

تاریخ وصول: ۱۳۸۵/۱۱/۲۴

تاریخ تأیید: ۱۳۸۶/۲/۹

مدخلی بر تئوری هنجاری در مدیریت

زهرا فروتنی* / عطیه بحرانی**

می‌شود. بنابراین، متغیرهای تئوری هنجاری و تجویزی ارزشی هستند. از آنجا که سازمان‌ها به عنوان یک زیرسیستم در سیستم بزرگ‌تری به نام نظام اجتماعی ایفای نقش می‌کنند و با آن تعامل و تأثیر و تأثر متقابل دارند، این مقاله درصدد آن است که عملکرد سازمان و مدیریت را از منظر تئوری هنجاری مورد مطالعه و بررسی قرار دهد.

کلیدواژه: مدیریت، عملکرد سازمان، تئوری هنجاری، عقلانیت ارزشی، عدالت، مسئولیت اجتماعی و مدیریت مسائل عمومی، قدرت و مشروعیت آن.

مقدمه

آمیختگی ارزش‌های فرهنگی جامعه با ابزارهای مدیریتی

چکیده: مدیریت را فراگرد به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی یک نظام ارزشی پذیرفته شده دانسته‌اند که از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات و هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین شده صورت می‌گیرد. با این مفهوم که شیوه رهبری و مدیریت هر جامعه بستگی به ساخت فرهنگ، تمدن و نظام ارزشی آن جامعه دارد، نوع نگاه مدیریت به انسان در سازمان، عقلانیت، عدالت، توسعه، کارآیی، اثربخشی، قدرت، آزادی، تفکر راهبردی، علم و اخلاق، دانش و یادگیری، مسئولیت اجتماعی و درک مسائل عمومی جامعه، الگوی انگیزش، تصمیم‌گیری و نوع ارزش‌های حاکم بر آن و ... دیدگاه هنجاری حاکم بر سازمان و مدیریت را بیان می‌کند. هنجار عبارت از رفتاری است که اکثریت افراد آن را پذیرفته و بدان عمل می‌کنند. در هنجارها سخن از بایدها و نبایدهای رفتاری

*عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، مرکز خوی.
**دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.

عمومی جامعه و مسئولیت و پاسخگویی اجتماعی مدیران را مطرح کرده است.

تئوری هنجاری - تجویزی^۱ و مشروعیت سازمانی
 هنجار نوعی انتظار رفتاری است که تا حدود زیادی از جانب گروهی از افراد یا به وسیله جامعه مراعات می‌شود (Katz & Kahn, 1867: 37). از این رو بیانیه‌های هنجاری، نوع خاصی از رفتار را تجویز می‌کنند. آنها مشخص می‌کنند که یک شخص، سازمان یا دولت چگونه باید عمل کند. تئوری‌هایی که صراحتاً تجویزی‌اند، توجه ما را به ارزش‌های درونی خود معطوف و برخی دیگر، به طور ضمنی و تلویحی، بر ارزش‌ها تأکید می‌کنند. گزاره‌های هنجاری یا تجویزی به وسیله ارزش‌ها حمایت می‌شوند و اجازه می‌دهند که ارزش‌ها نقش مهمی در علوم اجتماعی بازی کنند. توجه به این موضوع در عصر حاضر نسبت به گذشته بیش‌تر است (Dahrendorf, 1968: 18). هنجارگرایی در مفهوم اسلامی بر معیارهای فردی و اجتماعی استوار نیست، بلکه بر معیارهای حقیقی برگرفته از وحی تکیه دارد (نجاری، ۱۳۸۵: ۱۲۸). جهت‌گیری ارزشی و دیدگاه هنجاری مدیران فعالیت‌های تصمیم‌گیری آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ از این رو، مدیران نمی‌توانند «عاری از ارزش» باشند. افسانه «مدیر عاری از ارزش»^۲ مورد نقد قرار گرفته است، زیرا واقعاً نه درست است نه مطلوب (Ostrom, 1973: 131). کارگزاران هنگامی که دست به تصمیم‌گیری می‌زنند، پیوسته در نوعی پردازش همزمان اطلاعات واقعی و اصول ارزشی درگیرند.

روش‌های مدیریتی متفاوتی را به دست می‌دهد و ارزش‌های حاکم بر نظام مدیریت، باورها و پیش‌فرض‌های مدیر قطعاً بر رفتارها، تصمیمات و عملکرد وی تأثیر بسزایی دارد. از آنجا که سازمان‌ها موجودیت و مشروعیت خود را از جامعه می‌گیرند، میزان موفقیت در به کارگیری شیوه‌های رهبری و مدیریت نیز تحت تأثیر خرده سیستم ارزشی حاکم بر بافت فرهنگی نهاد جامعه قرار می‌گیرد. از دیدگاه نهادی مشروعیت کالا نیست که خریداری شود یا مورد مبادله قرار گیرد، بلکه شرایطی است که هم‌سوئی فرهنگی، حمایت هنجاری و هم‌نوایی با قوانین و مقررات مربوطه را جلوه‌گر می‌سازد (Scott, 1995a: 3). جنبه هنجاری به ارزش‌ها و مفاهیمی اشاره دارد که اساس استانداردهای موجود در ساختارها و رفتارهاست. آنها باید‌ها و نبایدهای رفتاری را تعیین می‌کنند.

هم‌اکنون رعایت اخلاقیات و حفظ ارزش‌های انسانی یکی از مهم‌ترین مقوله‌هایی است که در بیشتر سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته و به صورت بخشی از سیاست‌های رسمی و فرهنگ‌های غیررسمی سازمان‌ها درآمده و در بسیاری از دانشکده‌های بازرگانی چندین واحد درسی را شامل می‌شود (دفت، ۱۳۷۷: ۶۵۰) و می‌توان ادعا نمود که تئوری‌های مدیریت در آستانه بازگشت به ارزش‌های انسانی هستند. روندهای اساسی افکار و تئوری‌های مدیریت از دهه ۱۹۸۰ به بعد، بحث‌های کلیدی ارزشمندی^۱ چون نوع نگاه به انسان، فرهنگ سازی، توسعه، بهبود و بازسازی سازمان، یادگیری سازمانی و سازمان‌های یادگیرنده، کارآفرینی سازمانی، انگیزش و مشارکت کارکنان، عدالت، مشروعیت قدرت و عقلانیت، توجه به مسائل

1. Value-laden

2. Normative-Perscriptive

3. Value-free

در سازمان، تعریف، انتخاب، حمایت و دفاع از ارزش‌های خاص و ایجاد ساختار اجتماعی برای تبلور و تقویت این ارزش‌هاست (Selznick, 1957: 17). تحکیم و تثبیت مشروعیت سازمان مستلزم شناسایی ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و سپس ایجاد ساختارها، رفتارها و کارکردها و اهداف متناسب با آن ارزش‌ها و هنجارها و عینیت بخشیدن به آنهاست. مشروع برای تعقیب اهداف ارزشی‌اند. به بیان دیگر، ارزش‌ها اهداف را تعیین می‌کنند که کارها باید به چه ترتیبی انجام گیرند. درواقع، هنجارها ابزارهای مشروع برای تعقیب اهداف ارزشی‌اند. به بیان دیگر، ارزش‌ها اهداف را تعیین می‌کنند و هنجارها راه‌های مناسب برای تعقیب آن اهداف را. مقررات هنجاری محدودیت‌هایی را بر رفتار اجتماعی تحمیل می‌کنند. این مقررات تعیین می‌کنند که افراد در یک موقعیت خاص چه رفتاری داشته باشند و در آن موقعیت چه انتظاری از آنها می‌رود. البته این بدان معنی نیست که رفتار نمی‌تواند منطقی یا خودجوش باشد. اعمال مقررات هنجاری به دو صورت درونی و تحمیلی صورت می‌گیرد؛ یا افراد آن را در خود درونی می‌کنند یا به وسیله دیگران تحمیل می‌شوند.

