

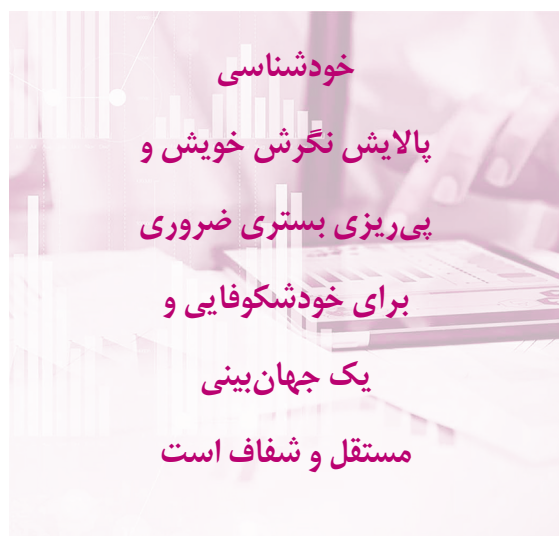
خودشناسی فردی و سازمان

حمزه پاک‌نیا
دکتر رستم فلاح

اشاره

آیین اخلاق و رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی، الگوی رفتار انضباط حسابداران رسمی را ترسیم کرده و به فرهنگ اخلاقی موسسه‌های حسابرسی کمک می‌کند. این اصول در حرفه، رفتارهای صحیح و ناصحیح را با سبک رفتار ارتباطی مبتنی بر رعایت حقوق همه طرفهای ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه مشخص می‌کند و راهنمایی برای دانستن و عمل کردن به تکالیف اخلاقی در موقعیتهای گوناگون کاری، به‌ویژه برای رویارویی با دوره‌های اخلاقی و اتخاذ تدابیری برای ایمن‌سازی آن‌ها بر اساس قضاوت حرفه‌ای است. وجود افرادی سالم، توانمند و مستقل، از بالاترین تا پایین‌ترین رده حسابداران، عدم‌جهت‌گیریهای سیاسی و مصلحت‌اندیشی و نهایت برخورد قاطع مراجع ذیصلاح نسبت به تخلفها، ضرورت دارد. مطلب پیش‌رو، خلاصه‌ای از دوره آموزشی باعنوان «خودشناسی» است که در ادامه پروژه تدوین «سند جامع اخلاقی موسسه حسابرسی مفید راهبر» و تدوین راهبردها و راهکارهای پنج‌ساله رشد اخلاقی، در قالب دوره‌های آموزشی رشد اخلاقی برگزار گردید.





خودشناسی خود و سازمان

«خودشناسی» مفهومی آشنا است؛ اما، به‌ویژه مرتبط با حوزه‌های حرفه‌ای و سازمان، مباحث ناگشوده بسیاری دارد. اغلب خودشناسی در نگاه اول به‌طور کامل فردی تلقی می‌شود؛ اما این بحث با این پرسش مهم شروع می‌شود که آیا خودشناسی با مباحث سازمانی و محیط کسب‌وکار ارتباط دارد؟

«خودشناسی» و «اخلاق» رابطه دوسویه عمیقی دارند؛ یعنی هر چه میزان خودشناسی عمیق‌تر و دقیق‌تر باشد، اخلاقی‌تر خواهیم بود و از طرف دیگر، در صورتی که فضایل اخلاقی را در خود رشد دهیم، منجر به خودشناسی بیشتر ما از خودمان می‌شود. اما ارتباط خودشناسی با اخلاق سازمانی را می‌توان با توجه به مفهوم‌سازی جدیدی که از اخلاق به‌دست آمده، دریافت. مطابق این تعریف: اخلاق، سبک رفتار ارتباطی «من»، به عنوان «کنشگر اخلاقی»، براساس رعایت حقوق همه طرفه‌های ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه است. لازم به تأمل است که «من» در این تعریف، به‌عنوان کنشگر اخلاق، منحصر به «من حقیقی» نمی‌شود، بلکه شامل «من حقوقی»، یعنی سازمانها، موسسه‌ها، نهادها و مانند آن‌ها هم می‌شود.

