

درآمدی بر الگوی مدیریتی امام علی (ع) از منظر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

تاریخ دریافت: ۸۸/۰۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۸۸/۱۰/۱۶

منصور اعتصامی*

حامد فاضلی کبریا**

چکیده

امروزه در کنار انواع مختلف سرمایه، مانند سرمایه انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری با عنوان سرمایه اجتماعی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع باارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. با توجه به اهمیت و جایگاه سرمایه اجتماعی در مدیریت سازمان‌ها به تبیین این بحث از دیدگاه الهی امیرالمؤمنین علی (ع) به عنوان مدیری مدبر و کارآمد در تشکیل حکومت اسلامی پرداخته می‌شود. مقاله حاضر مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی انجام پذیرفته است. عناوین مباحث این نوشتار به شرح زیر است:

ابتدا سرمایه اجتماعی، سپس به ترتیب و به اختصار مدیریت ارزش، مدیریت در نگاه امیرالمؤمنین علی (ع) و الگوی مدیریت علوی بر مبنای سرمایه اجتماعی محبت و معرفت و در نهایت، سرمایه دینی و مؤلفه‌هایی از سرمایه اجتماعی در مدیریت امام علی (ع) بررسی می‌شود.

واژگان کلیدی

سرمایه اجتماعی، ارزش، مدیریت ارزش، سرمایه دینی، سرمایه ارزشی

* عضو هیئت علمی ستاد وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشجوی دکتری علوم اقتصادی

ctesamy@isu.ac.ir

دانشگاه امام صادق (ع)

** دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته معارف اسلامی و مدیریت صنعتی دانشگاه امام صادق (ع)

kebria_1178@yahoo.com

مقدمه

در جهان پرشتاب امروز، سازمان‌های زیادی در تلاش‌اند تا برای رسیدن به اهداف سازمانی و همچنین، اقتصادی و تداوم حیات خود، از الگوها و شیوه‌های مختلف و بهینه بهره برده و مزیت رقابتی جدیدی کسب کنند. این امر به منظور جلوگیری از سقوط و واژگونی و خطرهای ناشی از دگرگونی‌های سریع محیطی و فناوری است. در دیدگاه‌های سنتی مدیریت توسعه، سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهم‌ترین نقش را در سازمان ایفا می‌کند، اما در عصر حاضر برای توسعه، مدیران بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشند، به سرمایه اجتماعی نیاز دارند؛ زیرا در جامعه‌ای که بدون سرمایه اجتماعی است، از دیگر سرمایه‌ها به‌طور بهینه استفاده نخواهد شد و از کارایی لازم برخوردار نیست (بیکر، ۱۳۸۲، ص ۲۹).

سرمایه اجتماعی، صرفاً مجموعه‌ای از نهادها نیست که زیربنای جامعه را تشکیل دهد بلکه چسبی است که کل جامعه و سازمان را به هم متصل می‌کند (The World Bank Group, 2000, p.35) و بستری مناسب برای ارتقای سرمایه انسانی و فیزیکی سازمان ایجاد می‌کند و راه کامیابی سازمانی را هموار می‌سازد. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی به زندگی فرد در بین گروه‌های اجتماعی معنا و مفهوم می‌بخشد و زندگی را جذاب‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌سازد (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳، ص ۲).

در مدیریت امام علی (ع) می‌توان به دو نکته در خصوص اهمیت سرمایه اجتماعی اشاره کرد: اول آنکه جهان دچار بحران‌های شدید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به‌ویژه، هویتی ناشی از تأکید بر امور مادی و اصالت ماده شده است و دوم آنکه توجه به سیره تاریخی اهل بیت (ع) به‌عنوان روش‌های مدیریتی صحیح، راهگشای بسیاری از مسائل است. در مورد اهمیت و توجه به مفهوم سرمایه اجتماعی در ساختار مدیریت دوران حکومت امام علی (ع) می‌توان این‌گونه برداشت کرد که توجه به مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در قالب مدیریت ارزشی الهی در بسیاری از سخنان، نامه‌ها، خطبه‌ها و عملکرد حضرت به‌وضوح قابل مشاهده است. حضرت در توجه و عمل به مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مثل تقوای الهی، عدالت، اعتماد، وفای به عهد، صداقت، پرهیز از غرور، ساده‌زیستی، تواضع و حلم و عنایت به زیردستان خود بسیار تأکید دارند.

در حال حاضر با توجه به تغییرات پرشتاب و گسترده محیطی، فناوری اطلاعات و نیاز رو به رشد افزایش اطلاعات و استفاده از آن و آموزش به شبکه‌ها و گروه‌های انسانی و مالی، نیازهای ضروری برای ایجاد نوآوری و خلاقیت در مجموعه شبکه‌ها و گروه‌ها، پیشرفت مداوم، تغییر به سوی طراحی ساختار سازمانی مسطح و منعطف، و در نهایت، ارتباط تنگاتنگ بین سازمان و شبکه‌های مشتریان، تأمین‌کنندگان و رقبا ایجاد می‌کند که رهبران سازمان‌ها، شیوه‌های مدیریت ارزشی مبتنی بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را به‌منزله یک شایستگی در سازمان مورد توجه قرار دهند.

۱. انواع سرمایه‌های سازمانی

هر سازمانی برای تحقق اهداف خود دست‌کم نیازمند سه نوع سرمایه است که مکمل یکدیگرند و رشد و توسعه سازمان نیز مشروط به حضور هر دسته سرمایه حداقلی است: سرمایه اجتماعی، انسانی و سرمایه اقتصادی.

امروزه ادبیات توسعه در مبحث سرمایه حاوی صور متعددی از این مفهوم است. سرمایه در معنای عام خود دلالت بر مجموعه دارایی‌ها، امکانات و منابع در اختیار دارد که در قالب و اشکال مختلف نمود پیدا می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از:

۱. موهبت طبیعی: شامل دارایی‌های طبیعی و زیست‌محیطی در اختیار یک جامعه مانند آب، معادن، جنگل، خاک، سرزمین و... است.

۲. سرمایه فیزیکی: شامل مجموعه ماشین‌آلات، کارخانه‌ها، سازه‌ها، تجهیزات زیربنای ساختمان و... است که دست‌ساز بشر است.

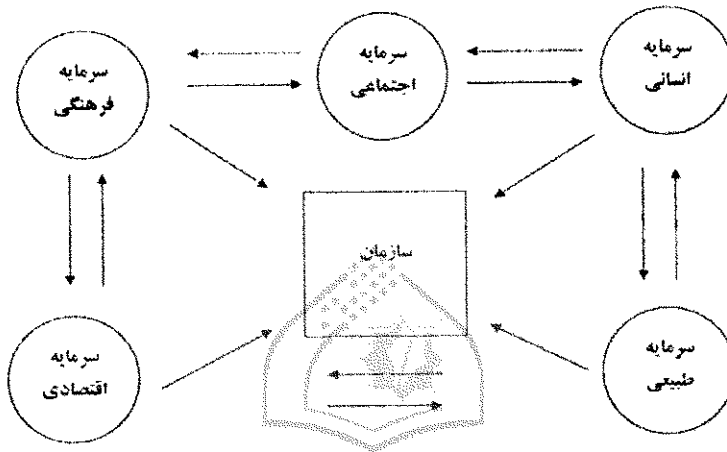
۳. سرمایه انسانی: قابلیت‌ها و توانمندی‌های انسانی که مبتنی بر دانش، تخصص و مهارت‌های انسانی است.

۴. سرمایه فرهنگی: ویژگی‌ها و عادات حاصل‌شده از فرآیند جامعه‌پذیری و ویژگی‌های ارزشمند فرهنگی است که بستر صلاحیت‌های اجتماعی و فرهنگی است.

۵. سرمایه اجتماعی: دلالت بر مجموعه روابط شبکه‌ها، تعاملات، انجمن‌ها و مؤسساتی دارد که به‌واسطه هنجارها و ارزش‌های مشترک شکل می‌گیرد و موجب گرمی اجتماع انسانی می‌شود و کنش متقابل اجتماعی را تسهیل می‌کند. گزارش امور

اجتماعی، ۱۳۸۳، ص ۱۴). به نظر می‌رسد نمودار زیر این ارتباط را به نوعی نشان می‌دهد. شایان توجه است ملاحظه سرمایه طبیعی و توجه به سرمایه فرهنگی نیز در نظر برخی اندیشمندان مورد توجه است.

