

جامعه‌پذیری در سازمان با رویکرد اسلامی

ابوالفضل گائینی*

چکیده

ارزش‌های سازمانی، تعیین‌بخش اهداف سازمانی و رفتارهایی است که در درون سازمان برای رسیدن به آن اهداف شکل گرفته است. هم‌نوایی کارکنان در پذیرش این ارزش‌ها و هنجارها، سبب تسهیل رفتار کارکنان در رسیدن به اهداف می‌گردد. آنچه سبب این تسهیل است به نقش جامعه‌پذیری در پیش‌بینی رفتار و ایجاد کنترل درونی کارکنان برمی‌گردد. این مقاله درصدد تبیین نقش جامعه‌پذیری در سازمان است و نیز نشان می‌دهد چه تفاوتی بین وظایف جامعه‌پذیری در سازمان‌هایی با ارزش‌های اسلامی و غیر آن می‌باشد.

کلید واژه‌ها: جامعه‌پذیری، سازوکارهای جامعه‌پذیری، تعلیم و تربیت، ارزش‌های سازمانی، عقلانیت ابزاری و اصیل.

۱. جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری از جمله مفاهیمی است که در حوزه‌های متفاوت علوم انسانی دارای کاربرد می‌باشد. این مفهوم در حوزه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و سرانجام مدیریت کاربرد دارد. مدیریت منابع انسانی که یکی از زیرمجموعه‌های علم

* محقق و پژوهشگر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و مدرس دانشگاه.

مدیریت است، پس از موضوع انتخاب که در آن فرایند انتخاب فرد متقاضی شغل مورد گفت‌وگو قرار می‌گیرد، موضوع جامعه‌پذیری فرد انتخاب شده مطرح می‌گردد. ضرورت طرح این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که فرد تازه‌وارد گرچه از طریق فرایند انتخاب برخی از توانایی‌های او برای پذیرش شغل مورد نظر احراز شده است، اما ممکن است هم‌چنان با ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی که در آن پذیرفته شده ناآشنا باشد. ضرورت آشنایی و پذیرش این ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی از سوی فرد تازه‌وارد ایجاب می‌کند که با استفاده از روش‌های جامعه‌پذیری بتوان این آشنایی را تا حد پذیرش توأم با رغبت توسعه داد. ارزش‌های سازمانی که مجموع آن به عنوان فرهنگ سازمانی شناخته می‌شود تعیین‌بخش اهداف سازمانی و رفتارهایی است که در درون سازمان برای رسیدن به آن اهداف شکل گرفته است. هم‌نوایی کارکنان در پذیرش این ارزش‌ها و هنجارها سبب تسهیل رفتار کارکنان در رسیدن به اهداف مشخص سازمانی می‌گردد.

آنچه سبب این تسهیل است، به نقش جامعه‌پذیری در پیش‌بینی رفتار و ایجاد کنترل درونی کارکنان برمی‌گردد. هدف از این امر، تأمین انتظاراتی است که از نیروی انسانی در سازمان برای رسیدن به اهداف سازمانی می‌رود. بنابراین، جامعه‌پذیری یکی از عوامل مؤثر در سازمان است که با به‌کارگیری آن، سازمان در رسیدن به اهدافش کارا تر می‌گردد. اما جامعه‌پذیری و هدف آن چیست؟ فرایند آن کدام است؟ و سرانجام، این‌که نظر اسلام درباره آن چیست؟ آیا اسلام سازوکاری خاص، در تحقق جامعه‌پذیری معرفی کرده است؟ این‌ها مجموعه سؤالاتی است که در ادامه به پاسخ آن پرداخته می‌شود و سرفصل‌هایی را برای تحقیق بیشتر ارائه می‌دهد.

۱.۱. تعریف جامعه‌پذیری

برای جامعه‌پذیری تعاریف متعددی صورت گرفته است. از دیدگاه برخی جامعه‌شناسان، جامعه‌پذیری نوعی فرایند کنش متقابل اجتماعی است که در خلال آن، فرد عناصر اجتماعی و فرهنگی محیط خود را فرا می‌گیرد و تحت تأثیر تجارب و متغیرهای اجتماعی، آن را با شخصیت خود یگانه می‌سازد.^۱ تکیه این تعریف بر نقش کنش متقابل است که در آن آگاهی و اراده فرد برجسته می‌نماید. برخی تعاریف دیگر

۱. ایان رابرتسون، درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، ص ۱۱۲.

هست که شرطی شدن را عامل تحقق فرایند جامعه‌پذیری برمی‌شمرند.^۱ اما این‌که پیش‌فرض این دو تعریف از جامعه‌پذیری چیست؟ بحثی است که صبغه فلسفی دارد و به عنوان مبنای نظری موضوع جامعه‌پذیری قابل طرح است. آنچه به عنوان مهم‌ترین پیش‌فرض برای این موضوع تلقی می‌شود، نوع نگاهی است که به ماهیت انسان برمی‌گردد. این نگاه، هر چه که باشد، بر چگونگی فرایند جامعه‌پذیری تأثیرگذار است. نگاهی که جنبه‌های غریزی و مکانیکی در انسان را درشت‌تر از جنبه‌های عقلی، اجتماعی و ارادی می‌بیند، به جای تأکید بر عنصر یادگیری آگاهانه در فرایند جامعه‌پذیری، به عناصر تحریک‌کننده ابعاد غریزی و زیستی انسان تأکید می‌کند. بنابراین، به جای تعریف جامعه‌پذیری به عنوان فرایند کنش متقابل اجتماعی، فرایند شرطی شدن را در این تعریف مد نظر قرار می‌دهد. واضح است که اگر ملاک جامعه‌پذیری در شرطی شدن فرد خلاصه گردد، نقش آگاهی و اختیار که در برخی تعاریف برجسته بود، جای خود را به انفعال و پذیرش یک سویه می‌دهد.

