

اصول اخلاقی سرمایه اجتماعی از منظر آموزه های نهج البلاغه

- محمدرضا رونبسی^۱، دکتر سید علی اکبر احمدی^{۲*}، دکتر سید حمید حسینی^۳، دکتر کامبیز حمیدی^۴
۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
 ۲. گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
 ۳. گروه معارف اسلامی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
 ۴. گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
- (تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۴)

چکیده

زمینه: تعاملات اخلاقی کارکنان با ارباب رجوع مساله ای مهم در سازمان هاست. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی اصول اخلاقی سرمایه اجتماعی برای کارکنان سازمانهای دولتی کشور ایران از منظر آموزه های اخلاقی نهج البلاغه شکل گرفت.

روش: روش این پژوهش کیفی از نوع تحلیل تم بود. جامعه تحقیق شامل کلیه محققین، اساتید و صاحب نظران مدیریت اسلامی و نهج البلاغه بود که از میان آنها ۹ نفر به روش نمونه گیری قضاوتی (تعمدی) به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده پرسشنامه مبتنی بر متن نهج البلاغه بود و در نهایت داده ها با روش کدگذاری و با استفاده از نرم افزار MAXQDA مورد تحلیل قرار گرفتند.

یافته ها: میزان پایایی بازآزمون و پایایی دوکدگذار به ترتیب ۹۳ و ۸۶ درصد تعیین گردیده است، نتایج تحقیق بیانگر شناسایی اصول اخلاقی ۱- رعایت انصاف نسبت به زبردستان و ارباب رجوع ۲- انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان ۳- مدارا با ارباب رجوع و زبردستان ۴- همیاری و کمک به همکاران و ارباب رجوع ۵- تواضع و فروتنی نسبت به ارباب رجوع و زبردستان ۶- دوری از بدگویی و زیرآب زنی نسبت به همکاران ۷- دوری از غیبت و سخن چینی ۸- اعتماد و حسن ظن نسبت به ارباب رجوع و همکاران ۹- رعایت منشور اخلاقی نسبت به ارباب رجوع و همکاران ۱۰- دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان ۱۱- دوری از منت گذاری و بزرگنمایی کارها می باشد.

نتیجه گیری: بحث طرح تکریم و رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ارباب رجوع، یکی از مباحث مهمی است، که امروزه در دستگاههای دولتی مطرح است. احترام و تکریم ارباب رجوع و به دست آوردن رضایتمندی مردم از اهداف مهم در سیستم های اداری نظام اسلامی است و بنا بر آموزه های اسلامی کسانی که در راه خدمت به مردم بوده و همواره با آنان در ارتباط و مراوده هستند، سزاوار است از نظر رفتار و کردار و حرکات و سکنات به ائمه معصومین اقتداء کرده، تا هم خشنودی خداوند را جلب و هم رضایت مندی مردم را فراهم آورند.

کلیدواژگان: سرمایه اجتماعی، اصول اخلاقی، نهج البلاغه

سرآغاز

در دیدگاه های سنتی مدیریت، توسعه سرمایه های اقتصادی، فیزیکی و انسانی مهمترین نقش را ایفا می کردند اما در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی^۳، فیزیکی و انسانی نیازمند باشیم به سرمایه اجتماعی نیازمندیم، زیرا بدون این سرمایه استفاده از دیگر سرمایه ها به طور بهینه انجام نخواهد شد از این رو موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری برای دستیابی به توسعه محسوب شده است (۵). سرمایه اجتماعی از موضوع های مهم و تاثیرگذاری است که کشورهای مختلف برای تحقق اهداف اجتماعی، اقتصادی غیره از

بعد از عبور از هزاره دوم و پا گذاشتن به هزاره سوم به زعم بعضی صاحب نظران پایان عصر اضطراب و آغاز عصر افسردگی بشریت است (۱). امروزه توفیق سازمان ها را نمی توان تنها در انباشت ثروت مادی، تجهیز آخرین امکانات فیزیکی و فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی نمود (۲). در کنار سرمایه های انسانی^۱، مالی و فیزیکی، شکل دیگری از سرمایه به نام سرمایه اجتماعی^۲ مورد توجه روز افزون قرار گرفته است (۳)، زیرا جامعه ای که بدون سرمایه اجتماعی است، دیگر سرمایه ها به طور بهینه به کار گرفته نخواهد شد و کارایی لازم را ندارد (۴).

برون سازمانی، برند منابع انسانی و تحت تأثیر وجود و توسعه سرمایه اجتماعی است.

