

درآمدی بر فرهنگ کار

تألیف

شوکت رفیعی پور

دکتر زهرا گیتی پسند

فهرست :

تعاریف

مبانی اخلاقی فرهنگ کار

مبانی اقتصادی فرهنگ کار

مبانی شخصیتی فرهنگ کار

نهادهای اجتماعی موثر در فرهنگ کار

فرهنگ کار و چالش های پیش رو

آسیب های اخلاقی و فرهنگی موجود در محیط های کار

مدیریت فرهنگ کار، فنون و روشهای نهادینه سازی، ترویج و ارتقاء فرهنگ کار

توصیه ها و پیشنهادات

مقدمه

بدون شک، همه اذعان دارند که نقش کار، در ساختن جامعه، بی بدیل بوده و بهترین اقتصاد، اقتصادی است که مردمی باشد. سال‌های متمادی است، تنها راه جهش به سوی آینده‌ای متعالی و درخشان، عبور از مسیر مردمی نمودن اقتصاد است. اقتصاد مردمی، اقتصادی است که مبتنی بر ایمان، اعتماد و سرمایه اجتماعی، در بین آحاد جامعه شکل می‌گیرد و یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های آن، فرهنگ کار است.

تفکر داشتن فرهنگ کار، متمایز از مباحث علمی و تفاسیر فلسفی، در بین عامه مردم، به عنوان تفکری مثبت قلمداد می‌گردد. افراد مایل هستند در محیطی کار کنند که فارغ از مشکلات عدیده و ناهنجاری‌های شغلی، فرهنگی و اجتماعی باشد.

با توجه به وسعت و پیچیدگی اقشار مختلف کار و کارکنان در صنوف مختلف و رده‌های شغلی متفاوت و همچنین دید تازه و نگرش جدید به موضوع فرهنگ کار علمی و طبقه بندی شده در این حوزه، شاید به نظر برسد، مساله از همه جوانب، به طور کامل بررسی نشده باشد. به همین پهنانه، از خوانندگان عزیز، اساتید بزرگوار، دانشجویان محترم و تمام صنوف و حرف گرامی، خواهشمندیم؛ از نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود در متعالی شدن فرهنگ کار و تکمیل اطلاعات ما را بهره مند سازند.

جزوه فعلی، توسط کارگروه توسعه و ترویج فرهنگ کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مطرح و حمایت گردید و تلاش شد منبعی که بتواند پاسخگوی این نیاز باشد، تهیه و در دسترس قرار گیرد.

رفیعی پور - گیتی پسند

تعاریف:

فرهنگ^۱

واژه فرهنگ، در زبان فارسی از واژه‌های بسیار کهنی است که در قدیمی‌ترین متن‌های فارسی دری و نوشته‌های بازمانده از زبان پهلوی یافت می‌شود. فرهنگ "روش زندگی برای کل جامعه" است. به این ترتیب، شامل کدهای آداب، لباس، زبان، مذهب، آیین‌ها، هنر و هنجارهای رفتار، مانند قانون و اخلاق، و نظام‌های اعتقادی است.

پاپاس و مک‌کلوی^۲ (۲۰۲۱) در جدیدترین تعریف، بیان می‌کنند: فرهنگ شامل: مذهب، غذا، آنچه می‌پوشیم، نحوه پوشیدن آن، زبان، ازدواج، موسیقی است و در سراسر جهان متفاوت است. فرهنگ خصوصیات و دانش گروه خاصی از مردم است که شامل زبان، مذهب، آشپزی، عادات اجتماعی، موسیقی و هنر است.

علت تنوع تعاریف فرهنگ، در تعدد افکار انسان‌ها، تصورات، یادگیری و همچنین رفتارهای جمعی الگوهای زندگی آنهاست.

کار

از نظر لغوی، کار به معنای فعل، عمل و کردار انسان است که برای به دست آوردن مزد یا پاداش انجام می‌شود. (معین ۱۳۸۷ و عمید ۱۳۸۹) کار، جنبه دیگری هم دارد که فراتر از تأمین خواسته‌های بیرونی همانند خوراک و پوشاک و سرپناه است و آن خواسته‌های درونی مثل شادی و پیشرفت درونی است.

کار، از بروز بسیاری از انحرافات و کجروی‌های اجتماعی جلوگیری می‌نماید. انسان را کاملاً آماده ساخته و با وجود یکنواختی و بیگانگی، انسان را شاداب و سرزنده نگاه می‌دارد. کار، حتی جنبه درمانی دارد. نظم کار در دوران کهولت و بازنشستگی، راهنمای حرفه خواهد بود.

فرهنگ کار

فرهنگ کار عبارت است از: مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته شده معین یک گروه کاری. هنجارهایی که در انجام فعالیت‌ها از آن پیروی می‌کنند و منجر به تولید کالا و خدمات و یا اهداف خاص می‌گردد. در حقیقت فرهنگ کار، همان دنیای ذهنی و نگرش درونی افراد یک جامعه، نسبت به کار است. فرهنگ کار از گروهی به گروه دیگر، از سازمانی به سازمان دیگر و به طور اعم از جامعه‌ای به جامعه دیگر، کاملاً متفاوت بوده و علت آن تفاوت‌هایی است که افراد تشکیل دهنده یک گروه دارند. چرا که اعضای یک گروه کاری - هر چند از لحاظ جغرافیایی، طبقه اجتماعی و سطح تحصیلات مشابه باشند - با باورهای ذهنی و نگرش‌های متفاوت در کنار هم جمع شده‌اند.

به طور مثال فرهنگ کار در یک نهاد فرهنگی - هنری با فرهنگ کار در یک محیط صنعتی به فراخور موقعیت شغل، نوع کار و مراجعان آن‌ها متفاوت است. این فرهنگ، از جهاتی از یک محیط به محیط دیگر، با توجه به افراد، طرز سیستم کاری و نوع ارائه تولیدات و خدمات، شباهت‌ها و تفاوت‌های بسیاری دارد.

کارگری که در خط مونتاژ یک کارخانه مشغول به کار است؛ اگر بداند دقت او در کار باعث می‌شود محصولات با کیفیت‌تری تولید شود و پس از فروش بیشتر کارخانه، امنیت شغلی وی نیز تأمین می‌گردد و از پاداش بیشتری بهره‌مند می‌گردد، با دقت و نظم بیشتری کار خواهد کرد. ولی زمانی که او از پروسه تولید، فروش و تضمین کالاهای تولیدی اطلاعی نداشته باشد و دوام شغل خود را تداوم تولید نبیند، در محیط کار فقط به دنبال سپری کردن وقت است.

از طرف دیگر می‌توان گفت: محیط کار سالم نیز بر فرهنگ‌سازی افراد بی‌تأثیر نبوده و باعث می‌شود افراد تازه وارد با فرهنگ جدید کاری آشنا شده و خود را با آن وفق دهند. از آنجا که شکل‌گیری فرهنگ، به مدت زمان طولانی نیاز دارد و تثبیت آن، دوره بلندمدتی طول خواهد کشید، می‌توان از

^۱ Culture

^۲ Pappas & McKelvie

این مشخصه فرهنگ استفاده کرد و در محیط‌های کاری از ابتدا خشت اول را درست بنا کرد تا در سال‌های بعدی با معضل آسیب‌های فرهنگ کار مواجه نشوند. مشاغل مختلف، بسته به نوع و حرفه خود، فرهنگ مخصوص بخود دارند که گاه از کار و حرفه خود تأثیر می‌پذیرند. ادبیات و نوع گفتار، شیوه پوشیدن لباس، طرز رفتار و آداب اجتماعی و کلیه اعمال و حرکات فرد از محیط کار خود نشأت خواهد گرفت. چنانکه می‌بینیم افراد با تغییر شغل، منش و یا عادات خویش را تغییر می‌دهند.

این تغییر شگفت انگیز را می‌توان در افرادی که در حین کار، به ادامه تحصیل پرداخته‌اند؛ بوضوح دید. افراد با احراز مدرک تحصیلی بالاتر به تغییر سطح شغلی دست پیدا خواهند کرد. همین موضوع، آن‌ها را از یک طبقه اجتماعی به طبقه دیگر سوق خواهد داد. از آنجا که نوع ارتباطات آنان با افراد هم‌رده و هم‌سطح خویش، نسبت به قبل تفاوت خواهد کرد، در نتیجه نگرش و شیوه عملکردشان نیز تغییر پذیر خواهد بود.

فرهنگ و ادبیات گفتاری رانندگان، آنان را از صنف کسبه و یا کارگران ساختمانی منفک می‌سازد. یک استاد دانشگاه طرز رفتار خاص خود را داشته و یک مهندس فنی یا یک هنرمند در گفتار خود از کلمات تخصصی مربوط به حرفه خود استفاده می‌کند. همچنین منش کلی اقشار مختلف با توجه به حرفه خاص خود، منطبق بر فرهنگ درون شغلی‌شان است. این مساله زمانی قوی‌تر خواهد شد که افراد هر صنف، معاشرت‌های بیشتری با همکاران خود داشته باشند و این فرهنگ درون گروهی با ارتباط غیر رسمی خارج از محدوده کار، عمیق‌تر می‌شود.

به طور مثال کارگران ساختمانی که در دوران تعطیلات فصلی خود با هم به مسافرت می‌روند، نوع مسافرت، نوع تفریح یا میزان هزینه سفر آن‌ها، نوع خاصی از فرهنگ را نشان می‌دهد و با مسافرت معلمان، هنرمندان یا پزشکان یک جامعه کاملاً متفاوت است. از طرفی صمیمیت خاصی که در زمان‌های خارج از ساعات کاری بین اعضای یک گروه کاری شکل می‌گیرد، از نکات مثبت فرهنگ کار به شمار می‌رود.

به طور کلی آنچه در روابط غیر رسمی گروهی و خارج از محیط کار در بین افراد دیده می‌شود، بر روابط رسمی و کاری آن‌ها تأثیر مستقیم دارد تا آنجا که همراهی آن‌ها در طی زمان کار بیشتر شده و مسائل منفی و حاشیه در محیط کار به حداقل خواهد رسید.