در دو تعریف یاد شده که تعریفی جامعه‌شناسانه از جامعه‌پذیری ارائه کرد، حوزه آن در فرد و محیط اجتماعی تبیین می‌گردد؛ فرد، به عنوان عضوی از جامعه و محیط، به عنوان جامعه وسیعی که فرد در آن عضویت دارد. اما کاربرد مفهوم جامعه‌پذیری در حوزه مدیریت منابع انسانی بسی محدودتر از حوزه جامعه‌شناسی است. در حوزه مدیریت «کارمند» به عنوان انسانی سازمانی به جای «فرد» و «سازمان» به عنوان زیرمجموعه‌ای کوچک از جامعه کلان قرار می‌گیرد. جامعه‌پذیری فرایندی است که کارکنان از آن هنجارها و ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مناسب برای نقش‌های تازه در سازمان را فرا می‌گیرد. در تعریف دیگری از جامعه‌پذیری آمده است که «جامعه‌پذیری فرایندی است که به وسیله آن فرد جدید اطلاعات لازم و کافی را درباره سازمان که وارد آن شده است کسب می‌کند و با قبول ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری آن، خود را با اوضاع مطابقت داده، می‌آموزد که چه باید بکند و چه انتظاری از او می‌رود.^۲ به عبارتی دیگر، شخص تازه وارد و خام به شخص مطلع و پخته در درون سازمان تبدیل می‌شود». آنچه در تعاریف یاد شده عنصر کلیدی و مهم در فرایند جامعه‌پذیری معرفی گردیده است، نهادینه کردن ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی در درون کارکنان است؛ زیرا

۱. علی سلیمی، جامعه‌شناسی کجروی، ص ۴۲. ۲. اسفندیار سعادت، مدیریت منابع انسانی، ص ۱۵۶.

مجموعه ارزش‌ها و هنجارها در تفسیر رفتارهای صحیح و ناصحیح نقش مهم و تعیین‌کننده دارند. از این رو لازم است که هرگونه برنامه‌ای که برای انطباق فرد با سازمان طراحی می‌گردد، با توجه به فرهنگ و نظام ارزشی سازمان باشد، چراکه هر سازمانی بنا به فرهنگ و نظام ارزشی خود از رفتار صحیح و مناسب تعریف خاص دارد.

۱.۲. هدف جامعه‌پذیری

از مطالب یاد شده به دست آمد که جامعه‌پذیری فرایندی است که در آن سعی در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی به کارکنان تازه وارد دارد. این مطلب ما را به پاسخ‌گویی به سؤالی سوق می‌دهد که جامعه‌پذیری از این انتقال چه منظوری را تعقیب می‌کند و به دنبال دست‌یابی به چه هدفی است؟

هدف از جامعه‌پذیری در سطح وسیع‌تر از سازمان، یعنی جامعه، این‌گونه بیان شده است: «جامعه‌پذیری به عنوان یکی از ابزارهای ایجاد نظم اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد، ابزاری که از طریق آن، جامعه فرهنگ خود را از نسلی به نسل بعدی انتقال می‌دهد، بدین ترتیب، جامعه استقرار خود را از نسلی به نسل دیگر تضمین می‌کند»^۱. بنابراین، ایجاد نظم اجتماعی، هدف جامعه‌پذیری شناخته شده است. این نظم از طریق ابزارها و تقاضاهای درونی و برونی قابل تحقق است و «نقش جامعه‌پذیری به عنوان ابزاری برای ایجاد نظم اجتماعی از طریق سعی در تربیت نیروهای دارای ارزش‌های درونی شده و با وجدان است که کمتر تحت تأثیر موقعیت‌ها و شرایط قرار می‌گیرند و بیشتر با توجه به معیارها و ارزش‌های درونی شده خود عمل می‌کنند»^۲. جامعه‌پذیری در سازمان نیز به دنبال تسهیل فعالیت سازمان در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده است. عنصر اساسی در درون سازمان که باعث می‌شود سازمان به اهدافش سریع‌تر دست یابد، انسان است. هم‌خوانی و هم‌نوایی کارکنان با ارزش‌ها و هنجارهای سازمان سبب می‌گردد موانع رفتاری که احتمالاً از طریق فقدان هم‌پوشی برخی ارزش‌های کارکنان با ارزش‌های سازمانی به وجود می‌آید، برداشته شده و کارکنان با پذیرش و درونی کردن آن ارزش‌ها و هنجارها، رفتار خود را منطبق با خواسته‌های سازمان کنند، تا از این طریق فعالیت سازمان را در رسیدن به اهدافش تقویت نماید. بنابراین، «یکی از

۱. علی سلیمی، همان، ص ۴۴.

۲. بروین کدیور، روانشناسی تربیتی، ص ۱۳۶.

