

سرمایه اجتماعی در سازمان

ابوالحسن فقیهی* / طاهره فیضی**

مقدمه

سرمایه اجتماعی به عنوان نوشدازوی کلیه دردهای اجتماعی شناخته شده است. فزونی سرمایه ظاهراً جامعه را سالمتر (Cohen, et al: 1997; Kawachi, et al, 1999)، ثروتمندتر (Putnam, 2000; Knack and ..., 1997)، و شاید عاقلتر، یا دست کم بردبارتر (Hooghe and Derks, 1997; Lane, 1959:166 Putnam, 1993: 89, 2000: 288) می‌کند. گروتایرت (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی را به عنوان حلقه مفقوده در تبیین علت پیشرفت بعضی جوامع، و عدم شکوفایی برخی دیگر نامیده است. سرمایه اجتماعی را همچنین موجد حکومت خوب و کارآمدی دموکراسی (Putnam, 1993: 176) دانسته‌اند.

سرمایه اجتماعی این مزایا را به این علت ایجاد می‌کند که افراد را در شبکه‌ای از کنش با هم مرتبط

چکیده: سرمایه اجتماعی به عنوان «حلقه مفقوده» تبیین علت پیشرفت بعضی جوامع و عدم شکوفایی برخی دیگر نامیده شده است. ریشه واژه اجتماعی به معنای «دوست و رفیق» است، و اساساً واژه اجتماعی از پدیده دوستی ناشی شده است و نشان می‌دهد که منابع موجود درون شبکه‌های کسب و کار یا شبکه‌های فردی- داراییهای شخصی محسوب نمی‌شوند. سرمایه اجتماعی هم در سطح جامعه و هم در سطح سازمان مطالعه شده است. سرمایه اجتماعی سازمانی منبع ناشی از ویژگیهای روابط اجتماعی درون سازمان است و از طریق جهت‌گیری اهداف جمعی و اعتماد مشترک سطوح اعضا شناخته می‌شود، و دو جزء دارد: امکان مشارکت و اعتماد. یکی از روشهای ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی گردآوردن گروههای غیررسمی کارکنان برای مشارکت در دانش و مهارت است. در این گروهها (گروههای حرفه‌ای) افرادی که دارای تجربیات، ابزارهای کاری و چالشهای مشترک‌اند، یکدیگر را می‌یابند، با هم ملاقات می‌کنند، تا مسایل را حل و با کسانی که نیاز کاری مشترک دارند رابطه برقرار کنند.

کلیدواژه: سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی سازمانی، گروههای حرفه‌ای، شبکه‌های کسب و کار.

* استاد دانشگاه علامه طباطبائی.

** عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور، سازمان مرکزی.

می‌کنند. همه سرمایه‌هایی که انسان تولید می‌کند علاوه بر ایجاد فرصتها، محدودیتهایی را نیز به وجود می‌آورد (Ostorn, 2000).

سرمایه فیزیکی موجودی منابع مادی تولید شده توسط انسان است که می‌تواند برای تولید جریان درآمد در آینده نیز به کار رود (Lachman, 1978). سرمایه فیزیکی اشکال مختلفی مانند ساختمانها، جاده‌ها، ابزارها و مانند آن دارد. سرمایه انسانی دانش و مهارتهای اندوخته شده‌ای است که هر فرد برای اجرای یک فعالیت همراه دارد. سرمایه انسانی نیز اشکال مختلف دارد. آموزش دانشگاهی نوع متفاوتی از سرمایه انسانی نسبت به مهارتهای یک نجار است که با کارآموزی آن را یاد گرفته است. سرمایه انسانی آگاهانه با آموزش و یادگیری و ناآگاهانه از طریق تجربه حاصل می‌شود (Ostorn, 2000).

سرمایه اجتماعی دانش، برداشتها، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک از الگوهای تعاملی است که گروههای افراد برای اجرای وظایف تکراری از آن بهره می‌گیرند (Putnam, et al, 1993; Ostorn, 1990; Coleman, 1988).

از نظر بوردیو (۱۹۸۳) سرمایه چهار شکل اساسی دارد:

سرمایه اقتصادی، که فوری و مستقیم به پول تبدیل می‌شود و می‌تواند به شکل حقوق مالکیت نهادینه شود.

سرمایه فرهنگی، که در شرایط خاصی به سرمایه اقتصادی تبدیل می‌شود، و برای نمونه می‌تواند به شکل کیفیتهای آموزشی نهادینه شود.

سرمایه اجتماعی، که از تکالیف اجتماعی (پیوندها) ایجاد می‌شود و در شرایط خاص می‌تواند به سرمایه اقتصادی تبدیل شود.

سرمایه نمادین، در رابطه با دانش است و به عنوان سرمایه ناشناخته‌ای است که به عنوان منابع دانشش مشروع ارزشمند شناخته شده است.

می‌سازد. وقتی افراد گرد هم می‌آیند تعامل بیشتر آنان موجب همکاری بیشتر می‌شود (Uslaner and Dekker, 2001). پوتنام (1993:90) معتقد است مشارکت در زندگی شهروندی مهارتهای همکاری را همانند احساس مسئولیت مشترک برای تلاشهای جدید ایجاد می‌کند.

وقتی ما به سازمانها می‌پیوندیم، افراد جدیدی را ملاقات می‌کنیم و درباره موضوعهای مختلف با آنها صحبت می‌کنیم. این پیوندهای اجتماعی ما را به دیگران متصل می‌کند و نبرد و سوسه‌آمیز را برای اینکه تنها مراقب خودمان باشیم متوقف می‌سازد. هدف این مقاله معرفی مفهوم سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی سازمانی و ارائه شیوه‌هایی برای ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمان است.