با توجه به این ویژگی‌ها، می‌توان جهت تغییر فرهنگ کار افراد را، به روش‌های مختلف، به سمت مناسب سوق داد. لذا افراد با فرهنگ‌های مختلف وارد محیط کار می‌شوند و محیط کار را نیز دستخوش فرهنگ ورودی خود قرار می‌دهند. در همین حال، محیط کار، متشکل از فرهنگ مختلط کارکنان است.

اهمیت فرهنگ کار

از آنجا که فرهنگ ترکیبی از عوامل متعددی است. این فرهنگ می‌تواند تازباب کلیت وجودی یک جامعه باشد. فرهنگ برای انجام کلیه اموری که انجام می‌دهیم دارای اهمیت است. باورهایی که بر اساس آن زندگی را ایجاد می‌کند، تعاملات، شیوه زندگی و چالش‌ها، و چرایی اهمیت آن، به زندگی هویت می‌بخشد.

اگر فرهنگ کار به شیوه مثبت آن در جامعه پیاده شود؛ افراد فقط به شیوه صحیح کار می‌اندیشند و به هر نحو خواهان زندگی راحت، فقط به وسیله تلاش خود هستند. به موازات همین مساله، دزدی، ربا، رشوه، گرانفروشی، زیاده خواهی، کم فروشی، تقلب، کلاهبرداری، زیرمیزی، قاچاق، کم کاری، عدم رعایت حقوق دیگران، دروغ و قسم‌های بی مورد، زیر آب زنی و مشکل آفرینی برای دیگران تحت هر عنوان از بین خواهد رفت.

در همین راستا، چنانچه احترام متقابل در کار وجود داشته باشد، صداقت، صبر و حوصله، قناعت، رعایت حریم دیگران، مهربانی، تواضع، ایثار و نظم در محیط کار حاکم باشد؛ ازدحام افراد در مراجع قضایی کشور کاهش زیادی می‌یابد. میل به زیاده خواهی‌های بدون تلاش، موجبات بروز فساد را فراهم می‌کند. ایجاد بسترهای ناامن اشتغال در اثر فرهنگ ضعیف کار، اکثر اقشار جامعه بخصوص جوانان جویای کار را به انحراف و معضل اشتغال زیر زمینی سوق می‌دهد و افراد سودجو با سوء استفاده از این ضعف، براحته می‌توانند بازار کار را به نفع خود سامان‌دهی کنند.

مبانی اخلاقی فرهنگ کار

ریشه واژه "اخلاق" نشأت گرفته از واژه یونانی^۱ به معنی اقتدار، رسوم و سنت است. اخلاق، بر وزن افعال، کلمه‌ای عربی و جمع واژه «خُلُق» بر وزن افق یا «خُلُق» بر وزن قفل است که به معنای سجد و خوی، سیرت و باطن آمده است و در اصطلاح به معنای صفاتی است که با دیده بصیرت و معنوی درک می‌شوند. (قمی، ۱۳۵۸)

اصول اخلاقی، راجع به چگونگی بودن افراد و این که در سازمان متبوع خود چطور رفتار می‌کنند؟^۲ بحث می‌کند. (گباداموسی^۳ ۲۰۰۴) به طور کلی واژه اخلاق با استانداردهای مربوط به درست و غلط بودن رفتارها سرو کار دارد. (فیشر و بون^۳، ۲۰۰۷)

واژه اخلاق، کاربردهای فراوانی دارد. گاهی آن را توصیف حالت و یا رفتاری خاص دانسته و گاهی بعنوان یک دانش تلقی می‌گردد. انسان‌ها، رفتار و حرکات گوناگونی انجام می‌دهند که برخی باعث خوشنودی و رضایت ما شده و برخی دیگر باعث ندامت و پشیمانی می‌گردد.

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های میان انسان و حیوان نیز به رفتارهای اخلاقی بشر بر می‌گردد. انسان موجودی خودآگاه، مختار و مسئول است. فضیلت و رذیلت، سعادت و شقاوت او نیز همه به مسئولیت‌پذیری آدمی بر می‌گردد. رفتار انسان صرف از نظر از منزلت و جایگاه اجتماعی و عناوین شغلی، دارای ابعاد درون شخصی (همانند صداقت و راستی) و بین شخصی (مثل بخشش و رازداری) مبتنی بر رعایت حقوق متقابل است.

رعایت این رفتار در زندگی شخصی، بر اصول معینی استوار است که به آن اخلاق فردی^۱ می‌گویند. همچنین به رفتاری که فرد در شغل و حرفه خود دارد، اخلاق شغلی^۲ می‌گویند. تنوع‌پذیری و تخصص‌گرایی، یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های اخلاق فردی و اخلاق شغلی است. بدین معنی که بر حسب تنوع مشاغل، اخلاقیات، متفاوت است. اخلاق وکلا، محققان، کسبه، پزشکان، هنرمندان و... هر کدام به فراخور شغل خود متغیر است. اخلاق در کار، به مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل او اشاره دارد.

فلسفه اخلاق نیز از اخلاق نظری و اخلاق کاربردی و در نهایت از حالات، رفتار و خلق و خوی افراد بحث می‌کند. به طور مثال: انصاف، از مسائل مهم علم اخلاق است. اخلاق نظری به تعریف انصاف، ابعاد و مراتب آن می‌پردازد و اخلاق عملی (کاربردی) از رفتار ارتباطی درون شخصی (انصاف به خود)، انصاف در قضاوت، انصاف در داوری علمی و سایر مشاغل بحث می‌کند. (قراملکی، ۱۳۸۹)

بر این اساس، مبانی اخلاقی فرهنگ کار را نیز می‌توان مجموعه‌ای از قوانین رفتاری و عملکرد افراد دانست که معیارهای رفتارهای فردی را با فرد یا گروه تعیین می‌کند.

این قوانین می‌تواند ارزش‌های درونی گروه، هنجارهای موجود محیط کار و واکنش‌های افراد را نسبت به یکدیگر و ارائه اصول و ضوابط خاص هر مجموعه را نشان دهد. وجود فرهنگ اخلاقی در محیط کار، موجب می‌شود رفتار ارتباطی مبتنی بر احترام، صداقت، صراحت، فداکاری، نظم، تعهد، سخت‌کوشی و ده‌ها صفات ارزنده دیگر را به همراه داشته باشد.

کانت معتقد است: یک اصل اخلاقی وجود دارد که همه وظایف اخلاقی ما را مشخص می‌کند: چنان عمل کن که گویی بناست آیین رفتار تو به اراده تو، یکی از قوانین عام طبیعت شود. (اونی^۳، ۱۹۹۳)

در آموزه‌های اسلامی نیز روایات بسیاری در خصوص اهمیت اخلاق بیان شده است: "انی بعثت لاتمم مکارم الاخلاق"، حکایت از اهمیت اخلاق در جهت گیری دعوت انبیا و دغدغه‌های آنان در ارشاد امت خویش داشته است.

^۱ Ethics

^۲ Gbadamosi

^۳ Fisher & Bonn

^۱ Personal Ethics

^۲ Work Ethics

^۳ Aune

از طرفی، تاریخ شاهد آن است که ایرانیان در تمدن باستانی خود، از پرورش صفات ممتاز برای کسب مهارت فنی و حرفه‌ای، غافل نبوده‌اند و کسب هر نوع مهارت و تخصص را زمانی سودمند می‌دانستند که همراه با فضایل اخلاقی باشد.

از زمان دیرین در ایران، شغل و حرفه برای هر کس، مهم تلقی می‌شد و همچون قابلیت ذاتی و اکتسابی در راه مبارزه با اهریمن به کار می‌رفت. از این دیدگاه احراز هر حرفه، مستلزم آموزش‌های اساسی بود. اگرچه در ایران باستان پذیرفته شده بود که «هر کس را بهر کاری ساخته‌اند» اما تغییر شغل و حرفه نیز غیر ممکن نبود.

به طور کلی افعال انسان سه دسته هستند:

- افعال عادی
- افعال طبیعی
- افعال اخلاقی

افعال اخلاقی، مجموعه‌ای از رفتار پسندیده، اهداف و انگیزه‌هایی است که فرد انجام می‌دهد. بر اساس این تعریف، اخلاق دو بخش دارد: اول آن که انسان‌ها چه وظایفی دارند و در ارتباط با سایر انسان‌ها چه کارهایی باید انجام دهند؟ و از چه اعمالی باید پرهیز کنند؟ و دوم آن که از انجام این وظایف چه هدفی دارند؟

به طور مثال احسان و نیکی به دیگران بویژه به افراد مستمند، از افعال اخلاقی است که ارزش بالایی دارد و هدف آن، کمک به هموع و در جوامع با ادیان الهی، رضای پروردگار است. ولی پرداخت مزد کارگر در ازای کار انجام شده جزو افعال طبیعی است و خوردن و خوابیدن انسان در طبقه افعال عادی اوست.

در مبانی اخلاقی فرهنگ کار نیز به رفتارهای معقول و منطقی در بین یک حرفه و نحوه برخورد و مدیریت آن رفتارها اشاره می‌شود. روابط شغلی موجود در میان اهالی یک صنف و طرز معاشرت آن‌ها با یکدیگر و تبعیت افراد از قوانین موجود در هر رشته کاری، وجه دیگری از این مبانی را تشکیل می‌دهد.

از عوامل تأثیر گذار بر مبانی اخلاقی فرهنگ کار می‌توان به جنبه‌های مختلف اشاره نمود:

- جنبه فردی که خصوصیات فردی، ملاک‌های شخصی، ارزش‌های مذهبی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات درونی فرد را در برمی‌گیرد.
- جنبه محیطی که بیانگر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ارتباط بین این عوامل است.
- جنبه گروهی که اشاره به ارتباط با همکاران، ارتباط با مراجعین زیر دستان و فرادستان، نحوه تبعیت از قوانین محیطی و پاسخ به انتظارات دیگران دارد. (ادگار و سجویک،^۱ ۱۹۹۹)

در مراکز که با مراجعین یا به بیانی دیگر ارباب رجوع سر و کار دارند؛ وجود اخلاق در فرهنگ کار، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

طرز رفتار و طریقه گفتار کارکنان با همکار خود و با مراجعین و تعاملات این دو با یکدیگر حاکی از تعیین سطح این فرهنگ است. احترام متقابل افراد، طرز برخورد و نحوه بیان قوانین و توجیه مراجعین با لحنی مناسب نشانگر فرهنگ متعالی در محیط کار بوده که در نهایت رضایت مراجعین و مشتریان یک نهاد را در بر دارد.