بدون وجود سرمایه اجتماعی سازمان قادر نخواهد بود از سرمایه های انسانی خود به نحو مطلوب استفاده نمایند، سرمایه اجتماعی باعث مشارکت افراد در سازمان می شود مشارکت با سلامت روانی افراد ارتباط دارد (۱۶). سرمایه اجتماعی در درون سازمان پیش شرط بهره وری و کار با معنا به شمار می رود، سطح بالای سرمایه اجتماعی سازمانی کنترل غیر رسمی مؤثرتری را به وجود می آورد و باعث کاهش کارهای خلاف می شود، به این ترتیب سرمایه اجتماعی سازمانی باعث شکل گیری روابط کاری می شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات کاری تسهیل کننده در سازمان افزایش می یابد (۷). سرمایه اجتماعی در سازمان باعث همکاری، اعتماد متقابل بین کارکنان و تعهد سازمانی^{۱۱} می شود افراد می توانند به یکدیگر کمک های بیشتری بنمایند، اعتماد متقابل مبنایی برای توجه به منافع متقابل است، سرمایه اجتماعی باعث کاهش مقایسه های حسادت برانگیز، ترور شخصیت و بدگویی در سازمان می شود (۹).

سرمایه اجتماعی توانایی سازمان در مدیریت دانش را افزایش می دهد و به تسهیل مبادله و ترکیب دانش در سازمان کمک می کند و باعث حل مسئله فطره روی اجتماعی می گردد (۱۷). در جوامع مذهبی، زمینه رشد سرمایه اجتماعی بیشتر فراهم است، زیرا هر چه ارزش های دینی و اخلاقی تقویت شده باشد، رفتار افراد قابلیت پیش بینی بیشتری دارد، چرا که افراد در چارچوب قواعد خاصی رفتار می کنند، بنابراین قابلیت اعتماد افراد بیشتر است و مناسبات اجتماعی روان تر و کم هزینه تر صورت می گیرد (۱۸). به علاوه در این جامعه اخلاق^{۱۲} رواج دارد و رفتارهای مطلوب در نظر گرفته می شود که برای تولید سرمایه اجتماعی مفید است (۱۹). اصلی ترین، پایدارترین، کارسازترین و کارآمدترین عامل تولید سرمایه اجتماعی دین و مبنای دینی است که به دلیل جوهره جهان شمول خود می تواند فراتر از مرزهای یک ملت و یک کشور، موجب سرمایه اجتماعی مشترک همه بشریت گردد، وجه اصلی و جوهره سرمایه اجتماعی را اخلاق تشکیل می دهد و دین^{۱۳} توانمندترین عامل مولد اخلاق است (۲۰). در آموزه های دین مبین اسلام آراسته شدن انسانها به فضایل اخلاقی^{۱۴} از اهداف بنیادی دین بوده و به عنوان هدف بعثت پیامبر گرامی اسلام مطرح شده است. پایبندی به مبنای واحکام دینی در تمامی عرصه های زندگی فردی و اجتماعی موجب تعالی روحی و اخلاقی و سعادت انسان خواهد شد. در آینه گزاره های علوی نیز پایبندی به ارزش های اخلاقی جلوه ای برجسته دارد و اخلاق از جنبه های مختلف فردی، اجتماعی، کاربردی و حرفه ای مورد توجه قرار گرفته است (۲۱). افراد متعددی مانند فوکویاما، گرلی، وارنر، رو فو آمران از دین به عنوان عامل ایجاد سرمایه اجتماعی یاد کرده اند (۲۲). در خصوص اسلام، پارسونز معتقد است: در اسلام زمینه بروز سرمایه اجتماعی به خاطر جهت گیری مثبت

ظرفیت آن بهره می برند و نقش بسزایی در سلامت و انسجام جوامع دارد (۶). در سازمانهای پیشرو و در زمان حاضر توجه به سرمایه های انسانی و اجتماعی به عنوان عوامل مؤثر بر عملکرد سازمان بیش از پیش اهمیت یافته است، سرمایه های انسانی که همان دانش، مهارت، تجربه و توانمندی های ذهنی و فیزیکی کارکنان سازمان است، در قالب فرایندهای منابع انسانی^۴ مورد بررسی قرار می گیرد اما سرمایه اجتماعی موضوع جدیدی است که تقریباً از سال های ابتدایی دهه ۹۰ میلادی به طور جدی مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی می تواند در نیل به اهداف سازمان سودمند باشد، سرمایه اجتماعی مزیت سازمانی است و رفتارهای مدیران به عنوان منبع بالقوه سرمایه اجتماعی در سازمان تلقی می شود (۷). قلب مفهوم سرمایه اجتماعی عضویت در شبکه ها و دارا بودن ارزش های مشترک است (۸). سرمایه انسانی ویژگی های منابع انسانی یک سازمان است در حالی که سرمایه اجتماعی کیفیت روابط انسانی یک سازمان می باشد (۹). سرمایه انسانی و اجتماعی مکمل یکدیگرند (۸).