ریشه‌شناسی سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از دو کلمه سرمایه و اجتماعی تشکیل شده است. سرمایه به ثروت انباشته، به خصوص آنچه برای تولید ثروت بیشتر به کار می‌رود اطلاق می‌شود. کلیه سرمایه‌هایی که انسان تولید می‌کند مستلزم صرف زمان و تلاش برای تبدیل و اجرای فعالیتهاست، برای اینکه امروز ابزارها و داراییها را تولید کند که درآمد آینده را افزایش دهد. افراد وقتی سرمایه تولید می‌کنند که منابع خود را برای مصارف کنونی به کار نگیرند، و در عوض امکان مصرف (یا تولید) در آینده را فراهم کنند (Bate, 1990:153). از نظر بسیاری، سرمایه مساوی با پول پنداشته شده است حال آنکه پول سرمایه نیست بلکه ابزاری است که به آن وسیله بعضی از اشکال سرمایه فیزیکی، انسانی و اجتماعی حاصل می‌شود. پول مانند بسیاری از منابع می‌تواند به جای آنها برای مصرف استفاده شود یا بدون استفاده به عنوان یک منبع مهم باقی بماند. بسیاری از انواع سرمایه را افراد بدون پول، یا با مقدار کمی از آن، با صرف زمان و انرژی برای ساختن ابزارها و امکانات، یادگیری مهارتها و استقرار الگوهای قانونمند روابط با دیگران ایجاد

بستگی دارد؛ یعنی اندازه، کیفیت و گوناگونی شبکه‌های کسب و کار و شبکه‌های ارتباطی شخصی انسان در آن مؤثر است. اما فراتر از آن، سرمایه اجتماعی به کسانی که انسان نمی‌شناسد نیز بستگی دارد، اگر به طور غیرمستقیم و به وسیله شبکه‌ها با آنان در ارتباط باشند. واژه سرمایه نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی مانند سرمایه انسانی یا اقتصادی ماهیتی زاینده و مولد دارد. یعنی انسان را قادر می‌سازد ارزش ایجاد کند، کارها را انجام دهد، به اهدافش برسد، مأموریت‌هایش را در زندگی به اتمام برساند و به سهم خود به دنیایی که در آن زندگی می‌کند کمک کند (بیکر، ۱۳۸۲: ۱۵-۱۶).

تعریف سرمایه اجتماعی

از نظر بورديو (۱۹۸۳)، نظریه پرداز اجتماعی فرانسوی، سرمایه اجتماعی مجموعه منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که در نتیجه شبکه با دوامی از روابط کم و بیش نهادی شده - آشنایی و شناخت متقابل - به وجود می‌آید. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی با عضویت در یک گروه مرتبط است، و برای هر یک از اعضای خود، با حمایت سرمایه جمعی خودشان، اوراق هویتی که موجب سرفرازی آنها می‌شود ایجاد می‌کند. این روابط تنها در وضعیت عملی، در مبادلات مادی و یا نمادین که به حفظ آنها کمک می‌کند می‌تواند وجود داشته باشد. این روابط، همچنین از نظر اجتماعی با استفاده از یک نام مشترک (نام یک خانواده، یک طبقه، یک قبیله، یک ملت، یا یک حزب و مانند آنها) و از طریق مجموعه‌ای از اعمال نهادی به طور همزمان برای شکل دادن و آگاه کردن کسانی که در معرض این روابط قرار دارند ایجاد و تضمین می‌شوند.

کلمن (۱۹۹۰) از شش دسته سرمایه نام می‌برد:
الف) سرمایه فیزیکی، شامل کارخانه‌ها، دستگاهها و سایر داراییها.

ب) سرمایه طبیعی، شامل هوای پاک، آب و سایر منابع طبیعی.

ج) سرمایه انسانی، شامل دانش، مهارتها و شایستگیها.

د) سرمایه اجتماعی، شامل شبکه‌های اجتماعی.

هـ) سرمایه فرهنگی، شامل آشنایی با فرهنگ جامعه، و توانایی درک و کاربرد زبان آموخته شده.

و) سرمایه مالی، شامل کسب سایر اشکال سرمایه یا سرمایه‌گذاری کردن در شکلهای مختلف سرمایه.

ریشه‌شناسی کلمه اجتماعی به ما کمک می‌کند معنی سرمایه اجتماعی و چگونگی تفاوت آن با سایر انواع سرمایه بهتر درک شود. واژه اجتماعی (social) یکی از گسترده‌ترین و کلیترین صفاتی است که در زبان انگلیسی برای چیزهای متنوع مانند انرژی، بیماریها، بازاریابی و مانند آنها به کار می‌رود. اسم این صفت، واژه جامعه society است که از کلمه لاتین socius به معنای دوست یا رفیق مشتق شده است. این ریشه‌یابی نشان می‌دهد که اساساً واژه اجتماعی social از اصطلاح دوستی گرفته شده است و حاکی از دل‌بستگی شخصی، همکاری، یکپارچگی، احترام متقابل و احساس منفعت مشترک است (Uphoff, 2000).

بیکر (۱۳۸۲: ۱۵) اعتقاد دارد کلمه اجتماعی در سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که منابع موجود درون شبکه‌های کسب و کار، یا شبکه‌های فردی، داراییهای شخصی محسوب نمی‌شوند. این منابع درون شبکه‌های روابط قرار گرفته‌اند. اگر سرمایه انسانی آن چیزی باشد که انسان می‌داند، دسترسی به سرمایه اجتماعی به کسانی که انسان می‌شناسد

مالی، قدرت و نفوذ، پشتیبانی عاطفی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری است.