از دیدگاه صاحب‌نظرانی که به جنبه هنجاری توجه دارند، سازمان‌ها باید تعهدات اخلاقی داشته باشند. سازمان‌های مشروع سازمان‌هایی هستند که متعهد به مبانی ارزشی و تعهدات اخلاقی‌اند. بدیهی است کنترل‌های هنجاری از کنترل انضباطی^۴ درونی‌تر و مؤثرترند (Scott, 1995: 47). محیط نهادی پلی است که سازمان را به جامعه بزرگ‌تر از

فعالیت‌هایی که برای اتخاذ تصمیم لازم است عبارت‌اند از: تعیین مسئله و تجزیه و تحلیل محیط، تدوین اهداف، رتبه‌بندی اهداف بر اساس اولویت، برنامه‌ریزی برای آینده، تدوین خط‌مشی‌های جایگزین و تدوین معیارهایی برای گزینش خط‌مشی‌ها. تصمیم‌گیران، گزینه‌ای را که عاری از ارزش باشد انتخاب نمی‌کنند (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰: ۹۵-۹۴). بدیهی است فعالیت‌های تصمیم‌گیری مدیریت به طور فزاینده‌ای متأثر از بستر اجتماعی (محیط) آن خواهد بود. نهادگرایان بر عامل محیطی تأکید خاصی دارند. نظریه نهادی اهمیت محیط فرهنگی و اجتماعی گسترده‌تر را به عنوان زمینه‌ای که سازمان‌ها ریشه در آن دارند، مورد تأکید زیادی قرار می‌دهد (Scott, 1995: Xii). از بین سه نوع محیط فنی، مدیریتی و نهادی، محیط نهادی اهمیت ویژه‌ای دارد، هر چند تأکیدات اولیه در نظریه‌های سازمان بر اهمیت محیط فنی بود و سازمان‌های عقلایی نسبتاً مستقل و دارای حد و مرز در نظر گرفته می‌شدند (قلی‌پور، ۱۳۸۰: ۱۴۴). محیط نهادی شامل ارزش‌ها، هنجارها، باورها، آداب و رسوم، اسطوره‌ها و سنت‌های جامعه است. سازمان‌ها ریشه در محیط نهادی دارند و در بطن آن ساخته می‌شوند. کارکرد اصلی محیط نهادی، کسب مشروعیت برای سازمان است. سازمان به عنوان خرده سیستم باید مورد تأیید جامعه قرار گیرد و مشروعیت و مقبولیت کسب کرده، از طرف جامعه حمایت شود. میزان حمایت اجتماعی بستگی به این دارد که سازمان تا چه اندازه موافق و پذیرای ارزش‌های حاکم بر جامعه باشد. سازمان‌ها نمی‌توانند جدا از بافت فرهنگی و اجتماعی جامعه درک شوند (Selznick, 1996: 271). «سلزنیک»^۵ معتقد است نقش حیاتی رهبری

4. Selznick

5. Regulative

با اهداف و مقولات سازمانی، ارائه یک سنخ‌شناسی از انواع ارزش‌ها ضروری است. اصولاً هر امری و یا مفهومی که در سازمان به کار گرفته شود، سلسله مراتبی شده و در هر سطح یا رده سازمانی معنی یا تعریف متفاوتی پیدا می‌کند. سلسله مراتب ارزش‌ها نیز مانند اهداف یا سایر مفاهیم کلیدی از پایین‌ترین سطح و ساده‌ترین معنی، که همان ارزش‌های فردی است، شروع و تا بالاترین سطح هرم سازمانی ارزش‌های سازمانی امتداد یافته و از آنجا نیز تا فراترین لایه‌های محیط سازمان امتداد می‌یابد. این سلسله مراتب در نمودار ۱ مشاهده می‌گردد. همان‌طور که در نمودار نشان داده شده است، سطوح ارزش‌ها به سطح ارزش‌های فردی و گروهی خرد (micro)، سطح ارزش‌های سازمانی (intermediate)، میانه و ارزش‌های محیط ویژه یا ارزش‌های اجتماعی و عمومی استراتژیک یا ارزش‌های ملی یعنی سطح کلان (macro) و، بالاخره، در سطح آخر یعنی محیط‌های عمومی یا ارزش‌های بشری و متافیزیکی یا ارزش‌های فرابشری و وحی یا فرا کلان (super macro) طبقه‌بندی شده است.

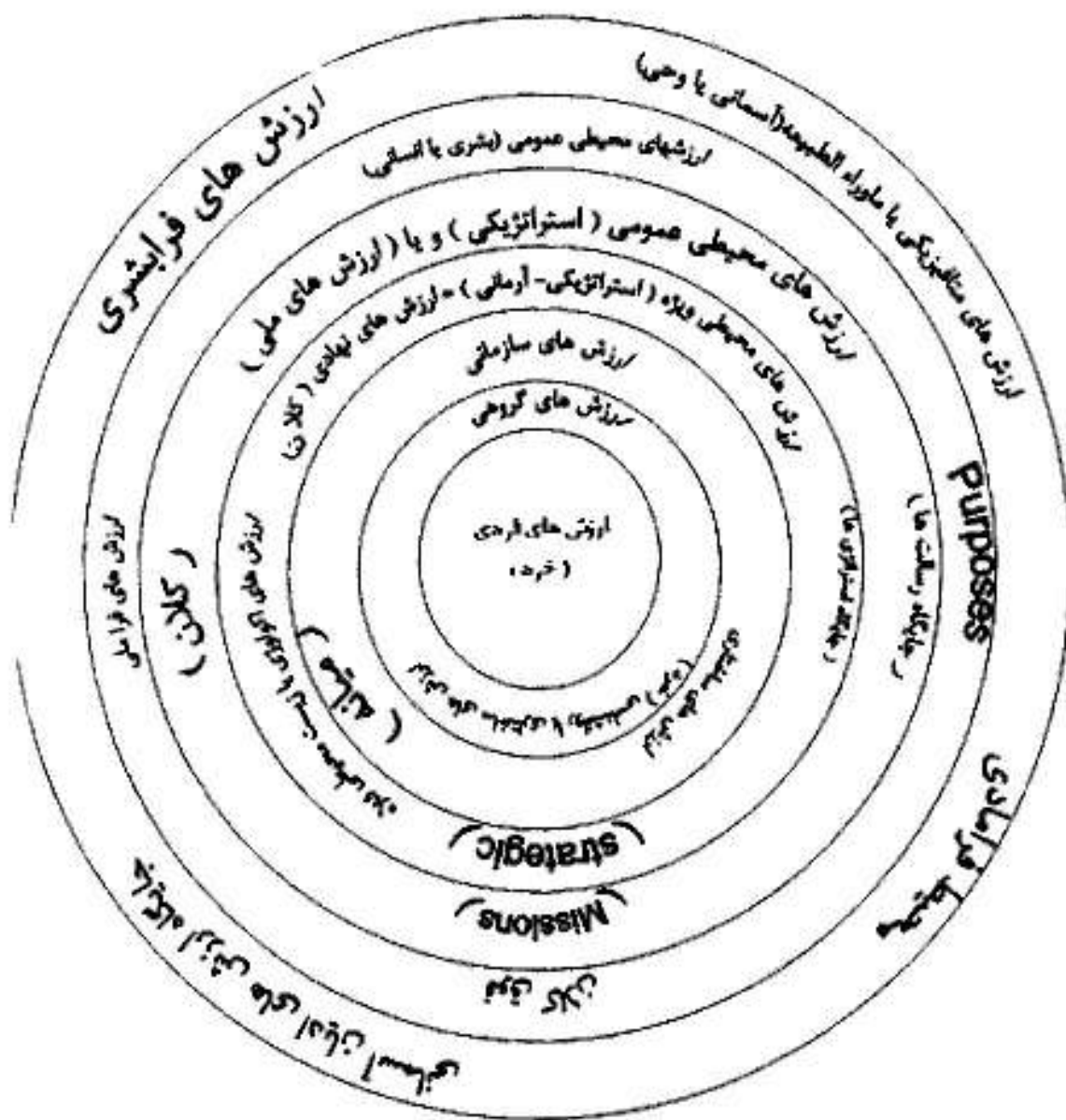
خود مرتبط می‌سازد. به نظر پارسونز مفهوم تطابق سازمان با جامعه، پذیرش هنجارها و ارزش‌های حاکم و تنظیم مأموریت، اهداف و استراتژی سازمان به گونه‌ای است که باید با الگوهای ارزشی و اعتقادی جامعه هماهنگی داشته باشند تا موجبات حمایت و مشروعیت سازمان را فراهم کنند.