سرمایه اجتماعی بر کارایی سرمایه فیزیکی و انسانی تأثیر دارد و بسیاری فرایندهای مدیریت تحت تأثیر وجود آن است، سازمان های دارای سرمایه اجتماعی را می توان سازمان هایی با پیوندهای محکم، هنجارها و باورهای مشترک، اعتماد و همکاری تعریف نمود (۱۰). سرمایه اجتماعی از طریق مؤلفه هایی همچون اعتماد^۵، مشارکت^۶ و همکاری در میان اعضا، سبب تسهیم دانش و ارتقای یادگیری سازمانی می شود و از این طریق ارتقا و بهبود عملکرد را برای سازمان به همراه خواهد داشت (۱۱).

به نظر می رسد سرمایه اجتماعی در ابعاد زیر متفاوت با دیگر سرمایه هاست ۱- به کارگیری سرمایه اجتماعی موجب تقویت و عدم استفاده آن موجب تحلیل آن سرمایه می گردد ۲- این سرمایه به آسانی مشاهده و مورد سنجش قرار نمی گیرند بلکه متغیر پنهان می باشد ۳- سرمایه اجتماعی صرفاً از طریق مداخله های بیرونی اجتماع ساخته نمی شود بلکه بر اساس مناسبات درون جامعه تدوین می شود (۱۲). سرمایه اجتماعی همان داشتن دوستان، همراهان و ارتباط عمومی تر است که به فرد فرصت هایی می دهد تا از سرمایه مالی و انسانی خود استفاده کند (۱۳). سرمایه اجتماعی نوعی خاص از سرمایه است که با متغیرهایی مانند اعتماد، آگاهی، مشارکت عمومی^۷، همبستگی و نگرانی درباره دیگران ساز و کار دارد (۱۴). سرمایه اجتماعی به مثابه نوعی روغن اجتماعی است که نقشی مؤثر در مناسبات بین افراد ایفا می کند، یعنی در عین تسهیل کنندگی مناسبات، چسبندگی هم ایجاد می کند، به عبارتی هم چسب اجتماعی است و هم روغن اجتماعی، از یک سو بسیاری از زبری ها در مهره های اجتماعی، یعنی افراد و واحدها را که در اصطحکاک با هم قرار می گیرند را تسهیل می نماید و در عین حال همچون یک چسب اجتماعی افراد را در کنار هم و در یک محیط اجتماعی^۸ متعامل نگه می دارد (۱۵). بسیاری از فرایندهای جدید مدیریتی، از قبیل ایجاد سازمان یادگیرنده، مدیریت دانش^۹، توسعه محصولات و خدمات، رضایت مشتریان^{۱۰} درون سازمانی و

یافته‌ها

محاسبه پایایی و روایی ابزار

الف) محاسبه پایایی بازآزمون:

برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مفاهیم استخراج شده از متون نهج البلاغه (نامه ها، خطبه ها، حکمت ها) تعداد ۴۰ مفهوم به صورت تصادفی انتخاب شدند و هر کدام از آنها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از متن ها با هم مقایسه شدند، در هر کدام از متن ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند به عنوان "توافق" و کدهای غیر مشابه با عنوان "عدم توافق" مشخص می‌شوند. روش معمول محاسبه پایایی بین کد گذاری های انجام گرفته توسط پژوهشگر در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$\%100 \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی بازآزمون}$$

نتایج حاصل از این کدگذاری ها در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: محاسبه پایایی بازآزمون

تعداد کل مفاهیم	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	مجموع عدم شناسایی و عدم توافق	پایایی باز آزمون (درصد)
۴۰	۹۰	۴۲	۴	۹۳

لازم به توضیح است از ۴۰ مفهوم انتخابی تصادفی برای بررسی پایایی بازآزمون، در مرحله اول تعداد ۴۶ مورد کد توسط پژوهشگر شناسایی گردیده و در مرحله دوم و در فاصله زمانی ۱۵ روزه از ۴۰ مفهوم انتخابی تصادفی تعداد ۴۴ مورد کد توسط پژوهشگر شناسایی گردید، که از این ۴۴ مورد کد شناسایی شده، ۲ مورد عدم توافق مشاهده گردیده است. با توجه به جدول بالا و اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری ها مورد تأیید قرار گرفته است.

ب) محاسبه پایایی به روش توافق درون موضوعی (دو کدگذار):

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک دانشجوی دکتری تخصصی رشته مدیریت دولتی با سابقه پژوهشی و آشنا به این روش درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت نماید. آموزش ها و تکنیک های لازم جهت کدگذاری گزاره ها به ایشان انتقال داده شد سپس پژوهشگر به همراه این همکار پژوهش، تعداد ۴۰ مفهوم استخراج شده از متن نهج البلاغه را به طور جداگانه کدگذاری نمودند و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایه تحلیل به کار می رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه گردیده است.