از نظر کوهن و پروساک (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی شامل اعتماد، شناخت متقابل، ارزشهای مشترک و رفتارهایی است که اعضای شبکه‌های انسانی و اجتماعات را به هم پیوند می‌دهد و همکاری آنها را امکان‌پذیر می‌سازد.

تعاریف ارائه شده نشان می‌دهد که بورديو، کلمن و پوتنام سرمایه‌اجتماعی را در سطح جامعه مطالعه کرده‌اند، اما پورتز، ناهایت و گوشال، بیکر و کوهن و پروساک آن را در سطح سازمانها مطرح و بررسیهای خود را در این حوزه انجام داده‌اند.

سرمایه اجتماعی سازمانی

شاید در زمانهای گذشته سرمایه اجتماعی به عنوان یک شایستگی ضروری برای سازمانها محسوب نمی‌شد، اما امروز، تغییرات فراگیر- نیازهای رو به رشد برای اطلاعات و آموزش، نیازهای ضروری برای نوآوری و خلاقیت، پیشرفت مداوم، تغییر به سوی طراحی سازمانی مسطح و منعطف و ارتباط تنگاتنگ بین سازمان و شبکه‌های مشتریان، تأمین کنندگان و رقبا - ایجاب می‌کند که رهبران سازمانها سرمایه اجتماعی را به عنوان یک شایستگی مشخص سازمانی تلقی کنند (بیکر، ۱۳۸۲: ۲۱۹).

سرمایه اجتماعی سازمانی یک منبع ناشی از ویژگیهای روابط اجتماعی درون سازمان است، و از طریق جهت‌گیری اهداف جمعی و اعتماد مشترک سطوح اعضا شناخته شده است که با تسهیل عمل جمعی موفقیت‌آمیز ارزش ایجاد می‌کند. سرمایه اجتماعی سازمانی دارایی‌ای است که می‌تواند هم برای سازمان (مانند ایجاد ارزش برای سهامداران) و هم برای اعضا (مانند تقویت

براساس نظر جیمز اس. کلمن، جامعه‌شناس امریکایی، سرمایه اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند:

- همه آنها جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی را در بر می‌گیرند، واکنشهای معین افراد درون ساختار را تسهیل می‌کنند.

- مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدفهای معینی را که در نبودن آن دست‌یافتنی نخواهد بود امکان‌پذیر می‌سازد (۱۳۷۷: ۶۶).

رابرت پوتنام در آثار مختلف سرمایه اجتماعی را به عنوان شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای ارتباط متقابل، اعتماد و قابلیت و اعتماد ناشی از آن تعریف کرده‌است. در واقع او در تعاریف خود به روابط میان افراد و منابع اجتماعی که چنین ارتباطاتی ایجاد می‌کند، توجه دارد (1993, 1994, 2000: 198, 2002:3).

پورتز (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را به معنای توانمندیهای فردی برای دستیابی و تجهیز منابع نایاب از طریق روابط افراد در یک ساختار اجتماعی یا شبکه اجتماعی تعریف می‌کند.

ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموعه منابع واقعی و بالقوه‌ای می‌دانند که در شبکه روابطی که زیر نفوذ فرد یا واحد اجتماعی است ریشه دارد، از طریق این شبکه قابل دسترسی است و از همین شبکه ناشی شده است. بنابراین، سرمایه اجتماعی هم شبکه و هم داراییهایی است که ممکن است از طریق شبکه آماده شده باشد.

واین بیکر (۱۳۸۲: ۱۵) سرمایه اجتماعی را منابعی می‌داند که از طریق شبکه‌های کسب و کار یا شبکه‌های فردی، یا در درون آنها در دسترس قرار می‌گیرد. این منابع شامل اطلاعات، اندیشه‌ها، راهنماییها، فرصتهای کسب و کار، سرمایه‌های

توسعه سرمایه فکری دارد، و سازمان را به عنوان حوزه‌ای که در آن روابط متقابل بین سرمایه اجتماعی و فکری پدیدار می‌شود در نظر گرفته‌اند. آنان برای سرمایه اجتماعی سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی در نظر گرفته‌اند که در ادامه توضیح داده می‌شود. بسیاری از محققان در بررسی‌های سازمانی خود از این پژوهش و مدل ارائه شده در آن استفاده کرده‌اند (مانند پژوهش‌های Bolino, et al, 2002; Tesi & Ghoshal, 1998; Lesser & Storck, 2001; Lesser & Prusak, 1999; & et al

* **بعد ساختاری:** این بعد شامل پیوندهای شبکه‌ای، پیکربندی شبکه‌ای و انطباق‌پذیری شبکه‌های بین افراد است. به طور کلی این بعد حوزه‌ای را بررسی می‌کند که در آن افراد در سازمان به هم مرتبط می‌شوند، الگوهای ارتباطات میان کارکنان توصیف، و سودمندی چنین ارتباطاتی مطالعه می‌شود (Bolino, et al, 2002).

* **بعد رابطه‌ای:** این بعد با سطوح بالایی از اعتماد، هنجارهای مشترک، تکالیف و هویت متقابل مشخص می‌شود. در واقع این بعد به ارتباط مؤثر بین همکارانی که یکدیگر را دوست دارند، به یکدیگر اعتماد دارند، و با هم هویت می‌یابند توجه دارد (Bolino, et al, 2002).

* **بعد شناختی:** این بعد از طریق درک متقابل میان کارکنان از راه زبان مشترک و مبادله سرگذشت‌های مشترک تحقق می‌یابد. زبان و سرگذشت‌های مشترک موجب افزایش سطح درک میان اعضای سازمان می‌شود و توانایی کارکنان را برای پیش‌بینی اقدامات سایر همکاران افزایش می‌دهد (Klimoski & Mohammed, 1994; Krackhardt, 1992).