نمودار شماره ۱. جایگاه و روابط سرمایه اجتماعی با دیگر سرمایه‌ها و سازمان



(اعتنوی ۱۳۷۹، ص ۱۳۲)

۲. مفهوم سرمایه اجتماعی

ابتدا مروری کوتاه بر چگونگی استفاده از اصطلاح سرمایه اجتماعی می‌کنیم. در سال ۱۹۱۹م. هانی فن^۲ اقتصاددان از دانشگاه ویرجینیای غربی لغت «سرمایه اجتماعی» را در معنای دارایی‌های روزمره و در قالب حسن تفاهم دولتی، رفاقت، همدلی و روابط اجتماعی در بین افراد و خانواده‌ها به کار برد و گلن لوری^۳ (۱۹۶۰) برای توضیح مشکلات اقتصادی درون کشور از واژه سرمایه اجتماعی استفاده کرد.

جاکوبز^۴ (۱۹۶۱) در کتاب «زندگی و مرگ شهرهای بزرگ آمریکا»، نقش سرمایه اجتماعی را در مورد حفظ نظافت، برخورد با جرم و جنایات خیابانی در محدوده شهری مطرح کرد (Halpern, 2001, p.20). از سال‌های ۱۹۸۰م. به بعد مفهوم سرمایه اجتماعی وارد ادبیات علوم اجتماعی به‌ویژه، جامعه‌شناسی می‌شود که اوائل توسط جاکوبز، بوردیو، پاسرون^۵ و لوری بیان گردید و در ادامه، افرادی چون کلین و پاتنام آن

را بسط و گسترش دادند (Woolcock, 1998, p.58). به نظر پاتنام، سرمایه اجتماعی بازده، سرمایه فیزیکی و انسانی را افزایش می‌دهد و معتقد است که امروزه واژه سرمایه پس از گذر از موهبت طبیعی، سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی به سرمایه اجتماعی رسیده است (Ostrom, 2000, p.78). کاربرد این مفهوم به تدریج از دهه ۱۹۹۰م. به این سو در دیدگاه‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌های دانشگاهی به‌ویژه در رشته‌های جامعه‌شناسی، اقتصاد، سیاست و حوزه آموزش- با کارهای افرادی چون جیمز کلنن،^۶ پیر بوردیو،^۷ رابرت پاتنام^۸ و فرانسیس فوکویاما^۹- رواج یافت (Halpern, 2001, p 21).

در ادامه، به بخشی از مفاهیم مربوط به سرمایه اجتماعی به‌منظور آشنایی بیشتر می‌پردازیم. تعریف رایج سرمایه اجتماعی در جریان اصلی جامعه‌شناسی آمریکا- به‌ویژه در روایت کارکردگرایانه آن- عبارت است از روابط دوجانبه، تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می‌گردد و به‌واسطه تعهدات و هنجارهایی پیوسته با ساختار اجتماعی سبب ایجاد اعتماد میان گروه‌ها می‌شود. در مقابل جامعه‌شناسی اروپایی این مفهوم را در بررسی این موضوع به کار می‌گیرد که چگونه تحرک پیوندهای مربوط به شبکه‌های اجتماعی، سلسله‌مراتب اجتماعی و قدرت تمایز یافته را تقویت کند. با این همه، نکات مشترک این دو دیدگاه پیرامون سودمندی سرمایه اجتماعی در افزایش برخی ویژگی‌ها، مانند آموزش، تحرک اجتماعی، رشد اقتصادی، برتری سیاسی و در نهایت، توسعه ظاهر شده است (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳، ص ۳).

سرمایه اجتماعی از دو مفهوم سرمایه و اجتماع تشکیل شده است و از این حیث می‌توان آن را دارای ماهیتی فزاینده و غیرفردی دانست. نوعی توشه فزاینده در جامعه که به‌واسطه خود جامعه ایجاد می‌گردد و آن را در نیل به هدف و حفظ خود جامعه یاری می‌کند. این مفهوم نوپا مانند دیگر سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی دارای ارزش و اهمیت است و البته با کمبود منابع نیز روبه‌روست. در کل می‌توان سرمایه اجتماعی را منابع موجود در تعاملات اجتماعی و نظام هدفمند همکاری و همیاری میان اعضای جامعه و سازمان دانست که سبب ایجاد شبکه‌های روابط معقولانه، حس اعتماد و مشارکت بین افراد یک جامعه می‌گردد و در نهایت، جامعه را در دسترسی به هدف

مشترک و حفظ ذات و انسجام جامعه کمک می‌کند. فرانسیس فوکویاما، اندیشمند معاصر ساکن آمریکا، معتقد است سرمایه اجتماعی مجموعه معینی از ارزش‌ها و هنجارهای غیررسمی است که اعضای جامعه در آن سهیم هستند و آن‌ها را به انجام امور خاص در راستای حفظ جامعه هدایت می‌کند (Fukuyama, 1995, p.7).

پیر بوردیو، جامعه‌شناس متأخر فرانسوی، مفهوم سرمایه اجتماعی را در زمینه متن‌های آموزشی استفاده نموده و بیان کرد که سرمایه می‌تواند در سه بخش مجزای اقتصاد، فرهنگ و اجتماع ولی در شکل‌های مرتبط با هم وجود داشته باشد. این سرمایه‌ها در شرایط خاص می‌تواند به انواع دیگر سرمایه تبدیل شود. سرمایه اجتماعی ترکیبی از یک منبع بالقوه یا بالفعل است که به ثروتی از یک شبکه کم‌وبیش دائمی از روابط نهاده‌شده از ارتباطات متقابل متصل است و اعضاء را برای رسیدن به سود جمعی، حمایت می‌کند (Anderson and Miller, 2001, p.55).

کلمن (۱۹۹۰) تعریف جامع‌تری از سرمایه اجتماعی ارائه داده است. کلمن سرمایه اجتماعی را گونه‌ای از نهادهای مختلف می‌داند که شامل ابعاد گوناگون ساختارهای اجتماعی است و سبب تسهیل فعالیت فعالان در قالب‌های فردی، سازمانی و ساختارهای اجتماعی می‌شود و به صورت ضمنی روابط میان گروه‌ها و افراد را احاطه می‌کند (Colman, 1990, p.56).

از دیگر تعاریف مطرح این است که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که سبب ارتقای سطح همکاری و پایین آمدن سطح هزینه تبادلات و ارتباطات بین اعضای آن جامعه می‌گردد. بر اساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه اجتماعی می‌گردد (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳، ص ۴). پاتنام (۱۹۹۳) سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، مانند شبکه‌های هنجاری و اعتمادی که می‌تواند بر پیشبرد اهداف مشترک اثرگذار باشد، نام نهاده است و به عبارت دیگر، معتقد است که سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی، امتزاج‌یافته با هنجارها و اعتماد است (Putnam, 1993, p.13).

بالدریج،^{۱۱} هالپرن و بایئر^{۱۲} سرمایه اجتماعی را به سه نوع تقسیم کرده و بیان داشته‌اند که سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، هنجارها، روابط، ارزش‌ها و قوانین غیررسمی است که به کمیت و کیفیت همکاری‌ها و تعاملات اجتماعی شکل می‌دهد و به سه نوع متمایز تقسیم می‌شود:

۱. سرمایه اجتماعی ملزم‌کننده مانند روابط میان اعضای خانواده؛
 ۲. سرمایه اجتماعی پل‌زننده مانند روابط میان گروه‌های نژادی مرتبط؛
 ۳. سرمایه اجتماعی مرتبط‌کننده مانند روابط بین طبقه‌های مختلف جامعه
- (Halpern, 2001, p.66).

البته ولکوک^{۱۳} پس از تعریف سرمایه اجتماعی، بر مبنای نوع رابطه‌ها، سرمایه اجتماعی را به سه دسته تقسیم می‌کند:

۱. سرمایه اجتماعی درون‌گروهی یا پیوستگی ترمی مانند پیوستگی میان اعضای خانواده‌ها؛
 ۲. سرمایه اجتماعی بین‌گروهی یا پیوندهای ضعیف و کم‌عمق مانند همکاری‌های تجاری و روابط گروه‌های قومی مختلف؛
 ۳. سرمایه اجتماعی ارتباطی یا پیوندهای بین افراد با منزلت‌های اجتماعی و قدرت‌های متفاوت مانند پیوند بین نخبگان سیاسی، عامه مردم با طبقات اجتماعی متفاوت
- (Halpern, 2001, p.67).