اهداف مهم فرایند آشناسازی فرد با سازمان، شناساندن ارزش‌ها و هنجارهای اصلی و اساسی سازمان به فرد و سعی در متقاعد نمودن او به پذیرش آن‌ها است.^۱ از آنجاکه عمده چرخه فعالیت‌های سازمان از طریق رفتارهای عنصر انسانی در درون سازمان انجام می‌پذیرد، کنترل جهت تنظیم رفتارهای او در این چرخه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این کنترل می‌تواند با ابزارها و تقاضاهای بیرونی صورت گیرد؛ یعنی فرد بدون پذیرش همدلانه وظایف و نقش‌هایی که در درون سازمان به عهده او گذاشته شده تنها به دلیل بایدها و نبایدهای بیرونی به انجام آن پردازد و یا با پذیرش همدلانه و به عبارت دیگر از طریق هم‌نوایی با اهداف و ارزش‌های سازمانی، انتظارات سازمان را از نقش‌های واگذار شده برآورده سازد. هر دو طریق، سازمان را در رسیدن به اهدافش کمک می‌کند، چراکه سبب بازدارندگی رفتارهای نامطلوب کارکنان در مسیر رسیدن به هدف می‌گردد. اما آنچه مهم است میزان اثربخشی در این بازدارندگی است. به گونه‌ای معقول قابل پیش‌بینی است که کنترل از طریق هم‌نوایی اثربخش‌تر از اعمال ابزارهای بیرونی است و در این جا جامعه‌پذیری نقش مهمی در اثربخش نمودن تنظیم رفتار کارکنان در رسیدن به اهداف سازمانی دارد؛ زیرا «در روند جامعه‌پذیر شدن، به تدریج، مهارت‌های درونی و نمادین، جانشین مجازات‌ها و تقاضاهای بیرونی می‌شوند»^۲ و «هر چه اجتماعی کردن مؤثرتر باشد نیاز به کنترل کمتر خواهد بود».^۳

برخی صاحب‌نظران، چهار هدف عملیاتی مهم را برای فرایند جامعه‌پذیری در سازمان بیان کرده‌اند:

۱. امکان پیش‌بینی رفتار: پیش‌بینی‌پذیر بودن رفتار کارکنان یکی از ابزارهایی است که چشم‌انداز آتی سازمان را در رسیدن به اهدافش در اختیار مدیریت سازمان قرار می‌دهد. این پیش‌بینی از طریق نهادی و درونی شدن ارزش‌ها و مقررات سازمانی در کارکنان تا حدودی امکان‌پذیر است. رفتارها بروز عینی و طبیعی ارزش‌ها و خصایص درونی شده افراد می‌باشند. با پیش‌بینی رفتار می‌توان اطمینان حاصل کرد که کارکنان به نفع سازمان عمل خواهند کرد.

۲. جایگزین کردن مقررات برای هدایت رفتار: جامعه‌پذیری به جای مقررات ر

۱. اسفندیار سعادت، همان، ص ۱۵۹.

۲. پروین کدیور، همان، ص ۱۳۲.

۳. آنتونی گیدنز، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، ص ۲۰۶.

دستور العمل‌های رفتاری کارکنان که در جاهای دور به خدمت مشغول‌اند، بسیار سودمند است. هم‌چنین برای مشاغل حساس که از اسرار شرکت و فعالیت‌های پژوهشی آن آگاهی می‌یابند امری مفید است.

۳. افزایش عملکرد و خشنودی شغل: جامعه‌پذیری موجب انتقال انتظارات دیگران به کارکنان تازه وارد خواهد شد. برنامه‌ریزی جامعه‌پذیری مؤثر به کارکنان تازه‌کاری می‌دهد رفتار، ارزش‌ها، هنجارها و سیاست‌های کلی مورد علاقه سازمان را سریع‌تر بیاموزد.

۴. کاهش اضطراب: نقش فعالیت‌های جامعه‌پذیری کارا، در کاهش اضطراب کارکنان، بسیار است. اطلاعات محدود در روزهای اولیه خدمت از شغل و سرپرستان جدید سبب اضطراب می‌گردد. هنگامی که برنامه‌مقدماتی جامعه‌پذیری گسترده‌گردید و اطلاعات بیشتری در شغل و سرپرستان جدید در آن ارائه شد، از درجه اضطراب کاسته می‌شود.

برای تحقق جامعه‌پذیری و رسیدن به اهداف آن می‌بایست با استفاده از سازوکارهایی، فرایند خاصی طی شود، اما این فرایند و سازوکارها کدامند؟ در ادامه به بیان آن پرداخته خواهد شد.

۱.۳. فرایند و سازوکارهای جامعه‌پذیری

قبل از بیان فرایند و سازوکارهای جامعه‌پذیری، باید متذکر شد که سازمان‌ها در به کارگیری فرایند جامعه‌پذیری متفاوتند. گرچه تمامی سازمان‌ها وجود کارمندان جامعه‌پذیر شده را برای رسیدن به اهداف سازمانی خود ضروری می‌دانند، اما این‌که آیا خود سازمان، یا نهادی دیگری، متکفل به کارگیری این فرایند شود، بسته به هدف آن سازمان، متفاوت خواهد بود. به طور کلی سازمان‌هایی که بیشتر از قدرت هنجاری استفاده می‌کنند، در دسترسی به نتایج جامعه‌پذیری از دیگر سازمان‌ها موفق‌ترند. سازمان‌هایی که از قدرت مادی استفاده می‌کنند معمولاً اجتماعی کردن را به سازمان‌ها و نهادهای دیگری مانند مدارس حرفه‌ای و دانشگاه‌ها واگذار می‌کنند و انتخاب دقیق افراد اجتماعی شده را به اجتماعی کردن به وسیله سازمان ترجیح می‌دهند.^۱ از آنجا که رابطه

۱. آنتونی گیدنز، همان. ص ۲۷.