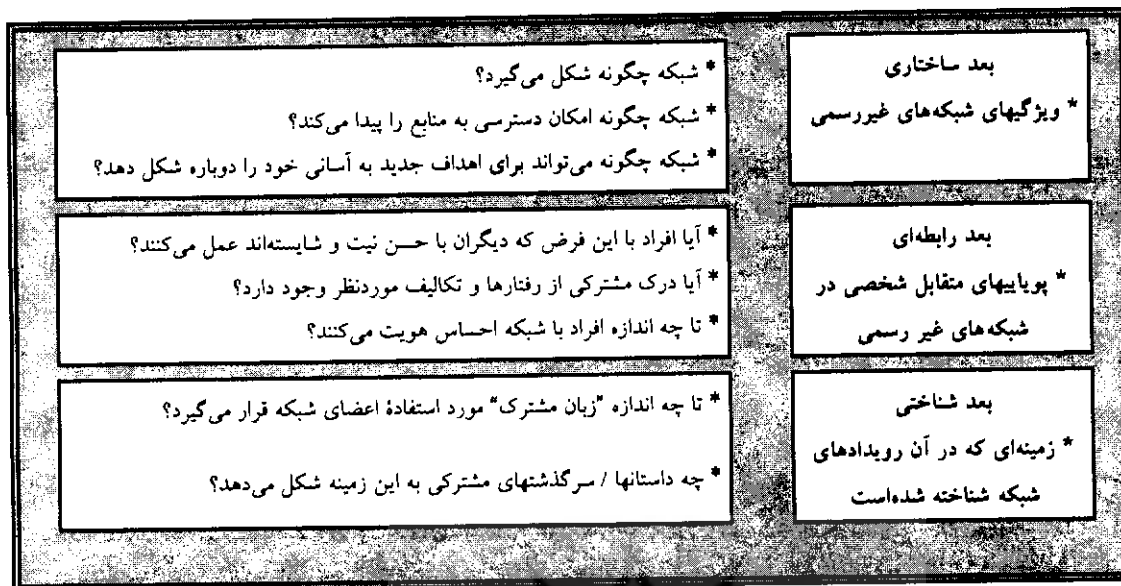
ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی در شکل (۱) نشان داده شده‌است.

مهارت کارکنان) مفید باشد (Leana, 1999). سرمایه اجتماعی سازمانی به جای آنکه حاصل جمع ارتباطات اجتماعی افراد باشد یک ویژگی جمعی و محصول فرعی فعالیت‌های سازمانی است (Coleman, 1990) و جزء لازم موفقیت عمل جمعی نیز محسوب می‌شود (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

اجزای سرمایه اجتماعی سازمانی براساس نظر لینا (۱۹۹۹) عبارت‌اند از امکان مشارکت و اعتماد. اولین جزء سرمایه اجتماعی سازمانی امکان مشارکت، به عنوان تمایل و توانایی مشارکت در سازمان برای پیروی از اهداف فردی و اعمال همکارانه برای تحقق هدفها و اعمال جمعی است. تمایل یک فرد برای مشارکت در اقدامی جمعی تا حدی به این اعتقاد بستگی دارد که تلاش افراد که به طور مستقیم به سود جمع تمام می‌شود، به طور غیرمستقیم منفعت فرد را نیز تأمین می‌کند. دومین جزء سرمایه اجتماعی سازمانی اعتماد است. در حوزه سازمان محققان با این واقعیت سرسخت مواجهند که اعتماد هم مقدمه و هم نتیجه یک اقدام جمعی موفقیت‌آمیز است. اعتماد برای افرادی که با هم در پروژه مشترکی کار می‌کنند ضروری است و از سوی دیگر، اعتماد محصول فرعی هر عمل جمعی موفقیت‌آمیز است؛ احتمالاً درگروه‌های کاری که با موفقیت یک پروژه را به اتمام می‌رسانند اعتماد بیشتری وجود دارد که موجب تلاش‌های همکارانه بیشتر و پیچیده‌تر می‌شود (Leana, 1999).

یکی از بررسی‌های مفید برای شناخت سرمایه اجتماعی در حوزه کسب و کار، پژوهش ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با عنوان «سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، و مزیت سازمانی» است. این نویسندگان اعتقاد دارند که روابط اجتماعی - و سرمایه اجتماعی موجود در آن - تأثیر مهمی بر

شکل ۱. ابعاد سرمایه اجتماعی



منبع: ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸

از سازمانها از اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی پذیرفته و به اجرا گذاشته شده، غالباً به شیوه‌های مختلف بر سطح سرمایه اجتماعی اثر گذاشته است. با اجرای پروژه‌های مهندسی مجدد افراد مجرب در سازمان بر کنار می‌شوند، شبکه‌های روابطی که ابزار اجرای فعالیتهای روزانه محسوب می‌شوند، به سرعت از بین می‌روند. مدیران میانی، معمولاً اولین کسانی هستند که آماج این اخراج قرار می‌گیرند. به علاوه، عدم اطمینان همراه با دوران بیکاری شدید و بازنشستگی چالشی بزرگ برای توسعه اعتماد دوجانبه مورد نیاز برای ایجاد سرمایه اجتماعی ایجاد می‌کند.