آن به سوی جامعه و سیاست و تأکید فراوان بر مسئولیت های اجتماعی مؤمنان به مراتب قدرتمندتر از ادیان دیگر است (۲۲).

با توجه به اینکه از یک سو ساز و کارها و روش های ارتقا و افزایش سرمایه اجتماعی در نگاه اندیشمندان و صاحب نظران غربی بیشتر با نگاه ابزاری به مبانی توسعه انسانی و خالی از ارزش های معنوی^{۱۵} و ارزش های نظام توحیدی و الهی است و از سوی دیگر نیاز کشور به تولید علوم بومی - اسلامی بالاخص در عرصه های علوم انسانی و تمایل جوامع علمی بر بکارگیری سیره و سخنان پیشوایان دینی در تولید علم و اینکه در مجموعه خطبه ها، نامه ها و حکمت های نهج البلاغه معارف، مفاهیم اخلاقی بسیاری موجود است که از آنها می توان مفاهیم مرتبط به تولید، انباشت و افزایش اصول سرمایه اجتماعی را استنباط نمود، لذا هدف این تحقیق شناسایی اصول اخلاقی سرمایه اجتماعی برای کارکنان سازمانهای دولتی کشور ایران از منظر آموزه های نهج البلاغه می باشد.

روش

پژوهش حاضر در زمره پژوهش های کیفی است که از نظر هدف کاربردی می باشد و از نوع توصیفی - تحلیلی (تحلیلی تم) می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه محققین، اساتید و صاحب نظران مدیریت اسلامی و نهج البلاغه می باشد. با توجه به اینکه در این پژوهش، کار اصلی تحلیل تم، در متن نهج البلاغه انجام شده و تنها برای اطمینان از صحت برداشت ها از متن و تأیید مدل، از خبرگان کمک گرفته شده است، نمونه بکار گرفته شده محدود بوده است. برای شناسایی این خبرگان، محقق از روش نمونه گیری قضاوتی (تعمدی) استفاده نموده است بدین ترتیب که پس از تدوین الگوی اولیه پژوهش و برای رسیدن به اجماع در مدل تدوین شده به ۹ نفر از خبرگان مراجعه نموده است، در انتخاب این تعداد نمونه، مسائلی چون سابقه تدریس و پژوهش در نهج البلاغه و کتب مدیریت اسلامی، زمان، در دسترس بودن و میزان علاقه مندی آنها برای همکاری مورد توجه قرار گرفته است.

با توجه به اینکه در این پژوهش برای جمع آوری داده های اولیه از پرسشنامه ای مبتنی بر متن نهج البلاغه استفاده شد مسئله پایایی عملاً در مرحله تحلیل مطرح می شود. نتایج مربوط به پایایی و روایی ابزار در بخش یافته ها به تفصیل ارایه شده است. در مرحله کدگذاری داده های متنی (گزاره ها)، توجه به درصد های گزارش داده شده توسط دو نفر کدگذار، روشی برای تعیین پایایی تحلیل است. میزان و درصد توافق درون موضوعی دو کدگذار (۶۰ درصد یا بیشتر) در مورد یک متن (کنترل تحلیل) نیز روشی برای پایایی تحلیل است (۲۳). در این پژوهش از پایایی بازآزمون و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی تحلیل متن استفاده شده است. در نهایت داده ها با روش کدگذاری و با استفاده از نرم افزار MAXQDA مورد تحلیل قرار گرفتند.

این مرحله بیشتر سلیقه‌ای بوده و عدم توافق جدی مشاهده نگردیده است، لذا لازم بوده در مورد مدل اجماع حاصل شود در همین راستا کار مصاحبه‌های نهایی با تمرکز بر عدم توافق ها آغاز شده است همانطور که انتظار می‌رفت پس از مصاحبه با محققین و اساتید مدیریت اسلامی و نهج البلاغه، تقریباً عدم توافق ها بر سر تم ها و مؤلفه ها از بین رفته و توافقی‌ها نسبتاً کامل گردید جز موارد بسیار اندکی که واقعاً سلیقه‌ای بودند، در نهایت تصمیم‌گیری در مورد این اختلافات جزئی و تصمیم‌گیری نهایی درباره نامگذاری تم ها یا همان مؤلفه ها با کمک تیم راهنما و مشاوران پژوهش انجام و مدل نهایی استخراج گردیده است.

در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل داده های استخراج شده از متن نهج البلاغه، از تکنیک تحلیل تم استفاده شده و کدگذاری به روش دستی انجام گرفته و پس از کدگذاری اولیه متن نهج البلاغه، دسته بندی کدهای مختلف در قالب تم های اولیه انجام شده است.