اخلاقی در سازمان‌های با قدرت هنجاری از اهمیت بیشتری برخوردار است، به طور طبیعی التزام به ارزش‌ها و آداب و رسوم سازمانی از جایگاه خاص در فرهنگ آن سازمان برخوردار است. این التزام، دامنه ورود افراد جدید را به سازمان تنگ‌تر نموده و حساسیت بیشتری را برای جامعه‌پذیری افراد از خود نشان می‌دهد و سرانجام میزان آمادگی افراد در تمهد به هنجارهای سازمانی شرط مهم در انتخاب آنان می‌باشد.

جهت تحقق جامعه‌پذیری، سازوکارهایی لازم است که با تمسک به آن می‌توان فرد تازه وارد را جامعه‌پذیر ساخت. به طور کلی، برای جامعه‌پذیری دو سازوکار یادگیری و درونی کردن دیگری را تعریف کرده‌اند. «یادگیری عبارت است از اخذ بازتاب‌ها، عادات، طرز رفتار و غیره از دیگران که به کمک چهار نحوه عمل اصلی تکرار، تقلید، تشویق و تنبیه و آزمایش و خطا در ارگانیسم روانی شخص جا می‌گیرد. درونی کردن دیگری نیز مکمل سازوکار نخست و به معنای یگانگی یافتن عناصر فرهنگ و نظام اجتماعی با شخصیت خود است».^۱ به منظور انجام یادگیری و درونی کردن نسبت به افراد تازه وارد، سه مرحله در سازمان پیش‌بینی شده است:

۱. مشاهده عینی از شغل، پیش از آغاز کار، به طوری که فرد با ویژگی‌های مثبت و منفی شغل آشنا می‌شود.

۲. اجرای برنامه‌های توجیهی برای آشناکردن کارکنان در زمینه‌های خدمات رفاهی و امتیازهای استخدامی، مقررات و قوانین، آیین‌نامه‌های اجرایی و... در سازمان. این برنامه‌ها به طور معمول در هفته آغاز خدمت کارکنان تازه کار اجرا می‌شود. اگر این برنامه‌ها اجرا نشود فرد تازه وارد ممکن است اطلاعات خود را از کارکنان شاغل دریافت کند که احیاناً درست نیستند و این سبب می‌شود که با منافع سازمان و کارکنان، ناسازگار افتد. بنابراین، برای کارساز شدن جامعه‌پذیری لازم است در قالب برنامه‌های توجیهی اطلاعات به گونه‌ای مناسب و به موقع در اختیار کارکنان قرار گیرد.

۳. ویژگی‌های نخستین شغل، چگونگی تجربه‌های اولیه در شغل و رفتار نخستین سرپرست، نقش مهمی در جامعه‌پذیری فرد تازه وارد دارد. تجربه‌های یک کارمند در شغل تازه، و با سرپرستان تازه وی را برای کسب ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها و رفتارهای مناسب یاری می‌دهد (شولر، ۱۳۷۵: ۴۰-۲۳۹).

۱. علی سنینی، همان، ص ۴۵.

علاوه بر فرایند یاد شده، توصیه‌هایی نیز برای هر چه بهتر جامعه‌پذیر شدن افراد شده است، مانند سازمان از تازه وارد می‌خواهد که دوستان فعلی خود و کسانی را که با آنها معاشرت دارد کنار بگذارد و رابطه‌اش را با آنها قطع کند، در بدو ورود سازمان، تازه وارد را عمداً مجبور می‌کنند تا وظایف پستی را انجام دهد. با پذیرش و انجام این قبیل کارها تازه وارد عملاً مطیع بودن خود و تسلیم در مقابل خواسته‌های سازمان را اعلام می‌کند. تازه وارد با تحمل فشارها، عیب‌جویی‌ها و حتی سخنان تند و آزاردهنده‌ای که افراد ارشدتر در سازمان عمداً نسبت به او روا می‌دارند ثابت می‌نماید که در مقابل سازمان غروری ندارد، نقش و جایگاه خود را در آن پذیرفته است این توصیه‌ها مبتنی بر این نظریه است که جامعه‌پذیری می‌بایست همراه با تخلیه ذهن و شخصیتی افراد از هرگونه باورها و ارزش‌های پیشین باشد تا بتوان به طور مناسب‌تری ارزش‌های جدید را جایگزین نمود.^۱ اگرچه پذیرش ارزش‌های سازمانی از سوی کارمندان برای هر سازمانی مطلوب است، اما این‌که آیا تخلیه و یا تغییر همه ارزش‌هایی که فرد قبل از ورود به سازمان داشته امکان‌پذیر است و به فرض امکان، مطلوب است، محل تردید می‌باشد. راه اعتدال، در همسو کردن ارزش‌ها و هنجارهای فرد قبل از سازمان، با هنجارها و ارزش‌های سازمانی است. اگر سازمان بتواند با شناسایی ارزش‌های فردی، آنان را در راستای ارزش‌های سازمانی به کارگیرد اثربخشی سازمان در رسیدن به اهدافش بیشتر خواهد شد. بنابراین، از خود بیگانه شدن کارمند نسبت به ارزش‌هایی که دارد برای پذیرش بهتر ارزش‌های سازمان، مطلوب نمی‌باشد، خصوصاً آن‌که تعریف جامعه‌پذیری به فرایند کنش متقابل اجتماعی فرد با محیط، اجازه استفاده از هرگونه توصیه‌ای را در راه عملی ساختن فرایند جامعه‌پذیری نمی‌دهد. این تعریف، حضور آگاهانه و با اختیار فرد را در فرایند جامعه‌پذیری طلب می‌کند. طبق این تعریف، فرد با اتکا به ارزش‌های خود و با آگاهی و اختیار، دست به انتخاب می‌زند و این به معنای آن است که فرد در قبال ارزش‌های سازمانی منفعل و خشن نیست، بلکه با آگاهی و اختیار ممکن است ارزش‌های دیگری را بپذیرد. بنابراین، استفاده از روش‌هایی چون قطع ارتباط با دوستان قبلی، و یا تحمیل فشارها و عیب‌جویی‌ها به منظور تسلیم نمودن فرد برابر خواسته‌های سازمان و شکستن غرور او، جامعه‌پذیری اثربخشی را که در آن فرد نسبت به پذیرش سازمان آگاهانه هم‌نوا و متقاعد گردد به دنبال نخواهد داشت.