«سنخ‌شناسی^۶ ارزش‌ها از نظر جایگاه آنها در سلسله مراتب سازمان

تئوری ارزش‌ها یا «آکسیولوژی^۷» نام جدیدی است که در فلسفه معاصر برای ارزش‌شناسی به کار می‌رود و عبارت است از شناخت ماهیت، معیارها و جایگاه ماوراءالطبیعه^۸ ارزش‌ها (Runes, 1970: 32). ارزش‌ها در کلی‌ترین، عام‌ترین و ساده‌ترین تعریف عبارت از اصول، معیارها و موازین فکری و عقلایی هستند که راهنمای عمل انسان قرار می‌گیرند. ارزش‌ها، در واقع، مرزبندی‌ها و خط‌کشی‌های ذهن و عقل انسان بین خوب و بد، زشت و زیبا، درست و نادرست و، به طور کلی، باید‌ها و نبایدها هستند. از ارزش‌هاست که انسانیت انسان شروع می‌شود. برای روشن شدن ارتباط «تئوری ارزش»

6. Typology
7. Axiology
8. Metaphysical

نمودار شماره ۱: سلسله مراتب ارزش‌ها



جهت‌دهنده الگوهای رفتاری مورد پذیرش جامعه‌اند. ارزش‌های جوهری برخاسته از باروهایی از متن جهان‌بینی و ایدئولوژی است که هم از ثبات و اصالت برخوردارند، هم منشاء مشروعیت و اعتبار ارزش‌های کارکردی و هم تعیین‌کننده مسیر ارزش‌های ابزاری می‌باشند. ارزش‌های اساسی و بنیادی مانند ارزش‌های مذهبی‌اند.

ارزش‌های کارکردی (ابزاری) برای ساماندهی به امور هر جامعه و در رابطه با پیشرفت‌های انسانی در زمینه‌های تکنولوژی و ابزار به کار گرفته می‌شوند که از تغییر پذیری زیادی برخوردارند. ارزش‌های کارکردی تنها ناظر بر وسایل، ابزار و شیوه‌هایی است که می‌بایست تحقق آرمان‌های مطرح شده در راستای ارزش‌های اساسی را میسر سازد که در قالب تکنولوژی و فناوری جلوه‌گر می‌شود و به علت ماهیت خود از تغییر و بی‌ثباتی برخوردارند. ارزش‌های کارکردی و فرعی مانند آداب و رسوم متداول در جامعه‌اند (نجاری، ۱۳۸۵: ۵۳-۵۲).

نظام ارزشی افراد سازمانی و الگوهای ذهنی مبتنی بر آنها شبکه پیچیده‌ای از ارزش‌های ساده و فنی گرفته تا ارزش‌های غایی الهی و در سطوح متعدد از ارزش‌های فردی گرفته تا ارزش‌های ملی و فراملی بشری را شامل می‌شود.

جایگاه اصلی ارزش‌ها در محیط سازمانی و محیط سازمانی را از هر طرف احاطه نموده است یعنی سازمان در واکنش به محیط خارجی و برای تطابق و سازگاری با تغییراتی که از محیط اعمال می‌شود، ناگزیر از پیروی بوده و باید ساختارها، کارکردها و اهداف خود را به تبعیت از ارزش‌های محیط خارجی تغییر دهد. از سوی دیگر، اگرچه در محیط داخلی سازمان و به ویژه در رفتار افراد سازمانی و روابط انسانی میان آنان ارزش‌های

در سلسله مراتب ارزش‌ها اولاً هر طبقه از ارزش‌ها دربرگیرنده و شامل همه ارزش‌های طبقات پایین‌تر از خود می‌باشد و بر آنها تفوق و برتری دارد؛ یعنی در تصمیم‌گیری‌های سازمانی اگر شرایط به نحوی باشد که به جهت تصمیم‌گیری، حذف و یا فداشدن ارزش‌هایی لازم آید مسلماً ارزش‌های طبقات پایین‌تر فدای ارزش‌های طبقات بالاتر می‌شوند. ثانیاً رابطه هر طبقه از ارزش‌ها با طبقات پایین‌تر از خود مانند رابطه قانون اساسی با قوانین عادی یا قوانین مقننه می‌باشد به عبارت دیگر، ارزش‌های طبقات بالاتر همچون یک خط مشی و الگوی راهنما برای تدوین ارزش‌های طبقات پایین‌تر محسوب می‌شوند. ارزش‌های یک طبقه نمی‌توانند طوری طراحی یا انتخاب شوند که از چارچوب ارزش‌های طبقه بالاتر از خود تجاوز و یا با آنها مغایرت داشته باشند. این اصل سبب می‌شود که ارزش‌های کل طبقات یک سازمان یا یک سیستم همگی با همدیگر همخوان و منسجم شوند و، به ویژه، در تفکر راهبردی انسجام و هماهنگی ارزش‌ها یک اصل اساسی و زیربنایی است. ثالثاً اصولاً ارزش‌های محیطی را که از مرزهای سازمان شروع و تا بی‌نهایت (ارزش‌های متافیزیکی) می‌توانند وجود و ادامه داشته باشند، می‌توان به لایه‌ها و قشرهای متعدد دیگری از ارزش‌ها طبقه‌بندی نمود که البته یک چنان طبقه‌بندی بستگی به شرایط، موضوعات و اهداف مربوطه دارد (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۸۴: ۲۶-۲۳).

در طبقه‌بندی دیگری انواع ارزش‌ها به دو نوع ارزش‌های جوهری و کارکردی تقسیم گردیده است. ارزش‌های جوهری (اساسی) ارزش‌های بنیادی یا پایداری هستند که تعیین‌کننده چارچوب‌های کلی و

انسانی به وضوح وجود دارند، ولی با کمی تأمل روشن می‌شود که منشأ و سرچشمه آن ارزش‌ها نیز محیط خارجی است و افراد با ورود خود به سازمان، آنها را از محیط به داخل سازمان وارد می‌کنند.

اهداف «بقاء و رشد»^۹ که در اثر واکنش سازمان با محیط تأمین می‌شوند، صرفاً حاصل کارکرد سازگاری سازمان با ارزش‌های محیطی است و این اهمیت سرنوشت‌ساز ارزش‌ها را در حیات واقعی و عینی سازمان نشان می‌دهد (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۸۴: ۲۶-۱۵).

بحران ارزشی در تئوری‌های سازمان و مدیریت

مطالعات سازمان و مدیریت به طور رسمی و مدون در اوایل بیستم هنگامی شروع کرد که هنوز رشته مدیریت استقلال خویش را اعلام نکرده و زیرچتر دانشکده‌های علوم سیاسی یا اقتصاد ادامه حیات می‌داد؛ زمانی که هنوز رشته مستقلی به نام سازمان یا مدیریت تاسیس نیافته و کتاب مدونی که همه مطالب و فصول آن مربوط به مدیریت یا سازمان باشد، منتشر نشده بود. در اوایل قرن و در چنان شرایطی در مطالعات و تحقیقات علمی کاملاً روحیه «پوزیتیویستی»^{۱۰} (اثبات‌گرایی یا تحقق‌گرایی) حاکم بوده و آنچه که در مطالعات و روش‌های پژوهشی اصلاً در نظر گرفته نمی‌شد، مسئله تأثیر ارزش‌ها بود. بنابراین، دوایر علمی شدیداً با بحران ارزشی مواجه بودند. بخشی از این بحران میراث واکنش‌های افراطی جبهه علمی بعد از رنسانس (قرون ۱۶ و ۱۷) در مقابل سخت‌گیری‌های بی‌مورد و محاکمات تفتیش عقاید و انگیزاسیون کلیسای ارتدوکس در طول قرون وسطی بود، زیرا دانشمندان بعد از رنسانس علمی و بیرون کشیدن قدرت از دست کلیسا و مستقر ساختن آن

در دانشگاه‌ها، هر نوع ارزش، به ویژه ارزش‌های اخلاقی تبلیغ شده توسط کلیسا را، به عنوان مطالب و مقوله‌های «ذهنی»^{۱۱} بی‌ارزش تعریف کرده و آنها را از دایره مطالعات و روش علمی و پژوهشی کنار گذاشتند. اصرار نهضت‌های علمی بعد از رنسانس به پژوهش‌ها و بررسی‌های «عینی»^{۱۲} و «واقعی»^{۱۳} و قرار دادن گزاره‌های ارزشی و اخلاقی در مقابل گزاره‌های علمی و عینی، سبب گشت که مفهوم «ارزش»^{۱۴} در مقابل «واقعیت»^{۱۵} و ضد آن قرار گیرد و از دور مطالعات و پژوهش‌های علمی خارج گردد و، بدین ترتیب، امروزه در تئوری‌های علوم انسانی و اجتماعی بسیاری از مفاهیم و مقوله‌های ماهیتاً ارزشی وجود دارند که هیچ‌گونه کار علمی و پژوهشی بر روی آنها صورت نگرفته و آنها به همان وضع خام و اولیه باقی مانده‌اند و این امر ما را در حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی دچار بحران می‌سازد و برای برون‌رفت از بحران، مطالعات علمی ارزش‌ها، شدیداً مورد نیاز است (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۸۴: ۱۳-۱۲).

