

«قُلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَى شَاكَلَتِهِ، فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا»

بگو هر کس بر مبنای شخصیت خویش عمل می کند؛ و پروردگارتان کسانی را که راه شان نیکوتر است، بهتر می

شناسد. اسراء: ۸۴

## ارزشهای اجتماعی، تغییرات اجتماعی و فرهنگ سازمانی

یوسف خلیفه<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد مدیریت اجرایی از دانشگاه سمنان

نویسنده مسئول:

یوسف خلیفه

### چکیده

در این مقاله تلاش شده است فرهنگ سازمانی، فرایندهای مدیریتی و سازمانی و رفتار سازمانی با رویکرد بررسی فرهنگ ملی و ارزشهای اجتماعی مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. جوامع و انسانها دارای اعتقادات، باورها، ارزشها و الگوهای رفتاری عموماً مشترکی هستند که در مجموع فرهنگ آن جامعه و یا نظام اجتماعی را تشکیل می دهد. سازمانها نیز به عنوان یک نظام اجتماعی بر حسب اهداف و رسالت خود دارای فرهنگ های متفاوتی هستند. محیط درون سازمانی و برون سازمانی هر دو بر فرهنگ سازمانی تأثیر دارند. محیط درون سازمانی شامل روشهای تصمیم گیری، برنامه ریزی و کنترل، روشهای کارمند یابی و گزینش، آموزش، فن آوری و رفتار اعضاء به ویژه رفتار مدیران می شود. محیط برون سازمانی شامل نظامهای سیاسی، اقتصادی، فنی، فرهنگی و ارزش های اجتماعی می باشد. تغییرات گسترده ی اجتماعی بوجود آمده که فرهنگهای سنتی و ارزشهای اجتماعی را تغییر داده است. در جاهایی که آداب و رسوم و سنتها باقی مانده با خصوصیات و ویژگی های فرهنگ نوین در آمیخته و سهم و درصد خیلی کمی در زندگی اجتماعی افراد دارد. جهان امروزی از طرق مختلف مانند ابداعات بی پایان فن آوری، روند دراز مدت افزایش بعد و مقیاس جامعه، افزایش وابستگیهای اجتماعی، افزایش پیچیدگی و در هم تنیدگی روابط اجتماعی، ساختارهای نوین سازمانی و شغلای جدید که مهارتها و نگرش های جدید می طلبند، تعاملات اجتماعی و دانش متقابل بین مردمی که قبلاً دور افتاده و از یکدیگر جدا بودند را افزایش داده و بر فرهنگ و رفتار سازمانی که پیوندی نزدیک با فرهنگ جامعه و تغییرات و ارزشهای اجتماعی دارد، تأثیر گذاشته است. بنابراین توجه انجام دادن کارها کمتر و کمتر بر اساس آداب و رسوم گذشته و بیشتر بر اساس تجزیه و تحلیل عینی از ابزارها و اهداف و تعاملات و ارزش های اجتماعی تغییر کرده است.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ سازمانی، رفتار سازمانی، فرهنگ ملی، ارزشهای اجتماعی