۱. اسنندیار سعادت، همان، ص ۱۷۱-۱۷۲.

۲. جامعه‌پذیری از نگاه اسلامی

جامعه‌پذیری امری عقلایی است که ضرورت آن نمی‌تواند مورد انکار قرار گیرد. بنابراین، هر مکتب و عقیده‌ای پایبندی پیروان به اصول ارزشی و هنجارهای آن مکتب را الزام آور می‌داند. اسلام نیز معرف برخی ارزش‌ها و هنجارها است که تبعیت پیروانش را از آن طلب می‌کند. از دیدگاه اسلام در حوزه عام اجتماعی، اصولی از ارزش‌ها، محور و معیار نظم و ارتباطات اجتماعی است. این ارزش‌ها، البته، خلاصه شده در برقراری مناسبات دنیوی نیستند، بلکه عمل به آنان هم حیظه و ظایف دنیوی افراد را در تعامل با یکدیگر مشخص می‌کند. مهم‌تر این‌که، در پرتو آنها، کمالات معنوی افراد را در رهسپاری بهتر به عالم آخرت تضمین می‌کند. در متون اسلامی، روایاتی است که از حاکمان و مدیران کلان جامعه که در واقع حافظان اصلی ارزش‌های جامعه اسلامی هستند، خواسته شده است که ارزش‌شکنی نکنند، چرا که نظم اجتماعی و صلاح امت به رعایت این ارزش‌ها است. امام علی (ع) در نامه معروف خود به مالک اشتر می‌فرماید: لا تنقص سنة صالحة عمل لها صدور هذه الامة واجتمعت بها الالفه و صلحت علیها الرعية^۱ «ای مالک روش پسندیده‌ای را که بزرگان این ملت بدان عمل کرده و مردم با آن خو گرفته‌اند و کارهای رعیت با عمل کردن به آن، به صلاح آمده، مشکن و از میان مبر». برای این‌که جامعه‌ای با چنین مناسبات و وظایفی شکل بگیرد، اسلام توصیه‌ها و راهکارهایی ارائه نموده است که به کارگیری آن در تمامی سطوح مختلف نظامات اجتماعی، باعث پیدایش جامعه‌ای مطلوب و آرمانی می‌گردد. این توصیه‌ها در قالب دستورالعمل‌های آموزشی و تربیتی می‌باشد که در واقع از سازوکارهای مهم جامعه‌پذیری برشمرده شده است.^۲ اما آنچه مورد بررسی این نوشته است جامعه‌پذیری در گستره این سطح نمی‌باشد، بلکه بحث منحصرأ به حوزه محدودتر آن، یعنی سازمان منتهی می‌گردد. بدیهی است که می‌توان با استناد به ملاک‌هایی که اسلام در ضرورت و نیز توجه به به‌کارگیری توصیه‌های آموزشی و تربیتی جهت اقتاع‌سازی افراد در پذیرش ارزش‌های اجتماعی کلان نموده است، به مجموعه‌های خردتر اجتماعی مانند سازمان‌ها تعمیم داد. سوگیری این ملاک‌ها در تأمین اهداف و غایاتی است که اسلام در سطح فردی و

۱. نهج البلاغه، نامه ۵۳.

۲. ادگار شاین، مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری، ترجمه برزو فرهی، ص ۳۱.

اجتماعی برای انسان پیش‌بینی نموده است. بنابراین، سازمان به عنوان خورده سیستم اجتماعی مشمول توصیه‌ها و راهکارهای آموزشی و تربیتی برای انتقال ارزش‌ها و تقاضاهای اخلاقی مورد نظر اسلام می‌باشد.