به‌طور کلی، «سرمایه اجتماعی» منابعی در دسترس است که شامل مؤلفه‌هایی مانند اطلاعات، اندیشه‌ها، راهنمایی‌ها، فرصت‌های کسب و کار، سرمایه‌های مالی، قدرت و نفوذ، پشتیبانی احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری است. کلمه «اجتماعی» در عنوان سرمایه اجتماعی، دلالت می‌کند که این منابع، خود جزء دارایی‌های شخصی محسوب نمی‌شود و هیچ فردی به تنهایی مالک آن‌ها نیست. این منابع در دل شبکه‌ها و روابط گروه‌ها قرار گرفته است. اگر سرمایه‌های انسانی را مجموعه دانستی‌های انسان‌ها فرض کنید (مجموع دانش، مهارت و تجربیات انسان‌ها)، پس دسترسی به سرمایه اجتماعی به پیوند بین افرادی که شما می‌شناسید، بستگی دارد؛ یعنی اندازه، کیفیت و گوناگونی شبکه‌های کسب و کار و شبکه‌های ارتباطی شخصی انسان‌ها در آن

مؤثر است. اما فراتر از آن، سرمایه اجتماعی به کسانی که شما نمی‌شناسید نیز بستگی دارد، البته اگر به‌طور غیرمستقیم به‌وسیله شبکه‌هایتان با آن‌ها در ارتباط باشید. واژه «سرمایه» دلالت می‌کند که سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی ماهیتی زاینده و مولد دارد؛ یعنی جوامع انسانی را قادر می‌سازد ارزش ایجاد کنند، کارها را انجام دهند و به اهدافشان دست یابند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳، ص ۵).

واژه سرمایه اجتماعی به دلیل جدید و نوپا بودن، هنوز در بسیاری از موارد مفهومی مبهم باقی مانده است. این ابهام در تعریف، روش‌های ارتقای آن و نیز سنجش سرمایه اجتماعی وجود دارد. اما در مجموع، می‌توان با توجه به تعاریف پیشین، تعریف ابداعی زیر را، تعریفی جامع، مانع و کاربردی در خصوص سرمایه اجتماعی دانست:

سرمایه اجتماعی، سرمایه‌ای نامحسوس در بطن و لایه‌های یک اجتماع است که در طول زمان، مبتنی بر عقلانیت «منافع فردی (فردگرایی) و جمعی (جمع‌گرایی)» و خیرخواهی متقابل اجتماعی شکل می‌گیرد و انباشت می‌شود و منشأ آن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اعتماد متقابل در تعاملات و روابط انسانی است که در ساختارهای متفاوت فردی، گروهی، سازمانی و اجتماعی تبلور می‌یابد. به‌طور خلاصه و موجز، می‌توان سرمایه اجتماعی را (وجود روابط عمیق، گسترده و متقابل مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در میان افراد جامعه) دانست.

۳. مقایسه سرمایه اجتماعی با دیگر سرمایه‌ها

شاید مهم‌ترین پیشرفت علم اقتصاد، این اندیشه بوده است که مفهوم سرمایه به‌گونه‌ای که در ابزارها، ماشین‌آلات و دیگر وسائل تولیدی تجسم یافته است، می‌تواند بسط یابد و شامل سرمایه انسانی نیز شود. همان‌طور که سرمایه فیزیکی، سبب تسهیل امر تولید می‌شود، مدیریت سرمایه انسانی با ایجاد تغییر در انسان‌ها و جهت‌دهی به رفتار افراد سبب ایجاد مهارت‌ها و توانایی‌ها در اشخاص می‌شود، یعنی افراد را قادر می‌سازد به شیوه‌های جدید رفتار کنند (کلمن، ۱۳۷۷، ص ۴۶۲). البته این دیدگاه، یعنی نگاه ابزاری به انسان، دارای مخالفان جدی در بین متفکران ارزش‌گراست. در دیدگاه دیگر، سرمایه انسانی منشأ بسیاری از تغییرات و به عبارتی، محور تغییرات قلمداد می‌شود؛ یعنی به

جای اینکه سرمایه انسانی صرفاً ابزاری برای تولید باشد، خود یکی از اهداف توسعه و رشد جوامع است.

البته بحث مربوط به جایگاه این نوع سرمایه در تفکر اسلامی پژوهش مستقلی را می‌طلبد که پرداختن به آن نیازمند مجال دیگری است. به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی در ابعاد زیر با دیگر سرمایه‌ها متفاوت است:

۱. استفاده و به کارگیری سرمایه اجتماعی موجب تحلیل آن نمی‌شود بلکه عدم استفاده از سرمایه موجب تحلیل آن می‌شود؛ بنابراین، به کارگیری سرمایه اجتماعی موجب تقویت و افزایش آن خواهد شد.

۲. این سرمایه به‌آسانی مشاهده نمی‌شود و مورد سنجش قرار نمی‌گیرد.

۳. سرمایه اجتماعی از طریق مداخله‌های بیرونی ساخته نمی‌شود.

۴. نهادهای دولتی، ملی و منطقه‌ای تأثیر زیادی بر میزان و نوع سرمایه اجتماعی دارند و افراد را قادر به داشتن تلاش‌های بلندمدت، در جهت توسعه سرمایه اجتماعی می‌کنند (Ostrom, 2000, p.35).

لین^{۱۳} (۱۹۹۹) در جمع‌بندی سرمایه‌ها، جدولی (شماره ۱) در خصوص انواع سرمایه‌ها را ارائه می‌دهد که به‌صورت مختصر و مفید آراء و دیدگاه‌ها را در خصوص سیر ارتقایی سرمایه‌ها نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. سیر ارتقایی انواع سرمایه

نظریه سرمایه جدید		نظریه کلاسیک		
سرمایه اجتماعی		سرمایه فرهنگی	سرمایه انسانی	
بورديو، کلمن، پاتنام	لین، بارت، مارسدن، فلب، کلمن	بورديو	شوئتز، یکر	نظریه پرداز
همبستگی و یا تولید گروه	دسترس و استفاده از منابع نهفته در شبکه‌های اجتماعی	بازتولید نمادها و معانی (ارزش‌های سلطه‌یافته)	انباشت ارزش اضافی توسط کارگران	تبیین
سرمایه‌گذاری در بازشناسی و پذیرش متقابل	سرمایه‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی	دروغی کردن با درک نادرست از ارزش‌ها	سرمایه‌گذاری در قالب مهارت‌ها و دانش فنی	سرمایه
گروه/فرد	فرد	فرد/طبقه	فرد	سطح تحلیل

(Lin, 1999, p.32)

۴. فواید و مزایای سرمایه اجتماعی برای سازمان

سازمان دارای سرمایه اجتماعی را می‌توان سازمان‌هایی با پیوندهای محکم، هنجارها و باورهای مشترک و مضاف بر آن، اعتماد و همکاری تعریف کرد. طبق این نظر وقتی افراد تعلق سازمانی داشته باشند، از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردار خواهند بود که در ادامه به برخی از فواید و مزایای حاصل از وجود سرمایه اجتماعی در سازمان اشاره می‌شود:

۱. ترویج فعالیت‌های گروهی؛
۲. رشد و گسترش اعتماد در سازمان؛
۳. تسهیل و گردش شفاف اطلاعات در سازمان و بین کارکنان؛
۴. ایجاد یکپارچگی و صداقت در میان اعضا و ارائه سازوکارهایی برای بهبود مدیریت عملکرد گروهی؛
۵. زمینه‌سازی برای توسعه سرمایه‌های غیرمادی در سازمان و افزایش تعهد اعضا و کارکنان سازمان در قبال مصالح کارشناسی‌شده سازمان؛
۶. جسارت اعضا در پذیرش ریسک با توجه به اجرای کار تیمی و روابط مبتنی بر اعتماد؛
۷. افزایش خلاقیت و نوآوری (رحمانپور، ۱۳۸۲، ص ۸).

۵. آیا ارزش‌های دینی مهم‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی است؟

با توجه به تعاریفی که از سرمایه اجتماعی ارائه شد، به نظر می‌رسد ارزش‌ها و سرمایه‌های دینی (عناصر و مؤلفه‌های دینی از جمله خدامحوری، اخلاق، عدالت، انصاف و... به‌عنوان سرمایه‌ای در دین تلقی می‌شود)، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی است؛ زیرا عناصر اصلی تعریف سرمایه اجتماعی در دین موجود است. دین این قدرت را دارد که به‌صورت محسوس و نامحسوس، روابط و هنجارهای اجتماعی قوی مبتنی بر نفع فردی و جمعی همراه با نگاه عقلایی، خیرخواهی، اعتماد در روابط و عدالت‌محوری ... بر اساس رویکرد الهی و توحیدی برای زندگی دنیوی و اخروی جوامع انسانی تضمین کند. البته باید دقت کرد که مفهوم سرمایه اجتماعی ریشه در تفکرات غربی و دور از مفاهیم توحیدی دارد و در آنجا رشد و نمو پیدا کرده است، حال‌آنکه دستگاه و پیکره دینی مبتنی بر عناصر توحیدی است (ردادی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۲).

اعتقاد نویسندگان بر آن است که می‌شود سرمایه اجتماعی را از زیربنای الحادی آن جدا و پاک کرد و آن را با آموزه‌ها و مفاهیم اسلامی بازسازی و ترمیم نمود و

به عنوان یک ابزار قوی در جهت رشد و توسعه جامعه دینی به کار گرفت که البته تأمل بسیاری می طلبد.