سرانجام، ماهیت در حال تغییر قراردادهای استخدامی حفظ شبکه‌های فراسازمانی را دشوار کرده‌است. با وجودی که جابه جایی از شغلی به شغل دیگر عادی شده‌است ایجاد شبکه‌های غیررسمی که هزینه‌های انتقال را کاهش می‌دهد و کسب مهارت (تخصص) در سازمان را آسان

روشهای ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمان اگرچه ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی در سازمانها اهمیت یافته‌است، تغییر در محیط کسب و کار فرصت لازم را برای پدید آوردن این منبع با ارزش کاهش می‌دهد. از زمانی که افراد به ماندن در یک سازمان به مدت طولانی علاقه‌مند شدند، شبکه‌های غیررسمی قوی از طریق مجموعه‌ای از وظایف در بخشهای مرتبط به هم به وجود آمدند. همچنین، بسیاری از سازمانها برقراری روابط خارج از ساعات کاری را با استفاده از انجمنهای مشترک و سایر فعالیتهای اجتماعی خارج از سازمان تشویق کردند. اما با جهانی شدن و مجازی شدن سازمانها (شرکتها) شناخت همکاران دشوارتر شده‌است و با توجه به اینکه از افراد انتظار می‌رود در پروژه‌هایی متشکل از تیمهای چند ملیتی چند کاره فعالیت کنند، ایجاد اساس مشترک برای درک متقابل و ایجاد روابط سازنده بین آنها ضروری شده‌است. از سوی دیگر مهندسی مجدد که در بسیاری

• گروه‌های حرفه‌ای کمک می‌کنند افراد خارج از شبکه با کسانی که به عنوان اعضای شبکه تعیین شده‌اند مرتبط شوند. این ارتباط بخصوص وقتی مهم است که کارکنان جدید انتظار دارند از طریق افرادی که از سازمان و آگاهی‌های موردنیاز برای موفقیت آنان در تقسیم‌های جدیدشان دفاع می‌کنند، شناسایی شوند.

• این گروه‌ها با توانایی گرد آوردن افراد برای توسعه دانش مرتبط با آنان و مشارکت در آن شرایطی را فراهم می‌کنند که افراد در آن قابلیت اطمینان و تعهد نسبت به اعضای دیگر را آزمایش کنند. از طریق چنین فرایندی، گروه با هنجارها و ارزشهای مشترک به طور غیر رسمی مورد پذیرش قرار می‌گیرد. این تعاملات تکراری موجب می‌شود افراد نسبت به موقعیتهای دیگران احساس یگانگی کنند و روابط نزدیک با اعضای گروه را توسعه دهند.

گروه‌های حرفه‌ای به شکل‌گیری اصطلاحات واقعی که به وسیله اعضای گروه در مکالمات کاری روزانه مورد استفاده قرار می‌گیرد کمک می‌کنند. به علاوه، آنان اهداف دانشی، یا هر چیزی که مورد استفاده اعضای گروه قرار گیرد، را ایجاد و در آن شریک می‌شوند. داستانهایی که گروه‌ها پدید می‌آورند تا هنجارها و ارزشهای گروه و سازمان را به عنوان یک کل مبادله کند، دارای چنین اهمیتی است. این داستانها به اعضای جدید امکان می‌دهد تا افراد با تجربه را سرمشق خود قرار دهند و موجب توسعه حافظه گروه شوند تا بتوانند، بعد از آنکه اعضای اصلی گروه آن را ترک کردند، به مدت طولانی تداوم یابند (Lesser, 2000).

گروه‌های حرفه‌ای به صورت مجموعه افرادی تعریف شده‌اند که دارای روابط غیررسمی‌اند و در

می‌کنند دشوار شده است. کارکنان قراردادی جابه‌جا شده، اگرچه غالباً مهارت‌های موردنیاز را همراه می‌آورند، اما لزوماً انگیزه مشابهی برای توسعه روابط ضروری برای ایجاد دانش، مشارکت در آن و استفاده دوباره از آن را ندارند (Lesser, 2000). به همین جهت، استفاده از ساز و کارهایی برای اطمینان از ایجاد شبکه‌های کارکنان و بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی ناشی از این شبکه‌ها ضروری می‌شود.

لسر (۲۰۰۰) اعتقاد دارد که یکی از شیوه‌های ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمانها، گرد آوردن گروه‌های غیررسمی کارکنان برای مشارکت در دانش و مهارت است. این گروه‌های حرفه‌ای که ممکن است عده معدود و یا صدها عضو داشته باشند، براساس شیوه‌های مشترک کاری ایجاد می‌شوند. افرادی که دارای تجربیات، ابزارهای کاری و چالشهای مشترک‌اند یکدیگر را می‌یابند و (فیزیکی یا مجازی) با هم ملاقات می‌کنند تا مسایل را حل کنند، و با کسانی که منافع کاری مشترک دارند رابطه برقرار کنند. این گروه‌های حرفه‌ای به روشهای زیر به ایجاد سرمایه اجتماعی کمک می‌کنند:

• گروه‌ها به صورت یک اتاق پایاپای^۲ درون شبکه، با شناسایی کسانی که دانش مرتبط دارند، به افراد درون گروه کمک می‌کنند با یکدیگر رابطه برقرار کنند. این گروه‌ها بخصوص وقتی سازمان رشد می‌کند و به سوی مجازی شدن پیش می‌رود، و افراد در آن به سختی می‌توانند دریابند که چه کسی چه کار می‌کند ارزشمندند.

• گروه‌ها به عنوان ساز و کار مرجع عمل می‌کنند، به سرعت افراد را توانمند می‌سازند تا دانش اعضای دیگر را بدون اینکه افراد درون شبکه با هم تماس داشته باشند، ارزیابی کنند.

نقشهای کاری مشابه و زمینه مشترک شریک‌اند (Lesser & Prusak, 1999). به عبارت دیگر، گروههای حرفه‌ای آنهایی هستند که اعضای آنها معمولاً درگیر مشارکت و یادگیری بر مبنای اهداف مشترک‌اند. که موجب می‌شود عملکرد سازمان اصلاح شود (Lesser & Prusak, 2001).