بعنوان مثال: سازمانی را در نظر بگیرید که کارکنان آن با هم بسیار صمیمی و در محیطی سالم مشغول به کار هستند. در غیاب همکار خود، کارها را بنحو احسن انجام می‌دهد و پاسخگوی مراجعین یکدیگر خواهد بود. در مواقع لزوم راهنمای مراجعین بوده و برخورد لازم می‌داند تا آخرین لحظه در محل کار حضور داشته باشد و با روی گشاده به راهنمایی مراجعین بپردازد.

محیط کسب و کاری را در نظر داشته باشید که فروشندگان کالا و یا ارائه دهندگان خدمات با لبخند با مشتریان روبرو می‌شوند. با حوصله به درخواست آنان توجه می‌کنند و در حد امکان کالاهای تعویضی و یا مرجوعی مشتریان را می‌پذیرند و در نهایت رضایت مشتریان را در نظر می‌گیرند.

^۱ Edgar & Sedgwick

به طور قطع از آیت‌های یک فرهنگ قوی در کار، طیب خاطر همه افرادی است که به یک محیط کار مراجعه خواهند کرد. چه کارفرما، کارگر یا کارمند باشند و چه مراجعه کنندگان آن‌ها.

بنابراین عامل مهم موفقیت یک محیط کاری تبدیل آن به یک محیط اخلاقی است. ایجاد و محافظت از این محیط در بهبود روابط بین افراد و عملکرد افراد، سودآوری و سایر موضوعات مؤثر خواهد بود.

امروزه به نظر می‌رسد اخلاق و فرهنگ کار در جامعه، با توجه به ضعف آن در محیط‌های کاری به یک بحران اجتماعی تبدیل شده است. در عصر حاضر، ضررها و آسیب‌هایی که به دلیل بی‌توجهی به خلیات نیروی کار بر انگیزش، بهره‌وری و کیفیت خدمات وارد آمده، ایجاب می‌کند که به کارگیری قواعد و مقررات مدیریت و متناسب کردن آن با خلیات انسان در هدایت او مطرح شود.

اگر چه جامعه ما جامعه‌ای مذهبی با اعتقادات قوی است و اخلاق در مفهوم سنتی سابقه دیرین بویژه در فرهنگ و تمدن اسلامی ما دارد، اما هیچگاه به آن بعنوان یک ضرورت اجتماعی مهم یاد نشده است.

از سوی دیگر اخلاق، همواره مقوله‌ای محوری در عرصه حیات اجتماعی انسان بوده است. این‌که در ارتباط با دیگران، طبیعت، موجودات غیر انسانی و دیگر پدیده‌های عالم هستی، چگونه باید فکر و عمل کرد؟ از جمله مباحث و سوالاتی است که اخلاق را در جایگاه مهم‌ترین امور زندگی بشری قرار می‌دهد.

انسان برای اندیشیدن و اقدام به عمل در هر موقعیت مکانی و زمانی، بضرورت درگیر مقوله هنجارهای اخلاقی و اجتماعی خواهد بود. این امر بویژه در دوران معاصر که امواج مدرنیته و گسترش فناوری‌های علمی، انسان را هر روز با مفاهیم و مقولات جدید آشنا می‌سازد، اهمیتی دوچندان می‌یابد.

اخلاق کاربردی نیز به بررسی مسائل و مباحث اخلاقی در موقعیت عینی می‌پردازد. در دانش اخلاق، از نیکی و بدی رفتار، مسئولیت‌های اخلاقی افراد و فضایل و رذایل بحث می‌شود. تحلیل این مسائل و فضایل در رهیافت کاربردی، به موقعیت وابسته است. وقتی فردی در موقعیتی خاص رفتاری انجام می‌دهد، عالم اخلاق در رهیافت کاربردی نمی‌تواند به تحلیل‌های کلی و انتزاعی بسنده کند و بر زمینه‌های متعدد چشم نیندازد. موقعیت عینی که رفتار در آن انجام می‌شود، به مساله اخلاقی تعیین می‌بخشد.

وقتی به صورت فراگیر و انتزاعی به مساله «دزدی» پرداخته می‌شود، با شکل خاصی از مساله روبرو هستیم، اما وقتی از سرقت اطلاعات در یک سازمان امنیتی بحث می‌شود، مساله‌ای متمایز، پیش روی ماست که روش‌های بررسی متمایز و پاسخ‌های مختلف دارد.

تأثیر محیط بر اخلاق نیز قابل انکار نیست. هر محیط کار، می‌تواند بر رفتار اخلاقی اعضای خود اثر بگذارد. برخی دانشمندان علوم مدیریت، مسیرهای طی شده اخلاق برای رسیدن به مرحله عملیات فردی و سازمانی را این گونه ذکر کرده‌اند: باورها و اعتقادات فرد، قوانین حاکم بر آن را می‌سازند و مسئولیت به دنبال آن شکل می‌گیرد و یا عبارتی دقیق‌تر: استمرار عمل به قانون، به مسئولیت‌پذیری عمق می‌بخشد و همین زمینه‌ها، پیش‌بینی رفتار را موجب می‌شود. با طی چنین مراحل، اعتماد، اطمینان و امید در تعامل با عناصر ذی‌نفع آن تجلی می‌یابد و ثمره آن اخلاق حرفه‌ای است و این همان چیزی است که باید رفتارهای افراد، گروه‌ها و سازمان‌های تخصصی را شکل دهد.

در واقع ریشه اخلاق حرفه‌ای، باورها و اعتقادات فردی و سازمانی است. با آموزش تا حدودی می‌توان به مفاهیم اخلاق حرفه‌ای در کار رسید. زیرا اخلاق حرفه‌ای فقط انتقال اطلاعات و یافته‌های علمی نیست بلکه باید در متن عمل به آن تخصص، شغل و مراحل مختلف تصمیم‌گیری در آن شغل هم توجه شود و این بدان معنی است که آموزش صرف، کافی نیست. باید آموزش‌ها به یادگیری تبدیل شوند. یادگیری، از نظر روان‌شناسان یعنی تغییر در رفتار. بنابراین باید انگیزه‌ها تصحیح و تقویت شود، انگیزش و اخلاق با هم همبستگی دارند. فقدان انگیزش مانع ترویج اخلاق است. اگر تکنیک‌ها و مهارت‌ها افزایش یابد، توان فکری ارتقا پیدا کند و نگرش‌ها متحول شود، در کل، معرفت و بصیرتی خاص، ایجاد خواهد شد.

اینکه هر محیط کار، در مقابل اجتماع خود چه مسئولیتی دارد و از لحاظ اخلاقی چه رویکردی باید داشته باشد؟ تا حدود زیادی تابع نوع کسب و کار خود است. ولی با توجه به کلیت فعالیت‌ها، می‌توان چارچوبی کلی برای آنها تعریف نمود. عوامل مختلفی مانند: جامعه‌ای که در آن فعالیت دارد، ماهیت کسب و کار، چشم‌انداز، راهبردها، ارزش‌های نهادین، توانمندی‌های درونی و... می‌تواند شاخص‌هایی کلی برای رعایت عدالت و مناسبات اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی باشد.

از موارد مهم دیگر اخلاق در کار، واژه مسئولیت پذیری است. مسئولیت هم مربوط به تک تک افراد است که برابر ارزش های مورد قبول خود در این رابطه پاسخگو هستند و هم مربوط به گروه ها، سازمان ها و شرکت ها است که بر اساس تکلیف و متناسب با اختیار و با ساختار معلومی که دارند در قبال فرد و جامعه، دارای مسئولیت هستند. مثلاً وقتی گفته می شود نظام آموزشی کشور، مسئول پرورش نیروی انسانی متعهد و متخصص است و مسئولیت پاسخگویی در عرصه اجتماعی را داراست. از اینرو، اخلاق حرفه ای گاهی نیز به معنای مسئولیت پذیری در قبال تمامی امور انجام شده تلقی می گردد.

در فضای کار، یک مدیر از یک طرف در فعالیت ها، باید برابر با قانون، آیین نامه ها و دستورالعمل ها، استانداردهای حقوقی و اقتصادی و... عمل کند، تا «تعهد اجتماعی» خود را به جا آورده باشد. از طرف دیگر باید فراتر از قانون و علم اقتصاد به دنبال اهداف بلندمدتی باشد که برای جامعه مفید است و این بستگی به مهارت های ادراکی بالایی نیز دارد که مدیران سطوح بالا باید واجد آن باشند، تا به مسوولیت های اجتماعی خود عمل کنند. این حوزه مسوولیتی، ملاحظات اخلاقی را نیز در بر می گیرد.

مثلاً انجام کارهایی که باعث بهبود وضع جامعه می شود و اجتناب از کارهایی که وضع جامعه را بدتر می کند، در این حیطه قرار می گیرند. مانند: رواج سقط های غیردرمانی که بیماری ها را در حال و آینده بیشتر کرده و وضع سلامت مادر و کودک را مختل می کند. بنابراین مبادرت به این امور، ولو در مواردی که تناقض قانونی هم نداشته باشد، به دور از اخلاق حرفه ای است.

انطباق پذیری اجتماعی^۲ نیز به توانایی های انطباق و پذیرش شرایط اجتماعی در حال تغییر، اشاره دارد. این موضوع در فرهنگ های مختلف به صور گوناگونی اعمال می شود. مثلاً در کشور ما داشتن مشاغل و کسب و کار تا جایی مجاز است که به اصول و ارزش های دینی و ملی، خللی وارد نکند.