به صورت کلی، از دو منظر می توان به تبیین رابطه مفاهیم دینی و سرمایه اجتماعی پرداخت: اول اینکه خود دین به عنوان یک مکتب، ایدئولوژی و کل جامع، سرمایه اجتماعی است که باید سعی کرد آن را در جامعه رشد داد و تمامیت جامعه را مبتنی بر ارزش های آن ساخت. نحوه دیگر پرداخت رابطه دین و سرمایه اجتماعی توجه به ارزش ها، سرمایه ها و ابزارهای مرفقی دین مانند خدامحوری، عدالت و انصاف ورزی و... برای رشد و پرورش جوامع انسانی و به نوعی کاشت و انباشت سرمایه اجتماعی است (ردادی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۸).

رویکرد این مقاله نگاه دوم، یعنی دقت در عناصر ارزشی و سرمایه های دینی به عنوان ابزار رشد سرمایه اجتماعی در جامعه (البته با نگاه اسلامی) است، لذا سعی بر این است به صورت حصر اضافی با بازخوانی هفت مؤلفه و عنصر دین در نگاه و کلام امیرالمؤمنین علی (ع) (به عنوان مفسر، باطن دین، حاکم و مدیری که سعی بر ایجاد حکومت دینی داشت) به بخشی از قدرت دین در امر کاشت و انباشت سرمایه اجتماعی اشاره شود. مؤلفه های ارزشی و سرمایه های دینی همواره از نقش تعیین کننده ای در حرکت ها، تحولات و صحنه های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در طول تاریخ برخوردار بوده است. این عنصر مؤثر اجتماعی کارکردهای مناسبی در تحرک و شادابی اجتماعی در عرصه های مختلف دارد؛ همچنین، عامل مهمی در سلامت جامعه و کاهش آسیب پذیری اجتماعی محسوب می شود. بدیهی است تقویت مؤلفه های ارزش های دینی در سازمان باعث ارتقای سطح ارزش های انسانی، سلوک اجتماعی و بالا رفتن ضریب مشارکت و تعهد کارکنان و مسئولان از طریق شبکه های گروهی و همچنین، کاهش فسادها و ضررهای سازمانی می شود.

در نظام مدیریتی امام علی (ع) ارزش ها و سرمایه های دینی در رأس مؤلفه های سرمایه های اجتماعی قرار دارد. به نوعی می توان مدعی شد شیوه مدیریتی حضرت مبتنی بر مؤلفه هایی است که ضمن تأمین نیازهای مادی، توجه بنیادی به ارزش های الهی می کند. لذا برای ورود به بحث سرمایه اجتماعی در مدیریت حضرت علی (ع) ابتدا

به بحث ارزش و مدیریت مربوط به آن پرداخته می‌شود. سپس مفاهیم مدیریت مبتنی بر دیدگاه حضرت اشاره شده و در نهایت، مدیریت علوی بر پایه سرمایه اجتماعی بررسی می‌گردد.

۵-۱. ارزش

ارزش به معنای اعتبار، قیمت، رتبه، قدر، گرامی داشتن معادل «value» در زبان انگلیسی (Oxford Dictionary, 1988)، «velour» در زبان فرانسه و «القیمه» در زبان عربی تعبیر می‌شود. در اصطلاح جامعه‌شناسی، ارزش اجتماعی^{۱۴} عبارت از چیزی که مورد پذیرش همگان است. ارزش اجتماعی مشتمل بر واقعیت‌ها و اموری است که دارای مطلوبیت مورد خواست بیشتر افراد جامعه است (علی احمدی و علی احمدی، ۱۳۸۳-ب، ص ۲).

۵-۲. ارزش در نگاه برخی متفکران غربی

وان میس^{۱۵} (۱۹۴۹)، به عنوان یک جامعه‌شناس، ارزش را نحوه برخورد انسان با محیط زندگی خویش می‌داند و جیمز میلر^{۱۶} (۱۹۶۹) از دیگر محققان و نویسندگان علم جامعه‌شناسی، ارزش را یک امر متعلق به درون بشر می‌داند. وی ارتباط آن را به طرز تفکر و ادراک فرد تصمیم‌گیرنده متعلق می‌داند^{۱۷}. از صاحب نظران روان‌شناسی، ارزش‌ها را به دو دسته ارزش‌های موجود و مطلوب تقسیم می‌کند. ارزش‌های موجود ارزش‌هایی است که جامعه‌شناسان به مطالعه آن می‌پردازند و ارزش‌های مطلوب ارزش‌هایی است که موضوع اخلاق قرار می‌گیرد (میرشاهی، ۱۹۹۷، ص ۶).

مازلو^{۱۸} (۱۹۵۹)، یکی از جامعه‌شناسان و اندیشمندان علم روان‌شناسی، معتقد است که می‌توان ارزش‌ها را به سه دسته، غیرمؤثر در راهنمایی و گزینش اهداف، مؤثر در تحلیل نتایج و در نهایت، مؤثر در گزینش مفاهیم تقسیم کرد، مازلو اعتقاد دارد سیستم ارزشی، یک مجموعه اصول و قوانین سازمان‌یافته است که به هر شخصی کمک می‌کند تا از بین چند راه حل یکی را برگزیند و پس از رفع تضاد، تصمیم‌گیری کند (امیرشاهی، ۱۹۹۷، ص ۹). آگبرن و نیم‌کف^{۱۹} (۱۹۶۵)، از دیگر جامعه‌شناسان، می‌گویند ارزش اجتماعی، انگیزه گرایش‌های اجتماعی، واقعه یا امری است که مورد

اعتنای جامعه قرار دارد. ارزش اجتماعی، انگیزه گرایش‌های اجتماعی می‌شود و گرایش‌های اجتماعی تمایلات کلی است که در فرد به وجود می‌آید و ادراکات، عواطف و افعال او را در جهت‌های معینی به جریان می‌اندازد. این گرایش بر حسب شخصیت افراد متفاوت است و به‌صورت شخصیت‌های قدرت‌گرا، ثروت‌گرا، احترام‌گرا و غیره تجلی می‌کند (آگبرن و نیم‌کف، ۱۳۴۴، ص ۱۵۸)

۳-۵. بررسی اجمالی مفهوم ارزش در دیدگاه اسلامی

به نظر می‌رسد در دیدگاه اسلامی در کنار عوامل اجتماعی و آداب و سنن متغیر، اصولی به نام اصول ارزشی وجود دارد که منشأ فطری و وجدانی دارد. منشأ این ارزش‌ها می‌تواند فرهنگ و تمدن جوامع مثل دین، علم، اخلاق، سنت‌ها، روحیات، عرف، آداب و رسوم و تاریخ باشد. لذا می‌توان گفت نظام ارزشی اسلام برگرفته از روح پیام‌های قرآنی و رهنمودهای اولیای دین در رسیدن به کمال انسانی و قرب خداوند است (علی‌احمدی و علی‌احمدی، ۱۳۸۳- الف، ص ۱۰۷).

ارزش فعل اختیاری انسان، تابع تأثیری است که این فعل در رسیدن انسان به کمال حقیقی دارد، هر اندازه کار و فعل اختیاری انسان در کمال انسانی مؤثر باشد، ارزش مثبتی خواهد داشت و اگر تأثیر منفی بگذارد، ارزش منفی دارد (علی‌احمدی و علی‌احمدی، ۱۳۸۳- الف، ص ۱۰۶).

۴-۵. تعریف مدیریت ارزشی

مدیریت و تصمیم‌گیری بر اساس ارزش‌ها، روحیات، باورها و اعتقادات حاکم بر جامعه منطبق بر ارزش‌های مورد نظر مدیران را مدیریت ارزشی می‌گویند. یعنی باید ارزش‌ها مورد نظر و مبنای مدیر برای استفاده و به کارگیری در تصمیمات اخذشده از ارزش‌های ساری و جاری در بطن جامعه باشد تا تمام افراد جامعه آن را به‌عنوان ارزش و رفتار مثبتی بر ارزش بپذیرند. در مدیریت ارزشی تأکید اصلی بر توسعه، حفظ و تضمین این ارزش‌هاست (علی‌احمدی و علی‌احمدی، ۱۳۸۳- ب، ص ۱۳).