موضوع «جدایی واقعیت از ارزش»^{۱۶} از موارد مهمی بود که در سال ۱۹۴۵ توسط «هربرت سایمون»^{۱۷} در اثر خود تحت عنوان رفتار/اداری مطرح شد. سایمون مدعی است که تئوری علمی باید بدون توجه به هیچ نوع ارزشی، عینی و بی‌طرف باشد. اگر تئوری مدیریت به کارآیی توجه دارد، فقط هنگامی عقلایی است که کارآمد باشد (دنهارت، ۱۳۸۰: ۱۲۸).

9. Survival & Growth

10. Positivist

11. Subjective

12. Objective

13. Real

14. Value

15. Fact

16. Fact – Value Dichotomy

17. Herbert Simon

۱) نقش ارزش‌ها در تصمیم‌گیری

نتیجه تصمیم انتخاب یک گزینه از میان گزینه‌های مختلف است و در انتخاب این گزینه فرد باید معیار و شاخصی داشته باشد تا براساس آن به قضاوت بپردازد؛ این معیارها تا حد زیادی تابع نظام ارزشی و مبانی فکری فرد تصمیم‌گیرنده است. اساساً انسان از دریچه چارچوب فکری خود بر جهان اطراف نظاره می‌کند و درخصوص مسائل و پدیده‌ها به داوری می‌نشیند.

نظریه پردازان کلاسیک در زمینه تصمیم‌گیری همواره کوشیده‌اند، در الگوی خود از دخالت شخصیت و ارزش‌های خصوصی تصمیم‌گیرنده در تصمیم‌گیری‌های او جلوگیری کنند، ولی با وجود همه این تلاش‌ها، شخصیت، ارزش‌ها و ذهنیات تصمیم‌گیرنده همواره به عنوان یک عامل کلیدی مهم در تصمیمات او حضور فعال دارد (Newman, 1987: 156). امروزه مطالعه فرآیند تصمیم‌گیری مسیری دیگر یافته و علاوه بر تمایلات، تمینات و هدف‌های خصوصی فرد، ارزش‌های او نیز به عنوان یک عامل مهم در تصمیم‌گیری او شناخته و تأیید شده است؛ حتی دیگر به درک شهودی و مستقیم نیز به عنوان پایه و اساس قضاوت و تصمیم‌گیری با سوءظن و ناباوری نگریسته نمی‌شود (Chames, 1984: 39). علت وقوع این تحولات این واقعیت بوده است که تصمیم‌گیری چیزی جز انتخاب از میان شقوق مختلف نیست و انتخاب، درواقع، چیزی جز نوعی قضاوت نیست.

قضاوت درباره ارزش یک راه‌حل (ارزیابی) و قضاوت درباره اثرات ناشی از یک انتخاب و به کار بستن آن راه‌حل (پیش‌بینی)؛ از این رو قضاوت ارزشی که نظر و عقیده شخصی فرد درباره

وی معتقد بود که مزیت مطالعه واقعیت‌ها آن است که فرضیه‌های مبتنی بر واقعیت می‌توانند آزمون شوند ولی ارزش‌ها قابل آزمون نیستند. از این منظر تئوری‌ها چارچوب‌های علمی هستند که بر مشاهده عینی رفتار ظاهری استوارند (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۰: ۱۸۵).

سایمون در پی آن بود که مبنایی را برای بررسی علمی رفتار اداری ایجاد کند. تفسیر او از علم مبتنی بر اثبات‌گرایی منطقی بود. کلید این استدلال آن است که واقعیت‌ها و ارزش‌ها می‌توانند جدا باشند و اینکه علم به واقعیت‌ها می‌پردازد نه ارزش‌ها.

در اوایل دهه ۱۹۵۰ علوم اجتماعی در مسیر شتابان علمی شدن قرارگرفت و علمی بودن به عاری بودن از ارزش‌ها تعبیر شد. انتقاد حاضر از این موضع‌گیری، خطوط بحث فلسفی اولیه را دنبال می‌کند. این بحث مدعی است که علم‌الاجتماع عاری از ارزش غیرممکن است و واقعیت‌ها به طور مستقل از مشاهده‌گر وجود ندارند. باورها، آرزوها، ارزش‌ها و جامعه‌پذیری ما، آن چه را که می‌بینیم تحت تأثیر قرار می‌دهند (Riley, 1974: 37).

والدو^{۱۸}، ضمن انتقاد از نظریه سایمون، معتقد است جدایی واقعیت و ارزش غیرواقع بینانه و احتمالاً خطرناک است و منجر به نوعی بی‌اعتنایی به مسائل ارزشی می‌شود. واقعیت‌ها و ارزش‌ها چنان در هم تنیده‌اند که جداسازی آنها به منظور مقاصد علمی در بهترین حالت کاری مصنوعی است؛ حتی عالم در انتخاب موضوع مورد بررسی به ارزش‌ها متوسل می‌شود (عابدی جعفری و فروتنی، ۱۳۸۴: ۴۰). در این بخش از مقاله اجمالاً به ارتباط بین ارزش‌ها با برخی از متغیرها و عوامل سازمانی پرداخته می‌شود.

مناسب و نامناسب تفاوت قائل است) (Scott, 1972: 7-15).

عقلانیت به عنوان یک پارادایم ارزشی مهم در اوایل بیستم مورد بررسی مجدد «ماکس وبر»^{۲۱} قرار گرفت. وی بر عقلانیت و کنش عقلانی در جامعه امروزی تأکید می‌ورزد و فرآیند عقلانیت را از ویژگی‌های جامعه صنعتی غرب می‌داند. «وبر» انواع کنش‌های انسانی را در چهار دسته «کنش عقلانی معطوف به هدف»، «کنش عاطفی» و «کنش سنتی» طبقه‌بندی می‌کند. به نظر وی جامعه امروزی، به طور کلی، به سوی سازمان «عقلانی معطوف به هدف» گرایش دارد (صیوری، ۱۳۷۹: ۳۶-۳۷). ماکس وبر اصول سازمان بوروکراسی را در تئوری عقلانی بودن سازمان به هم ربط داد. بدین گونه که سازمان‌های بزرگ (بوروکراسی‌ها) چون قدرت خود را از قانون و صلاحیت خود را از تخصص و دانش افراد اخذ می‌کنند، مشروعیت دارند و چون این قدرت را در راه رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده (به وسیله قانون و صلاحیت) صرف می‌کند. عقلایی هستند (میرازی اهرنجانی، ۱۳۷۹: ۱۷).

البته در معنای عقلانیت نیز، مانند بسیاری از اصطلاحات، به مرور زمان تغییراتی رخ داده است. «عقلانیت سنتی» تا ۱۹۶۰ دارای این ویژگی‌ها بود: مستدل، قیاسی، کلی، غایت مدار و ارزش مدار، عقلانیت سنتی در سازمان‌ها به دنبال کارایی بود. این نوع عقلانیت در قالب سیستم‌ها و سازمان‌های عقلایی و در بعد ساختارها قابل بررسی است. ویژگی‌های «عقلانیت سیستمی» نیز عبارت است

اولویت‌هاست به عنوان یکی از ارکان مهم در تصمیم‌گیری وارد فرآیند اتخاذ تصمیم می‌شود (Hogarth, 1980:9).

بنابراین، برخلاف بارو کلاسیک و نگرش سنتی به مقوله تصمیم‌گیری که طی آن تصمیم‌گیری را مستقل از ارزش می‌دانستند، امروزه به اهمیت و نقش ارزش‌ها و باورها در فرآیند تصمیم‌گیری پی برده شده است و از آنجا که تصمیم‌گیری در تمام وظایف مدیریتی جاری و ساری است، می‌توان به نقش و اهمیت ارزش‌ها در مدیریت سازمان‌ها پی برد.