مهم این است که مفهوم «سازمان» یا «موسسه» را منحصر به منابع انسانی آن‌ها نکنیم؛ سازمان علاوه بر منابع انسانی خود، که ارزشمندترین سرمایه هر سازمانی هستند، هویت حقوقی دارند. فرایندها، ساختارها، قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها، استراتژیها و... در هر سازمان یا موسسه‌ای، هویت حقوقی دارند. بنابراین، وقتی صحبت از اخلاق سازمانی می‌شود منظور فقط اخلاق منابع انسانی سازمان نیست بلکه فراتر از آن، شامل اخلاق هویت حقوقی خود سازمان هم می‌شود؛ چون فرایندها، ساختارها، قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها، استراتژیها و... در هر سازمان یا موسسه‌ای، می‌توانند اخلاقی یا غیراخلاقی باشند. بنابراین، سازمان هم به‌عنوان یک کنشگر حقوقی، مانند هر کنشگر فردی، برای رشد اخلاقی خود نیازمند خودشناسی است. به این خودشناسی، عنوان «خودشناسی سازمانی» می‌دهیم تا آن را از «خودشناسی

فردی» متمایز کنیم.

امروزه در ادبیات مباحث سازمانی، هیچ سازمان و موسسه‌ای را نمی‌توان یافت که پا به مسیر رشد اخلاقی بگذارد مگر این که در قدم اول نسبت به **ارزیابی اخلاقی**^۱ (خودشناسی پیشینی) خود یعنی برآورد وضعیت موجود اخلاق در سازمان، و پس از اجرای برنامه رشد اخلاقی، نسبت به خودشناسی حقوقی و حسابرسی اخلاقی سازمان (خودشناسی پسینی) اقدام نماید. **حسابرسی اخلاق**^۲ به دانش نیاز دارد که در شرایط حاضر در ایران وجود ندارد.

چرا خودشناسی

خودشناسی بنیان زیست اخلاقی است. این مسئله را به سه بیان می‌توان نشان داد:

۱- رفتار ارتباطی فرد با دیگران متأثر از رفتار ارتباطی فرد با خودش است و آن نیز به نوبه خود متأثر از خودشناسی فرد است. کسی که به خودشناسی دست نیافته باشد، با خود مهربانی نمی‌کند و کسی که با خود مهربانی نکند، با دیگران مهربانی نمی‌کند. همین‌طور، کسی که خودشناسی نکرده باشد و بر خود واقف نباشد، نسبت به اسرار خود رازداری نمی‌کند و کسی که با خود چنین نکند، اسرار دیگران را هم حفظ نمی‌کند.

۲- زیست اخلاقی منوط به برنامه خودسازی است، کنشگری که خود را شناخته باشد، چگونه می‌تواند خود را بسازد؟

۳- زمانی که خودمان را نشناسیم، از خود بیگانه می‌شویم و خود را فراموش می‌کنیم و در نهایت، خود را ازدست می‌دهیم. خودمان سرمایه اصلی هستیم و با خودناشناسی، سرمایه اصلی را ازدست می‌دهیم؛ یعنی، مسئولیت اخلاقی در قبال خود (من) رعایت نشده است. با شناخت خویش و نیازها و قابلیت‌های خود می‌توان در مسیری روشن گام برداشت و زیستی پویا و پرتیر داشت. انسان آگاه، معمار سرنوشت خویش است و این معماری مانند هر ساختن دیگری نیازمند شناخت و برنامه‌ریزی است.