۶. مبانی سرمایه اجتماعی در مدیریت ارزشی

با توجه به مطالب پیشین، می‌توان استنباط کرد که مبانی سرمایه اجتماعی در مدیریت ارزشی اسلامی مبتنی بر مجموعه‌ای از مفاهیم، مؤلفه‌ها، ارزش‌ها و سرمایه‌های دینی است؛ مؤلفه‌هایی مانند خدامحوری، حق‌محوری، آخرت‌گرایی، عدالت‌طلبی، معنویت‌طلبی، صداقت‌گویی، وحی‌گرایی، وفای به عهد، مشورت، صبر، تلاش و... است (تجلیل، ۱۳۶۶، ص ۲۰). در جوامع غیرالهی مدیران از دانش، مدیریت و سرمایه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار کارآمد برای دست یافتن به خواسته‌های مادی و پیشینه‌سازی این منافع مادی مانند پول، شهرت، موفقیت و غیره استفاده می‌کنند ولی در نظام ارزشی اسلامی، اهداف غایی در برخورداری و به کارگیری از سرمایه‌های اجتماعی، دستیابی به قرب الهی و نهادینه کردن اخلاق الهی است. همان‌طوری که در قرآن کریم در توصیف پیامبر بزرگ اسلام می‌فرماید: «وَأَنَّكَ لَکَلِّی خُلُقٍ عَظِیمٍ» (قلم: ۴)؛ بدون شک این خلق عظیم همان مجموعه رفتارهای الهی است.

با نگاهی اجمالی به سیره نظری و عملی حضرت علی (ع) درمی‌یابیم مدیریت حضرت، مدیریت ارزشی است. سرمایه‌های اجتماعی در مدیریت حضرت، شامل مؤلفه‌های عمومی و سرمایه‌های دینی و ارزشی است. در ادامه، برای بررسی دقیق‌تر برخی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در نگاه و سیره حضرت امیرالمؤمنین (ع)، ابتدا نوع نگاه حضرت علی (ع) به مدیریت بیان می‌شود و سپس، الگوی مبتنی بر معرفت و محبت و در نهایت، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از نگاه حضرت ارائه می‌گردد.

۷. مدیریت در نگاه امیرالمؤمنین علی (ع)

۷-۱. امانت بودن مدیریت

امیرالمؤمنین علی (ع) در توصیف مدیریت نکاتی را بیان می‌فرماید که به برخی از این نکات اشاره و توجه می‌شود. از دیدگاه حضرت (ع) مسند مدیریت، امانتی الهی است که به مدیر سپرده شده است و مدیر باید از این امانت الهی به‌شدت مراقبت کند

(عظیم‌زاده اردبیلی، ۱۳۸۳، ص ۱۰). مولای متقیان علی(ع) درباره این امانت الهی می‌فرمایند:

«... وَإِنَّ عَمَلَكَ لَيْسَ لَكَ بِطَعْمَةٍ وَلَكِنَّهُ فِي غُنْفِكَ أَمَانَةٌ وَأَنْتَ مُسْتَرْغَى لِمَنْ فَوْقَكَ. لَيْسَ لَكَ أَنْ تَقْتَاتَ فِي رَعِيَّةٍ وَلَا تُخَاطِرَ إِلَّا بِوَيْفَةٍ وَفِي يَدَيْكَ مَالٌ مِنْ مَالِ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ وَأَنْتَ مِنْ خَزَائِنِهِ حَتَّى تَسْلَمَهُ إِلَى وَلَعَلِّي أَلَا أَكُونُ شَرًّا وَلَا تَكْ لَكَ وَالسَّلَامُ» (نهج‌البلاغه، نامه ۵)؛ مدیریت و حکمرانی برای تو طعمه نیست بلکه امانتی بر گردن توست و کسی که از تو بالاتر است، از تو خواسته تا نگهبان آن باشی. وظیفه نداری که در کار مردم به میل و خواسته شخصی خود عمل کنی، یا بدون ملاک (و ضابطه) معتبر و فرمان قانونی به کار بزرگی دست بزنی. اموالی که در دست توست، از آن خداوند است و تو خزانه‌دار (امانت‌دار)ی تا آن را به من بسپاری. امیدوارم که برای تو بدترین فرمانرواها نباشم. والسلام.

همچنین، می‌توان چنین دیدگاهی را از امام علی(ع) در نامه ۲۶ و حکمت ۴۳۲ نهج‌البلاغه مشاهده کرد. تعبیر بیت‌المال و حکومت به امانت و به‌طور کلی، امور مدیریتی، وجه غالب نظر امیرالمؤمنین علی(ع) است.

۲-۷. مدیریت تکلیف است، نه حق

حق و تکلیف دو مقوله است که در یک سو حرکت می‌کند؛ «حق» به معنای استفاده، بهره و سود، و «تکلیف»، به معنای وظیفه است. در نظام اسلامی، واگذاری، قبول و احراز مناصب اجتماعی و مدیریتی تکلیف است؛ نه حق یا وسیله سودجویی (عظیم‌زاده اردبیلی، ۱۳۸۳، ص ۱۰). از طرفی تکلیف به‌عنوان یک وظیفه برگردن فرد است، لذا حقی برای او ایجاد نمی‌کند؛ بنابراین، اعمال مدیریت هم نوعی وظیفه تلقی می‌شود.

۳-۷. خدمت یا ریاست

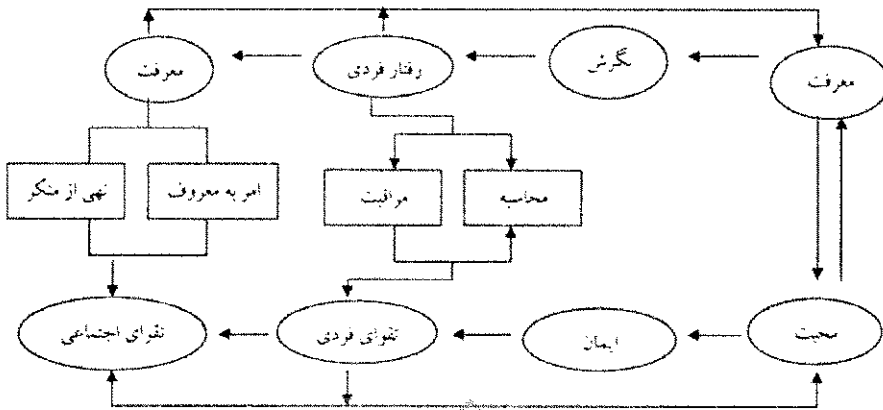
مدیر باید جایگاه خود را برای خدمت بخواهد؛ به عبارت دیگر، خدمت نباید وسیله‌ای برای حاکمیت باشد بلکه حکومت باید وسیله‌ای برای خدمت باشد (عظیم‌زاده اردبیلی، ۱۳۸۳، ص ۱۰).

مدیر قبل از آنکه ریاست‌مدار باشد، خدمت‌گذار است و با تیغ نیز مدیریت در جهت خدمت‌گذاری، اقامه حق و عدل و در نهایت، دفع باطل و ظلم گام برمی‌دارد. حضرت امیرالمؤمنین (ع) می‌فرمایند: «...وَلَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سُبُعاً ضَارِياً تَغْتَنِمُ أَكْلَهُمْ...» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳)؛ مبادا در منصب مدیریت، رخوردهایت با آنان مانند جانور درنده‌ای باشد که خوردنشان را غنیمت شماری.

۸. الگوی مدیریت علوی بر مبنای سرمایه‌های اجتماعی محبت و معرفت

البته و باید به این نکته توجه کرد که معرفت رابطه دوسویه با محبت دارد؛ محبت، حاصل معرفت و ثمره محبت نسبت به چیزی، معرفت نسبت به آن است. اگر مدیر خود را متصل به دریای بیکران حق می‌داند، باید در مقام عمل زیردستان خود را به‌عنوان بندگان حق بنگرد؛ ابتدا با اهرم جذب و محبت اعمال مدیریت کند (یعنی اولین مرحله ایجاد سرمایه اجتماعی و مؤلفه مهم آن، یعنی اعتماد از طریق برقراری رابطه محبت‌آفرین بین مدیران و کارکنان است)، سپس با استفاده از صداقت و شفافیت بر قلوب آنان حکومت کند؛ زیرا عشق و محبت قبل از قوانین حاکم بر روابط انسانی، ضامن انسجام اجتماعی و اجرای قوانین است. خاتمه ارتباطات بر پایه محبت و برای خیر و سودرسانی به دیگران باشد، می‌تواند به بالاترین سطح اثربخشی دست یابد. به عبارت دیگر، عامل چسبندگی اجتماعی بین مدیر و نیروی انسانی است. ارتباطات مبتنی بر محبت به‌طور طبیعی رفتار محبت‌آمیز را به گیرنده پیام و مجریان قانون القا کرده و رفتاری اعتمادآمیز و بر پایه تعهد و صداقت را ایجاد می‌کند. این پدیده یک ارزش الهی محسوب می‌شود. در ادامه، یکی از الگوهای تعاملی بر پایه اصل محبت و معرفت ارائه می‌گردد:

نمودار شماره ۲. الگوی تعاملی رفتارهای برخاسته از محبت و معرفت



(رضایان، ۱۴۷۲، ص ۸)

معرفت همراه با محبت سبب ایجاد نگرش صحیح و ایمان قوی می‌شود و از امتزاج نگرش صحیح با ایمان قوی، رفتار و تقوای فردی مبتنی بر محاسبه و مراقبت نفس حاصل می‌شود که خود زیربنای رفتار گروهی و تقوای اجتماعی در گرو امر به معروف و نهی از منکر می‌شود که تمام این موارد رابطه دوسویه و تقویت‌کننده همدیگر دارند.