## مقدمه

« رفتارهای انسان تحت الشعاع فرهنگ قرار دارد به گونه ای که اکثر یا شاید تمام تفاوت های میان جوامع بر اساس تفاوت های فرهنگی است » ( ویلسون، ۱۹۷۷، به نقل از سبری، ۲۰۰۸). جوامع و انسانها دارای اعتقادات، باورها، ارزشها و الگوهای رفتاری عموماً مشترکی هستند که در مجموع فرهنگ آن جامعه و یا نظام اجتماعی را تشکیل می دهد. از آن جا که مبانی فکری و اعتقادی جوامع متفاوت است، فرهنگها نیز متفاوت و مختص به خود است. سازمانها نیز به عنوان یک نظام اجتماعی بر حسب اهداف و رسالت خود دارای فرهنگ های متفاوتی هستند. فرهنگ سازمانی که پیوندی نزدیک با فرهنگ جامعه و ارزشهای اجتماعی دارد، نقش بسیار مهمی در سازمان و رفتار سازمانی کارکنان دارد. (زارعی متین، ۱۳۹۶). محیط فرهنگی جامعه عمیق ترین تأثیر را بر رفتار و ارزشهای اجتماعی اکثریت اعضای جامعه می گذارد. انسانها با ارزش ها و الگوهای رفتار فرهنگی که در آن بزرگ شده اند، فکر و عمل می کنند. از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی فرهنگ به عنوان یک موضوع مهم برای مباحث دانشگاهی و سازمانی تبدیل شده است. همانگونه که سازمانها برای کسب مزیت رقابتی و پاسخ دادن به فشارهای بیرونی، تلاش می کنند تغییرات درون و برون سازمانی را مدیریت کنند، نقشی که فرهنگ برای تغییر موفقیت آمیز ایفا می کند، درک شده است. علاقه و توجه به فرهنگ سازمانی از این عقیده و باور نشأت می گیرد که فرهنگ، رفتار، تصمیم گیری، راهبرد و عملکرد سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد (دنيسون، ۱۹۹۰؛ به نقل از سبری، ۲۰۰۸). جهانی سازی باعث افزایش آگاهی و هوشیاری در مورد درک فرهنگ سازمانی و همچنین تأثیر فرهنگ ملی و بین المللی بر فرهنگ سازمانی شده تا جایی که بعضی از صاحب نظران حوزه مدیریت بیان می کنند نظریه مدیریتی بدون توجه به و در نظر گرفتن فرهنگ وجود ندارد.

فرهنگ سازمانی محصول تک تک اعضا و کارکنان سازمان است، کسانی که درک و فهمشان متأثر از باورها، تجرب کاری و ارزشهای اجتماعی می باشد. هافستد (۱۹۹۱) بیان می کند سازمانها محدود و پایبند به فرهنگ هستند و مدیران و سازمانها جدا از محیط فرهنگی که در آن قرار دارند، نیستند. هر مدیری با توجه به فرهنگی که دارد و قوام یافته شناخته می شود. این بدان معناست که افرادی که در سازمان کار می کنند و فرهنگی که با خود به سازمان می آورند بر شیوه ای که سازمانها طراحی شده و مدیریت می شوند و شیوه ای که کارکنان به محیط و فرآیندهای سازمانی واکنش نشان می دهند، تأثیر دارد. بنابراین کارکنان سازمانهای دو کشور مختلف اغلب برای یک مسئله یکسان سازمانی، بدلیل تفاوت های فرهنگی، راه حل های سازمانی متفاوتی دارند.

## ارزش های اجتماعی، تغییرات اجتماعی و آینده

آیا امروزه در جهان فرهنگ سنتی ناب و خالصی وجود دارد که تحت تأثیر جامعه و فرهنگ جهانی قرار نگرفته باشد؟ تقریباً در هر کجای دنیا مردم تحت تأثیر روند رو به رشد و افزایشی ارتباطات جهانی از طریق فن آوریهای نوین و دنیای مجازی قرار دارند. نتیجه چنین ارتباطات گسترده ای نه فقط صرفاً بر خورد تمدنهاست بلکه یک تعامل پویا است که یک فرهنگ جهانی رو به رشد را ایجاد کرده است. این بدان معنا نیست که سنتها دیگر وجود ندارند. نگرشها و باورهای دنیوی و مذهبی و بسیاری از افسانه ها و آداب و رسوم از نسلی به نسل دیگر منتقل می شوند. معابد، کلیساها و مساجد، قهرمانان فرهنگی امان؛ میراث های معماری و فرهنگی امان؛ احترامی که بسیاری از ما برای بزرگان و دانشمندان متوفی امان قائل هستیم، اینها و بسیاری موارد دیگر تأثیر قدرتمند سنتها را بر زندگی افراد تصدیق می کنند. با این وجود همانطور که همه ما می دانیم، تغییرات اجتماعی قابل ملاحظه ای بوجود آمده که فرهنگهای سنتی را تغییر داده است. نوین سازی که در قرن پانزدهم میلادی در ایتالیا شروع شد اکنون جهانی شده است. سرعت تغییرات افزایش یافته، مدارس، شرکتها، رسانه های جمعی، دیگر فن آوریهای ارتباطی، کار و کسب جهانی، همراه با موسسات نوین اجتماعی، تعاملات اجتماعی و دانش متقابل بین مردمی که قبلاً دور افتاده و از یکدیگر جدا بودند را افزایش داده است. موسسات نوین بینش امکان پذیر بودن را در اذهان مردم افزایش داده اند و آینده ای برای افراد و فرزندانسان متصور کرده اند که قبلاً اصلاً به آن فکر هم نمی کردند. (اینکز و اسمیت ۱۹۷۴، به نقل از بل، ۲۰۱۵). افراد دیگر انتظار ندارند آینده اشان همانند زندگی گذشته والدینشان باشد. والدین دیگر نمی توانند یکسری مهارتها را به فرزندانسان آموزش دهند که برای تمام طول زندگیشان کافی باشد. امروزه افراد نه فقط باید دانش کنونی را فرا بگیرند بلکه باید چگونه یاد گرفتن را بیاموزند.

