رهبری و مدیریت، محیطی و فرهنگی سازمان در بردارنده مؤلفه‌هایی چون خوش‌بین، بخشش، اعتماد، همدلی، انسجام، عدالت، شجاعت، خیرخواهی، حکمت، قردانی، وفاداری، انعطاف‌پذیری باشد. از این رو برای دست یافتن به دانشگاه فضیلت‌گرا و نهادینه شدن فضائل در فرهنگ دانشگاه، باید ساختارها و فرایندهای آن، رفتار افراد درون دانشگاه، محیط و فرهنگ دانشگاه و رهبری و مدیریت دانشگاه‌ها مملو از مکارم اخلاق و فضائل و معنویات باشد.

شاید بتوان گفت اولین قدم برای فضیلت‌مند شدن سازمان‌ها توجه به بعد رهبری و مدیریت سازمان‌ها است، به ویژه این که مدیران از جنبه‌های اجتماعی و تعاملی در استقرار و ارتقای فضیلت سازمانی می‌توانند تأثیرگذار باشند (قموشی و همکاران، ۱۳۹۸). رهبری و مدیریت سازمان‌های فضیلت‌محور حاکمی از عدالت، انسجام و یکپارچگی است. مدیریت سازمان‌های فضیلت‌محور، ساختار و فرایند سازمان خود را به گونه‌ای طراحی می‌کنند که به افراد درون سازمان خوش‌بین بوده و برای انجام امور اختیاراتی به پرسنل می‌دهند، در صورت بروز خطا و اشتباه از سوی کارکنان، بخشش را سرلوحه رفتارشان قرار می‌دهند، به توانمندی افراد اعتماد دارند، دارای ساختار منعطفی هستند؛ رفتار و نگرش در سازمان‌های فضیلت‌مدار از روی خیرخواهی و حکمت است، نسبت به الطاف همدیگر قردان و سپاسگزار هستند؛ زمینه‌های محیطی و فرهنگی سازمان‌های بافضیلت مملو از روحیه شجاعت، همدلی، وفاداری است.

منابع

- اسدزاده‌هیر، نجف؛ قلاوندی، حسن و سید عباس‌زاده، میرمحمد. (۱۳۹۶). تحلیل کنونی رابطه بین ابعاد فضیلت سازمانی و مؤلفه‌های شجاعت اخلاق حرفه‌ای. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۲(۲)، ۱۲۷-۱۳۶.
- دانایی‌فرد، حسن؛ باقری‌کنی، مصباح‌الهدی و حجازی‌فر، سعید. (۱۳۹۴). شناسایی مؤلفه‌های سازمان‌های فضیلت‌محور و جهادی (مورد پژوهش: کمیته انقلاب اسلامی و جهاد سازندگی). فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت اسلامی، ۳۳(۴)، ۴۵-۷۱.
- بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهرا و بشلیده، کیومرث. (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضیلت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون. مجله دست آوردهای روان‌شناختی، ۴(۲)، ۲۳۳-۲۵۶.
- بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهرا و بشلیده، کیومرث. (۱۳۹۴). رابطه وجدانی بودن، جواخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۰(۱)، ۶۳-۷۳.
- چشمه‌نوش، سجاد. (۱۳۹۱). تأثیر کار ویژه‌های مدیریت منابع انسانی بر شادی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی فضیلت سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- حجازی‌فر، سعید و باقری‌کنی، مصباح‌الهدی. (۱۳۹۰). فضیلت‌های محوری در سازمان‌های فضیلت‌مدار. اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، ۱(۳)، ۱۱۷-۱۴۳.
- حسن‌زاده ثمرین، تورج؛ همتی نوع‌دوست، مهناز و نیکرو احمدگورابی، حسن. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری رشت). مدیریت دولتی، ۱۶(۱)، ۸۴-۶۷.
- حق‌وردی راستی، لیلا. (۱۳۹۵). نقش واسطه‌ای معنویت سازمانی در رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان آموزش و پرورش ناحیه چهار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- خزاعی، زهرا. (۱۳۸۱). اخلاق فضیلت‌مدار. مجله نامه مفید، ۲۸، ۴۱.
- خزاعی، زهرا. (۱۳۸۴). ارسطو، هیوم و اخلاق فضیلت. اندیشه دینی، ۱۴، ۷۴-۶۱.
- خزاعی، زهرا. (۱۳۹۴). معرفت‌شناسی فضیلت. تهران: سمت.
- دانایی‌فرد، حسن؛ امراللهی بیوکی، ناهید؛ فانی، علی‌اصغر و رضاییان، علی. (۱۳۹۲). کنکاشی پیرامون پیش‌آیندهای مؤثر بر فرایند شکل‌گیری پدیده بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی). پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۹(۶)، ۵-۲۴.