۲) عقلانیت و ارزش‌ها

«عقلانیت»^{۱۹} به عنوان یک «پارادایم»^{۲۰} ارزشی مهم مورد توجه بسیاری از صاحب‌نظران و اندیشمندان می‌باشد. ریشه عقلانیت را باید در مکتب یونان باستان و افکار سقراط، افلاطون و ارسطو پی گرفت. در عقلانیت سنتی، عقل ابزار شناخت و جوهره اصلی انسان و وجه تمایز او با سایر موجودات محسوب می‌شد.

تئوری و مفهوم سازمان و مدیریت نیز همچون دیگر مفاهیم و پدیده‌های دنیای مدرن تحت تسلط «پارادایم عقلانیت» قرار دارند و این پارادایم بر تئوری‌های سازمان و مدیریت سایه افکنده است، به طوری که هیچ یک از تئوری‌های سازمانی، اعم از کلاسیک یا مدرن، ساختاری یا رفتاری، کمی یا توصیفی، جدا از مفهوم عقلانیت قابل درک و تصور نیست. عقلانیت به عنوان الگوی اساسی تفکر و عمل، راهنمای نظریه‌پردازان طراحی و اداره سازمان بوده و لذا پارادایم عقلانیت باید نقطه شروع هر نوع تحلیلی از تئوری سازمان باشد. عقلانیت بدون تردید حالتی از ذهن است که بین انواع رفتارهای

19. Rationality
20. Paradigm
21. Max Weber

مخربی بر سازمان‌ها و زندگی اجتماعی بشر بر جای می‌گذارد. در دوران معاصر منطق عقلی به مفهوم خاص و به عنوان اندیشه‌ای حسابگرانه و فایده‌طلب و در تضاد با آمال و اهداف و ارزش‌های انسانی مطرح است (الوانی، ۱۳۷۵: ۳۸۲-۳۷۵).

یکی از علل درهم‌ریخته شدن نظام ارزش غرب، حاکم شدن مکتب «اصالت نفع»^{۲۲} بر روند فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی است. معتقدین به این مکتب یک عمل را تا آنجا درست قلمداد می‌کنند که برای فرد یا افرادی، بیشترین خوشی و آسایش و سوددهی را به دنبال داشته باشد. به عبارت دیگر، به زعم آنها ملاک درستی یک عمل نتایج آن است نه شیوه انجام دادن آن (رضائیان، ۱۳۶۹: ۴) و این اندیشه مبتنی بر فلسفه و اخلاق ماکیاولی است که براساس آن وسیله هدف را توجیه می‌کند و این طرز تفکر ماکیاولیستی بی‌تردید ریشه بسیاری از بلایای اجتماعی - سیاسی جهان امروز در بعد خرد و کلان مدیریتی است. منتقدین عقلانیت ابزاری ضمن تقسیم‌بندی عقلانیت به دو نوع ابزاری و ارزشی، به گونه‌ای فقدان «تعقل جوهری و ارزشی» در زندگی انسان معاصر را بیان داشته‌اند و لزوم ارائه نظریات علوم انسانی و اجتماعی بر پایه تعقل ارزشی را گوشزد نموده‌اند. این تعقل باید تلاشی در جهت درک و فهم واقعیت‌های انسانی و اجتماعی باشد و حامل جنبه‌های اخلاقی بشری بوده و معیار و ضابطه‌ای اساسی و پایدار برای نظم بخشی به حیات اجتماعی داشته باشد (الوانی، ۱۳۷۵: ۳۷۸).

مکتب انتقادی، جامعه نوین را با وجود عقلانیت

از: منطقی، مستدل، علت و معلولی، کلی‌نگر و توجه به ارزش‌های محیطی. این نوع عقلانیت در قالب سیستم‌ها و سازمان‌های باز و در بعد «زمینه»^{۲۳} قابل بحث و بررسی است. عقلانیت سیستمی در سازمان‌ها به دنبال کارایی، اثربخشی، انگیزش و آموزش است.

«عقلانیت مدرن» نیز دارای این ویژگی‌هاست: محاسبه شده و کمی، علت و معلولی، استقرایی، جزئی، عاری از غایت و عاری از ارزش که شامل عقلانیت در «محتوا»^{۲۴} است. عقلانیت مدرن به دنبال کارایی و اثربخشی است و در قالب سازمان‌ها و سیستم‌های طبیعی قابل بحث است (برداشت از مباحث کلاسی تئوری سازمان، میرازی اهرنجانی، در دوره دکتری). «راموس»^{۲۵} اظهار داشته که معنای عقلانیت پس از ارسطو، به طور چشمگیری تغییر یافته است. عقلانیت از دیدگاه ارسطو، اشاره به رفتار اخلاقی دارد ولی تعریف معاصر از عقلانیت، رفتاری است که در پی حداکثر کردن ارزش [کمی] است، هیچ نوع عنصر اخلاقی در خود ندارد. مشکلی که «راموس» خاطر نشان می‌سازد آن است که با تعریف عقلانیت صرفاً به عنوان پدیدآورنده بیشترین ارزش، می‌توانیم بسته به ارزشی که فرد در تلاش برای تحقق آن است، رفتار درست و نادرست را عقلانیت بنامیم. بدین ترتیب، یک قاتل حرفه‌ای ممکن است با برنامه‌ریزی و استفاده از اثربخش‌ترین و کارآمدترین ابزار قتال، مأموریتی را به صورت عقلایی انجام دهد (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰: ۲۷).

نظریه سازمانی با تکیه بر «تعقل ابزاری»^{۲۶} که از خصوصیات بارز علوم اجتماعی در غرب است، توصیفی محدود و نارسا از پدیده‌ها به دست می‌دهد و تنها هدف کاربردی بودن و مفید بودن را دنبال می‌کند و به رغم توفیقات ظاهری علمی و کاربردی خود، آثار

22. Context

23. Content

24. Ramous

25. Instrumental Rationality

26. Utilitarianism

از سازمان‌ها تصویر انسان عقلایی - اقتصادی مطرح گردیده که با انگیزه مالی کار می‌کند.

نسل دوم نظریه‌های سازمان و مدیریت «انسان‌گرا» بوده و در رشته‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و انسان‌شناسی و علوم سیاسی نیز مطرح و بر جنبه رفتاری و انسانی در سازمان تأکید کرده‌اند. این نظریه‌ها بینش‌های جدیدی را در مورد ماهیت چرایی فعالیت‌های انسان ارائه داده‌اند. ایده انسان اجتماعی مورد توجه این نسل بود، زیرا معتقد بودند انسان از طریق عوامل اجتماعی برانگیخته می‌شود. گرایش و اساس فلسفه «انسان‌گرایی صنعتی»، اهمیت دادن به انسان در سازمان و طراحی محیط کار به گونه‌ای است که شأن انسانی اعاده شود. رفتار سازمانی، تحول سازمانی، مدیریت منابع انسانی، کیفیت زندگی کاری، رهبری دموکراتیک و مشارکتی، کار تیمی، تصمیم‌گیری گروهی، پویایی‌های گروهی لوین، سیستم همکاری بارنارد، سلسله نیازهای مازلو، تئوری Y مک‌گریکور و محرک‌های هرزبرگ را می‌توان شاخه‌های نسل دوم نظریه‌های سازمان و مدیریت به حساب آورد که محور آنها دیدگاه روابط انسانی است.

روان‌شناسان صنعتی نیز به دنبال انسان با همان مفروضات بودند، با این هدف که چگونه می‌توان با شناخت انسان کارآیی را به بالاترین حد رساند. تلاش روان‌شناسان صنعتی در نظر منتقدین در جهت استعمار روان‌شناختی انسان‌ها قلمداد شد، نه حل مشکلات انسانی در سازمان‌ها.

در اواخر دهه ۱۹۶۰ انسان‌گرایی صنعتی با تفکر تدارک دموکراسی در محیط کار، تلفیق اهداف فردی و سازمانی و رعایت شان انسان در سازمان شکل گرفت و افراد انسانی به عنوان منابع انسانی در نظر گرفته شدند و روابط انسانی جای خود را به منابع

ظاهری حاکم، سرشار از عدم عقلانیت جوهری و ارزشی می‌داند و این وضعیت را «عدم عقلانیت عقلانیت» می‌نامد و معتقد است تعقل ابزاری در پی به کارگیری کارآمدترین وسیله برای رسیدن به هر هدفی است و هدفش خدمت به نیروهای سلطه‌گر است نه رها ساختن انسان از بند اسارت، ولی تعقل جوهری مستلزم ارزیابی وسایل و روش‌ها بر حسب ارزش‌های انسانی، عدالت، صلح و سعادت انسانی است (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۰: ۲۰۹-۲۰۸).