الگوهای فرهنگی معمولاً به رغم تغییراتی که ممکن است در پاره ای از اقلام محتوایی آنها رخ دهد، به صورت مجموعه ای از عادات و رسوم بر جای می مانند. ولی خود این الگوها هم در معرض تغییر قرار دارند. به موجب نوعی تحول فرهنگی تدریجی، تغییرات فرهنگی، هم تحت تأثیر اشکال فرهنگی پیشین قرار دارند که سبب این تغییر جهت را «رانش فرهنگی» می نامد و هم تحت تأثیر ویژگیهای فرهنگی و ارزشهای اجتماعی نوین قرار دارند (بشیریه، ۱۳۸۵). در جاهایی که آداب و رسوم و سنتها باقی مانده با خصوصیات و ویژگی های فرهنگ نوین در آمیخته و سهم و درصد خیلی کمی در زندگی اجتماعی افراد دارد. هر چند روابط با

دوستان و خویشاوندان بخشی از زندگیمان است ولی جهان امروزی از طرق مختلف مانند ابداعات بی پایان فن آوری، ساختارهای نوین سازمانی، شغل‌های جدید که مهارت‌ها و نگرش‌های جدید می‌طلبد، تماس‌ها با دیگران را افزایش داده و بنابراین توجیه انجام دادن کارها کمتر و کمتر بر اساس آداب و رسوم گذشته و بیشتر و بیشتر بر اساس تجربه و تحلیل عینی از ابزارها و اهداف و تعاملات و ارزش‌های اجتماعی است. گرایش‌ها و روند‌های دراز مدت و پذیرفته شده‌ای که دلایل این تغییرات بیان می‌شوند، رشد وابستگی‌های اقتصادی و توسعه و رشد فن آوری می‌باشند. موضوع کمتر درک شده در این زمینه، روند دراز مدت افزایش بعد و مقیاس جامعه، افزایش گستره و شدت تعاملات اجتماعی، افزایش وابستگی‌های اجتماعی و افزایش پیچیدگی و در هم تنیدگی روابط اجتماعی می‌باشد. در گذشته عضویت افراد در گروه‌های نسبتاً کوچک محدودیت‌های وظایفشان را نسبت به دیگران مشخص می‌کرد. چیزی که ارزش تلقی می‌شد توسط گروه‌های همبسته‌ای که افراد عضو از آن بودند مانند اعضای خانواده، گروه دوستان و خویشاوندان، همسایگان و تا حدودی گروه‌های تجاری افراد تعیین می‌شد (باچیکا، ۲۰۰۲). امروزه همانطور که همه ما می‌دانیم شرایط کاملاً فرق کرده است. اکنون در شبکه‌های اجتماعی هم وابسته‌ای زندگی می‌کنیم که فرا ملی یا بعضاً جهانی هستند و بنابراین شبکه‌های زندگی مترکبم تر و پویاتر شده‌اند (بل، ۱۹۹۶). به آسانی و وضوح مشخص است که موسسات نوین، رسانه‌های جمعی، ارتباطات نوین فن آورانه و سیستم جهانی چقدر در توسعه و گسترش بعد و مقیاس جامعه نقش داشته‌اند ولی نهادها و موسساتی هم هستند که برخی از نویسندگان از آنها به عنوان نهادها و موسسات ازلی و آغازین نام می‌برند. مانند مذهب، نژاد و قومیت. آنها هم به نوبه خود روش‌های نوین ایجاد و حفظ و نگهداری از مرزها و ارزش‌های اجتماعی خود را دارند. آنها سیستم‌های با مقیاس بزرگ هستند که کم و بیش جوامع و گروه‌های مشترک سازمان یافته را تعریف می‌کنند و تشکیل می‌دهند. آنها هم از اعضای خود انتظار دارند به آنها وفادار باشند و از طریق سیستم تنبیه و پاداش آنها مستحکم می‌کنند. در مورد مذهب، بسیاری از مذاهب اصلی سازمان یافته مانند یهود، مسیحیت و اسلام، موسسات اجتماعی، هویت، مرزها و ارزش‌های اجتماعی مخصوص به خود دارند. آنها افراد زیادی از مناطق، ملیتها، نژادها، زبانها و فرهنگهای مختلف را به هم وصل میکنند.