ذوالفقارزاده، محمدمهدی و سعدآبادی، علی اصغر. (۱۳۹۳). بازتعریف کارکردهای اصلی دانشگاه در جامعه براساس آرمان‌های اسلامی در اندیشه امام خمینی (ره). مطالعات راهبردی بسیج. ۱۷(۶۵)، ۳۲-۵.

رضانی، ناصر علی و عابدی‌فر، حسن. (۱۳۹۵). فضیلت سازمانی. گرگان: نوروزی. سفیدکار، سپیده. (۱۳۹۲). رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری‌های شهر رشت). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز رشت. شاهی، رسول. (۱۳۹۵). بررسی نقش فرهنگ سازمانی در فضیلت و بهروزی سازمانی مدیران مدارس شهرستان گرمی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمی. شکاری، حمیده. (۱۳۹۱). طراحی و تبیین مدل مفهومی سازمان فضیلت‌گرا: مطالعه موردی، دانشگاه‌های استان یزد. رساله دکتری، دانشگاه پیام‌نور. شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۹۲). سند دانشگاه اسلامی. تهران: انتشارات شورای عالی انقلاب فرهنگی.

صادقی، مرضیه. (۱۳۸۴). اخلاق فضیلت‌مدار از دیدگاه مرحوم نراقی و امام خمینی(ره). حکمت سینوی، ۹(۳۰ و ۳۱)، ۱۲-۲۲.

ضمانی، مجید و شکاری، حمیده. (۱۳۹۵). مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد. فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۴(۳)، ۴۹-۶۲.

عهدی، سعیده. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و شادی در سازمان تأمین اجتماعی شهر یزد. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور تهران غرب. غفاری، رحمان و قنبری، مژگان. (۱۳۹۷). سیمای سازمان اسلامی متعالی در پرتو فضیلت سازمانی و رفتار محبت‌آمیز دینی: کهن الگوی سازمان شاداب. مدیریت اسلامی، ۲۶(۳)، ۱۰۵-۱۲۶.

قاسم‌زاده، فریبا. (۱۳۹۴). رابطه مدیریت کیفیت فراگیر و فضیلت سازمانی با اثربخشی سازمانی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

قاسمی، حمیدرضا؛ ایمانی مقدم، مهدی و سریرپناه، حسین. (۱۳۹۶). مفهوم سازی تقوای سازمانی از دیدگاه اسلام. فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، ۲۱(۱)، ۶۳-۸۰. قموشی، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی نقش شایستگی اخلاقی مدیران در فضیلت سازمانی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

قموشی، زهرا؛ پورکریمی، جواد و عزتی، میترا. (۱۳۹۸). نقش شایستگی اخلاقی مدیران در فضیلت سازمانی. اندیشه‌های نوین تربیتی. زیر چاپ.

مشبکی اصفهانی، اصغر و رضایی، زینب. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۲(۷۳)، ۱-۲۳. مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۷). اخلاق سازمانی؛ جوهره فرهنگ سازمانی کارآمد. فرهنگ مدیریت، ۵ (۱۷)، ۸۷-۶۳.

نجفبیگی، رضا؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ دانشفرد، کرم‌الله؛ دلاور، علی و همراهی، مهرداد. (۱۳۹۳). طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقاء فضیلت سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۷(۲۴)، ۴۷-۶۶.

نوری اردی، فرهاد. (۱۳۹۵). نقش میانجی ویژگی‌های فرهنگی در رابطه بین یادگیری و فضیلت سازمانی کارکنان اداری دادگستری اردبیل. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمی.

همراهی، فرهاد. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی با اعتماد سازمانی از دیدگاه کارکنان اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای شهر شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

Bright, D. S., & Fry, R. E. (2013). Introduction: Building ethical, virtuous organizations. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49(1), 5-12.