گستره خودشناسی

خودشناسی امر ساده‌ای نیست. «خودشناسی» مرکب از «خود» به‌اضافه «شناخت» است. منظور از خود و شناخت چیست؟ خود لایه‌هایی تودرتو دارد: لایه ظاهری یا اعضای جوارحی (ظاهر)، لایه باطنی یا اعضای جوانحی، زندگی در تمامیت آن و هویت من. منظور از خودشناسی، شناخت کدام لایه است؟ شناخت هم تنوع دارد: شناخت عرفی، شناخت تجربی، شناخت فلسفی، شناخت عرفانی (تجربه‌ای) و شناخت حضوری. منظور از خودشناسی، شناخت کدام لایه و با کدام‌گونه از شناخت است؟ نکات یادشده نشان می‌دهد که با چه تنوعی روبه‌رو هستیم؟

خودشناسی با انسان‌شناسی تفاوت دارد. انسان‌شناسی به‌عنوان یک علم و دانش رشد زیادی داشته و محصول خرد جمعی انسانها است. ولی خودشناسی محصول خرد جمعی و نظام‌یافته انسانها نیست. خودشناسی درک خودمان از خودمان است و ربطی به دیگران ندارد. با این حال، انسان‌شناسی می‌تواند به خودشناسی کمک کند. دانش‌هایی مثل پزشکی، روانشناسی، فلسفه، عرفان، حتی مردم‌شناسی و قوم‌شناسی، می‌توانند اطلاعاتی از ما به ما بدهند اما حتی جمع همه آن‌ها را هم نمی‌توان خودشناسی دانست. این دانش‌ها شناختی که به ما می‌دهند، اغلب شناخت مشترک بین همه انسانهاست، اما به‌الزام شناخت خاص و ویژه من نیست؛ از طرفی هم این‌ها شناخت دیگران است که

به‌دست من رسیده است. آیا این موارد تبدیل به شناخت من از خودم شده است؟

خودشناسی، شناخت من از خودم است. هویت‌یابی و خودیابی، امری نیست که از دیگران بتوان به عاریت گرفت، بلکه محصول درک حضوری خودمان از خودمان است. این شناخت را از این لایه که درونی‌ترین لایه وجود ماست و در خودشناسی هم بسیار مهم است، هیچ دانشی نمی‌تواند در اختیار ما قرار دهد. این یک شناخت کاملاً شخصی است. رویکرد امام علی (ع) در بحث گستره خودشناسی، جامع‌نگری و منتج به عمل بودن است. یعنی، امام (ع) ما را دعوت به شناخت همه لایه‌های وجود خودمان کرده است، اما قرار بر این نیست که فقط دانشی نظری بیاندوزیم، بلکه باید منتج به عمل و خودسازی و به‌سازی شود.

خودشناسی هست یا باید ایجاد کرد؟

ما به‌صورت ذاتی از خود شناختی داریم، اما این شناخت حداقلی که در واقع توانایی شناخت است، در ما وجود دارد اما خودشناسی مورد نظر که منتج به عمل خودسازی و به‌سازی و رشد اخلاقی می‌شود، بسی گسترده‌تر است. انسان را موجود بسیار پیچیده‌ای یافته‌ایم؛ این نشان می‌دهد که خودشناسی آسان نیست، اما ناممکن هم نیست. حدیث معروف: من عرف نفسه فقد عرف ربه (اگر کسی خود را شناخت،



سوق می‌دهد. اشکال در آموزه‌های محیط، مبهم‌بودن ارزشها و انتظارها است؛ زیرا معنای دقیق ارزشها و حدودمرز آن‌ها نامعلوم است. همچنین، مشکل دیگر در خیلی از آموزه‌ها غیرواقع‌بینانه و در تناقض و ناسازگاری انتظارهای جامعه از فرد است. خودشناسی یعنی نگاهی دوباره به آموزه‌هایی که با آن بزرگ شده‌ایم؛ یعنی ما که همواره با باورهای خاصی اندیشیده‌ایم، می‌خواهیم برای اولین بار این باورهای درونی را بازنگری و ارزیابی کنیم. هدف این بازنگری آن است که این ذهنیت‌هایی که با آن‌ها ساخته شده‌ایم و این باورهایی که دنیای ما را رقم می‌زند تا چه حد درست و مفید است. آن وقت است که ما به جای خشم‌گرفتن به این‌وآن یا سعی برای اصلاح دیگران، دنیای درونمان را بازسازی می‌کنیم.