در مورد نژاد نیز ترکیب ناهمگون و متنوع زیادی از مردم وجود دارد. نژاد یک ابداع اجتماعی برای ساماندهی زندگی اجتماعی با مقیاس بزرگ است و با گروه‌های اجتماعی، مذهب، ملیت و فن آوریهای نوین در رقابت برای جایگزین کردن ارزش‌های خود در جامعه می‌باشد. برای مثال در پژوهشی که آقای (مونو بولت، ۱۹۸۲، به نقل از بل، ۲۰۱۵) در کانادا انجام داد نشان داد چگونه رهبران سرخپوستان کانادا تلاش میکردند تا تغییرات ساختاری و قدرت جمعی که برای کنترل آینده سرخپوستان کانادا لازم و ضروری بود را ایجاد کنند. آنها تلاش کردند از گذشته خود استفاده کنند و ارزش‌های اجتماعی مشترک مانند مساوات طلبی و تجربه تاریخی مشترکشان و مهمترین آنها که توسط جامعه حاکم و سلطه گر مورد ظلم و ستم قرار گرفته و محروم شده بودند را انتخاب کردند. تمام این حقایق جهت ایجاد هویت فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی یکپارچه به کار گرفته شد ولی نتوانست جایگزین هویتها و ارزش‌های مختلف و متنوع اجتماعی که همراه با آنها در جامعه نوین توسط افزایش گستره و شدت تعاملات اجتماعی، افزایش وابستگی اجتماعی و افزایش در هم تنیدگی روابط اجتماعی بوجود آمده بود، شود.

## فرهنگ ملی

هافستد (۱۹۹۱)، بیان می‌کند هر فردی در درونش احساسات، اقدامات بالقوه و الگوهای فکری ویژه‌ای دارد که در طول زندگی فرا گرفته است. او این الگوهای فکری را «**برنامه‌های ذهنی**» نامید که منابع آن درون محیط اجتماعی که فرد در آن رشد و نمو کرده قرار دارد. به میزانی که محیط اجتماعی تغییر می‌کند الگوهای ذهنی افراد نیز که نشأت گرفته از آن محیط است تغییر می‌کند.

هافستد چنین الگوهای ذهنی را «**فرهنگ**» نامید و آنها چنین تعریف کرد: «برنامه ریزی جمعی ذهن که اعضای یک گروه یا طبقه‌ای از مردم را از یکدیگر متمایز می‌سازد». این تعریف به طور یکسان هم برای جوامع و هم برای سازمانها کاربردی است. در مورد فرهنگ ملی و ابعاد آن پژوهشهای زیادی انجام شده است که در این جا ابعاد فرهنگ ملی از دیدگاه هافستد مورد بررسی قرار می‌گیرد. با پژوهشی که هافستد انجام داد چهار بعد فرهنگ ملی را شناسایی کرد این چهار بعد عبارتند از:

۱- فاصله قدرت: این بعد بیان کننده آن است که تا چه حد اعضای یک جامعه انتظار دارند و می‌پذیرند که قدرت به طور نابرابر توزیع شده است. لذا این بعد به پذیرش فاصله طبقات و اعتبار می‌پردازد. اگر این پذیرش بالا باشد، سلسله مراتب گسترش می‌یابد و ساختار فرمانروایی شکل می‌گیرد. در کشورهای با فاصله زیاد قدرت وابستگی قابل توجه زیر دستان به روسا وجود دارد. در کشورهای با فاصله کم قدرت، زیر دستان وابستگی اندکی به روسا دارند و مشورت و همفکری را ترجیح می‌دهند.