نتایج حاصل از تحلیل تم

اولین گام در این پژوهش یافتن مفاهیم و کدهای باز بوده است، پس از استخراج جملات کلیدی و پالایش آن ها تعداد ۱۱۶ مفهوم و تعداد ۱۳۳ کد باز از دل مفاهیم مذکور استخراج گردیده است از آنجا که ارائه همه این مضامین به خاطر مبسوط شدن مطالب مقدور نبوده است در جدول ۳ بخشی از این داده ها ارایه شده است.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

نتایج حاصل از این کدگذاری ها در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: محاسبه پایایی بین دو کدگذار

تعداد کل مفاهیم	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	مجموع عدم شناسایی و عدم توافق	پایایی باز (درصد)
۴۰	۸۸	۲۸	۸	۸۶

لازم به توضیح است از ۴۰ مفهوم انتخابی تصادفی برای بررسی پایایی بین دو کدگذار، تعداد ۴۶ مورد کد توسط کدگذار اصلی (پژوهشگر) شناسایی گردیده و کدگذار همکار از درون ۴۰ مفهوم تعداد ۴۲ مورد کد شناسایی نموده که از این ۴۲ مورد کد شناسایی شده ۴ مورد عدم توافق مشاهده گردیده است. با توجه به جدول بالا و اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری ها مورد تأیید قرار گرفته است.

لذا می توان ادعا نمود میزان پایایی تحلیل متون مناسب می باشد. از جهت روایی محتوا و اینکه آیا تم های استخراج شده از نهج البلاغه، همه جوانب مهم و اصلی را در بر می گیرد، مدل اولیه در اختیار خبرگان قرار گرفته و نظرات مکتوب آنها دریافت گردید، گرچه عدم توافق ها در

جدول ۳: نمونه ای از مفاهیم و کدهای باز استخراج شده

اختصار	مفاهیم	کد های باز
خطبه ۱۶	زیرا آنها در یاری کردن باطل خود، وحدت دارند، و شما در دفاع از حق متفرقید	وحدت و تعاون در انجام امور
نامه ۵۳	با افرادی از رعیت خود که آنان را دوست داری، انصاف را رعایت کن، که اگر چنین نکنی ستم روا داشتی،	انصاف با مردم و زبردستان
خطبه ۱۶۲	ای برادر بنی اسدی تو مردی پریشان و مضطربی که نابجا پرسش می کنی، لیکن تو را حق خویشاوندی است و حقّی که در پرسیدن داری و بی گمان طالب دانستی.	پاسخگویی رهبران و مدیران
حکمت ۱۲۳	خوشا به حال آن کس که خود را کوچک می شمارد، و کسب و کار او پاکیزه است، و جانش پاک، و اخلاقی نیکوست، که ما زاد بر مصرف زندگی را در راه خدا بخشش می کند، و زبان را از زیاده گویی باز می دارد و آزار او به مردم نمی رسد، و سنت پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم او را کفایت کرده، بدعتی در دین خدا نمی گذارد.	فروتنی خوش اخلاقی
حکمت ۲۳۹	و هر کس سخن چین را پیروی کند دوستی را به ناپودی کشاند.	دوری از غیبت و سخن چینی
خطبه ۶۴	از خدا می خواهیم که ما و شما را برابر نعمت ها مغرور نسازد و چیزی ما را از اطاعت پروردگار باز ندارد، و پس از فرا رسیدن مرگ دچار پشیمانی و اندوه نگرداند.	دوری از غرور و تکبر
خطبه ۲۱۶	مردم از پست ترین حالات زمامداران در نزد صالحان این است که گمان برند آنها دوستدار ستایش اند، و کشور داری آنان بر کبر و خود پسندی استوار باشد،	دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران دوری از غرور و خودپسندی مدیران
نامه ۳۱	و هرگز حق برادرت را به اعتماد دوستی که با او داری ضایع نکن،	اعتماد
نامه ۲۵	به آنها سلام کن و در سلام و تعارف و مهربانی کوتاهی نکن	رعایت منشور اخلاقی در ارتباط با مردم و ارباب رجوع
حکمت ۶	سینه خردمند صندوق راز اوست، و خوشرویی وسیله دوست یابی، و شکیبایی، گورستان پوشاننده عیب هاست. و یا فرمود: پرسش کردن وسیله پوشاندن عیب هاست، و انسان از خود راضی، دشمنان او فراوانند.	خوش رفتاری دوری از غرور و تکبر

از منظر آموزه های اخلاقی نهج البلاغه دسته بندی گردیده است. دسته بندی تم ها در جدول ۴ نمایش داده شده است.