البته در این راستا، از فرصت های شغلی، برای ترویج اصول اخلاقی تا حد امکان باید بهره جست. انطباق پذیری اجتماعی، عمل گراست. به همین جهت تمرکز بر ابزارها و تأکیدش بر واکنش ها و رخدادها بوده، با الگوهای اجتماعی هدایت می شود و به دنبال آن است که در کوتاه مدت و میان مدت تصمیم گیری صورت گیرد. بنابراین اخلاق حرفه ای در هر زمینه و تخصصی، کاربردهای خاص خود را دارد و مساله مهمی است.

یک مدیر وقتی می تواند به مسئولیت اجتماعی خود عمل نماید که زبردستان او در انجام وظایف قانونی، اهداف اقتصادی و یا خدماتی خود سرآمد باشند، در غیر این صورت، مدیر نمی تواند به مسئولیت اجتماعی خود عمل نماید. در واقع با ورود به حوزه مسئولیت اجتماعی، یک چارچوب اخلاقی به آن اضافه می شود.

مسئولیت اجتماعی جنبه های عملی، اخلاقی، محیط کار، رفتاری، به روز کردن سیاست ها و خط مشی ها و رویه ها و راهکارهای حل مشکلات و... را پوشش می دهد. البته مسئولیت اجتماعی، به علت همین مساله اخلاق و ارزش ها، در جوامع و فرهنگ های گوناگون در برخی ابعاد، تعاریف و تفاسیر متفاوت و متمایزی دارد.

از سوی دیگر، اخلاقیات را نیز نمی توان مستقیم مدیریت کرد، مثلاً رفتار مدیر، بر کارکنان و محیط کار، بشدت تأثیر می گذارد، اولویت های اهداف استراتژیک مانند حداکثر کردن سود، کاهش هزینه ها و... خود تأثیر زیادی در اخلاق کارکنان دارد. اکنون باید توجه داشت که قوانین و مقررات، مستقیماً بر رفتارهای افراد، در جهت اخلاقی تر شدن، به گونه ای که ضرر و زیان ناشی از رفتارهای بد اجتماع، به حداقل برسد، مؤثر است.

با توجه به آنچه که گفته شد، ضرورت نهادینه شدن مسئولیت اجتماعی، به صحنه مشارکت آوردن مردم با کار تیمی و بهبود و تداوم کیفیت زندگی و محصولات و بهره گیری از فن آوری پیشرفته و به روز است.

یک اصل مهم دیگر اینکه، همچون سایر فرآیندهای مبتنی بر فعالیت های اجتماعی بشری، هیچ چیز نمی تواند برای همه مناسب باشد. در کشورهای مختلف، ارزش ها و اولویت های متفاوتی وجود خواهند داشت که چگونگی عمل به مسئولیت پذیری را شکل خواهند داد. نگاه و جهت گیری مدیریت قرن بیست و یکم به سمت تحقق مسئولیت پذیری اجتماعی و به بیانی دیگر به سوی ارزش هاست. در این نوع مدل مدیریتی، سازمان ها هم به سود و بازدهی خود فکر می کنند و هم در پی خیر و صلاح مردم هستند.

امروزه به نظر می رسد؛ اخلاق و فرهنگ کار در جامعه ما با توجه به ضعف آن در محیط های کاری به یک بحران اجتماعی تبدیل شده است. در عصر حاضر ضررها و آسیب هایی که به دلیل بی توجهی به خلیات نیروی کار بر انگیزش، بهره وری و کیفیت خدمات وارد آمده، ایجاب می کند که به کارگیری قواعد و مقررات مدیریت و متناسب کردن آن با خلیات انسان در هدایت او مطرح شود.

اگر چه جامعه ما جامعه ای مذهبی با اعتقادات قوی است و اخلاق در مفهوم سنتی، سابقه دیرین بویژه در فرهنگ و تمدن اسلامی ما دارد؛ اما هیچگاه به آن بعنوان یک ضرورت اجتماعی مهم، نگریسته نشده است؛ لذا انجام مطالعات در این خصوص می تواند از نظر عملی دارای ارزش و اهمیت ویژه ای بوده و نتایج حاصل از آن مورد استفاده مدیران و محققین حیطه مدیریت و حوزه فرهنگ قرار گیرد.

^۱ Social obligation

^۲ Social adaptability

اخلاق کار و اخلاق حرفه‌ای، مهم‌ترین عامل فرهنگی در توسعه اقتصادی و سایر زمینه‌های توسعه محسوب می‌گردند و پایه اصلی ثروت ملت‌ها را، انسان‌ها تشکیل می‌دهند. سرمایه، تکنولوژی و منابع طبیعی، عوامل تبعی تولیدند. در حالی که انسان‌ها عوامل فعال و مولدی هستند که سرمایه‌ها را متمرکزی می‌سازند، از منابع طبیعی بهره‌برداری می‌کنند؛ سازمان‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را می‌سازند و بعنوان نیروی پیش‌برنده توسعه ملی، عمل می‌کنند.

کشوری که نتواند مهارت‌ها و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی بنحو موثری بهره‌برداری کند، قادر نیست هیچ چیز دیگری را توسعه بخشد. نقطه شروع توسعه، از تحول فردی و سپس تحول فرهنگی است. (علیمحمدزاده، ۱۳۹۳)

مبانی اقتصادی فرهنگ کار

اقتصاد، یکی از رشته‌های علوم اجتماعی است که به مطالعه علل و نتایج انتخاب‌هایی که انسان‌ها انجام می‌دهند، می‌پردازد. اقتصاد نیروی کار به طور کلی، پیرامون چگونگی تأثیر گزینش‌های مردم بر فرد و اشتغال در بازار کار می‌پردازد. از آنجا که اقتصاد، بر پایه کار و تلاش انسان، شکل می‌گیرد؛ مبانی اقتصادی بر رشد و ترقی جوامع تأثیر بسزایی دارد. برخی از مولفه‌های مهم مبانی اقتصادی و تأثیرات آن به شرح زیر در نظر گرفته می‌شود:

دستمزد و پاداش

دستمزد و پاداش، عناصر اصلی ساماندهی اقتصادی محیط کار به شمار می‌روند. در دو دهه اخیر مفهوم جبران خدمت^۱ جایگزین واژه “حقوق و دستمزد” شده است.

جبران خدمت به مواردی نظیر: برقراری انصاف و عدالت، تواناکردن برای رقابت در بازار کار، جذب افراد شایسته، برانگیختن کارکنان، تناسب شغلی و سرانجام پرداخت مبتنی بر عملکرد مدیران و کارکنان اشاره دارد. در نگرش سنتی، جبران خدمات تنها از طریق پرداخت حقوق و دستمزد و مزایای نقدی و جنسی صورت می‌گرفت. اما در نگرش نوین، کیفیت زندگی کاری^۲ که در برگزیده مزایای غیر مستقیم مالی و غیر مالی است نیز مورد توجه قرار می‌گیرد.

نحوه تصمیم‌گیری نیروی کار

اقتصاد فرهنگ کار اشاره دارد به اینکه: مردم با توجه به فرهنگ خود، در خصوص شغل و حرفه خود چگونه تصمیم می‌گیرند؟ چند ساعت کار می‌کنند یا چند ساعت را در شغل دوم (متناسب با طبقه اجتماعی خود) می‌گذرانند؟ کارفرمایان درخصوص به کارگیری کارمندان و یا کارگران خود، جنسیت، میزان ساعات کاری و دستمزد آن‌ها چگونه تصمیم می‌گیرند؟ تأثیر فرهنگ کار بر اقتصاد خانواده چیست؟ فرهنگ پس انداز، در بین اقشار مختلف جامعه چگونه است؟ پدیده مصرف‌گرایی و رابطه آن با اقتصاد خانواده چیست؟ تصمیم‌گیری مردم درخصوص نوع کار (فصلی و دائمی)، نوع تخصص، میزان دستمزد، میزان استراحت و مرخصی، مشخص نمودن نحوه و حجم کار نسبت به پاداش دریافتی و دید افراد نسبت به مسائل فوق، از موارد اقتصادی فرهنگ کار به شمار می‌روند.

محل سکونت نیروی کار

انتخاب محل سکونت در نزدیکی محل کار (بخصوص اماکن صنعتی) از مواردی است که در ابتدا به علت کاهش هزینه‌های رفت و برگشت صورت می‌پذیرد. پس از مدتی، مهاجران یکی پس از دیگری در این محل سکونی گرفته و به همین دلیل محله‌ای تشکیل می‌گردد. این محله‌ها که بیشتر در حاشیه شهرها شکل می‌گیرند، به علت نیازهای روزمره با بازارهای محلی، بنگاه‌های املاک و مسکن و مشاغل دیگر، جهت رفع نیازهای سکنه تکمیل می‌گردد.

این افراد مهاجر که گاه از یک شهر و دیار هستند و گاه از اماکن مختلف دور هم جمع شده‌اند، کم‌کم فرهنگ خاصی را تشکیل می‌دهند و با همدیگر داد و ستد اقتصادی و اجتماعی دارند. اقوام مختلف با هم ازدواج می‌کنند و تبادل فرهنگی زیادی را رد و بدل خواهند ساخت.

^۱ Compensatio

^۲ Quality of working life

پس از مدتی اصناف مختلف رشد پیدا کرده و در کنار هم مجمعی را تشکیل می‌دهند. گاهی اصناف و مشاغل مختلف محل زندگی خود را در یک محله خاص از بقیه افراد جدا می‌سازند و بسته به توانایی مالی خود، قسمت‌های خاصی از یک محله را تحت تملک خود درخواهند آورد. این اماکن بهترین و بیشترین امکانات را به خود اختصاص خواهد داد و هر چه از مرکز به سمت حاشیه شهر پیش می‌رود، قیمت املاک پایین‌تر، امکانات کمتر و در نتیجه افراد ضعیف‌تر زندگی می‌کنند. نوع کار افراد، طبقه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگ آنان را شکل می‌دهد.