این گروههای حرفه‌ای به جای جغرافیای خاص، به واحد کسب و کار یا محدودیتهای کارکردی با وظایف مشترک، زمینه‌ها و منافع کاری مقید و محدود شده‌اند (Lesser & Prusak, 1999). واژه حرفه بر دانش در عمل دلالت دارد. اصطلاح حرفه، آنگونه که در اینجا به کار رفته‌است، نشان می‌دهد چگونه افراد به طور واقعی مشاغل روزانه خود را اجرا می‌کنند، که این کار با خط‌مشی‌ها و رویه‌های رسمیت‌یافته که بازتاب روشی است که کار باید مطابق آنها انجام شود، در تضاد است. به علاوه، اصطلاح حرفه به فرایند پویایی اشاره دارد که از طریق آن افراد یاد می‌گیرند چگونه با انجام دادن واقعی وظایف و تعامل با کسان دیگری که در حال اجرای وظایف خود هستند، کار خود را انجام دهند (Lesser & Prusak, 1999).

گروههای حرفه‌ای به ویژه با واحدهای مرسوم سازمان مانند تیمها متفاوت‌اند. اگرچه تمایز میان این گروهها و تیمها گاهی موجب پیچیدگیهایی می‌شود، ولی استورک و هیل (۲۰۰۰) تفاوت‌های بین این دو را به صورت زیر برشمرده‌اند:

- ۱- روابط تیم رسمی است، و سازمان افراد را به عنوان اعضای تیم منصوب می‌کند. روابط این گروهها پیرامون حرفه خاصی شکل می‌گیرد.
- ۲- روابط اقتدار در تیمها به طور سازمانی تعیین می‌شود. روابط اقتدار در این گروههای حرفه‌ای ناشی از تعامل مربوط به تخصص است.
- ۳- تیمها اهدافی دارند که غالباً توسط افرادی که عضو تیم نیستند تعیین شده‌است. گروههای حرفه‌ای

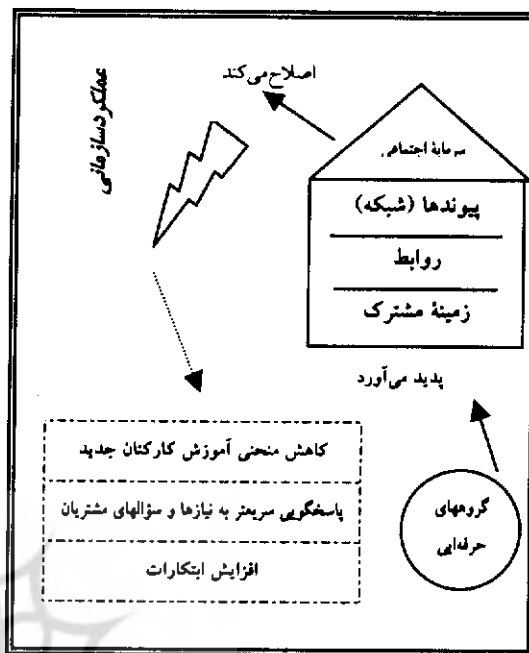
تنها در برابر اعضای خود مسئول‌اند.
۴- تیمها بر فرایندهای کاری و گزارش‌دهی که به طور سازمانی تعیین شده‌است متکی‌اند. گروههای حرفه‌ای فرایندها را خود تعیین می‌کنند.

۵- هیلدرت و همکاران (۲۰۰۰) یکی دیگر از تفاوت‌های این دو را فرایند مشروعیت بخشیدن می‌دانند. در یک تیم مشروعیت اساساً از طریق تعیین نقشها و روابط ایجاد می‌شود، در حالی که اعضای یک گروه حرفه‌ای مشروعیت خود را در تعامل با حرفه خود کسب می‌کنند.

لسر و استورک (۲۰۰۱) پژوهشی با عنوان گروههای حرفه‌ای و عملکرد سازمانی انجام داده‌اند. آنها از این تحقیق نتیجه گرفته‌اند که گروههای حرفه‌ای از طریق توسعه و حفظ سرمایه اجتماعی میان اعضای گروه بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارند. آنان اعتقاد دارند با توسعه تماسها میان حرفه‌ای‌ها، ارتباطاتی پدید می‌آید که موجب ایجاد حس اعتماد و تکلیف متقابل می‌شود، و زبان و زمینه مشترکی به وجود می‌آورد که اعضای گروه می‌توانند در آن مشارکت کنند. در نتیجه گروههای حرفه‌ای به عنوان پدیدآورندگان سرمایه اجتماعی خدمت می‌کنند. این سرمایه اجتماعی به نوبه خود محیطی را ایجاد می‌کند که در آن عملکرد کسب و کار به طور مثبت تحت تأثیر قرار می‌گیرد. نتیجه تحقیق این محققان روشن کرده‌است که چهار حوزه از عملکرد سازمانی تحت تأثیر فعالیتهای گروههای حرفه‌ای قرار گرفته‌است. که عبارت‌اند از:

- کاهش منحنی آموزش کارکنان جدید.
- پاسخگویی سریعتر به نیازها و سؤالهای مشتریان.
- کاهش دوباره کاری و جلوگیری از تلاش بیهوده برای اندیشه‌های جدید بی‌حاصل درباره کالاها و خدمات.
- افزایش ابتکارات (Lesser & Prusak, 2001).