۳) نوع نگاه به انسان در تئوری‌های مدیریت

تمام تئوری‌های موجود در مدیریت براساس پیش‌فرض و تصویری خاص از انسان بنا نهاده شده‌اند و جوهر هر نظام ارزشی را در تصویری که از انسان ارائه می‌دهد، می‌توان یافت. در تفکر غربی تاکنون چهار تصویر از انسان ارائه شده است: ۱. انسان اقتصادی ۲. انسان اجتماعی ۳. انسان خودشکوفا ۴. انسان پیچیده (نجاری، ۱۳۸۵: ۴۸).

نسل اول نظریه‌های سازمان و مدیریت، «سازمان‌گرا» بوده و عقلانیت ابزاری و کارایی وجه مشترک می‌زدود (Fineman, 1994: 79). در نگاه این تئوری‌ها، انسان بیش از یک ابزار یا ماشین نیست و انسان‌ها و ماشین‌ها در کنار هم کار می‌کنند. انسان‌ها به عنوان بازوان اجیرشده برای تولید در نظر گرفته می‌شوند که یک سری وظایف تکراری را انجام می‌دهند و لذا با کارسنجی و روش‌سنجی تلاش می‌شود از انسان در فرایند تولید به بهترین روش و بیش‌ترین وجه ممکن استفاده شود. در این دیدگاه انسان به عنوان ابزار تحقق اهداف سازمانی است. توصیف «مارچ و سایمون» از این نوع نگرش به انسان، «مدل ماشینی» و توصیف «بنیس» از این گونه سازمان‌ها، سازمان‌های بدون افراد است. در این نسل

جوامع شکل و ساختار می‌بخشد. از این دیدگاه قدرت نتایج مثبتی دارد و به نظم اجتماعی منجر می‌شود. قدرت از ارکان اجتناب‌ناپذیر جوامع و سازمان‌هاست و وجود آن برای تمام سیستم‌های اجتماعی ضروری است. قدرت ذاتاً خوب یا بد نیست بلکه نحوه استفاده از آن بدان ماهیت خوب یا بد بودن می‌دهد؛ ابزاری است که می‌تواند در جهت کمال یا فساد به کار گرفته شود (قلی‌پور، ۱۳۸۰: ۱۶۱).

قدرت اجتماعی به صورت‌های مختلفی نظیر اقتدار، نفوذ، خشونت، زور، سلطه، قوت یا نیرو، نظم، کنترل، انضباط، تشخیص، ثروت و شهرت جلوه می‌کند (Bierstedt, 1974: 220). ماکس وبر مفهوم قدرت را توانایی وادار کردن افراد به پذیرش دستورات و مفهوم «مشروعیت» را پذیرش اعمال قدرت به علت انطباق با ارزش‌های افراد می‌داند. او مفهوم اقتدار را در معنای ترکیب این دو به کار می‌برد؛ یعنی قدرتی که پذیرفته شده و مشروع تلقی می‌شود. وبر ضمن تقسیم‌بندی انواع اقتدار مشروع به سه نوع کاریزماتیک، سنتی و عقلایی - قانونی، مشروعیت نوع اخیر را از قواعد و هنجارهای قانونی می‌داند.

اتزیونی نیز سه نوع قدرت را در سازمان متمایز می‌کند که عبارت‌اند از: قدرت اجباری، مادی و هنجاری و معتقد است سه نوع رابطه بیگانگی، حسابگری و اخلاقی به ترتیب در ارتباط با سه نوع قدرت یاد شده ایجاد می‌شود (صبوری، ۱۳۷۹: ۱۹۱-۱۸۸)؛ قدرت اجبار بیگانه می‌سازد و قدرت هنجاری تعهد می‌آورد. افراد سازمانی براساس قدرت هنجاری به اطاعت و تلاش در جهت اهداف سازمان و مدیریت، از درون متعهد می‌شوند.

انسانی داد بحث انسان خودیاب و خودشکوفای مطرح شد امروزه با افزایش روند انسان‌گرایی در سازمان‌ها، توجه زیادی به منابع انسانی می‌شود و از آنها به عنوان دارایی‌های اصلی و سرمایه‌های اجتماعی سازمان یاد می‌شود. با این حال، هنوز مشکل از خودبیگانگی انسان‌ها در سازمان آن‌چنان که کرامت و ارزش انسانی حاکم می‌کند، حل نشده است.

نسل سوم نظریه‌های سازمان و مدیریت «انجام‌گرا» - ست و رویکرد و نگرش سیستمی را در تجزیه و تحلیل‌های سازمانی به کار می‌گیرد. برخلاف نظریه‌های نسل اول و دوم که موفقیت سازمان را در داخل دیوارهای آن فرض می‌کردند، این نسل سازمان را سیستم باز در نظر گرفت و مفهوم سیستم اجتماعی را برای توصیف آن به کار برد و گروه «تاویستاک» از سازمان به عنوان سیستم‌های فنی - اجتماعی یاد نمود که در آن سیستم‌های کاری با سیستم‌های انسانی تعامل پویا دارند. در نگرش سیستمی، «انسان پیچیده» و چند بعدی مطرح گردید. با گذشت زمان، تصویر انسان در نظریه‌ها پیچیده‌تر و واقعی‌تر می‌شود ولی هنوز هم تصویر کامل و جامع از انسان در نظریه‌های سازمانی موجود نیست، به طوری که مدیر بتواند براساس آن، رفتارهای افراد انسانی را به صورت دقیق پیش‌بینی کرده، تحت کنترل درآورد (قلی‌پور، ۱۳۸۰: ۷۳-۵۸). و اما تصویر انسان اسلامی در مدیریت اسلامی مبتنی بر کرامت انسان و جایگاه وی در جهان هستی است به عنوان اشرف مخلوقات، روح خدا و خلیفه‌الله در روی زمین، انسان با این دیدگاه، موجودی است با ابعاد مادی، روانی و معنوی که آگاه، آزاد، شریف و دارای عزت نفس، اراده و اختیار است (نجاری، ۱۳۸۵: ۴۹-۴۱).

۴) قدرت و مشروعیت آن در سازمان

قدرت شالوده تشکیل سازمان‌ها و جوامع است و به

تافلر در کتاب خود با عنوان *جابجایی در قدرت* منابع قدرت را، ثروت، خشونت و دانایی (قدرت اقتصادی، قدرت زور و قدرت علم) می‌داند و قدرت را استفاده از این مثلث برای واداشتن مردم به انجام کاری تعریف می‌کند. وی معتقد است که بهترین نوع قدرت از کاربرد دانایی حاصل می‌شود و این قدرت به سادگی از بین نمی‌رود. با این قدرت می‌توان دیگران را واداشت آنچه را می‌خواهیم انجام دهند، هرچند خلاف میلشان برسد (تافلر، ۱۳۷۵: ۳۱-۲۹). مشروعیت این نوع قدرت خود علم است زیرا علم خود یک ارزش است.

در مناسبات اقتداری، فرد اطاعت‌کننده به فرد اعمال‌کننده قدرت در اعمال اراده خویش حق می‌دهد. این نوع قدرت، قدرتی است که پذیرفته و نهادینه می‌شود و این پذیرش و اطاعت داوطلبانه است. قدرت مشروعیت یافته، کارکرد بیشتری از قدرت مشروعیت نیافته دارد. قدرت غیرمشروع در بعضی اوقات اثراتی را به دنبال دارد که درست متضاد آن چیزی است که مد نظر بوده است. مسئله اصلی در اعمال اقتدار، پذیرش است که در مدیریت تحت عنوان پذیرش اختیار^{۲۷} مطرح است. بارنارد^{۲۸} این موضوع را مورد تأکید قرار می‌دهد و اظهار می‌دارد، افسانه و خیال است اگر تصور کنیم اختیار از بالا به پایین و از کل به جزء جاری می‌شود.