گاهی عکس این قضیه اتفاق می‌افتد. سرمایه‌گذاران بزرگ اقتصادی محل استقرار کارگاه خود را در محلی انتخاب می‌کنند تا از نیروی کار ارزان و یا مواد اولیه مناسب استفاده کنند و پس از مدتی تبدیل به منطقه صنعتی شده و تغییرات اقلیمی و اجتماعی را به وضوح می‌توان دید.

عوامل مؤثر بر انتخاب شغل

انتخاب کار و شغل نیز به حرفه خانوادگی، طبقه اجتماعی، وضع اقتصادی و میزان سرمایه، تجارب شخصی، استعداد و توانایی، میزان تحصیل، نوع علاقه، تخصص و مهارت بستگی دارد. از طرفی کار و میزان دریافتی افراد، بر نحوه و نوع مصرف کالا و خدماتشان تأثیر دارد. از آنجا که افراد به دلیل وجود هزینه‌ها قادر به استفاده نامحدود از کالا یا خدمات نیستند، نحوه زندگی، میزان مصرف، گذران اوقات فراغت خود را با میزان درآمد خویش تطبیق می‌دهند. از اینرو سبد مصرفی هر خانواده، بر اساس طبقه، رسته و مشاغل گوناگون متنوع بوده و فرهنگ مصرفی هر خانوار را تعیین می‌کند.

عرضه و تقاضای کار

بازار کار همانند سایر بازارها در اقتصاد، از دو سمت عرضه و تقاضا تشکیل گردیده است. عرضه نیروی کار یا جمعیت فعال^۱ از مجموع جمعیت شاغل و بیکار بدست می‌آید. دو مفهوم متفاوت از عرضه کار وجود دارد:

- افرادی که در دستمزدهای متعارف وارد بازار می‌شوند.
- افرادی که تعداد ساعات کار، مبنای دستمزدشان قرار می‌گیرد.

تقاضای نیروی کار، نشان دهنده تعداد افرادی است که کارفرما بر حسب نیاز، در دستمزدهای معین، استخدام می‌کند. بنا به موقعیت‌های متفاوت اقتصادی (اعم از رونق یا رکود)، میزان عرضه و تقاضای کار، متغیر است. مقدار کل کار عرضه شده در یک اقتصاد به حجم جمعیت و درصدی از جمعیت است که تصمیم می‌گیرند جزو نیروی کار باشند، تعداد ساعاتی که افراد تصمیم به انتخاب کار می‌گیرند و در نهایت به میزان دستمزد دریافتی افراد، بستگی دارد.

وضعیت بازار کار و همچنین عرضه و تقاضای نیروی کار، از عوامل مختلفی تأثیر پذیرفته و در عین حال بر عوامل مختلفی نیز تأثیر گذار است. مدل برآورد عرضه و تقاضای نیروی انسانی، بر اساس نیاز رشد اقتصادی به نیروی انسانی طرح ریزی می‌گردد.

پیش بینی وضعیت آتی بازار نیروی کار، باعث می‌شود تا مسئولان و سیاست‌گذاران با آشنایی و شناخت کامل از مسائل و عوامل مختلفی که بر آن تأثیر می‌گذارد، بهترین و مناسب‌ترین تصمیمات را اتخاذ کنند تا دارای کمترین آثار سوء بر اقتصاد باشد.

ترکیب مشاغل نیروی کار را، سطح آموزش و تخصص نیروی کار مورد نیاز نسبت به میزان نیروهای موجود، میزان بازنشستگی، بازخرید و ترک از کار، مرگ و میر، فاصله و تفاوت سنی بین نیروی انسانی، مشخص می‌کند.

ولی در فرهنگ برخی از جوامع، افراد بعلت صرفه جویی در امور زندگی، اکثر کارهای تولیدی یا خدماتی را با وجود عدم تخصص، شخصاً انجام می‌دهند که گاهی در پیش بینی عرضه و تقاضای مشاغل، ناهماهنگی ایجاد خواهد کرد.

استخدام

استخدام نیروی کار، غالباً از اولین و مهمترین مسائل کار است. تقاضا درخصوص نیروی کار، رابطه بین نرخ دستمزد (قیمت کار) و مقدار نیروی کار در جامعه است. منحنی تقاضای نیروی کار، نشان دهنده مقداری است که کارفرما با توجه به نرخ دستمزد، حاضر به استخدام نیروی کار آن است. این شرایط را می‌توان به صورت کوتاه مدت یا بلند مدت در نظر گرفت.

^۱ Labour Supply or Active Population

هنگامی که بازار کار از نیروی انسانی اشباع شده باشد یا دستمزد افزایش یابد؛ متقاضیان کار، ملزم به پذیرش کار با شرایط خاص از طرف کارفرما مواجه می‌گردند که همین امر باعث تغییر نحوه محیط کار خواهد شد.

محیطی که تا چندی پیش توسط افراد کم سواد و به صورت سنتی اداره می‌شد؛ امروز با ورود نیروی جوان تحصیل کرده با دیدی متفاوت و با نگرش نو به کار و در نهایت با توقعات بالاتر و دستمزد بیشتر روبرو می‌شود.

اگر در یک محیط کار، تمام کارگران دارای مهارت یکسانی باشند، براحتی می‌توانند از شغلی به شغل دیگر جابجا شوند، بدون آنکه هزینه‌ای گزاف جهت آموزش به کارفرما تحمیل گردد (همانند خطوط مونتاژ) ولی اگر کارکنان دارای اطلاعات و مهارت‌های خاص خود باشند، انتقال و جابجایی آنان، به سادگی، امکان پذیر نخواهد بود.

از طرفی وقتی شرایط اقتصادی دچار بحران گردد؛ کارفرما مجبور به تعدیل نیرو، حذف برخی از مزایا و فشرده‌گی کار به منظور کاهش هزینه‌ها انجام می‌شود. همین امر باعث می‌گردد فشار کاری بیشتر، تعدد مسئولیت همراه با نارضایتی بین کارکنان به وجود آید و رقابت سختی را برای بقای شغل به همراه خواهد داشت که این امر بر نحوه تعامل افراد در یک محیط اثر خواهد گذاشت.

در وضعیت جنگ و درگیری‌های داخلی و بین‌المللی نیز، بیکاری و رکود اقتصادی اوج می‌گیرد. این در حالی است که با اتمام یک جنگ و اعلام وضعیت بازسازی یک کشور و همسایگان آن، دوره رونق اقتصادی تجربه می‌گردد. بازسازی، موجب می‌شود چرخه‌های اقتصاد به گردش بیفتد. اغلب مهاجرینی که از دیار خود عزیمت نموده‌اند، با بازگشت به وطن و همچنین با تجربه کردن زندگی در سرزمین‌های دیگر و تبادل فرهنگی با فرهنگ متفاوت‌تری نسبت به گذشته، شروع به کار و فعالیت می‌کنند. تفاوت دید اقتصادی آن‌ها نسبت به قبل از مهاجرت و آموختن مهارت‌های جدید، باعث تغییر بیشتری در اقتصاد منطقه خواهد شد.

میزان بیکاری

بیکاری، روی دیگر سکه در فرهنگ کار است. افراد بیکار به چند دسته تقسیم می‌گردند:

- افراد جویای کار با تخصص خاص
- افراد بیکار که فاقد تخصص و مهارت کافی و لازم هستند.
- بیکاران پنهان

گاهی یافتن کار مناسب، جهت افراد متخصص دشوارتر خواهد بود. زیرا انتظارات این افراد از یافتن حرفه و شغل مناسب و درخور، کار مشکلی است. هرچه بر تعداد فارغ التحصیلان کشور نسبت به قبل افزوده می‌گردد، بر تعداد این افراد اضافه می‌شود. ولی افرادی که دارای تخصص خاصی نیستند و اقشار کارگر ساده را تشکیل می‌دهند، به کارهای ساده، تکراری و موقت با دستمزد اندک قانع هستند و راحت‌تر می‌توانند مشغول به کار گردند.

بیکاران پنهان، افراد فعال و درظاهر شاغلی را شامل می‌شوند که عملاً نقشی در تولید یا پیشرفت کار صحیح ندارند و با حذف آن‌ها خللی در چرخه کار وارد نمی‌گردد. نقش دلالت و واسطه‌گران از این نوع است.

اثرات هر نوع از انواع بیکاری، تنها بر خود فرد، تأثیر نمی‌گذارد؛ بلکه خانواده و جامعه نیز متأثر از آن خواهد بود. اقتصاد هر خانواده یا جامعه که توسط سلامت کار و کارگر تأمین می‌شود؛ هر لحظه با افزایش یا کاهش افراد بیکار در نوسان خواهد بود. عدم اشتغال باعث کاهش درآمد شده و این کاهش در سراسر زندگی فرد نمایان می‌گردد.

پارادوکس‌های فرهنگ کار

تعیین دستمزد و پدیده استثمار

یک سیستم و یا یک نظام پرداخت، بیان می‌دارد که چگونه باید بین تلاش افراد با پاداشی که به کارکنان داده می‌شود؛ ارتباط برقرار گردد. (لاپتون^۱، ۱۹۸۸)

^۱ Lapton

از آنجا که سیستم‌های دستمزد، طبقات جامعه را همواره از خود متأثر می‌سازد؛ نقش موثری در مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد. در این بین، صاحبان کار به لحاظ داشتن سود بیشتر، تمایل به پرداخت پایین‌تری از دستمزد به کارکنان داشته و گاهی به استثمار آنان می‌پردازند و از طرف دیگر کارکنان، خواستار حقوق و پاداش بیشتر جهت سپری کردن بهتر امور زندگی خود هستند. همچنین جهت نیل به پیشرفت و عدالت در جامعه، پرداخت حقوق و دستمزد از اهمیت بالایی برخوردار است. از طرفی، کارکنانی که دارای فرهنگ کاری بالاتری هستند؛ نسبت به حق و حقوق خود نیز آگاهی بیشتری دارند.