۲.۱. سازوکار تعلیم و تربیت در جامعه‌پذیری اسلامی

می‌توان در منابع دینی به جست‌وجوی عینی و مصداقی از توصیه‌ها و دستورالعمل‌های برآمد که به طور مستقیم ناظر به نظام‌های اداری در سطح جامعه است و بیانگر مدل واقعی و تجربه‌پذیر دستورالعمل‌هایی است که اسلام به صورت کلی و در فضای عام نظام اداری مطرح کرده است. حکومت ۵ ساله امام علی (ع)، مدل عینی و واقعی از این توصیه‌ها و راهکارها است که حضرت به کارگزاران خود در رعایت و التزام به برخی ارزش‌ها و هنجارهایی که در نظام اداری باید به کار گرفته می‌شد بیان کرده است. این مدل، ترسیمی از نظام حکومتی است که حضرت به عنوان نمونه ایده‌آل و آرمانی منطبق با ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی در نظر گرفته است. ناگزیر ساختار و ارکان تشکیل‌دهنده چنین نظامی متأثر از آن ارزش‌ها است. حاکمان که محور مهم اجرایی نظام اداری آن زمان را تشکیل می‌دادند باید ویژگی‌های بینشی و رفتاری آنان نسبت به ارزش‌ها و هنجارها انطباق‌پذیر باشند. به تعبیر دیگر، حاکمان و والیان که از سوی حضرت برای اداره ولات برگزیده شده بودند می‌بایست نسبت به ارزش‌ها و هنجارهایی که لازمه ضروری حکومت آرمانی مورد نظر حضرت علی (ع) بود وضعیت جامعه‌پذیر و انطباق‌پذیر داشته باشند. سازوکار حضرت برای اقناع حاکمان عبارت از تعلیم و تربیت بود. همان‌گونه که یکی از حقوق‌زیردستان را برگردن والیان آموزش و تربیت برمی‌شمرد: یا ایها الناس ان لی علیکم حقاً و لکم علی حق فاما حقکم علی... تعلیمکم کیلا تجهلوا و تادیبکم کیما تعلموا^۱ ای مردم به راستی من بر عهده شما حقی دارم، شما نیز بر عهده من حقی دارید، اما حق شما بر من،... یاد دادن به شما تا گرد نادانی نگردید و ادب آموختن به شما تا بیاموزید و فراگیرید. به عبارت دیگر یادگیری و درونی‌کردن در قالب نامه‌ها، خطابه‌ها از ابزارهای مهمی بودند که حضرت در جامعه‌پذیر ساختن حاکمان و والیان به کار می‌برد، علاوه بر این‌که خود بهترین الگو در روش زمامداری برای

۱. نهج البلاغه، خطبه ۳۴.

دیگر حاکمان و والیانی بود که از سوی آن حضرت برای این امر منصوب شده بودند. با تتبع در نامه‌ها و خطبه‌های امام علی (ع) که در مجموعه شریف به نام نهج البلاغه گردآوری شده می‌توان بسیاری از ارزش‌ها و هنجارهایی که مورد نظر حضرت در به‌کارگیری در نظام اداری اسلام بوده به دست آورد.

۲.۲. جامعه‌پذیری و ارزش‌های سازمانی

به طور کلی می‌توان ارزش‌های سازمانی را به دو عنوان عمده تقسیم نمود: خدامحوری و مردم‌داری. توصیه به خدامحوری در ابتدای تمامی نامه‌های حضرت خطاب به والیان و حاکمان به چشم می‌خورد. با این فرض که تمامی افراد منصوب قبل از انتصاب حضرت از ویژگی خاص خدامحوری برخوردار بودند. توجیه چنین دستورهایی بعد از انتصاب را باید به نقش و صبغه تعیین‌کننده آنان در نظام اداری دانست. توصیه‌هایی چون تقوی الله، ایثار طاعته و اتباع ما امر به فی کتابه... که در نامه ۵۳ نهج البلاغه خطاب به مالک اشتر آمده است، همگی شاهد بر لزوم انجام وظایف اداری و حکومت‌داری بر محوریت الله است. هم‌چنین، توصیه آن حضرت به مردم‌داری و رعایت حقوق مردم در انجام وظایف اداری در نامه فوق و دیگر نامه‌ها به برخی استانداران را در قالب مفاهیمی چون انصاف که در کنار انصاف نسبت به خدا ذکر شده،^۱ گشاده‌رویی و پرهیز از غضب^۲ فروتنی و مهربانی نسبت به مردم^۳ در همین راستا معنا پیدا می‌کند. بیان و توصیه این ارزش‌ها علاوه بر دلالت به بالندگی و پویایی محتوایی آن، نشان‌دهنده تأکید بر التزام عملی آن ارزش‌ها در سطح نظام کلان اداری است. خصوصیت بارز، در محتوا و شیوه بیانی است که حضرت در جامعه‌پذیر ساختن منصوبین خود به کار می‌گیرند. در واقع، این خصوصیت وجه فارق جدی و مهم با دیگر سازوکارهای مطرح در جامعه‌پذیری در سطح اداری و سازمانی است.

تأکید حضرت در اقتناع‌سازی ارزش‌های مورد نظر خطاب به مخاطبین خود فراتر از عقلانیت ابزاری است که اکنون پارادایم حاکم بر بسیاری از دستورالعمل‌های اجرایی و از جمله آن جامعه‌پذیری است. آنچه پیش از اقتناع‌سازی در رفتار علوی است باور به

۱. نهج البلاغه، نامه ۵۳.

۲. همان، نامه ۷۶.

۳. همان، نامه ۲۷.

عقلانیت اصیل و ارزشی در مخاطبین این پیام و تحریک به تنبیه آن عقلانیت از طریق مستدل نمودن توصیه‌های ارزشی است که چنین مخاطبانی باید در صحنه عمل و در نظام اداری متولی اجرای آن باشند. کارگزاران آن حضرت در طول مدت ۵ سال زمامداری ایشان معمولاً افرادی بودند که در نظام تربیتی اسلام رشد و نمو داشتند.