نفوذ و قدرت خیلی نزدیک به هم هستند ولی نفوذ بیشتر جنبه تشویقی و ترغیب دارد. نفوذ توانایی متقاعد کردن است در حالی که قدرت توانایی وادار کردن. نفوذ قدرت ترغیبی است و فرد داوطلبانه آن را می‌پذیرد. در هر صورت، قدرت تنبیه و اجبار باید آخرین اهرم مدیریت در سازمان باشد. زور زمانی باید به کار برده شود که شیوه‌های دیگر اعمال قدرت کارکرد نداشته باشند (قلی‌پور، ۱۳۸۰: ۱۶۴-۱۶۲).

مدیریت مبتنی بر روابط انسانی می‌تواند قدرت را با نفوذ همراه سازد. پذیرش قدرت اگر با رضایت همراه باشد ارزش محسوب می‌شود و گرنه پذیرش با اجبار، به دلیل تحمیلی بودن ارزشی ندارد. مشروعیت قدرت زمینه‌های اخلاقی را برای تعهد، همکاری و اطاعت افراد در سازمان و نظام اجتماعی فراهم می‌کند و نظم‌دهی، ثبات و اثر بخشی قدرت را افزایش می‌دهد. برای اینکه قدرت مشروعیت پیدا کند سه شرط لازم است:

۱. اطاعت از مقررات برقرار شده و سازگاری با آنها (اعتبار قانونی)،
۲. توجیه‌پذیری مقررات بر مبنای وجود عقاید مشترک بین اعمال‌کننده و اعمال‌شونده قدرت،
۳. وجود رضایت و توافق با روابط قدرت خاص (Beethsm, 1991: 16)

اگر افراد در سازمان‌ها قدرت را مشروع بدانند، یعنی دستورها و مقررات با ارزش‌ها و هنجارهای آنان موافق باشد، اطاعت و پذیرش دستورها، عمیق‌تر و همنوایی با هنجارهای سازمان بیشتر می‌شود و افراد مقررات رادرونی و نهادینه می‌کنند. این امر به تثبیت قدرت در سازمان یاری خواهد نمود.

پارسونز^{۲۹} معتقد است قدرت در سیستم سیاسی، شبیه پول در سیستم اقتصادی است. قدرت به عنوان یک وسیله نمادین مثل پول فی‌نفسه بی‌ارزش است، همچنان که پول به عنوان یک نماد باید نهادینه، دارای مشروعیت، قابل اعتماد و در محدوده خاصی به طور آگاهانه مدیریت شود، به همین ترتیب، قدرت نیز باید مشروعیت داشته باشد و به طور

27. Authority Acceptance

28. Barnard

29. Parsons

به دلیل تعامل سازمان با جامعه خود، هر تصمیمی که مدیریت اتخاذ کند، به نحوی روی جامعه تأثیرگذار خواهد بود و از سوی دیگر هر برداشت و طرز تلقی که جامعه از تصمیمات و اقدامات سازمان بکند، روی اعتبار و بقای سازمان تأثیر می‌گذارد. بدیهی است میزان تأثیرگذاری سازمان‌های بزرگ بر جامعه و تأثیرپذیریشان از آن بیشتر از سازمان‌های کوچک است. پذیرش و مشروعیت سازمان از سوی جامعه به عملکرد سازمان در محدوده تعاملات اولیه و ثانویه‌اش با جامعه بستگی دارد. عصر حاضر را «عصر مدیریت» نامیده‌اند زیرا تصمیم یک مدیر می‌تواند طی یک روند سلسله‌وار، دیر یا زود، سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را دستخوش تغییر نماید. امروزه لازم است مدیران ما از جزئی‌نگری و شیفتگی صرف نسبت به اهداف سازمان خود دست بردارند و اهداف جامعه و کشور را به عنوان راهنمای خود در تلاش‌هایشان فراراه خود قرار دهند. بدون شک نمی‌توان جامعه‌ای سربلند و کشوری سرفراز داشت، در حالی که مدیران و سازمان‌های آنها هر کدام به دنبال اهداف سازمانی خود بوده و منافع کلی را مد نظر نداشته باشند. از این رو، اهداف سازمانی باید با اهداف کلان اجتماعی پیوند زده شود و در منشور هر سازمانی اهداف اجتماعی سرلوحه امور و اقدامات خود قرار گیرد.

در تعریفی آمده است: «مسئولیت اجتماعی از تعهدات مدیریت است که علاوه بر حفظ و گسترش منافع سازمان، در جهت رفاه عمومی جامعه انجام نیز می‌گیرد.»
نگرش‌ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی

نمادین عمومیت یابد. اهمیت ذاتی قدرت در این قابلیت نهفته است که تضمین می‌کند تعهدات انجام پذیرند. تعهدات الزام‌آور حالت هنجاری دارند و میان اعمال‌کننده قدرت و دیگران مشترک‌اند. هنجارها ریشه تمامی اعمال قدرت‌ها هستند و قدرت در بستر هنجارها اعمال می‌گردد (Parsons, 1986: 108, 136, 95).

به رغم نگرش منفی به قدرت، حقیقت آن است که قدرت ذاتاً مذموم و ناپسند نیست بلکه قضاوت درباره آن بستگی به نوع کاربرد آن دارد. اگر قدرت در جهت اعمال قدرت شخصی جهت تحقق اهداف شخصی و فردی به کار گرفته شود، منفی و نامطلوب است ولی چنانچه برای دستیابی به اهداف اجتماعی و جمعی و خیر و سعادت جوامع و اهداف مشروع سازمان و نظام اجتماعی به کار گرفته شود، نه تنها مذموم و ناپسند نیست، بلکه یک ارزش نیز هست. امام خمینی (ره) ضمن اینکه قدرت را یک ارزش و کمال می‌دانند، خطر سوءاستفاده از آن را نیز گوشزد می‌نمایند: «قدرت خودش یک کمال است، خدای تبارک و تعالی قادر است، لکن اگر چنانچه قدرت به دست اشخاص فاسد برسد، همین کمال را به فساد می‌کشاند» (صحیفه نور، ج ۱۵۵: ۱۸).

۵) مسئولیت اجتماعی مدیران و سازمان‌ها

مدیریت مؤثر در عصر ما مدیریتی است که از محدوداندیشی، سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع‌تری بیندیشد و، به عبارت دیگر، علاوه بر مسئولیت سازمانی، مسئولیت اجتماعی را «نیز احساس کند» موضوع «مسئولیت اجتماعی»^{۳۰} مدیران در گستره ارزش‌های اخلاقی در سازمان قرار می‌گیرد و به تعهدات مدیریت در قبال جامعه مربوط می‌شود.

معتقد است که یک قانون آهنین وجود دارد که بر مبنای آن کسانی که قدرت خود را در راستای مسئولیت‌هایی که جامعه از آنها توقع دارد، به کار نگیرند، آن را از دست خواهند داد (غفاریان، ۱۳۷۶: ۲۰).

امروزه دیگر نمی‌توان به این امید واهی دلخوش بود که توسعه اقتصادی و تحقق اهداف سازمانی، لزوماً به رشد و بهسازی اجتماعی منجر می‌گردد. موارد متعددی گویای این واقعیت است که اگر سازمان‌ها مهارت‌گسیخته به سوی اهداف خود یکه‌تازی کنند، جامعه و مصالح آن را زیرپا خواهند نهاد و خیر عامه را فدای منفعت سازمان خواهند نمود. مشکلاتی نظیر آلودگی هوا، آلودگی زیست محیطی، فقر و بیماری، تبعیض و نابسامانی، انهدام محیط طبیعی، نشت مواد آلوده به محیط و سایر مشکلات اجتماعی دستاورد پیشرفت‌های اقتصادی و صنعتی سازمان‌هاست و این مسائل دولت‌ها را به تفکر در مورد مهار کردن سازمان‌ها واداشته است. جامعه نمی‌تواند هزینه‌های غیرمستقیم تولید سازمان‌ها را تحمل کند. در میثاق جدید سازمان با محیط خود، علاوه بر مسائل اقتصادی، حفظ مواهب طبیعی، آب و هوا، عدالت در اشتغال و ارزش‌های انسانی و اجتماعی نیز باید مد نظر قرار گیرد (الوانی، ۱۳۷۵: ۳۱۷-۳۱۴).