به طور کلی تعیین دستمزد و پرداخت‌ها بر اساس آیت‌های گوناگونی نظیر ارزش شغل (حیثیت و اعتبار شغل نسبت به دیگر مشاغل)، قوانین و مقررات کار (طبق مصوبات، دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌های کار)، تفاوت‌ها (سهام فرد در نیل به اهداف در مشاغل مختلف، میزان ساعات کار، تعطیلات و میزان قدرت و تولید محل کار)، مسئولیت‌ها و وظایف (حساسیت شغل و حرفه و میزان تعهد فرد، موقتی یا دائمی بودن)، موارد انگیزشی (بمنظور کاهش هزینه، سهیم شدن در سود، ارتقای بازدهی)، مقایسه با دیگر نهادها و از همه مهم‌تر بر اساس نظریه‌های فرهنگی و ارزشی انجام می‌پذیرد.

براساس تئوری برابری آدامز^۱ (۱۹۷۳) افراد دریافتی خود را با دریافتی افراد همسطح خود در مؤسسات دیگر مقایسه می‌کنند و اگر به این نتیجه برسند که دریافتی غیر منصفانه دارند؛ برای رفع این بی‌عدالتی تلاش می‌کنند تا میزان آورده‌های خود را تغییر دهند. مثلاً انرژی کمتری صرف می‌کنند؛ افراد دیگر را به کم‌کاری ترغیب می‌کنند و یا کار را ترک می‌کنند.

با این وجود، سلايق مدیران، نظریات شخصی سرپرستان و عواملی از این دست، باعث می‌گردد؛ درخصوص پرداخت حقوق واقعی افراد، بین کارفرما و کارکنان تضادهایی مشاهده گردد.

امنیت شغلی

در شرایط بحران اقتصادی، مشکلی که بیشتر کارفرمایان را تهدید می‌کند؛ استمرار روند تولید یا خدمات در آینده و در نتیجه مساله پرداخت حقوق و دستمزد و بیمه و پاداش کارکنان و مدیران مجموعه است. در مشاغل مختلف، کارکنان در زمان اشتغال دارای دو وضعیت امنیت شغلی یا عدم امنیت شغلی هستند.

گاهی افراد، عدم امنیت شغلی را، علت کم‌کاری و بی‌انگیزه بودن خود، عنوان می‌کنند. برخی از آن‌ها در ورود و خروج، نظم در امور و دقت در کار، عملکرد بسیار ضعیفی دارند و برخی دیگر، احتمال دارد بکوشند با نظم و درستی در انجام فعالیت‌ها، بر امنیت شغلی خود بیافزایند. از دیگر سو برخی افرادی که دارای وضعیت استخدامی قطعی و دائمی هستند؛ به علت اطمینان از شغل پایدار خود، مبنی بر ادعای قرارداد سی ساله و تضمینی، ممکن است امور محوله را به نحو احسن انجام ندهند.

در این میان، گاهی کارفرمایان بین تأمین یا عدم تأمین امنیت شغلی کارکنان مردد می‌شوند. ولی این ادعا که درونی شدن وجدان کار، بالاتر از ایجاد امنیت شغلی است، موضوعی اخلاقی است و ایجاد دلگرمی در بین پرسنل امری دیگر.

می‌توان با ایجاد روحیه و انگیزه کاری، موضوع امنیت شغلی را حتی در شرایط بحران، تا حدی به وجود آورد. اگر فرهنگ کار در افراد به وجود آید، موضوع شرایط بحران اقتصادی، مسائل اجتماعی و یا امنیت شغلی در درجات بعدی انجام کار قرار می‌گیرد؛ هر چند این عوامل بی‌تأثیر نخواهند بود.

تغییر و تداخل فرهنگ‌های کار

از آنجا که فرهنگ، امری نسبی است، ابعاد آن نیز به فراخور زمان دچار تغییر خواهند شد و گاهی فرهنگ یک حرفه با جایگزینی یا منسوخ شدن آن، تغییر کرده یا از بین می‌رود. به طور مثال گاهی به نظر می‌رسد فرهنگ زورخانه‌ای با کمرنگ شدن نقش زورخانه و جایگزینی باشگاه‌های متعدد ورزشی، به حاشیه رانده شده است.

امروزه اثری از مشاغلی همچون: چینی بندزن، پنبه زن و دوره گردهایی که معامله پایاپای داشته‌اند، نیست. همچنین در دهه‌های قبل، پرسنل سازمان اتوبوسرانی با دریافت بلیط کاغذی از افراد به ارائه خدمات حمل و نقل می‌پرداختند. گاهی این بلیط‌ها به جای پول خرد در بین افراد رد و بدل می‌شد ولی امروزه با وجود کارت‌های الکترونیکی خبری از این بلیط‌ها وجود ندارد یا افرادی که با نام ماشین نویس یا تایپیست در جلوی برخی ادارات با ماشین‌های تایپ دستی قدیمی مشغول به کار بوده‌اند، امروزه جای خود را به انواع کافی‌نت‌ها و تایپ‌های کامپیوتری داده‌اند.

^۱ Adams Equity Theory

امروزه جامعه، شاهد پدیده جدیدی با نام تاکسی‌های اینترنتی است. هرچند در عمل، خدمت این نوع تاکسی‌های اینترنتی با تاکسی‌های دیگر متفاوت نیست ولی از آنجایی که رانندگان و مسافران این نوع تاکسی‌ها با استفاده از اینترنت و با فناوری به روز در ارتباط هستند و از میزان سواد بالاتری برخوردارند، نوع رابطه کاری آن‌ها نسبت به تاکسی‌های سنتی متفاوت خواهد بود.

شاید در نگاه اول، به نظر برسد که تنها شکل این خدمات تغییر پیدا کرده باشد؛ ولی در عمل، پاکیزگی و نظافت، صرفه جویی در کاغذ، طریقه ارتباطات و نوع معاملات نیز در این تغییرات به چشم می‌خورد. به تبع همین تغییرات، افراد جایگزین نیز باید دارای دانش، مهارت و تخصص به روز باشند که به طور قطع، فرهنگ متفاوتی از پیشینیان خود را همراه خواهند داشت.

با این دید می‌توان به موارد گوناگونی در سیستم آموزش و پرورش، صنعت، کسب و پیشه و به طور کلی مهارت‌مشاغل مختلف اشاره نمود که در دهه‌های آینده با وجود پیشرفت‌های شگرف، نحوه و شیوه ارائه آن‌ها تغییر خواهد کرد.

آموزش از راه دور، رایانه، اینترنت، ماهواره، پیک‌های زمینی و هوایی، صنعتی شدن، دورکاری و... به طور کلی شکل جدیدی از فرهنگ کار را به وجود خواهند آورد. به طور کلی با پیشرفت علم و تغییر نحوه کسب و کار از سنتی به مدرن و ظهور خدمات و فروشگاه‌های اینترنتی، آیم اعتماد در فرهنگ کار، بیشتر به چشم خواهد خورد. اعتمادی که بدون ارتباط چهره به چهره خریدار و فروشنده به وجود می‌آید، ریسک یک معامله را در فضای کسب و کار الکترونیکی افزایش می‌دهد.

بحث دیگر تغییر در فرهنگ کار، تداخل فرهنگی است. افرادی که در شرایط سخت اقتصادی، دارای دو شغل، با دو فرهنگ کاملاً مجزا هستند، بدون شک مبتلا به تداخل فرهنگی خواهند شد. به طور مثال، زمانی که معلمی که در یک نهاد آموزشی مشغول به تدریس است ولی به علت جبران هزینه‌های زندگی به ناچار در بنگاه‌های معاملاتی نیز شاغل است، قطعاً فرهنگ محیط کسب و کار بر ادبیات گفتاری و رفتار وی تأثیر خواهد داشت. یا افرادی که در محیط نظامی، انجام وظایف می‌کنند ولی بعد از وقت اداری به حمل و نقل مسافر اقدام می‌کنند، بی‌گمان فرهنگ رانندگان با فرهنگ محیط نظامی تداخل پیدا خواهد کرد.

پیگمالیون^۱ و سکوت در فرهنگ کار

پیگمالیون، یا جوهره کامیابی خود، به معنای خطای انتظاری یا انتظارات بیش از حد، از زیردستان است. وجه تسمیه پیگمالیون، مجسمه‌ساز یونانی برمی‌گردد که به واسطه انتظارات وی از همسر دلخواهش، نتوانست چنین شخصی را در عالم واقعیت بیابد و سرانجام مجسمه وی را تراشید.

اثر پیگمالیون، بیان میدارد اگر حد انتظارات مدیر یا سرپرست از دیگران بالا رود، پس از مدتی دیگران سطح توانایی خود را به انتظارات مافوق، نزدیک خواهند کرد. این پدیده در مدارس، محیط کار و حتی خانواده هم قابل مشاهده است.

به طور مثال اگر مدیری از زیردستان خود انتظار بازخورد عالی داشته و سطح توانایی آنها در سطح متوسط باشد؛ با انتظار بالای مدیر از زیردستان، می‌توان به سطح عالی از توانایی زیردستان رسید.

ولی خطای پیگمالیون، زمانی صورت می‌گیرد که فرد مسئول در محیط کار، دارای فرهنگ آرمانی است و به هر نحو ممکن می‌خواهد خواسته‌های خود را برآورده سازد.

زمانی که فردی در کار خود دچار اشتباه می‌شود و یا نمی‌تواند انتظارات کارفرمای خود را برآورده سازد؛ شک و تردید مدیر خود را تشدید خواهد کرد و همین موضوع باعث کاهش اعتماد به نفس او می‌گردد. این رفتار، هرچند به تلاش بیشتر برای جبران و یا به بی‌تفاوتی فرد منجر شود؛ در هر دو صورت تردید سرپرست وی بیشتر خواهد شد. این انتظارات منفی و پایین، عملکرد کارکنان را تحت تأثیر قرار خواهد داد و این روند پی در پی ادامه خواهد یافت. (قلی‌پور، ۱۳۸۶)

در صورتی که می‌توان با مشاهده اشتباه در کار، با آموزش یا توضیح کافی، به کارکنان انگیزه برتر بودن داد و براحتی از ادامه این مراحل جلوگیری نمود.