Bright, D. S., Cameron, K. S., & Caza, A. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. *Journal of Business Ethics*, 64(3), 249-269.

Bright, D. S., Winn, B. A., & Kanov, J. (2014). Reconsidering virtue: Differences of perspective in virtue ethics and the positive social sciences. *Journal of Business Ethics*, 119(4), 445-460.

Cameron, K. (2011). Responsible leadership as virtuous leadership. In *Responsible Leadership* (pp. 25-35). Springer, Dordrecht.

Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.

Cameron, K.S., Dutton, J.E., and Quinn, R.E. (2003) *Positive Organizational Scholarship*. (pp. 48-65) San Francisco: Berrett-Koehler.

Chatterjee, S., Moody, G., Lowry, P. B., Chakraborty, S., & Hardin, A. (2015). Strategic relevance of organizational virtues enabled by information technology in organizational innovation. *Journal of Management Information Systems*, 32(3), 158-196.

- Chun, R. (2005). Ethical character and virtue of organizations: An empirical assessment and strategic implications. *Journal of Business Ethics*, 57(3), 269-284.
- Chun, R. (2017). Organizational virtue and performance: An empirical study of customers and employees. *Journal of Business Ethics*, 146(4), 869-881.
- Karakas, F., Sarigollu, E., & Uygur, S. (2017). Exploring the diversity of virtues through the lens of moral imagination: A qualitative inquiry into organizational virtues in the Turkish context. *Journal of Business Ethics*, 141(4), 731-744.
- Karlson, N., & Fergin, E. (2013). Virtue as competence in the entrepreneurial society.
- Khorakian, A., Maharati, Y., & Lorestany, H. Z. (2016). Virtuousness and effectiveness in hospitals: The moderating role of organizational culture. *Advances in Management and Applied Economics*, 6(4), 45.
- Macaulay, M., & Lawton, A. (2006). From virtue to competence: Changing the principles of public service. *Public Administration Review*, 66(5), 702-710.
- Meyer, M. (2016). The Evolution and Challenges of the Concept of Organizational Virtuousness in Positive Organizational Scholarship. *Journal of Business Ethics*, 1-20.
- Rego, A., Ribeiro, N., e Cunha, M. P., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of Business Research*, 64(5), 524-532.
- Sadler-Smith, E. (2013). Toward organizational environmental virtuousness. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49(1), 123-148.
- Singh, S., David, R., & Mikkilineni, S. (2018). Organizational Virtuousness and Work Engagement: Mediating Role of Happiness in India. *Advances in Developing Human Resources*, 20(1), 88-102.
- Stephens, J. P., Heaphy, E. D., Carmeli, A., Spreitzer, G. M., & Dutton, J. E. (2013). Relationship quality and virtuousness: Emotional carrying capacity as a source of individual and team resilience. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49(1), 13-41.
- Thomas Whetstone, J. (2005). A framework for organizational virtue: the interrelationship of mission, culture and leadership. *Business ethics: a european review*, 14(4), 367-378.

Organizational virtuousness: An Organizational Approach to Ethics (Virtue-Based University)

Abstract

The transcendent ethics culture of universities and higher education centers is one of the cultural building elements of societies for the ethics and spiritual of societies. Today, the need to pay attention to the concept of organizational virtuousness in universities as one of the important, transcendent and encouraging element of universities is not covered by the scientific, cultural and spiritual community. Therefore, the present study has focused on the concept of organizational virtuousness as transcendent organizational ethics with the aim of exploring and evolving the broad concept of organizational virtuousness in universities. The present study is Fundamental in terms of purpose and in terms of data collection, qualitative by documentary method. By searching the internal and external scientific databases and using the sources of scientific information, the materials were collected and then using qualitative analysis, organizational virtuousness components and conceptual model based on This finding was designed and presented. The model of organizational virtuousness obtained from the findings included twelve components, organizational optimism, organizational forgiveness, organizational trust, organizational empathy, organizational integrity, organizational justice, organizational benevolence, organizational courage, organizational wisdom, organizational appreciation, organizational loyalty and flexibility It was an organization. The results showed that structural and process factors, behavioral and attitudinal factors, leadership and management, and environmental and cultural contexts of virtue-oriented universities and higher education centers are needed to establish and institutionalize the organizational virtues considered by scholars and policy makers and executives of the higher education system.

Keywords: Ethics, Organizational Virtuousness, Virtue-Based University.