۲- اجتناب از عدم اطمینان: این بعد بیان کننده آن است که اعضای جامعه تا چه حد از عدم اطمینان، ابهام، اختلاف ها و تفاوتها اجتناب می کنند و یا از طرفی عدم اطمینان و ابهام در رفتارها و ایده ها را تحمل می کنند. در جامعه از طرق مختلف با استفاده از قوانین، فناوری، مذهب و غیره با شرایط عدم اطمینان مقابله می شود. در سازمانها با استفاده از قوانین، فن آوری، مناسک و آداب و رسوم با عدم اطمینان مقابله می شود.

۳- فرد گرایی در مقابل جمع گرایی: این بعد بررسی می کند که مردم میان منافع فردی و منافع گروهی و جمعی کدام یک را در اولویت قرار می دهند. در فرهنگ های فرد گرا تمرکز روی منافع و موفقیت های فردی است. در فرهنگ های جمع گرا منافع گروهی و جمعی بر منافع فردی ارجحیت و برتری دارد. هافستد یک همبستگی منفی بین شاخص فرد گرایی- جمع گرایی و شاخص فاصله قدرت بیان کرد. کشور هایی که در آنها فاصله زیاد قدرت وجود دارد، فرهنگ های جمع گرا دارند.

۴- مرد گرایی در مقابل زن گرایی: در فرهنگی که رقابت، انگیزه کسب موفقیت، تعارض، ریسک پذیری و پاداش مادی مورد تأکید باشد، ویژگی های مرد گرایی حاکم است. در فرهنگی که توجه به دیگران، همدلی، کیفیت زندگی، حمایت، مصالحه، مذاکره، انعطاف پذیری، عواطف و احساسات اهمیت بیشتری داشته باشد، ویژگی های زن گرایی حاکم است. هافستد بیان کرد دو بعد (فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان) ویژگی های سازمانی را توصیف می کنند و دو بعد دیگر (فردگرایی- جمع گرایی و مرد گرایی- زن گرایی) ویژگی های فردی را نشان می دهند.

## فرهنگ سازمانی

(اوجی، ۱۹۸۱، به نقل از سبری، ۲۰۰۸) و (شاین، ۱۹۸۵، به نقل از بوزنجانی، ۱۳۸۳) بیان می کنند «فرهنگ سازمان مجموعه خاص و ویژه ای از باورها، ارزشها، سبک های کاری و روابط هستند که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز می سازد». شاین (۱۹۹۰) فرهنگ سازمان را بدین گونه تعریف و توصیف می کند: «الگویی از پنداشتها، ارزشها و فرضیات اساسی که توسط گروهی خاص ایجاد شده و یا توسعه یافته و سعی می کند خود را با مسائل بیرونی وفق دهد و همچنین یکپارچگی درونی ایجاد کند». وقتی این باورها و ارزشها به صورت عمیق و گسترده در سازمان فرا گرفته شد، سازمان فرهنگ قوی دارد و نیاز کمتری به ضوابط و قوانین پر جزئیات دارد. در عوض در فرهنگ سازمانی ضعیف، قوانین و ضوابط برای کنترل رفتار افراد به طور سرسختانه به کار گرفته می شود. به میزان تنوع و تمایز ملتها و جوامع در سطح جهان، سازمانها به همان اندازه متنوع و متمایز هستند. محیط درون سازمانی و برون سازمانی هر دو بر فرهنگ سازمانی تأثیر دارند. محیط درون سازمانی شامل روشهای تصمیم گیری، برنامه ریزی و کنترل، روشهای کارمند یابی و گزینش، آموزش، فن آوری و رفتار اعضا به ویژه رفتار مدیران می شود. محیط برون سازمانی شامل نظامهای سیاسی، اقتصادی، فنی، فرهنگی و ارزش های اجتماعی می باشد. دو نوع ارزش در سازمان وجود دارد. ارزش ابزاری که مطلوب رفتاری است. مانند سخت کوشی، خلاق بودن، کار گروهی و حفظ و رعایت استانداردها. ارزش غایی یا نهایی، خروجی مطلوبی است که اعضای سازمان به دنبال بدست آوردن آن هستند. مانند کیفیت، برتری و موفقیت (لالنبرگ و اورنستین، ۲۰۱۲، به نقل از حسن زارعی متین، ۱۳۹۶). موضوع مهمی که در فرهنگ سازمانی باید مورد توجه قرار گیرد «**نظریه تناسب فرهنگی**» است و بیان می کند باید بین فرهنگ سازمانی و شرایط محیطی تناسب مطلوب وجود داشته باشد. بنابراین یک اصل مهم این است که هر سازمانی باید فرهنگ متناسب با خود را ترویج دهد. نکته دیگر این است که هر سازمان نیز نمی تواند برای تمام بخشها و واحد ها از یک نوع فرهنگ استفاده کند. اگر فرهنگ سازمان متناسب با شرایط محیطی نباشد، و یا در همه واحد ها از یک فرهنگ خاص استفاده شود، مسئله ای تحت عنوان «**سر در گمی فرهنگی**» رخ می دهد. این پدیده یکی از عوامل زیان آور و تهدید کننده سلامت عملکرد سازمانها به شمار می رود (چارلز هنری، ترجمه کهزاد آذر نوش، به نقل از حسن زارعی متین، ۱۳۹۶). موضوع دیگری که در فرهنگ سازمانی حائز اهمیت است، «**نظریه شایستگی فرهنگی**» است و بیان کننده وجود هماهنگی و تطبیق فرهنگ سازمانی با اهداف و مأموریت سازمان و انسجام بین مولفه های سازمانی می باشد و می تواند برای سازمان نقش یک سرمایه اصلی را بازی کند. (زارعی متین، ۱۳۹۶).