۹. موارد اصول سرمایه اجتماعی در مدیریت امیرالمؤمنین (ع)

حال به اجمال و پایه‌ای مطالعات مباحث اجتماعی به صورت فهرست پیشنهادی با عنوان اصول سرمایه اجتماعی در مدیریت امیرالمؤمنین (ع) ارائه می‌گردد:

۹-۱. اصل تقوای الهی

حضرت مولی‌الموحدين علی (ع) در فرمان مدیریتی خود به مالک اشتر نخعی می‌فرمایند:

«أمره بتقوى الله وإيثار طاعته وأتباع ما أمر الله به في كتابه من فرائضه وسننه التي لا يسعد أخذاً ألا باتباعها ولا يشقى إلا مع جُودها وإضاعتها...» (نهج البلاغه، نامه ۵۳)؛

امر می‌فرمایند او را که از خدا پروا کند، اطاعت او را برگزیند، اوامر او را که در کتابش بیان کرده، از واجبات و مستحباتی که هیچ‌کس جز با پیروی از آن‌ها سعادتمند نشود و جز با انکار و واگذاشتن آن‌ها بدبخت نگردد، تبعیت کن.

به نظر می‌رسد حضرت (ع) ایمان و تقوای الهی را یک وظیفه و سرمایه اجتماعی می‌داند که حاصل تبعیت از آن سعادتمندی بشر در زندگی دنیا و آخرت است. همچنین، حضرت در نامه‌های ۳۱، ۲۶، ۶۹ و حکمت ۴۱۵ نهج‌البلاغه بحث تقوای الهی مدیران را نیز بیان می‌فرمایند. مصداق بارز رعایت تقوا حرکت بر پایه صداقت و حق، شفافیت و در نهایت، درستکاری است که خود یکی از مؤلفه‌های اساسی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود.

۹-۲. اصل عدالت و انصاف

یکی از وظایف مدیران، اجرای اصل عدالت و انصاف در تمام شرایط و سطوح سازمانی است و هدف‌گذاری برای رسیدن به آن به‌عنوان یک اصل بنیادی تلقی می‌شود. این نوع رفتار سازمانی سبب می‌شود مدیر هرچیزی را در جای خود قرار دهد و هرکسی کارش را به‌طور نسیبی یا صحت و درستی بیشتری انجام دهد و استحقاق‌های مبتنی بر قانون و کارشناسی صحیح ملاک عمل باشد.

حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) در نامه به مالک شتر می‌فرمایند:

آنگاه که بین خدا و یا مردم از یک سو، و خویشان یا بستگان نزدیک یا کسی از مردم که مورد علاقه توست، قرار گرفتی، انصاف را رعایت کن؛ در غیر این صورت، مرتکب ظلم شده‌ای (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳).

و یا در حکمتی می‌فرمایند:

«... اسْتَعْمِلِ الْعَدْلَ وَاحْذَرْ الْعَسْفَ وَالْحَيْفَ فَإِنَّ الْعَسْفَ يَعُودُ بِالْجَلَاءِ وَالْحَيْفَ يَدْعُو إِلَيْهِ

السَّيْفِ» (نهج‌البلاغه، حکمت ۴۷۶).

عدالت را به کار بند و از زور و ظلم و ستم دوری کن؛ زیرا زور و فشار باعث می‌شود که مردم دیار خود را ترک کنند و ظلم و ستم، مردم را به شمشیر و قیام (علیه حکومت) می‌خواند.

و یا در جای دیگر، حضرت علی(ع) در خطاب به محمد بن ابی بکر می‌فرمایند: ای محمد، در نگاه کردن زیرچشمی یا مستقیم و اشاره کردن به آن‌ها و یا سلام کردن، میان آنان فرقی نگذار تا نیرومندان برای انحراف تو طمع نورزند و بیچارگان از عدل تو مأیوس نشوند (نهج البلاغه، نامه ۲۷). همچنین، امام علی(ع) در نامه‌های ۲۷، ۳۱، ۵۹، ۶۹ و حکمت ۴۷۶ نهج البلاغه، مدیران را فرمان به رعایت عدالت و انصاف داده‌اند.

۳-۹. اصل پرهیز از غرور و خودپسندی

یکی از عیوبی که مدیران در معرض آن هستند، تکبر، غرور و خودپسندی است. حضرت علی(ع)، کنار گذاشتن این صفت و تواضع و فروتنی در مقابل مردم را تعهدآور و عامل اعتمادساز می‌دانند؛ لذا نتیجه آن را ایجاد سرمایه اجتماعی در مدیریت می‌دانند و راه حل ایجاد آن را توجه به عظمت و بزرگی خالق هستی می‌دانند. «...وَإِذَا أَحَدُ لَكَ مَا أَنْتَ فِيهِ مِنْ سُلْطَانِكَ أَنْهَ أَوْ مُخِيلَةً فَانْظُرْ إِلَى عَظَمِ مُلْكِ اللَّهِ فَوْقَكَ وَقُدْرَتِهِ مِنْكَ عَلَى مَا لَا تَقْدِرُ عَلَيْهِ مِنْ نَفْسِكَ... فَإِنَّ اللَّهَ يَذِلُّ كُلَّ جَبَّارٍ وَيُهِنُ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ...» (نهج البلاغه، نامه ۵۳).

اگر قدرت و مقامی که به دست رسیده، باعث خودپسندی و عجب آورده و کبریا و عظمتی برای خود پنداشتی، ملک خدای را بالای سرت بنگر، بیندیش که قدرتهایی که تو در حق خود نداری، او درباره تو دارد... که خدا هر جباری را ذلیل گرداند و هرگونه فخرفروشی را زبون سازد.

امیرالمؤمنین(ع) در نهج البلاغه در خطبه‌های ۲۳۴، ۲۰۷ و نامه ۳۱ و حکمت ۴۳ و ۱۵۸ نیز مدیران خود را به پرهیز از غرور و خودپسندی سفارش می‌فرماید. بدیهی است که تواضع باعث جلب اعتماد مردم می‌شود و عامل نزدیکی مدیر با کارگزاران خواهد بود.

۴-۹. اصل تواضع و حلم

با توجه به اینکه مدیر می‌خواهد به واسطه ایجاد ارتباط با انسان‌ها و به کارگیری آن‌ها به اهداف سازمانی رسیده و فعالیت‌ها را سامان دهد، باید بتواند در برابر رفتارهای

گوناگون آنان واکنش مناسب و توأم با صبر و تواضع داشته باشد. این پدیده در حد متعارف به معنای تحمل رفتارهای گوناگون آنان و ایجاد اعتماد در جلب نظر آنان است. امام می‌فرماید: «...وَأَنَّ مِنْ اسْخَفِ حَالَاتِ الْوَلَاةِ عِنْدَ صَالِحِ النَّاسِ أَنْ يُظَنَّ بِهِمْ حُبُّ الْفَخْرِ وَيُوضَعَ أَمْرُهُمْ عَلَى الْكِبَرِ...» (نهج البلاغه، خطبه ۲۰۷).

یکی از پست‌ترین حالات زمامداران در نزد مردمان صالح این است که به ایشان گمان حب و ستایش برده شود و امر آنها بر کبر حمل شود. می‌توان این اصل را در نامه‌های ۶۹، ۴۶، ۳۱۲۷ و حکمت‌های ۱۰ و ۲۱۳ نهج البلاغه مشاهده کرد. بدیهی است که تواضع و صبر زمینه‌ساز جلب نظر مردم به حکومت می‌شود و نوعی آرامش را در تصمیم‌گیری فراهم می‌آورد.

۹-۵. اصل گشاده‌روی و خوش‌رویی

تأثیر خوش‌رویی بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی قابل توجه و ملاحظه است. جدای از تأثیر شگرفی که بر اعتماد دارد، در جهت اعلام صداقت و جلب نظر مردم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بدین ترتیب که می‌توان بر اساس گشاده‌روی و با جلب دیدگاه عموم نسبت به ایجاد انسجام و اثبات صداقت حاکمیت اقدام کرد؛ لذا این رفتار صحیح اجتماعی، زمینه‌ساز تقویت برخی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است.

حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) می‌فرماید:

«...وَأَمْرُهُ أَلَّا يَجْهَهُمْ وَلَا يَعْصَهُمْ وَلَا يَرْغَبَ تَفْضُلًا بِأَمَارَةٍ عَلَيْهِمْ، فَأَنَّهُمُ الْإِخْوَانُ فِي الدِّينِ وَالْإِعْوَانُ عَلَى اسْتِخْرَاجِ الْحَقُّوقِ...» (نهج البلاغه، نامه ۲۶).