موثرترین شیوه خودشناسی و عناصر آن

موفق‌ترین و موثرترین شیوه خودشناسی، **حسابرسی خود**^۳ یا محاسبه نفس و غلبه بر آن است. براساس توصیه‌های دینی، قبل از این‌که دیگران به حساب شما برسند نسبت به حسابرسی خود اقدام نمایید. برای شناخت مولفه‌های حسابرسی خود، می‌توان از مولفه‌های حسابرسی مالی الگوبرداری کرد. حسابرس، داور، حساب‌شونده، مورد حسابرسی، شاخصها، فرایند، شایستگیهای حسابرس، و رنج از مهمترین مولفه‌هاست.

در حسابرسی از خود، می‌توان پرسید: حسابرس چه کسی است؟ خودم، دیگران خردمند، عقل یا عنصری دیگر؟ موردحسابرسی چیست؟ آن چه من دارم (گفتارها، رفتارها، افکار، باورها، اعتقادات، عواطف، احساسات، انگاره‌ها و زندگی به مثابه یک کل) یا آن چه من هستم/ خود من؟ آن چه من دارم با آن چه من هستم متفاوت است. در خودشناسی به هر عامل بیرونی متوسل شویم، در نهایت نیازمند حسابرسی درونی هستیم. امام علی (ع) ضرورت حسابرسی درونی را مهم‌ترین عنصر حسابرسی نفس می‌داند.

در پایان در خصوص این‌که چه باید کرد، ذکر چند نکته مفید است:

خدای خویش را (خواهد شناخت)، شرط تعلیقی نیست که بخواهد بگوید، همانگونه که نمی‌توانید خود را بشناسید، پس خدایتان را هم نمی‌توانید بشناسید، بلکه این حدیث و احادیث و سفارشهای بزرگان دینی و فلسفی و عرفانی بر خودشناسی، خبر از امکان آن می‌دهد؛ در غیراین صورت، این همه توصیه به خودشناسی لغو و بیهوده بود. و همچنین، اهمیتی که امام علی (ع) به خودشناسی می‌دهد، خبر از ارزشمندی فوق‌العاده آن و نیز خبر از امکان حصول آن می‌دهد. امام (ع)، خودشناسی را برترین خردورزی، فوزاکبر، شایسته‌ترین حکمت و سودمندترین شناخت می‌داند. برای تحلیل دقیق این فرمایشها می‌توان به منبع اصلی همین گفتار مراجعه کرد.

در مسیر خودشناسی باید از فریبه‌ها پرهیز کرد. چون خودشناسی، دوسر دارد: پیروزی یا شکست. اگر در خودشناسی گرفتار چهل مرکب شویم و با این‌که خودمان را نمی‌شناسیم، گمان کنیم که به خودشناسی دست یافته‌ایم، فریب خورده‌ایم. این شکست در خودشناسی است و بسیار هم توهّم خسارت‌باری است.

خودشناسی یعنی تلاش انسان برای یافتن راه زیستن و بهترین مسیر زندگی، تلاشی که انسان در جریان آن به نقد اندیشه‌های محیطی و موروّثی دست می‌زند تا به یک نظام فکری آزادانه و هماهنگ دست یابد. بی‌شک همه انسانها در پی رسیدن به سعادت و کمال هستند ولی خودشناسی این جستجو را به شکلی سنجیده، نظام‌مند و آگاهانه دنبال می‌کند. خودشناسی پالایش نگرش خویش و پیریزی بستری ضروری برای خودشکوفایی و یک جهان‌بینی مستقل و شفاف است و انسان خودشناس در راه میل به این هدف از هر آن چه او را یاری دهد بهره می‌گیرد.