هریسون و استاکس (۱۹۹۲)، چهار جهت گیری فرهنگی را درون سازمانها مشخص کرد و آنها را **فرهنگ قدرت**، **فرهنگ نقش محور**، **فرهنگ موفقیت و کامیابی** و **فرهنگ حمایتی** نامید. در فرهنگ قدرت، رهبران قدرت و عدالت نشان می دهند و پدرسالارگونه رفتار می کنند. زیر دستان تسلیم هستند و انتظار می رود مطیع، فرمانبردار، راضی و وفادار باشند. فرهنگ نقش محور به نظارت و سرپرستی مستقیم کمتری نیاز دارد با این فرض که وقتی افراد وظایف کاملاً روشن و تعریف شده ای دارند موثرتر و کارا تر عمل می کنند. شفافیت، دقت و وضوح نقشها یک نیاز اساسی است. فرهنگ موفقیت و کامیابی بر اساس شایستگی افراد است

و استراتژی خود انگیزی دارد. هر چند افراد بر خودشان نظارت دارند ولی کماکان ساختار و سیستم در این فرهنگ الزامی است. همانند فرهنگ حمایتی افراد تمایل به کمک کردن و موثر بودن دارند. در این فرهنگ ارتباطات، تعلق و وابستگی و روابط متقابل اهمیت زیادی دارد.

### فرهنگ ملی، ارزش های اجتماعی و فرهنگ سازمانی

به دلیل اینکه جوامع مختلف فرهنگ های متفاوتی دارند، پژوهشهای متنوع و قابل ملاحظه ای درباره تاثیر فرهنگ ملی و ارزشهای اجتماعی بر ساختارها و فرآیندهای سازمانی، نگرشها، نیازها و انگیزش مدیران انجام شده است (رابرت، ۱۹۷۰، به نقل از سبری، ۲۰۰۸).