پس از مرحله شناسایی مفاهیم و کدهای باز، مرحله دسته بندی تم ها انجام گرفته است در این مرحله تعداد ۴۵ مؤلفه و تعداد ۱۱ اصل در قالب اصول تعاملی سرمایه اجتماعی برای کارکنان سازمان های دولتی

جدول ۴: دسته بندی مؤلفه ها و اصول اخلاقی سرمایه اجتماعی برای کارکنان سازمان های دولتی کشور

ردیف	مؤلفه ها	اصول اخلاقی
۱	رعایت انصاف	رعایت انصاف نسبت به زیردستان و ارباب رجوع
۲	انصاف با مردم و زیردستان	
۳	انصاف نسبت به دیگران	
۴	انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان	انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان
۵	انتقادپذیری	
۶	پاسخگویی رهبران و مدیران	
۷	لزوم پاسخگویی	
۸	مدارا با مردم و زیردستان	مدارا با ارباب رجوع و زیردستان
۹	مدارا با مردم و ارباب رجوع	
۱۰	مدارا	
۱۱	بخشش زیردستان	
۱۲	وحدت و تعاون در انجام امور	همیاری و کمک به همکاران و ارباب رجوع
۱۳	همیاری	
۱۴	کمک و یاری رساندن به همکاران	
۱۵	کمک و یاری به دیگران	
۱۶	دوری از غرور و تکبر	تواضع و فروتنی نسبت به مردم و زیردستان
۱۷	دوری از غرور و خودپسندی	
۱۸	تواضع و فروتنی	
۱۹	فروتنی نسبت به مردم و زیردستان	
۲۰	خشوع	
۲۱	دوری از فخر فروشی	
۲۲	دوری از غرورزدگی	
۲۳	دوری از بدگویی و عیب جویی	دوری از بدگویی و زیرآب زنی نسبت به همکاران
۲۴	دوری از بدگویی و زیرآب زنی	
۲۵	دوری از اتهام ناروا	
۲۶	دوری از عیب جویی و سرزنش	
۲۷	دوری از طعنه و عیب جویی	
۲۸	دوری از عیب جویی دیگران	
۲۹	دوری از غیبت و سخن چینی	دوری از غیبت و سخن چینی
۳۰	دوری از دهن بینی	
۳۱	دوری از بدگمانی و سوء ظن	اعتماد و حسن ظن نسبت به ارباب رجوع و همکاران
۳۲	اعتماد	
۳۳	جلب اعتماد مردم و زیردستان	
۳۴	اعتماد اجتماعی	

رعایت منشور اخلاقی نسبت به ارباب رجوع و همکاران	۳۵	محبت با دیگران
	۳۶	نرم خویی
	۳۷	خیرخواهی نسبت به دیگران
	۳۸	احترام به دیگران
	۳۹	دوستی با دیگران
	۴۰	خوش اخلاقی
	۴۱	خوش رفتاری و مهربانی با مردم و زیردستان
	۴۲	رعایت منشور اخلاقی در ارتباط با مردم و ارباب رجوع
دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان	۴۳	دوری از چاپلوسی و تملق
	۴۴	دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان
دوری از منت گذاری و بزرگنمایی کارها	۴۵	دوری از منت گذاری و بزرگنمایی کارها

بحث

از دوران گذشته توجه به سازمانها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان ها زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی در حیطه سازمانها ایجاد نموده است (۲۴).

این تحقیق به دنبال شناسایی اصول اخلاقی سرمایه اجتماعی برای کارکنان سازمانهای دولتی کشور ایران از منظر آموزه های نهج البلاغه بود و نتایج تحقیق بیانگر ۱۱ اصل اخلاقی شامل: ۱- رعایت انصاف نسبت به زیردستان و ارباب رجوع ۲- انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان ۳- مدارا با ارباب رجوع و زیردستان ۴- همیاری و کمک به همکاران و ارباب رجوع ۵- تواضع و فروتنی نسبت به ارباب رجوع و زیردستان ۶- دوری از بدگویی و زیرآب زنی نسبت به همکاران ۷- دوری از غیبت و سخن چینی ۸- اعتماد و حسن ظن نسبت به ارباب رجوع و همکاران ۹- رعایت منشور اخلاقی نسبت به ارباب رجوع و همکاران ۱۰- دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان ۱۱- دوری از منت گذاری و بزرگنمایی کارها می باشد.