شکل ۲. گروه‌های حرفه‌ای در ارتباط با عملکرد سازمانی از طریق ابعاد سرمایه اجتماعی



(منبع: Lesser and Storck, 2001)

لسر و پروساک (۱۹۹۹) اعتقاد دارند مدیرانی که تلاش می‌کنند سطح سرمایه اجتماعی را از طریق گروه‌های حرفه‌ای افزایش دهند باید به قواعد تجربی زیر توجه کنند:

۱. گروه‌های حرفه‌ای را که اهداف مهم سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهند شناسایی کنند.
- در هر سازمانی ممکن است تعداد زیادی از این گروه‌ها وجود داشته باشد. هنگام تعیین گروه‌هایی که منابع سازمان برای آنها صرف می‌شود، سازمان باید آنها را انتخاب کند که اثر مستقیم بر اهداف راهبردی سازمان دارند.
۲. امکان ملاقات‌های حضوری برای گروه‌ها فراهم کنند.

در بسیاری از سازمان‌هایی که از نظر جغرافیایی پراکنده‌اند، گروه‌های حرفه‌ای با چالش و محدودیت فرصت برای ایجاد ارتباطات مستقیم، که موجب پرورش سه بعد سرمایه اجتماعی

می‌شود، مواجه‌اند. ایجاد امکان ملاقات حضوری موجب می‌شود افراد بتوانند سریعتر شبکه‌های ارتباطی در گروه بسازند، تعاملاتی پرورش یابد که موجب ایجاد اعتماد، مشارکت در مصنوعات دانشی و داستان‌هایی شود که زمینه مشترک میان مشارکت‌کنندگان ایجاد می‌کند. بدون این برخوردهای حضوری، فرایند ایجاد گروه تأثیر کمتری دارد و به سازمان، به عنوان یک کل، احتمالاً سود کمتری می‌رساند.

۳. ابزارهایی فراهم کنند تا گروه‌ها بتوانند اعضای جدید را شناسایی و ارتباط با اعضای موجود را حفظ کنند. فناوری نقش مهمی در حمایت از گروه‌های حرفه‌ای ایفا می‌کند. ابزارهایی مانند صفحات شبکه شخصی^۳، دفاتر راهنمایی تخصصی و نقشه‌های دانش می‌توانند به افراد کمک کنند تا جای کسانی را که علایق و تجربه‌های مشابه دارند، بیابند و اجزای سرمایه اجتماعی شبکه را پرورش دهند. همزمان ابزارهای دسته‌جمعی مانند اتاق‌های گپ^۴ و کنفرانس‌های ویدیویی به این گروه‌ها کمک می‌کند ارتباطات خود را حفظ کنند و تعاملاتی را که موجب افزایش اعتماد و زمینه مشترک می‌شود، پرورش دهند. به علاوه مخازن دانش می‌توانند نقش مهمی در کمک به اعضای گروه داشته باشد تا سهم خود را در مصنوعات دانشی حفظ کنند و بهبود بخشند و بتوانند اعضای گروه را توانمند سازند تا به سرعت و به آسانی به بازنمودهای حافظه گروه دست یابند.

۴. متخصصان مهم درون گروه را معین کنند و آنها را قادر سازند تا از گروه بزرگتر حمایت کنند. درون بیشتر گروه‌ها غالباً عده‌ای از افراد برگزیده وجود دارند که دیگران در گروه در جستجوی تخصص آنان هستند. این متخصصان نقش مهمی در این گروه‌ها بازی می‌کنند. آنان نه تنها خود

منابع

- بیکر، واین (۱۳۸۲)، *مدیریت و سرمایه اجتماعی*، ترجمه دکتر سیدمهدی الوانی و دکتر محمدرضا ربیعی مندجین، سازمان مدیریت، تهران؛ کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه سنجهر صبوری، نشر نی، تهران؛
- Bate, Robert H.** (1990) "Capital, Kinship, and conflict: The structuring of capital in kinship societies". In Ostrom, E. (2000) "social capital" a fad or fundamental concept?" In Dasgupta, P. & serageldin, I. (2000) social capital, A Multifaceted perspective, Washington, D.C., The World Bank;
- Bolino, M.C., Turnley, W.H. & Bloodgood, J.M.** (2002) "Citizenship Behavior and the creation of social capital in organizations", *Academy of Management Review*, 27;
- Bourdieu, P.** (1983) "Forms of capital". In Richards, J.C. (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, NewYork: Green Wood Press;
- Cohen, D. & Prusak, L.** (2001) "In good company: How social capital make organizations work." In Vilanova & Josa, (2003) *Social Capital as a Managerial phenomenon*, Department of Industrial Engineering and Management, Tamper University of Technology;
- Cohen, S., Doyle, W.J., Skoner, D.P., Rabin, B.S. and Gwaltney Jr. J.M.** (1997) "Social ties and suscepitbility to the common cold", In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001). "The "Social" in social capital". In Dekker, P. & uslaner, E.M. (Eds.) (2001) *Social capital and participation in Everyday life*, Routledge;
- Coleman, J. S.** (1988) "Social capital in the Creation of Human capital". *American Journal of Sociology* 94;
- _____ (1990) "Foundations of Social Theory", Cambridge, Harvard University press;
- Grootaert, C.** (2001) "Social capital, The missing link?" In Dekker, P. 2 Uslaner, E.M. (2001) *social capital and participation in Everyday Life*, Routledge;
- Hildreth, P. , Kimble, C. and Wright, P.** (2000) "Communities of practice on the Distributed International Environment", *Journal of knowledge*
- سازمان ایجاد، بلکه به عنوان میانجی انجام وظیفه می کنند، و افراد را در شبکه به سوی کسانی که ممکن است دانش مرتبط بیشتری داشته باشند هدایت می کنند. این متخصصان غالباً در سازمانهای رسمی شناخته نمی شوند؛ سازمانهای پیشرو این افراد را شناسایی می کنند و به آنان فرصت و منابع می دهند تا به طور کارآمدتر، به اتفاق سایرین، در سازمان دانش گروهی ایجاد و در آن مشارکت کنند.
- نتیجه گیری**
- امروز سرمایه اجتماعی به عنوان شایستگی ضروری برای سازمانها محسوب می شود. سرمایه اجتماعی سازمانی منبع ناشی از ویژگیهای اجتماعی درون سازمان است، و دارایی ای است که هم برای سازمان و هم برای اعضای سازمان ارزش ایجاد می کند. سرمایه اجتماعی سازمانی دارای دو جزء امکان مشارکت و اعتماد است، و برای اینکه در هر بنگاهی سرمایه اجتماعی سازمانی وجود داشته باشد، باید نسبتی از این دو جزء در آن بنگاه موجود باشد.
- گسترده‌تری بیشتر محیطهای کسب و کار، روند جهانی شدن و مجازی شدن سازمانها شناخت همکاران را دشوار کرده است. از سوی دیگر، استفاده از فنون مختلف بهبود سازمان و مدیریت و مهندسی مجدد موجب از بین رفتن شبکه‌های ارتباطی و برکنار شدن یا بازنشسته شدن اعضای با تجربه سازمان می شود. به همین دلیل استفاده از ساز و کارهایی برای اطمینان از ایجاد شبکه‌های کارکنان، و بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی ناشی از این شبکه‌ها ضروری است.
- یکی از شیوه‌های ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمانها گردآوردن گروههای غیررسمی کارکنان برای مشارکت در دانش و مهارت است. این گروههای حرفه‌ای موجب می شوند افرادی که دارای تجربه، ابزارهای کار و چالشهای مشترک اند، یکدیگر را بیابند، (فیزیکی یا مجازی) با هم ملاقات کنند تا با ایجاد رابطه با یکدیگر مسائل را حل کنند و به ایجاد سرمایه اجتماعی کمک کنند.