زمینه و ابزار خودشناسی

احساس نیاز به خودشناسی، منجر به ایجاد انگیزه خواهد شد. همچنین، علم و آگاهی نسبت به اهمیت و فواید خودشناسی و در مرحله بعد داشتن شجاعت و بلندهمتی، صبر و استقامت و در کلام آخر خودآگاهی لازم است. موارد مذکور دست‌به‌دست هم داده و ما را به سمت خودشناسی

نکته مهم این است که بدانیم هدف داشتن کارکنان و مدیران اخلاقی و درنهایت سازمانهای اخلاقی با خلق تصمیمهای اخلاقی است. سازمانها ناگزیر با داخل و محیط بیرونی و جامعه ارتباط دارند. از یکسو منابع را دریافت و از سوی دیگر کالا و خدمات را به ذینفعان عرضه می‌کنند. بنابراین، بین سازمان و ذینفعان یک نوع رابطه قراردادی و انتظاراتی دوجانبه وجود دارد. اخلاق درواقع به چگونگی وضعیت این روابط، قراردادها و عملکردها می‌پردازد که تا چه اندازه مبتنی بر درستی، امانت‌داری، انصاف و عدالت و سایر ارزشهای اصولی است.

سازمان اخلاقی، سازمان پیش‌بینی‌پذیری است که بر مزیت رقابتی اخلاق حرفه‌ای بلکه بالاتر از آن بر مزیت راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان واقف است. سازمان اخلاقی، سازمانی است بافضیلت که به حکم آن، سرمایه انسانی بااخلاق جذب می‌کند و رشد زیست اخلاقی آن‌ها را در خود تسهیل می‌نماید. این هدف بلند جز با ارزیابی و آموزش مستمر و برنامه‌محور اخلاق و استفاده از ره‌آوردهای دانشهای مرتبط، ممکن نیست. آموزش اخلاق به نیروی انسانی سازمان کفایت نمی‌کند بلکه سازمان با شخصیت حقوقی، مخاطب اصلی برنامه ترویج و رشد اخلاقی است. ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد به گونه‌ای که اصول اخلاقی و رقابت تفکیک‌ناپذیر می‌شوند.



پانوشتها:

- 1- Ethical Assessment
- 2- Ethics Audit
- 3- Self-auditing

منبع:

• مباحث مطرح‌شده در کارگاه آموزش خودشناسی بر اساس کتاب خودشناسی احد فرامرز قراملکی و محمد مشایخی‌پور، ارائه‌شده توسط دکتر رستم فلاح. آذرماه ۱۴۰۰



اول، این‌که برای محاسبه نفس نیازمند تعیین زمان خاصی هستیم. آخر شب بیشتر توصیه شده اما روز هم نباید خالی از محاسبه نفس باشد. حسابرسی آخر شب، حسابرسی تاخیری است، اما ما نیازمند حسابرسی لحظه‌ای هم هستیم.

دوم، این‌که نیازمند خلوت با خودمان و دوری کردن از غیر هستیم، اما این به معنی عزلت‌نشینی نیست.

سوم، این‌که توجه تمام به خود داشته باشیم، هوشیار باشیم و از خودمان غفلت نوزیم.

چهارم، این‌که خودشناسی نیازمند ترازو و شاخص است. سطوح مختلف خودشناسی را با چه شاخصهایی ارزیابی کنیم؟ دانش ما در این‌جا رشد مناسبی نکرده و نیازمند کار جدی هستیم.

پنجم، این‌که حسابرسی نفس اگر مکتوب انجام شود، نتیجه بیشتر و بهتری خواهیم گرفت.

و نکته آخر، این‌که محاسبه نفس با خودنقدی همراه است. در این مورد به افراط کشیده نشویم و خود را سرزنش نکنیم که موجب آفتهایی خواهد شد.

نتیجه‌گیری

در دیدگاه جهانی و کسب‌وکارهای بین‌المللی، استانداردهای اخلاقی (آیین اخلاق و رفتار حرفه‌ای حسابداران رسمی) موجود است که در همه فرهنگها و جوامع قابل اجرا هستند.