بشترانه این نظام، عقلانیتی اصیل، و نه ایزاری، قدسی، و نه دنیوی، بود. اکنون امام با چنین پیشینه‌ای از مخاطبین خود روبرو است. بنابراین، برای اجتماعی شدن ارزش‌های مورد نظر توسط کارگزارانش، بهترین راه، توجیه عقلانی در القای چنین ارزش‌هایی است. این روش به خوبی در توصیه‌های آن حضرت هویدا است. در هر بخشی از نامه که در آن توصیه‌ای در جهت عملی ساختن ارزش‌های مورد نظر در صحنه نظام اداری می‌پردازد، با اتکا بر عقلانیت پیش گفته در مخاطبین خود و در جهت اقناع‌سازی آن به توجیه عقلانی در ضرورت به کارگیری آن ارزش پرداخته است، چه آنجا که خدامحوری را به عنوان یک ارزش در صحنه جاری نظام اداری توصیه می‌کند، و چه در مواردی که مردم‌داری را به عنوان ارزشی دیگر در طول خدامحوری متکای توصیه‌های خود قرار می‌دهند، برای مثال، در سفارش به مالک اشتر در زمینه برخورد منصفانه با مردم و برای این‌که مالک را تحریک و توجیه به انجام آن کند، به جای اهداف سودانگاران که در رعایت این نوع برخوردها در منابع مدیریتی مد نظر قرار می‌گیرد، سفارش می‌شود که برای استمرار سازمان در بهتر رسیدن به اهدافش می‌بایست با مرئوسین منصفانه برخورد کرد، حضرت ترک چنین رفتارهایی را مصداق تام ظلم معرفی می‌کنند «فانک الا تفعل تظلم»^۱ و خدا را دشمن چنین ظالمی می‌شناساند و نتیجه این دشمنی را تغییر در نعمت الهی و نازل شدن مصیبت می‌داند. در این عبارت مختصر، با نگاهی آسمانی مسیر سود و زیان، حتی دنیوی، را مشخص کرده است. ناپایبندی به ارزش‌ها را با بر حسب ظلم به خدا مورد نکوهش قرار می‌دهد و پیامد چنین ظلمی را تغییر در مسیر حرکت از سود به زیان بیان می‌دارد.

با ملاحظه عام بودن مفهوم نعمت و مصیبت، این امر قابل تسری و تعمیم نسبت به تمامی مصادیق و پدیده‌های این جهانی و اخروی آن است. این نحو از ترغیب در جهت پذیرش ارزش‌های سازمانی، قابل مقایسه با آنچه تحت مفاهیمی چون تحمل فشارها،

عیب‌جویی‌ها، سخنان تند و آزاردهنده به منظور شکستن غرور افراد در قبال غرور سازمان و سرانجام پذیرش بی‌چون و چرای ارزش‌های سازمانی توصیه شده بود، نمی‌باشد.^۱

از دیدگاه امام علی (ع) نه تنها این گونه از رفتارها جهت به اطاعت در آوردن دیگری توصیه نشده است، بلکه شدیداً مورد نکوهش قرار گرفته، به طوری که در همان نامه می‌فرماید: مگو من مأمورم و مسئولیت دارم، امر می‌کنم و باید اطاعت شود؛ زیرا این کار موجب دخول فساد در قلب و خرابی دین و نزدیک شدن تغییر و تحول در قدرت است.^۲ گفتنی است که گرچه بسیاری از این گونه سفارش‌ها در فضای نظام اداری آن هم در سطح کلان مطرح شده است، اما با توجه به تبیین‌های علی که در ضرورت به‌کارگیری آن شده، قابل تعمیم و تطبیق به حوزه‌های کوچک‌تری چون سازمان می‌باشد. در مجموع، می‌توان گفت جامعه‌پذیری که لازمه‌اش تنظیم مناسبات و تعاملات اجتماعی از طریق عینی و عملی ساختن ارزش‌ها و هنجارها در سطح نگرش و رفتار افراد است، از مفاهیمی است که مورد تأیید و بلکه تأکید اسلام بوده، منتها با دیدی فراتر از آنچه در حوزه‌های مختلف علوم انسانی مطرح است، در بعد غایی از جامعه‌پذیری، گستره کاربری آن تنها در تنظیم مناسبات اجتماعی افراد در محدوده دنیوی خلاصه نمی‌گردد، بلکه فراتر، در تأثیر آن در نیل به سعادت اخروی نیز مورد ملاحظه قرار گرفته است. به همین دلیل، سازوکارهای جامعه‌پذیری نیز متناسب با این غایت تعریف شده است. آنگاه توجه و وظایف شغلی در مدیریت نیروی انسانی به منظور تأمین سازوکار یادگیری در فرایند جامعه‌پذیری منظور شده است، محور این توجه تنها با بیان نقش و انتظاری که از آن شغل در سازمان می‌رود خلاصه شده است. از آنجا که اهداف سازمانی معمولاً در سودآوری تعیین شده، موضوع نقش و انتظار هم در همین سود سازمانی تعریف می‌گردد. از این رو، عقلانیت ابزاری نقش تعیین‌کننده‌ای در هدف‌گذاری دارد، اما در بینش اسلامی، اهداف، این گونه محکوم عقلانیت ابزاری نیست.

ابزارهای جامعه‌پذیری نیز در تنگ و تالی این عقلانیت نمی‌ماند، بلکه با گستره اهداف تعلیمی و تربیتی، جامعه‌پذیری از محدوده دنیا به جهان آخرت، ملاک و

۱. اسفندیار سعادت، مدیریت منابع انسانی، ص ۱۷۱ و ۱۷۲.

۲. نهج البلاغه، نامه ۵۳.