اصول رعایت انصاف نسبت به زیردستان و ارباب رجوع، انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان، مدارا، تواضع و فروتنی نسبت به ارباب رجوع و زیردستان، دوری از بدگویی، دوری از غیبت و سخن چینی، اعتماد و حسن ظن نسبت به ارباب رجوع و همکاران، دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان با نتایج تحقیقات برخی محققان (۲۵) مطابقت دارد. اصول دوری از بدگویی و زیرآب زنی، دوری از غیبت و سخن چینی و اعتماد و حسن ظن با نتایج تحقیقات برخی محققان (۲۶) مطابقت دارد. اصول انتقادپذیری و پاسخگویی مدیران و بالادستان، مدارا، تواضع و فروتنی نسبت به ارباب رجوع و زیردستان، دوری از بدگویی، دوری از غیبت و سخن چینی، دوری از چاپلوسی و تملق نسبت به مدیران و بالادستان با نتایج تحقیقات برخی محققان (۲۷) مطابقت دارد. اصل رعایت انصاف با نتایج تحقیقات مشابه

در این زمینه مطابقت دارد (۲۸). اصول تواضع و فروتنی، اعتماد و حسن ظن، رعایت منشور اخلاقی در ارتباط با دیگران با نتایج تحقیقات مشابه در این زمینه مطابقت دارد (۲۹ و ۳۰). پیشنهاد می شود آموزه های اخلاقی از نهج البلاغه استخراج شوند و در سازمانها مورد بررسی قرار گیرند و از ارزشمندی آنها استفاده کنند. بر اساس این یافته ها می توان بیان کرد که به کارگیری اصول اخلاقی موجب ارتقا عملکرد سازمانها می شود.

نتیجه گیری

بحث طرح تکریم و رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ارباب رجوع، یکی از مباحث مهمی است، که امروزه در دستگاههای دولتی مطرح است. احترام و تکریم ارباب رجوع و به دست آوردن رضایتمندی مردم از اهداف مهم در سیستم های اداری نظام اسلامی است و بنا بر آموزه های اسلامی کسانی که در راه خدمت به مردم بوده و همواره با آنان در ارتباط و مراوده هستند، سزاوار است از نظر رفتار و کردار و حرکات و سکنات به ائمه معصومین اقتداء کرده، تا هم خشنودی خداوند را جلب و هم رضایت مندی مردم را فراهم آورند. در دیدگاه حضرت علی (ع) و ائمه معصومین خشنوت و بدرفتاری با مردم و ستم بر بندگان خدا، جنگ با خدا تلقی می شود. از ویژگی های حاکمان اسلامی و کارمندان شاغل در نظام اسلامی، این است که مردم را از خود می دانند و خود را از مردم. بنابراین حاضر نیستند بین خود و مردم مانع و حجاب ایجاد کنند، بلکه می خواهند با مردم و در کنار مردم زندگی کنند. این روش علاوه بر این که مردم را نسبت به حاکمان خوشبین و دلگرم می کند، باعث می شود نیروها و عوامل فرصت طلب نتوانند ذهن مسؤلان امور را نسبت به مردم بدبین کنند و از این طریق، حاکمان را در مقابل مردم قرار دهند. با توجه به این امر، توسعه و گسترش اخلاق اداری از واجبات دینی است با توجه به روسا و کارکنان اداری که در هر رده یا مراتب اداری قرار دارند اگر آنها وظایفشان را به وجه احسن آن یعنی به عنوان

7. Hodson R. (2005). Management behavior as social capital. *British Journal Of Industrial Relations*. 4(2): 41-65.
8. Field J. (2004). *Social capital*. Britain/London: Rutledge Taylor & Francis Group.
9. Yukl G. (2006). *Leadership in organization*. 6 th ed. USA: N.J: prentice-hall.
10. Aibaghi Isfahani S. (2013). Designing and explaining the model of dealing with the erosion of social capital in the organization. [Ph. D thesis]. Iran/Tehran: University of Tehrtan. (In Persian).
11. Turkina E, Thi M, Thai T. (2013). Social capital, networks, trust and immigrant entrepreneurship: a cross-country analysis. *Journal of Enterprising Communities*; 7(2): 108-124.
12. Ostrom E. (2000). Collective action and the evolution of social norms. *Journal of Economic Perspective*; 14(3): 137-158.
13. Chen J, Lovvorn A. (2011). The speed of knowledge transfer within multinational enterprises: the role of social capital. *International Journal of Commerce and Management*; 21(1): 46-62.
14. Haghgoyan Z, Seyed Javadin SR, Mashayekhi M, Montazeri A. (2014). Investigating the situation of social capital in the tax administration. *Management of Social Capital*; 1(1): 21-42. (In Persian).
15. Javanpour MA, Gorji S, Sobhani A. (2017). An analysis of social capital in the organization. *Quarterly Journal of Management and Accounting Studies*; 3(4): 108-125. (In Persian).
16. Tajbakhsh K. (2005). *Social capital, trust, democracy and development*. Iran/Tehran: Shirazeh Publication. (In Persian).
17. Hoffman J, Sherif K. (2005). Social capital, knowledge management. *Sustained Superior Performance*; 14(5): 64-81.
18. Ranani M. (2003). Social capital is a necessary condition for development. *Andishe Sadegh Journal*; 3(11). (In Persian).
19. Tootunchian I. (2004). *Islamic money and banking and a comparison of the ancestors of the capitalist system*. Iran/Tehran: Tavangaran Publication. (In Persian).
20. Alviri M. (2004). Social capital and vision document. *Payam Sadegh Quarterly*; 11: 20. (In Persian).
21. Safaeian L, Alavi S, Abed A. (2013). Components of decision making in medical ethics from the perspective of Nahj al-Balaghah. *Iranian Journal of Medical Ethics and History*; 6(3). (In Persian).
22. Shojaezand A. (2002). *Secularization in the Christian and Islamic experience of Tehran*. Iran/Tehran: Center for the Recognition of Islam and Iran. (In Persian) .
23. Kvale S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. USA: Thousand Oaks, CA: Sage.
24. Gholipour A. (2016). *Sociology of organizations: a sociological approach to organization and*