^۱ Pygmalion

از سوی دیگر، زمانی که مدیران فرض می‌کنند کارکنان از کار متنفرند و نمی‌توان برای انجام کار، بخوبی به آن‌ها اطمینان کرد، در نتیجه مکانیزم‌های کنترل، برای جلوگیری از طفره رفتن، همانند سختگیری‌های متعدد را ایجاد خواهند کرد. همچنین کارکنان در می‌یابند که مدیریت، اعتمادی به آن‌ها ندارد. در این صورت دلسردانه، به دنبال راه گریزی از سیستم هستند، این واکنش، باورهای اولیه مدیران را تقویت می‌کند که دارای کارکنانی ناکارآمد هستند. این دور، همچنان ادامه خواهد یافت تا منجر به سکوت محض کارکنان در برابر سیستم خواهد گشت.

زمانی که مدیران، باور دارند کارکنان، خودسر، فرصت طلب و کم کار هستند و موافقت کارکنان یا به نوعی "بله قربان گویی" بر مخالفت رجحان دارد، تمایل دارند تا باورهای منفی خود را در رفتار روزمره خود با کارکنان، موجه جلوه دهند.

برای مثال اگر کارکنان نگرانی خود را در مورد تغییرات پیشنهادی محیط کار بیان کنند؛ مدیریت فرض خواهد کرد که کارکنان، در مقابل تغییر مقاومت کرده و آن را تهدیدی برای خود می‌بینند. در هر صورت کارفرمایان، غالباً با سکوت کارکنان رضایت بیشتری دارند. کارکنان نیز به واسطه ترس از اخراج، کسر حقوق و مزایا و یا از دست دادن موقعیت شغلی خود (به‌خصوص در شرایط بحران اشتغال) نه تنها سکوت اختیار می‌کنند، بلکه همکاران خود را نیز به این امر تشویق می‌کنند. به همین دلیل فرهنگ سکوت، در اکثر اوقات، مطلوب و ایده آل به نظر می‌رسد.

فرهنگ کار در عصر فراوانی

کار نسبت به کسب درآمد و ثروت، پدیده‌ای قدیمی تری است. معمولاً کار با دستمزد توأم به کار می‌رود و کارهای داوطلبانه یا خیرخواهانه نسبت به آن کمتر اتفاق می‌افتد.

کارگران امروز با کارگران سالیان پیش بسیار متفاوت اند. با تقسیم کارها، تخصص، مهارت و تحصیلات اختصاصی، روندی شگرف در امر مشاغل را به وجود آورده است. تکنولوژی‌های نوظهور باعث شده است؛ کارگران ساده حتی در خط مونتاژ، از سواد و مهارت بالاتری برخوردار باشند.

وجود مشاغل بسیار در عصر تکنولوژی باعث شده افراد به طور سستی، مشاغل پدرانشان را ادامه ندهند و با فراگیری مهارت‌های جدیدتر، هر چند وقت یک مرتبه شغل خود را تغییر دهند. وفاداری به شرکت‌ها یا صاحبان مشاغل بسیار کم رنگ تر از قبل گردیده است و در بسیاری از مواقع شغل مادام العمر وجود خارجی ندارد. چون با تغییرات سریع صنعت و نیازهای جامعه، افراد نیز ملزم به تغییر و به روز بودن خواهند بود.

به همین دلیل آنها ادعا دارند بین ارزش کاری که انجام می‌دهند و مبلغی که دریافت می‌کنند؛ توازن برقرار نمی‌باشد و اکثراً کارفرما را متهم این موضوع در نظر می‌گیرند. از سوی دیگر کارفرما خود را محق می‌داند که با کارآفرینی موجبات اشتغال دیگران را به وجود آورده است.

مارکس پیش بینی کرده بود: طبقه کارگر تحت نظام سرمایه داری، وضعیت وخیمی پیدا خواهد کرد و با رشد اقتصادی قرن بیست و یک به بعد کاملاً عکس قضیه اتفاق افتاد. چون هم کارگران ساده هم صاحب مهارت شدند و هم سهم صاحبان کار از ثروت و منابع بیشتر شد و در نتیجه دستمزدها افزایش یافت.

علیت دیگر آنکه، کارگران و قشر ضعیف، توانستند با کار بیشتر از طبقه خود ارتقا یابند و صاحب مسکن، اتومبیل و وسایل زندگی (هرچند سطح پایین) شوند.

فرهنگ کار در عصر فراوانی تغییر کرده است. در دنیای ماشینی امروز، هرچند از بیکاری و کمبود شغل شکایت می‌شود ولی کمتر کسی برای زنده ماندن، به سختی تلاش می‌کند. اکثراً به دنبال مشاغل ساده، راحت، آسان با درآمدهای نجومی هستند.

امروز به مدد پیشرفت علم و ظهور پدیده‌های دیجیتال افراد با زحمت کمتر، درآمد بیشتری کسب می‌کنند. به تناسب همین درآمد بیشتر، فرهنگ مخارج نیز بالا رفته است. افراد هرچه بیشتر کاری‌کنند و درآمد بیشتر بدست می‌آورند تحت تأثیر تبلیغات وسیع مصرف گرایانه، بیشتر خرج می‌کنند و هر روز بیشتر بدهکار می‌شوند. زندگی قرضی امروز، نوع جدیدی از شیوه زندگی است که پایانی هم ندارد.

در جامعه صنعتی امروز افرادی معقول تلقی می‌شوند که سراسیمه به دنبال کسب درآمد و خرید مایحتاج خود باشند و کسانی که با قناعت و ساده زیستی روزگار را سپری کنند در فرهنگ معاصر این جامعه راه ندارند.

هرچند خرید کردن برای برخی افراد، جذاب و سرگرم کننده باشد ولی با وفور وسایل در اطراف خود، از اهمیت آن ها خواهیم کاست .

در عصر فراوانی برای محدود کردن مصرف باید نیازهای کاذب را محدود ساخت و گرنه با کار کردن سالم و درآمد صحیح نمی توان به کل آنچه می خواهیم دست پیدا کنیم . هنجارهای درست جامعه در عرصه مصرف، انتظارات ما را شکل خواهد داد و انتظارات و نیازهای صحیح در زندگی ما در حیطه فرهنگ کار اخلاقی نگه خواهد داشت .

فرهنگ کار و نیاز

آنچه که آشکار است کار جهت رفع نیازهای انسان است . ولی در هر جامعه های بسته به فرهنگ آن نیازها متفاوت هستند. در جوامع ابتدایی نیازها نیز ساده تر هستند ولی در جوامع صنعتی ، استفاده از انواع وسایل مدرن، خانه ها با امکانات وسیع ، نیازها جلوه ای دیگر دارند .

پس به هر شکلی باید با کار و تلاش به رفع نیازهای خود اقدام کنند . گاهی با کارهای شبانه روزی نیز نمی توان به تمام خواسته ها رسید. در نتیجه فرهنگ کار و معیارهای آن نیز تغییر می یابد و به سمت و سوی غیر عرف جامعه متمایل می گردد.

گاهی میزان رفع نیاز در مقایسه بادیگران، نشانه ای از ارزش و موقعیت اجتماعی افراد است . کسانی که بیشتر کار می کنند و ثروت بیشتری دارند تا مخارج بیشتری را هزینه کنند از ارج و قرب بالاتری برخوردار خواهند بود .

اینکه نیازهای اساسی و معقول انسان چیست و در قبال آن چه مدت باید کار کرد ؟ به نوع نگرش انسان ها، موقعیت اجتماعی و انتظاراتی که خود و جامعه از فرد دارد منتهی می شود . ولی نیازهای انسان ، سیری ناپذیرند مگر آنکه محدود یا کنترل شوند .

فرهنگ کار و خرید

اقتصاد هر خانواده و درآمد آن منوط به شغل و منابع درآمدی اوست . بالطبع منابع خرید و میزان آن بستگی به همین درآمد دارد . سبک زندگی و نحوه گذران معیشت باعث می شود ؛ افراد در خصوص میزان خرید(عمده، جزیی)، اماکن خرید(همانند بازارهای روز، فروشگاههای زنجیره ای بازار، پاساژ، دستفروش ها و ...)، کیفیت خرید(درجه بندی بر اساس اصل یا تقلبی بودن) تصمیم بگیرند .

به طور مثال کارمندان بیشتر مجبور به خرید لباس با رنگ های اداری (طوسی، مشکی، سرمه ای و نظایر آن) هستند و قشر مشاغل آزاد، بسته به شغل خود رنگ مورد علاقه را خواهند خرید.

برخی نسبت به آدابی که در شغل خود دارند؛ خریدهای متفاوتی می کنند، مثلا رستوران داران همیشه عمده خرید می کنند هیچ وقت روزانه به خرید نمی روند (جز در موارد خاص مانند خرید نان)

فرهنگ کار و رقابت

رقابت جزء جدایی ناپذیر کسب و کار است ولی آنچه که از نظرها دور مانده است؛ رقابت سالم است .

رقابت سالم مستلزم داشتن موارد زیر است :

- داشتن الگوی مناسب و سالم همانند استراتژی های روز
- نیاز سنجی جامعه در خصوص کالا و خدمات
- سبک مدیریت متناسب با کار
- شناخت رقبا و دانش لازم در خصوص کیفیت محصولات مورد رقابت
- پویایی مستمر (یادگیری مداوم و به روز بودن دانش کسب و کار)
- شناخت قابلیت های پنهان
- خلاقیت، شاید از مهم ترین اجزاء رقابت در این حیطه است زیرا خلاقیت، باعث تولید بهترین کالا و خدمات مورد نیاز جامعه می شود.

رقابت‌های جامعه کنونی کمتر به رضایت مشتری، کیفیت بهتر، و مطابق با نیاز افراد در نظر گرفته شده است. متأسفانه رقابت‌های مخرب افزایش قیمت و صرفاً اقتصادی رو به افزایش است.