به او فرمان داده است که با مردم با چهره عبوس روبه‌رو نشود و به آنها بهتان نزند و به سبب اینکه بر آنها ریاست دارد، با برتری‌جویی از آنان روی برنگرداند؛ زیرا آنها برادران دینی و یاوران در استخراج حقوق هستند.

همچنین، امام علی (ع) بحث گشاده‌روی مدیران را در خطبه ۱۶۶ و نامه‌های ۲۶، ۷۶ و حکمت‌های ۵، ۹ نهج البلاغه گوشزد فرمودند.

۹-۶. اصل پرهیز از دنیاطلبی

در نظام مدیریت ارزشی اسلام، مفهوم ساده‌زیستی به افراد سفارش شده است. در منظر امیرالمؤمنین علی (ع) این پدیده به‌طور ویژه‌ای برای مدیران تأکید شده است.

حضرت در نهج‌البلاغه می‌فرمایند: «... فَلَا تَنَافَسُوا فِي عِزِّ الدُّنْيَا وَفَخْرَهَا وَلَا تَعْجَبُوا بِزِينَتِهَا وَنَعِيمِهَا وَلَا تَجْرَعُوا مِنْ ضَرَائِهَا وَثُوبِهَا، فَإِنَّ عِزَّهَا وَفَخْرَهَا إِلَى انْقِطَاعٍ وَإِنْ زِينَتُهَا وَنَعِيمُهَا إِلَى زَوَالٍ وَضَرَائُهَا وَثُوبُهَا إِلَى نَفَادٍ...» (نهج‌البلاغه، خطبه ۹۹).

پس به عزت و ارجمندی و فخر کردن در آن (دنیا) دل نبندید و به زیور و نعمت آن (دنیا) فریفته نشوید و از سختی و رنج آن فغان نکنید؛ زیرا ارجمندی در دنیا و فخر کردن به آن از میان می‌رود و زیور و نعمت آن فانی می‌گردد و سختی و رنج آن تمام می‌شود.

«كُلُّ مُقْتَصِرٍ عَلَيْهِ كَافٍ» (نهج‌البلاغه، حکمت ۳۸۹)؛ هرچه که می‌توان به آن اکتفا کرد، بس است.

امام علی (ع) در خطبه ۹۸ و نامه‌های ۴۵، ۲۱ و حکمت‌های ۳۴۷، ۳۶، ۳۸۹ نهج‌البلاغه نیز این سفارش‌ها را بیان فرمودند. چنین رفتاری ضمن اعتمادسازی باعث تعهد و برقراری رفتار مبتنی بر صداقت در جامعه می‌شود و در نهایت نیز عامل جلب مشارکت عمومی در اداره حکومت خواهد شد. به عبارت دیگر، پرهیز از دنیاطلبی موجب اثرگذاری بر چهار مؤلفه، اعتماد، تعهد، صداقت و سرانجام، مشارکت می‌گردد؛ لذا در تقویت سرمایه اجتماعی سهم بسزایی دارد.

۹-۷. اصل مقابله با اکوپاتی

اکوپاتی واژه‌ای است که الیازون، روان‌شناس سوئدی، در سال ۲۰۰۶م. مطرح کرد. از دیدگاه روان‌شناسی، اکوپاتی مفهومی است که به زیرکی اقتصادی که با سرعت زیاد از مرزهای متعارف تجاوز کرده است، اطلاق می‌شود.

به عبارت ساده‌تر، اکوپاتی هرگونه اقدام اقتصادی بدون ملاحظه ارزش‌های اخلاقی است. در این روش اقدام اقتصادی (زیاده‌خواهی) محور است و هیچ حد و مرزی نمی‌شناسد. با این تفسیر بسیاری از بحران‌های مالی را می‌توان به کمک مفهوم

اکوپاتی چه به عنوان یافتن این مفهوم در مدیران ریسک و سفته‌بازان و چه به صورت عملکرد بنگاه‌های مالی توجیه کرد (درخشان، ۱۳۸۷، ص ۳۱).

مقابله با اکوپاتی یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است. به نظر می‌رسد از بنیادی‌ترین اصول مدیریتی حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) رعایت موازین اخلاقی در انجام اقدامات مدیریتی به‌ویژه، اقتصادی است و در بسیاری از برخوردهای حضرت علی (ع) اصل ارزش‌های اخلاقی یا مقابله با اکوپاتی مشهود است. امیرالمؤمنین علی (ع) در خطبه ۲۰۰ در پاسخ به معاویه با اشاره به سیاست غیرارزشی می‌فرماید:

«وَاللّٰهُ مَا مُعَاوِيَةُ بِادِهِیْ مَنِیْ، وَلَكِنَّهُ یَغْدِرُ وَیَفْجُرُ وَلَوْ لَا كَرَاهِيَّةُ الْغَدْرِ لَكُنْتُ مِنْ اَدِهِیْ النَّاسِ، وَلَكِنْ كُلُّ غَدْرَةٍ فُجْرَةٌ، وَكُلُّ فُجْرَةٍ كُفْرَةٌ (وَلِكُلِّ غَادِرٍ لِّوَاءٌ یُّعْرَفُ بِهِ یَوْمَ الْقِيَامَةِ) وَاللّٰهُ مَا اُسْتَغْفَلُ بِالْمَكِيْدَةِ، وَلَا اُسْتَغْمَرُ بِالشَّدِيْدَةِ» (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۱)؛

سوگند به خدا، معاویه از من سیاست‌مدارتر نیست، اما معاویه حيله‌گر و جنایتکار است. اگر نیرنگ ناپسند نبود، من زیرک‌ترین افراد بودم. ولی هر نیرنگی گناه، و هر گناهی نوعی کفر و انکار است (روزی‌روستائیز در دهشت هر حيله‌گری پرچمی است که با آن شناخته می‌شود). به خدا سوگند، من با فریب‌کاری غافلگیر نمی‌شوم و با سخت‌گیری ناتوان نخواهم شد. می‌توان مؤلفه مقابله با اکوپاتی را در خطبه ۴۱، ۱۹۷ و نامه‌های ۲۶، ۳۱، ۴۵، ۴۶، ۶۹ و حکمت ۱۰۹ و ۱۹۷ نیز مشاهده کرد؛ بنابراین، فعالیت اجرایی با ملاحظه اصول اخلاقی در تماس حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و غیره به عنوان یک اصل تلقی می‌شود و زیاده‌خواهی پیرامون آن کاملاً غلط و غیرارزشی تلقی می‌گردد که چنین مفهومی در عمل نشان‌دهنده تقویت مؤلفه‌های اثرگذار سرمایه اجتماعی در حوزه مدیریت است؛ مؤلفه‌هایی مانند صداقت، تعهد، اعتماد و....

ضمیمه یک: بنیاد فردی سرمایه اجتماعی

بر اساس تعاریف موجود پیرامون سرمایه اجتماعی، نظر بر این است که این نوع سرمایه، اشاره به منابعی دارد که افراد به واسطه حضور و یا تعلقشان به یک گروه

اجتماعی به آن‌ها دسترسی می‌یابند. این گروه می‌تواند به بزرگی یک ملت و یا به کوچکی خانواده باشد (کاظمی پور، ۱۳۸۳، ص ۲۳).

با توجه به این تعریف، به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی فردی قدری نامتعارف و بی‌معناست؛ زیرا مفهوم سرمایه اجتماعی در جمع و بین گروه‌ها و شبکه اجتماعی شکل می‌گیرد، لکن چنانچه با دقت نظر به موضوع توجه شود، ریشه یا پایه اصلی پیدایش بسیاری از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در رفتار فردی مشخص می‌گردد. برای نمونه برخی از این مؤلفه‌ها به شرح زیر است:

یک. اعتماد

به نظر می‌رسد برای ایجاد اعتماد در جامعه بهتر است افراد دارای اعتماد به نفس باشند، مبدأ چنین مفهومی از اعتماد فردی است. به دنبال ایجاد این ویژگی در افراد، شرایط لازم برای فراهم آمدن اعتماد به نفس ملی و در نهایت، اعتماد عمومی به وجود می‌آید. خلاصه اینکه زمینه بروز و تقویت یک مؤلفه مهم سرمایه اجتماعی مثل اعتماد عمومی، پدیده اثرگذار اعتماد به نفس در افراد است. از طرف دیگر، چنانچه دیدگاه مربوط به کارکردهای سرمایه اجتماعی در سطوح ملی (کلان)، گروهی (میان) و فردی (خرد) پذیرفته شود، می‌توان در سطح خرد رابطه میان سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های فردی را مورد توجه قرار داد.

دو. صداقت

از دیگر خصلت‌های فردی، موضوع صداقت فرد با خود و خدای تعالی است؛ یعنی موضوع صداقت فردی. بدون شک جامعه با افراد صادق می‌تواند مؤلفه مهم صداقت را در مجموعه گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ایجاد کند، یعنی تقویت این مؤلفه می‌تواند از یک خصلت فردی منشأ بگیرد.