در حوزه رفتار سازمانی بسیار مهم است که مشخص شود تا چه حد سازمانها خود را با ارزش های اجتماعی جوامع خود وفق می دهند و این ارزشهای اجتماعی را در پیش می گیرند. هافستد (۱۹۹۱)، صریحا اعلام کرد فرهنگ ملی و فرهنگ سازمانی کاملا همپوشانی دارند و بر برنامه های مختلف در اذهان افراد تاثیر دارند. (پسی، ۱۹۹۳)، بیان کرد فرهنگ یک جامعه مشخص می کند چگونه افراد جامعه مسائل خود را حل می کنند و این شیوه حل مسائل در روشهای حل مسائل سازمانی و مدیریتی سازمانهایی که در آن جوامع قرار دارند منعکس شده است. یکی از عوامل مهمی که در هدایت فعالیت های انسان موثر است ارزشها هستند که رهیافت ها را برای آینده ترسیم میکنند، یعنی معیاری که تعیین می کنند چه چیزی درست یا نادرست است. این ارزش ها و معیارها، عبارات کلان یک تمدن هستند که مشروعیت کنش های درون تمدنی را ترسیم می کند و از آنجا که مشروعیت عمومی به وجود می آورند سبب می شوند نظام اجتماعی درون تمدنی شکل گیرد و این نظام اجتماعی، نظام عمومی را ایجاد می کند و در نهایت شکل رفتارها را خلق خواهند کرد. ارزشها نه تنها حفظ ثبات اجتماعی درون تمدنی را شکل خواهند داد بلکه تغییرات یک جامعه و شدت و سرعت آن را نیز مشخص می کنند (فیاض، ۱۳۹۲).

ارزشهای دینی که از سر چشمه وحی الهی، اعتقادات دینی و مذهبی، احادیث و روایات ناشی می شوند و همچنین ارزش های فرهنگی و اجتماعی که در اثر تجارب مشترک جمعی اعضای جامعه و انسانها به وجود آمده و موجب یکپارچگی و هویت اعضای یک جامعه می شود. این ارزشها بر چگونگی گرایش و نگرش انسان نسبت به کار تاثیر دارند. بنابراین با تغییر ارزشهای اجتماعی نگرش انسان نسبت به کار نیز تغییر می کند. چنانچه در فرهنگ و ارزش های یک جامعه کار ارزش داشته باشد، کار یک موضوع ارزشی محسوب می شود و وجدان کاری تقویت می شود. بنابراین توسعه رفتار سازمانی مطلوب و مثبت گرا از طریق تبیین ارزشهای اجتماعی و فرهنگ سازمانی مطلوب در سطح سازمان امکان پذیر می گردد. یکی از موضوعات مهم بهبود و بازسازی سازمان ایجاد الگو های رفتاری مناسب در سازمان است. یکی از راه های نیل به چنین الگوهای رفتاری مناسب در سازمان ایجاد «**زنجیره ی ارزش فرهنگ**» است که چنین تعریف شده است: «مجموعه ای از اقدامات که در حوضه مدیریت فرهنگ ملی به صورت زنجیره وار انجام می شود تا به خلق ارزشهای محسوس و غیره محسوس به افزایش اثربخشی اجتماعی، فرهنگی و سازمانی منجر شود» (ماهر النش، ۱۳۹۶). با توجه به اینکه فرهنگ ملی و ارزشهای اجتماعی تاثیر به سزایی بر الگوها و نظام های فکری افراد دارند، به میزان و حدی که ارزشهای اجتماعی در جامعه تغییر و تحول می یابند، الگوها و برنامه های فکری افراد سازمان نیز تغییر می کند. اگر ارزشهای اجتماعی در گذر زمان توسعه و بهبود یابند، بنابراین «**فرهنگ سازمانی مثبت گرا**» که به دنبال کشف توانمندی ها و قابلیت های کارکنان است را بوجود خواهد آورد که این خود نیز باعث ایجاد «**رفتار شهروندی سازمانی**» می شود که به عنوان مجموعه رفتارهای داوطلبانه که منجر به بهبود و ارتقای اثر بخشی و کارایی عملکرد سازمان می شود، تعریف شده است. ولی اگر ارزشهای اجتماعی در گذر زمان روند نزولی داشته باشند و ناهنجاری های اجتماعی و رفتارهای غیر ارزشی و ضد ارزشی جایگزین آن شوند، در آن صورت «**رفتار سازمانی منفی گرا**» در سطح سازمان ریشه می دواند و رفتار های ضد شهروندی سازمانی به وجود می آید که از مولفه هایی نظیر: لجبازی و خود سری، پرخاشگری، بزهکاری، انتقام گیری و کینه توزی تشکیل شده است (قلی پور، ۱۳۸۸).