معیارهای جامعه‌پذیری را نیز با تناسب این اهداف تعریف می‌نماید. به جای عقلانیت ابزاری آنچه معیار قرار می‌گیرد، عقلانیت اصیل است که توجیه پذیرش ارزش‌ها از سوی کارکنان را نه به خدمت گرفتن ارزش‌ها در تأمین اهداف مادی سازمان، بلکه علاوه و فراتر از آن رساندن انسان به کمال و سعادت معنوی تلقی می‌کند. از این رو، همان‌گونه که قبلاً بیان شد بسیاری از تبیین‌های علی که امام علی (ع) بر توجیه پذیرش ارزش‌ها از سوی کارگزارانش مطرح می‌کند، ناظر به آن محور عقلانی است که مخاطبین او در نظام تربیتی اسلام با آن آشنا شده‌اند. این عرصه پهنه‌ای وسیع از دنیا و آخرت را فراگرفته و حضرت با تنبیه به آن محورها در توجیه پذیرش ارزش‌های مورد نظر از سوی کارگزاران اقدام می‌کند. اصرار بر حاکم بودن بینش‌های معنوی در تأثیر بر اهداف جامعه‌پذیری اسلامی، الزاماً نفی سودانگاری در چنین اهدافی نمی‌باشد، بلکه در مدل اسلامی آنچه در صدر می‌نشیند، رضایت و قرب الهی است. چنانچه وقتی امام صادق (ع) مبلغی را برای امر تجارت به عذافر می‌دهد، ایشان ضمن تأیید به مطلوب بودن سود در تجارت با تعبیر «وان كان الربح مرغوباً فيه» «اگرچه سودآوری در تجارت مطلوب است» اما با گشودن ارزشی برتر و اصیل؛ یعنی جست‌وجوی رضایت الهی در بهره‌گیری از نعمات و فوایدش این‌گونه ترغیب به تجارت می‌کند: و لكن احببت ان يراني الله عزوجل متعرضاً لفوائده،^۱ بلکه دوست دارم، خداوند عزوجل ببیند که جوایب بهره‌مندی از فضل و فواید او هستم.

البته سازوکارهای دیگری نیز جهت جامعه‌پذیری در توصیه‌های پیشوایان دینی مطرح شده است که می‌توان همه را در قالب عام آموزش و تربیت بیان نمود، برای مثال تشویق و تنبیه یکی از ابزارهای کارا در پیشبرد اهداف آموزشی و تربیتی است که نقش تثبیت و بازدارندگی رفتارهای مثبت و منفی دارد.

امام علی (ع) خطاب به مالک اشتر یادکرد از افراد نیکوکار را توصیه می‌کند و تأثیر آن را در تهییج و ترغیب دیگران به انجام کارهای نیکو می‌داند «و اصل فی حسن الشئاء علیهم و تعدید ما ابلی ذود البلاء منهم فان كثرة الذكر لحسن افعالهم تهز الشجاع و تحرض الناکل ان شاء الله»^۲ «مردم را به نیکی یاد کن و همت کسانی را که مورد آزمایش قرار گرفته و متحمل رنج و سختی شده‌اند بر زبان آور، زیرا یادکردن کارهای نیک آنان فرد دلیر را

۱. شیخ طوسی، بیان، ج ۶، ص ۳۲۶.

۲. نهج البلاغه، نامه ۵۳.

تهییج کرده، به حرکت و جنبش می‌آورد و از کارمانده را به خواست خدای تعالی به کار و تلاش ترغیب می‌نماید».

بنابراین، معرفی افراد نیکوکار و الگو قرار دادن آنان، در تأثیرگذاری ارزش‌ها بر افراد اجتماع نقش مهمی دارا می‌باشد و در مقابل، تنبیه نیز اثر بازدارندگی از کار ناشایست دارد، البته در صورتی که خوش رفتاری باعث اصلاح نگردد. «من لم یصلحه حسن المدارة یصلحه حسن المكافاة»^۱ «کسی که با خوش رفتاری اصلاح نگردد، مجازات اصلاحش خواهد کرد».

نتیجه‌گیری

تعریف و سازوکارهای جامعه‌پذیری تابع تعریف و قلمرو ارزش‌ها در سازمان است. هر سازمانی جهت نهادینه ساختن ارزش‌های خود در بین کارکنان، نیازمند به استفاده از سازوکارهای جامعه‌پذیری است، اما کیفیت و قلمرو ارزش‌های سازمانی نوع این سازوکارها را مشخص می‌سازد. اگر قلمرو ارزش‌های سازمانی محدود به جغرافیای این جهانی باشد؛ ابزارهای جامعه‌پذیری آن نیز با همین خصوصیت تعبیه می‌شود، اما اگر دامنه این ارزش‌ها با اتکا به عقلانیت اصیل نه ابزاری، طیفی گسترده از این جهان و جهان آخرت باشد؛ طبیعی است که ابزارهای اقناع‌کنندگی و ترویج این ارزش‌ها نیز از کیفیت فراخنای دیگری برخوردار می‌گردد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع و مآخذ

۱. آمدی، عبدالواحد، غررالحکم و دررالحکم، مشهد، انتشارات ضریح آفتاب، مؤسسه الجواد، ۱۳۸۰.
۲. رابرتسون، ایان، درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، مشهد آستان قدس رضوی، ۱۳۷۴.
۳. سعادت، اسفندیار، مدیریت منابع انسانی، سمت، ۱۳۷۵.
۴. سلیمی، علی، جامعه‌شناسی کجروی، قم، پژوهشکده حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۰.
۵. شاین، ادگار، مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری، ترجمه: برزو فرهی بوزنجانی، شمس‌الدین نوری، تهران، انتشارات سیمای جوان، ۱۳۸۴.
۶. شیمون ال، دولان، مدیریت امور کارکنان و منابع انسانی، ترجمه محمدعلی طوسی، محمد صائبی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۵.
۷. فیض الاسلام، نهج البلاغه، نشر، بی‌نام، ۱۳۸۶ق.
۸. کدیور، پروین، روانشناسی تربیتی، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۷۹.
۹. گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۷۴.
۱۰. مجلسی، محمدباقر، بحار الانوار، بیروت، مؤسسه الوفا، ۱۴۰۳ق.
11. Robbins. Stephen.(1996) human resource manage mene, Newyork, johnwicy.