سه. تعهد

موضوع تعهد سومین مثال است. تعهد فرد نسبت به آنچه که با خود عهد می‌کند، یعنی تعهدات فردی در انجام کارهای شخصی در کنار تعهدی که با خدای سبحان به‌عنوان یک پیمان معنوی تعریف می‌شود که یک مفهوم بنیادی و ارزشی است.

این تعهد که از فرد آغاز می‌شود، می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد تعهدات در شبکه‌های اجتماعی و نهادهای مدنی شود. در نهایت، دولت‌مردانی هم که با داشتن روحیه فردی وفای به عهد وارد عرصه مسئولیت در اجتماع می‌شوند، می‌توانند ویژگی تعهد نسبت به اجتماع را در بخش‌های مختلف عملی سازند. از آنچه گفته شد، درمی‌یابیم تعهد^۲ از مصادیق بارز سرمایه اجتماعی است که با ایجاد این روحیه، به‌راحتی می‌توان به تقویت آن اقدام کرد؛ به عبارت دیگر، ریشه این تقویت، روحیه فردی محسوب می‌شود.

با توجه به مثال‌های مطرح‌شده می‌توان به نوعی ریشه بعضی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را در برخی خلیقات فردی جستجو کرد؛ به عبارت دیگر، ریشه برخی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در ویژگی‌های فردی شکل می‌گیرد. بنابراین، چنانچه سرمایه اجتماعی را به این مفهوم تعریف کنیم، به نظر صحیح می‌رسد. البته بهتر است که نام بنیادهای فردی سرمایه اجتماعی را بر این ویژگی نهاد. در هر صورت، ارتباط حوزه فرد با سرمایه اجتماعی بدین ترتیب توجیه می‌شود.

جمع‌بندی

با توجه به مطالب مطرح‌شده در این مقاله می‌توان گفت اصول مورد اشاره، استنباطی از سخنان گهربار امیرالمؤمنین علی (ع) است، که به هفت مورد بارز آن اشاره شد، برترین و مؤثرترین عوامل اثرگذار بر مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی است. برخی از این مؤلفه‌ها خود به‌عنوان سرمایه‌های اجتماعی بنیادی اثرگذار بر پدیده‌های مدیریتی یا مدیریت‌پذیر می‌باشند، به این معنا که می‌توان از این مؤلفه‌ها در جریان سیاست‌گذاری‌های مدیریتی در حوزه‌های مختلفی در سازمان و یا بازسازی روش‌های مدیریتی استفاده کرد. همچنین، ویژگی‌های مورد اشاره در فرایند شکل‌گیری مدیریت مبتنی بر ارزش کمک کرده و تأثیر زیادی دارد. این امر در صورتی ممکن است که

مدیران عالی‌رتبه سازمانی و سیاست‌گذاران سازمان، اطلاعات درست، شفاف و قابل اعتمادی از مفهوم و مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی و تقویت آن‌ها در سازمان در اختیار داشته باشند و همچنین، آن را به‌عنوان یک فرهنگ سازمانی بپذیرند.

مدیریت حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) به‌عنوان یک مدیریت نمونه و الهی سرشار از توجه به سرمایه‌های اجتماعی بوده که منجر به پیدایش مدیریت ارزشی مبتنی بر شناخت و محبت است؛ مؤلفه‌هایی مثل تقوای الهی، عدالت و انصاف، تواضع، پرهیز از خودپسندی، گشاده‌رویی، که همگی منجر به شبکه ارزشمندی از گروه‌های انسانی مرتبط با یکدیگر می‌شود. این پدیده بالاترین تأثیر را در تقویت سرمایه اجتماعی دارد. البته، برخی از این مؤلفه‌ها به‌طور بنیادی بر سرمایه اجتماعی اثرگذار است. در واقع، مؤلفه‌هایی است که به لحاظ رتبه نسبت به دیگر مؤلفه‌ها برتری اساسی دارد (مانند اصل عدالت و انصاف). به نظر می‌رسد می‌توان در گزارشی تحقیقی- تکمیلی به ابعاد دیگری از مفاهیم سرمایه اجتماعی در بیان حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) پرداخت.

یادداشت‌ها

1. natural capital
2. Hanifan
3. Glen lory
4. Jakobz
5. Parson
6. James Colman
7. Pierre Bourdieu
8. Robert Putnam
9. Feransis Fukuyama
10. Balderig
11. Bainer
12. Woolcock
13. Lin
14. social norms / social value
15. Van Mis
16. Jimes Miler
17. Hafster
18. Mazlo
19. Nimkaf & Ugbern
20. commitment

کتابنامه

قرآن کریم.

نهج البلاغه (۱۳۷۹)، ترجمه علی نقی فیض الاسلام، تهران: فقه.

اگبرن و نیم کف (۱۳۴۴)، زمینه جامعه شناسی، ترجمه آرمان پور، تهران: دانشگاه تهران.

امیرشاهی، میراحمد (۱۹۹۷)، «مطالعه تجربی سیستم های مدیریت ارزش و سبک های

تصمیم گیری مدیران ایران»، رساله دکتری، دانشگاه کورتین، آمریکا.

الوانی، مهدی و شیروانی، علی رضا (۱۳۸۳)، «سرمایه اجتماعی؛ اصل محور توسعه»، نشریه تدبیر، ش ۱۴۷.

بیکر، واین (۱۳۸۲) مدیریت و سرمایه های اجتماعی، ترجمه الوانی و ربیعی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.

تجلیل، ابوطالب (۱۳۶۶)، ارزش ها و ضد ارزش ها، در قرآن، قم: دفتر انتشارات اسلامی.

درخشان، مسعود (۱۳۸۷)، «ماهیت و علل بحران مالی ۲۰۰۸ و تأثیر آن بر اقتصاد ایران»،

پژوهش نامه، ش ۹، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهشی اقتصاد.

رضاییان، علی (۱۳۷۲)، «شریان حیات مدیریت»، مجموعه مقالات مدیریت اسلامی، تهران:

سازمان مدیریت دولتی.

همو (۱۳۷۴)، اصول مدیریت، تهران: سمت.

رحمان پور، لقمان (۱۳۸۲)، «مدیریت سرمایه اجتماعی رویکردی اثربخش در مدیریت منابع

انسانی»، نشریه مدیریت و توسعه، ش ۱۹.

ردادی، محسن (۱۳۸۷)، «مؤلفه های سرمایه اجتماعی در اسلام»، پایان نامه کارشناسی ارشد

رشته معارف اسلامی و علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع).

عظیم زاده اردبیلی، فائزه (۱۳۸۳)، «تنوری و مبانی مدیریت از دیدگاه امام علی (ع)»، نشریه ندای

صادق، ش ۲۰.

علوی، بابک (۱۳۷۹)، «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه»، تدبیر، ش ۱۵.

علی احمدی، علی رضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۳- الف)، مبانی اصول مدیریت اسلامی،

تهران: تولید دانش.

همو (۱۳۸۳- ب)، مدیریت ارزشی با تکیه بر ارزش های اسلامی، تهران: تولید دانش.

فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، پایان نظم جهان، ترجمه غلام عباس توسلی، تهران: جامعه ایرانیان.

کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

کاظمی پور، عبدالمحمد (۱۳۸۳)، *سرمایه اجتماعی در ایران، با تحلیل ثانویه*، تهران: انتشارات طرح ملی ارشاد.

گزارش امور اجتماعی (۱۳۸۳)، تهران: وزارت کشور، دفتر معاونت فرهنگی و امور اجتماعی.

Anderson and miller (2001), *Class Matters; Human and Social Capital in the Enterpeneurial Process*, Cambridge: Cambridge University Press.

Colman, James (1990), "Social Capital in the Creation of Huaman Capital", *American Journal of Sociology*, No.31.

Fokuyama, Francis (1995), *Trust: the Social Vitues and the Creation of Prosperity*, London: Hamish Hamilton.

Halpern, D. S. (2001), "Moral Values, Social Trust and Inequality: Can Values Explain Crime?", *British Journal of Criminology*.

Lin Nan (1999), *Building a Network Theory of Social Capital*, Cambridge University, Connections 22, INSNa.

Ostrom E. (2000), "Collective Action and the Evolution of Social Norms", *Journal of Economic Prespective*, No.26.

Oxford Dictionary (1988), Clavendon Press Oxford.

Putnam (1993), *The Prisperioius Cimmunity: Social-Capital and Public Life*, New York: American Prospect.

The World Bank Group (2000), *Social Capital For Development, Attacking Poverty*, Oxford University Press.

Woolcock, Michael (1998), "Social Caoital and Economic Development", *Journal Theory and Socialty*, No. 27.