یک مسؤلیت و یا امانت بدانند و از آن سوء استفاده نکنند و آنرا وسیله عزت مندی و یا از کار کردن در همان رشته احساس رضایت نمایند و این خود باعث بهبود اخلاق اداری در اداره میشود احساس رضایت از کار، نیکو پنداشتن امور، مسؤلیت پذیری و پاسخ گوی از اموریکه عهده دار آن میباشند خود تبعات مثبت در اداره وانمود خواهد کرد.

ملاحظه های اخلاقی

صداقت و حقیقت گویی از اصول موردتوجه در این پژوهش بوده است. تعارض منافع به دقت بررسی شده و مقاله در هیچ مجله دیگری به چاپ نرسیده است.

واژه نامه

1. Human capital	سرمایه انسانی
2. Social capital	سرمایه اجتماعی
3. Economic capital	سرمایه اقتصادی
4. Human resources	منابع انسانی
5. Trust	اعتماد
6. Cooperation	مشارکت
7. Public cooperation	مشارکت عمومی
8. Social environment	محیط اجتماعی
9. Knowledge management	مدیریت دانش
10. Satisfaction of customers	رضایت مشتریان
11. Organizational commitment	تعهد سازمانی
12. Ethics	اخلاق
13. Religion	دین
14. Ethical values	فضایل اخلاقی
15. Spiritual values	ارزش های معنوی

References

1. Murphy Z. (2012). *Impossible is possible*. Iran/Tehran: Markaz Publication. (In Persian).
2. Moghimi SM, Imami F, Kazemi M. (2011). Evaluation and prioritization of social capital indicators and its impact on organizational performance in the university system. *Organizational Culture Management*; 9(2): 29-60. (In Persian) .
3. Bastani A, Razmi SM. (2014). Indirect ranking of Iranian provinces in terms of social capital. *Social Welfare Journal*. 14(55): 45-77. (In Persian) .
4. Biker W. (2003). *Management of social capital*. Translated by Alvani SM, Rabiei Mandjin MR. (2003). Iran/Tehran: Industrial Management Organization Publications. (In Persian) .
5. Alvani SM, Shirvani A. (2014). Social capital is the central principle of development. *Tadbir Journal*. 143: 16. (In Persian).
6. Samadi A, Abbasi M. (2012). Investigating the effect of social capital on the competitive behavior of companies. *Organizational Culture Management*; 10(2): 85-108. (In Persian).

- capital. Ethics in Science and Technology; 15 (1) :136-142. (In Persian).
28. Shekarbeigi N, Morovati S, Ghasemi Y. (2017). Reflection of social capital in Quran and Hadith. [Ph. D thesis]. Iran/Ilam: University of Ilam. (In Persian).
29. Etesami M, Fazeli Kebria H. (2009). An introduction to Imam Ali's management model from the perspective of social capital components. Management Thought; 3(2). (In Persian).
30. Etesami M, Fazeli Kebria H. (2014). Develop a proposed model of social capital management components with a look at the concepts of Nahj al-Balaghah. Journal of Economic Policy Research; 6(12). (In Persian)..
- management. Iran/Tehran: Samt Publication. (In Persian).
25. Abbasi R, Rafiei S, Babashahi J. (2020). Relationship between university administrators' moral intelligence and staff's job satisfaction: mediating role of organizational social capital. Ethics in Science and Technology; 15 (1) :64-70. (In Persian).
26. Almasi M. (2019). Analysis of the relationships between moral intelligence, social capital and job engagement. Ethics in Science and Technology; 14 (3) :71-75. (In Persian).
27. Ghalavandi H, Kooshki M. (2020). Canonical analysis of professional moral courage and social