## نتیجه گیری

با تغییرات اجتماعی گسترده ای که در حال رخ دادن است آیا جامعه (جهانی) به سمت ایجاد اخلاق و ارزشهای اجتماعی واحد فراگیر در حرکت است؟ آیا فرهنگ غالب عمومی مشترک ایجاد می شود که تعاملات و ارزشهای اجتماعی را میان افراد مختلف جامعه با زمینه های متنوع نژادی، زبانی، مذهبی، فرهنگی و پس زمینه های تاریخی هدایت و راهبری کند؟ هر چند سنتها- حتی قدیمی ترین آنها - بر زندگی مردم معاصر تاثیر دارند، تعداد بسیار اندکی (اگر نگوییم هیچ) از انسانها و جوامع هستند که تحت تاثیر تغییرات اساسی فرهنگی و اجتماعی قرار نگرفته باشند. در جاهایی که آداب و رسوم و سنتها باقی مانده با خصوصیات و ویژگی های فرهنگ نوین در آمیخته و سهم و درصد خیلی کمی در زندگی اجتماعی افراد دارد. جهان امروزی از طرق مختلف مانند ابداعات بی پایان فن آوری، روند دراز مدت افزایش بعد و مقیاس جامعه، افزایش وابستگیهای اجتماعی، افزایش پیچیدگی و در هم تنیدگی روابط اجتماعی، ساختارهای نوین سازمانی و شغلهای جدید که مهارتها و نگرش های جدید می طلبند، تعاملات اجتماعی و دانش متقابل بین مردمی که قبلا دور افتاده و از یکدیگر جدا بودند را افزایش داده است. این تغییرات نه فقط بر نهاد ها و موسساتی که ذاتا نوین به نظر می رسند تاثیر گذاشته بلکه بر مفاهیمی مانند مذهب، نژاد و قومیت که ذاتا سنتی و فطری بشر هستند نیز تاثیر گذاشته و الگوها و نظام های فکری جدید را در سطح جامعه ایجاد کرده و بر فرهنگ و رفتار سازمانی که پیوندی نزدیک با فرهنگ جامعه و تعییرات و ارزشهای اجتماعی دارد، تاثیر گذاشته است. بنابراین توجیه انجام دادن کارها کمتر و کمتر بر اساس آداب و رسوم گذشته و بیشتر و بیشتر بر اساس تجزیه و تحلیل عینی از ابزارها و اهداف و تعاملات و ارزش های اجتماعی می باشد. بنابراین مطالعه و آینده پژوهی فرهنگ ملی و ارزشهای اجتماعی می تواند به عنوان شیوه و روشی مناسب و مفید برای بررسی تغییر رفتار و فرهنگ سازمانی مورد توجه قرار گیرد.

## منابع

1- Sabri, Hala. 2008, «SocioCulture Values and Organizational Culture», Journal of Transactional Management Development 9(2).

۲- زارعی متین، حسن، (۱۳۹۶). مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته، تهران، نشر آگه.

3- Hofstede.G. (1991). «Cultures and Organizations, Software of the Mind. London, Mc Graw Hill Book CO».

4 -Bell, Wendell, 2015. «Human Values, Social Changes, and the Future».

۵ - بشریه، حمید، (۱۳۸۵). فرهنگ از دیدگاه انسان شناسی و قوم شناسی، تهران، نشر نگاه معاصر.

6- Bachika, Reimon, 2002, «Traditional Religion and Culture in a New Era».

7- Bell,Wendell. 1996. «world order, Human Values and the Future», Research Quarterly 12(1).

۸- شاین، ادگار (۱۹۹۲). مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری، مترجمین برزو فرهی بوزنجانی، شمس الدین نوری نجفی، (۱۳۸۳)، تهران، نشر سیمای جوان.

9- Schein, E. (1990). « Organizational Culture: American Psychology», February.

10- Harrison. R, and Stokes, H. (1992). «Working with Organization Culyure: A Workbook and Manual for Diagnosing Culture», Horshman, Roffey Park Institute.

11- Pheysey, D. (1993). «Organizational Culture: Types and Transformation», London, Routledge.

۱۲- فیاض، ابراهیم، (۱۳۹۲). مهندسی فرهنگ عمومی، تهران، مؤسسه انتشارات کتاب نشر.

۱۳- ماهر النقش، علی، (۱۳۹۶). مدل مدیریت جامع فرهنگ، تهران، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

۱۴- قلی پور، آرین، (۱۳۹۰). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، تهران، انتشارات سمت.