- Management* 4, NO. 1;
- Hooghe, M. and Derks, A.** (1997) "voluntary associations and the creation of social capital: The involvement effect of participation." In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001). "The "Social" in social capital". In Dekker, P. & Uslaner, E.M. (Eds.) (2001) *Social Capital and Participation in Everyday life*, Routhledge;
- Kawachi, I., Kennedy, B.P. and Glassi, R.** (1999) "Social capital and self-rated health: A contextual analysis." In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001) "The "Social" in social capital". In Dekker, P. & Uslaner, E.M. (Eds.) (2001) *Social Capital and Participation in Everyday life*, Routhledge;
- Klimoski, R. & Mohammed, S.** (1994) "Team Mental Model: Construct or Metaphore?" *Journal of Management*, 20;
- Knack, S. and Keefer, P.** (1997) "Does Social capital have an economic payoff? A cross-country investigation". In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001). "The "Social" in social capital". Dekker (2001);
- Krackhardt, D.** (1992) "The Strength of strong ties: The importance of philos in organizations". In Bolino, (2002);
- Lachman, L.M.** (1978) "Capital and its Structure". In Ostorm. E. (2000) ...;
- Lane, R.E.** (1959) political life. In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001). "The "Social" in social capital". In O. Ostorm (2000);
- Leana, C.R.** (1999) "Organizational Social Capital and Employment practices", *Academy of Management Review*, 24;
- Lesser, E.L. & Prusak, L.** (1999) "Communities of practice, social capital and organizational knowledge", *Institute of knowledge Management*;
- Lesser, E.L. & Storck, J.** (2001) "Communities of practice and organizational performance", *IBM systems Journal*, 40;
- Lesser, E.L.** (2000) "Leveraging social capital in organizations". In Lesser, E.L. (Ed.) (2000) *Knowledge and social capital: Foundations and Applications*, Butlerworth, Heinemann;
- Nahapiet, J.E. & Ghoshal, S.** (1998) "Social capital, Intellectual capital, and the organizational Advantage", *Academy of Management Review*, 23;
- Ostorm, E.** (1990) "Governing the commons: The Evolution of Institutions for collective Action." In Ostorm. E. (2000);
- (2000) "Social capital: a fad or a fundamental concept". In Dasgupta, P. & Serageldin, I. (2000) *social capital, A Multifaceted perspective*, Washington, D.C., The World Bank;
- Portes, A.** (1998) "Social Capital: It's origins and Application in Modern Sociology", *Annual Review of Sociology*, 21;
- Putnam, R.D. (with R. Leonardi and R.Y. Nane Hi)** (1993) *Making Democracy work: Civic Traditions in Modern Italy*. In Uslaner, E.M. & Dekker, P. (2001). "The "Social" in social capital". In Dekker (2001);
- (1994) "What makes Democracy work?" *IPA Review*, 47;
- (2000) *Bowling Alone : The collapse and Revival of American community*, NewYork : Simon & Shuster;
- (2002) *Democracies in Flux: The Evolution of social capital in Contemporary Society*, Oxford University press;
- Stork, J. & Hill, P.** (2000) "Knowledge Diffusion Through "strategic communities". In Lesser, E.L. & Storck, J. (2001) "Communities of practice and organizational performance". *IBM systems Journal*, 40;
- Tesi, W.P. & Ghoshal, S.** (1998) "Social Capital and value creation, the role of intrafirm network", *Academy of Management Journal*, 41;
- Uphoff, N.** (2000) "Understanding Social Capital: Learning from the analysis and experience of participation". In Dasgupta, P. 2 serageldin, I. (2000);
- Uslaner, E.M. & Dekker, P.** (2001) "The "Social" in social capital". In Dekker, P. 2 Uslaner, E.M. (Eds.) (2001) *social capital and participation in Everyday Life*, Routhledge. ■