نتیجه‌گیری

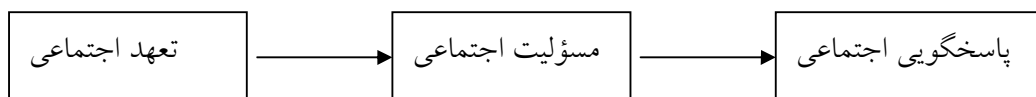
یکی از مباحث مطرح در مدیریت این است که اساساً مدیریت مقوله‌ای است ارزش‌مدار و علم و عمل مدیریت نمی‌تواند عاری از ارزش باشد، زیرا مدیریت به مفهوم تصمیم‌گیری، گزینش یک راه‌کار

سازمان، سابقه چندانی ندارد، قبل از سال‌های حدود ۱۸۰۰م، هنجارها و نگرش‌های اجتماعی، اثر بسیار کمی بر اعمال مدیریت داشته است. در دهه آخر قرن نوزدهم، زمانی که شرکت‌های بزرگ در حال شکل‌گیری بودند، توجه جامعه به ضرورت مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بیشتر معطوف گردید. در ابتدای قرن بیستم، بسیاری از صاحب‌نظران نیاز به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را مورد تأکید قرار دادند و بالاخره در ۱۹۱۹ م محققان رشته بازرگانی برای اولین بار هشدار دادند که اگر بنگاه‌های اقتصادی در خصوص انجام مسئولیت اجتماعی خود اهمال‌کاری کنند، جامعه بایستی به هر نحو ممکن اختیارات آنها را در خصوص فعالیت‌های اقتصادی‌شان سلب کرده و کنترل آنها را در دست گیرد (الوانی و قاسمی، ۱۳۷۷: ۴-۳).

استیفن رابینز^{۳۱} سیر تکامل مشارکت اجتماعی سازمان را در شمای شماره ۲ نشان داده است. وی معتقد است پاسخگویی اجتماعی بیشتر جنبه علمی و به عمل و اقدام سازمان نظر دارد تا مبانی ارزشی آن؛ از این رو، پاسخگویی اجتماعی محسوس‌تر از مسئولیت اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی نوعی تعهد اجتماعی است که بر التزام سازمان‌ها تأکید دارد، در حالی که پاسخگویی اجتماعی به نوع پاسخ و واکنش سازمان نسبت به مشکلات جامعه توجه می‌کند (Robbins, 1989: 618-619).

مدیران امروزه علاوه بر مهارت‌های فنی، انسانی و ادراکی، باید به مهارت مدیریت مسائل عمومی جامعه نیز مجهز باشند و آن را جزو اهداف سازمانی خود بنگارند. سازمان‌ها در کنار سودآوری برای سهام‌داران، در مقابل جامعه نیز برای حفظ ارزش‌های اخلاقی مسئول شناخته می‌شوند. دیویس

31. Stephen Robbins



شمای شماره ۲: سیر تکامل مشارکت اجتماعی سازمان

منابع

- الوانی، سیدمهدی و دانایی فرد، حسن (۱۳۸۰)، گفتارهایی در فلسفه تئوری‌های سازمان دولتی، تهران، نشر صفار؛
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۷۵)، مدیریت عمومی، تهران، نشر نی؛
- الوانی، سیدمهدی و قاسمی، سید احمدرضا (۱۳۷۷)، مدیریت و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی؛
- تافلر، الوین (۱۳۷۵)، جابجایی در قدرت، ترجمه شهیندخت خوارزمی، تهران، نشر سیمرخ؛
- خمینی، روح‌الله، صحیفه نور (۱۳۷۰)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- دفت، ریچارد ال. (۱۳۷۷)، تئوری و طراحی سازمان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، جلد ۲؛
- دنهارت، رابرت (۱۳۸۰)، تئوری‌های سازمان دولتی، ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران، نشر صفار؛
- رضاییان، علی (۱۳۶۹)، اصول مدیریت، تهران، انتشارات سمت؛
- عابدی جعفری، حسن و فروتنی، زهرا (۱۳۸۴)، «تحلیل تطبیقی مفروضات اساسی مدل‌های تصمیم‌گیری استراتژیک»، مطالعات دفاعی استراتژیک، ش ۲۲؛
- غفاریان، وفا (۱۳۷۰)، «حفظ اخلاق و ارزش‌های اعتقادی در سازمان‌ها»، تدبیر، ش ۱۶؛

از بین چند راه‌کار است که خود مستلزم ارزش‌گذاری است. از این‌رو، مدیریت کاری ارزشی است و سرلوحه ارزش‌ها بی‌شک تحقق عدالت خواهد بود که خود سنگ بنای مشروعیت نیز هست. در فرهنگ مدیریت اسلامی توجه به نیازهای اولیه مردم به عنوان یک ارزش مطرح بوده و هست. امروزه در کنار تحقق معیارهای ارزشی سستی نظیر کارایی، اثربخشی، صرفه جویی و بهره‌وری، باید عقلانیت مبتنی بر ارزش، عدالت جویی و حق‌گرایی، رعایت حقوق شهروندی و مناقع عمومی جامعه، کیفیت تولید و خدمات، حفظ محیط زیست، پرهیز از اعمال تبعیض، برخورداری افراد از حق مساوی برای اشتغال، آموزش، بهبود و کمال جویی، رشد و توسعه متوازن و پایدار، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی و مدیریت مسائل عمومی، تمرکز زدایی و مشارکت جمعی، پاسداشت کرامت تعالی، آزادی و حرمت انسانی نیروی کار، کارآفرینی، دانش و یادگیری، بهبود فرهنگ سازمانی و اجتماعی، استفاده از منابع و قدرت سازمانی در راستای تحقق اهداف اجتماعی، وفاداری، درستی و صداقت، تبعیت از قوانین و هنجارهای اجتماعی و مانند اینها جزو تعهدات اخلاقی مدیران و سرلوحه منشور اخلاق حرفه‌ای سازمان و مدیریت در بعد سازمانی و اجتماعی باشد.

_ ها در تفکر راهبردی»، مطالعات دفاعی استراتژیک،
ش ۲۱؛
_____ (۱۳۶۹)، زمینه‌های فکری و اجتماعی
نظریه‌های مدیریت»، دانش مدیریت، ش ۹؛
نجاری، رضا (۱۳۸۵)، مبانی مدیریت اسلامی، تهران،
دانشگاه پیام‌نور؛

قلی‌پور، آرین (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها: رویکرد
جامعه‌شناختی به سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات
سمت؛
صبوری، منوچهر (۱۳۷۹)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها، تهران،
نشر شب‌تاب؛
میرازی اهرنجانی، حسن (۱۳۸۴)، «نقش و جایگاه ارزش

Beetham, David(1991), *The Legitimation of Power*,
Macmillan;
Bierstedt, Robert(1974), *Power and Progress: Essays on Sociological Theory*, McGraw-Hill Inc;
Chames. A. and W. Cooper(1984), *Creative and Innovation Management*, vol.2, Ballinger Publishing;
Dahrendorf, R.(1968), *Essays in the Thory of Society*(Stanford, Calif: Stanford Unicersity Press);
Fineman, Stephen (1994), "Organization and Emotion: Towards a Social Construction" Hn John Hassard and **Martin Parker**(Eds), *Toward a New Theory of organizations*, London snd New York: Routledge;
Hogarth, Robin. M. (1980), *Judgement and Choice*, Johnwiley and sons, Inc, New York;
Katz, Daniel & Kahn, Robert L. (1967), *The Social Psychological, of Organizations*, New York: John Wiley and Sons;
Newman. E., William. H., Ware. Kirby & MCGill, Andrew, (1987), *The Process of Management*, Prentice-Hall;
Ostrom, V. (1973), *The Intellectual Crisisin*

Wmerican Public Administration University, Ala: University of Alabama Press;
Parsons Talcott and Neil J. Smelser(1986), *Economy and Society: A Study in the Integrathon of Economic and Social Theory*, Routledge & Kegan Paul;
Reading, Mass: Addison-Wesleypublishing Co;
Riley. G. (1974), *Values, Objectivituand the Social Science* ;
Robbins. P, Stephen (1989), *Management*, Prentice – Hall Inc
Scott, Richard W. (1995a), *Institutions and Organizations*, Sage Publications;
-----, (1995b), "Institutional Theory and organizations", In Richard W. & Scott, Soren Christensen(Eds.), *The Institutional Construction of organizations*, Sage Publication;
Scott, William G. (1967), *Organization Theory: A Behavioral Analysis for Management*, Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc;
Selznick Philip (1996), "Institutionalism Old and New", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 41. --
--- (1857), *Leadership in Administration*, New York: Harper & Row. ■