جاذبیت‌های رقابتی اعم از نمادی یا ظاهری، نهادی (اخلاقی) و معطوف به نیازهای ذهنی و جسمی از در خصوص رقابت سالم می‌تواند به افراد کمک بیشتری کند.

رقابت‌های مخرب نظیر احتکار به منظور افزایش قیمت، بدگویی از دیگران، تبلیغ منفی در خصوص عدم کیفیت محصولات دیگران و صدها مورد از این دست، شاید در کوتاه مدت پاسخ دهد ولی قطعاً در دراز مدت به موفقیت دست نخواهند یافت.

مبانی شخصیتی فرهنگ کار

شخصیت^۱ مجموع صفات جسمانی، عقلانی، هیجانی و ارادی فرد و تعامل با این عوامل است که بوسیله ظاهر، رفتار، عادات و روابط با دیگران آشکار می‌شود. این ویژگی‌ها باعث می‌شوند هر شخص، بعنوان موجودی کاملاً متمایز، شناخته شود. (سیاسی، ۱۳۷۴) همچنین شخصیت، الگوهای معینی از رفتار و شیوه‌های تفکر است که نحوه سازگاری شخص را با محیط تعیین می‌کند. (اتکینسون و دیگران^۲، ۱۹۹۸)

انسان‌ها همانگونه که از جهات مختلف با یکدیگر تفاوت دارند؛ در نظام شخصیتی نیز متفاوت هستند. مفهوم اصلی و اولیه شخصیت، تصویری صوری و اجتماعی هر فرد بر اساس نقشی است که در جامعه بازی می‌کند؛ ولی زمانی که از اصطلاح شخصیت، در محیط کار سخن به میان می‌آید؛ مقصود قضاوت ارزشی فرد نیست. بلکه بررسی آن دسته از الگوهای رفتاری پایدار و بادوام یک فرد است که در موقعیت‌های گوناگون از خود نشان می‌دهد.

آگاهی از شخصیت خود و دیگران، به ما در برقراری ارتباط با سایرین کمک می‌کند. این که برخی از افراد زود عصبانی می‌شوند یا برخی دیگر خون‌گرم یا زودجوش بوده، از روابط عمومی بالا یا پایین برخوردارند؛ به شخصیت افراد برمی‌گردد.

از آنجا که شخصیت افراد، متشکل از وراثت و محیط است؛ یکی از معروفترین دسته بندی‌های وراثتی، تقسیم افراد به دو گروه درون‌گرا^۱ و برون‌گرا^۲ است. در حالی که افراد درون‌گرا بیشتر با افکار خود مشغول هستند، افراد برون‌گرا، بیشتر توجه خود را بر پدیده‌های محیطی و انسان‌های دیگر متمرکز می‌سازند.

بر همین اساس در بحث فرهنگ کار، پرداختن به رابطه شخصیت و شغل یا عبارتی شغل و ویژگی‌های شاغل، بسیار مهم تلقی می‌گردد. تناسب شغل و شاغل با تاکید بر شخصیت، موجب جلوگیری از بسیاری معضلات و مشکلات فرهنگی در محیط کار خواهد شد.

در محیط کار، برخی صفات و مشخصات در عملکرد شغلی افراد موثرند و برخی از دیگر ویژگی‌ها، در رشد شخصیتی آن‌ها دخیل هستند که به اختصار به بعضی از آنها اشاره خواهد شد:

پشتکار^۳:

به معنای تلاش زیاد، مستمر و پیگیر به منظور رسیدن به اهداف مورد نظر است. غالباً افرادی که با در نظر گرفتن هدف خاص، سعی مداومی در رسیدن به آن دارند، موفق‌تر از دیگران هستند. صفت "انسان‌های کاری" نیز در این مقوله می‌گنجد. پشتکار با گرفتن پاداش از سوی مافوق، یا داشتن انگیزه قوی جهت رسیدن به هدف، ادامه می‌یابد ولی در برخی مواقع نیز با ناکامی منجر به کاهش انگیزه و کاهش تلاش و کوشش می‌گردد.

عزت نفس^۴:

کوپر اسمیت (۱۹۶۷) عقیده دارد: عزت نفس یک ارزشیابی فردی است که معمولاً با توجه به خویشتن حفظ می‌شود یا برآیند نظرات فرد، درخصوص ویژگی‌های مثبت و منفی خود است.

^۱ Personality

^۲ Atkinson et al

^۱ Introverted

^۲ Extraverted

^۳ Conscientiousness

^۴ Self - esteem

به عبارت دیگر، زمانی که فرد، ویژگی‌های مثبت و منفی خود را در کنار هم مورد بررسی قرار دهد و بخواهد در مجموع، خود را ارزشیابی نماید و به برآیند این ویژگی‌ها توجه کند؛ عزت نفس نامیده می‌شود.

این خصوصیت به فرد کمک می‌کند؛ هر عملی را انجام ندهد؛ هر کلامی را بر زبان نیاورد و به هر وسیله‌ای جهت انجام امور خاص تطمیع نشود. داشتن عزت نفس بالا، افراد را در سطح بالایی از مصونیت در محیط کار در برابر برخی از مفاسد قرار می‌دهد.

مهارت‌های کلامی بالا: ویژگی خاصی است که غالباً افراد برونگرا دارند. به طور کلی این خصوصیت، به داشتن روابط عمومی بالا و قوی با دیگران اشاره دارد. بیشتر مشاغلی که دارای مخاطب، مراجع و یا مشتری هستند با داشتن این خصیصه می‌توانند در کار خود موفقیت بیشتری کسب کنند. **تشریک مساعی:** درگیر شدن در کارها و تاکید بر مشارکت، حس مالکیت و مسئولیت‌پذیری را در افراد پرورش می‌دهد. افرادی که خواهان مشارکت و تسهیم در کار هستند؛ دارای حس جمع‌گرایی و دگردوستی هستند. همچنین این عامل، جایگزین مناسبی برای کنترل‌های مستقیم، نظارت‌های مداوم خواهد بود. تشریک مساعی کارکنان، در کارها نتایجی همچون توانمندسازی، توسعه فکری و مهارتی و ارزش قائل شدن برای کار جمعی را در بر خواهد داشت.

قابل اعتماد بودن: اعتماد یعنی تمایل برقراری تعامل داوطلبانه فرد با دیگران و وجود میزان یا درجه بالای اعتماد، مستلزم افزایش احتمال تمایل افراد به قرارگیری در موقعیت داوطلبانه و تسهیم داوطلبانه اطلاعات است. (کازیر و همکاران^۱، ۲۰۰۷)

اعتماد به معنای اعتماد چهره به چهره نیست؛ بلکه معنایی فراتر از آن دارد. اگر در محیط کار، اعتماد کم‌رنگ یا حذف گردد، انجام امور بسختی صورت خواهد پذیرفت. ایجاد جو بدبینی، شک و تردید ناشی از عدم اعتماد، می‌تواند شرایط کاری را دشوار و حتی ناکارآمد سازد. از طرفی افراد قابل اعتماد در محیط کار، معمولاً افراد دارای سوابق کاری، ذی نفوذ و رثوف هستند. هرچند شخصیت «متمدن» که در جوامع قدیم در بسیاری امور از کارکردهای آنان استفاده می‌شد؛ در جوامع کنونی نوعی تحول مفهومی پیدا کرده و تأثیر آن ضعیف گشته است. شرط بکارگیری در برخی مشاغل بخصوص مشاغل امنیتی، مالی و همانند آن، قابل اعتماد بودن فرد است. فرهنگ مستتر در این مشاغل، به واسطه حساسیت خاصی که دارند، استخدام افراد معتمد را ایجاب می‌کند. همانگونه که قبلاً نیز اشاره شد؛ امروزه با توجه به تغییر نحوه کسب و کار از حضوری به اینترنتی یا غیرحضوری، آیتم اعتماد، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

احترام گذار و احترام پذیر: احترام که از ریشه حُرْم به معنای حرمت نگه داشتن گرفته شده و نکوداشت، ارج نهادن و بزرگ داشتن در برابر افراد را تداعی می‌کند (لغتنامه دهخدا)، در فرهنگ کار از اهمیت والایی برخوردار است.

احترام گذارنده معمولاً امتیازها و کیفیت‌هایی را در فرد یا امری می‌بیند که سزاوار و شایسته ارزش‌گذاری است و حق و حقوقی را نیز به رسمیت خواهد شناخت. این مقوله غالباً یک طرفه نبوده و تا مادامی که فرد از طرف مقابل خود امتیاز و پاداشی ببیند، به رفتار خود تداوم خواهد بخشید. بنابراین احترام گذاشتن و احترام‌پذیری بین افراد، رفتاری دو سویه است که به دنبال رفتارهای مشاهده شده از دیگران ادامه می‌یابد.

حامی: حمایت، میزان یا درجه‌ای از پشتیبانی است که افراد در ارتباطات خود بکار می‌برند و دیگران را در انجام امور یاری می‌کنند. این نوع رفتار، می‌تواند توسط افراد قوی‌تر یک مجموعه جهت رفع نیاز افراد ضعیف‌تر صورت پذیرد. این حمایت می‌تواند از بعد اقتصادی، اجتماعی، تجربی، عاطفی، علمی و اطلاعاتی باشد.

نکته مهم اینجاست که حمایت در هر سطح باشد، علاوه بر بالا بردن سرعت کار، از نظر روانی بر افراد تأثیر مثبت دارد. به طور معمول، شخصیت افراد حامی، شخصیتی قوی است که دارای حس نوع دوستی و همدلی است.

انصاف: به مفهوم نصف کردن و برابر داشتن که بر هیچ طرف زیادی نشود، است. (غیاث اللغات) این موضوع که در کلیه امور محیط کار، منصفانه اقدام شود، بسیار دشوار خواهد بود. افراد منصف، در همه مشاغل و حرفه‌های فردی پرتعداد تلقی می‌شوند. کاری که بدون تبعیض و برتری فردی بر دیگران، انجام شود، باعث می‌گردد انصاف در کار شکل گیرد.

ادب و نزاکت: از موارد شخصیتی بسیار مهم در فرهنگ کار، ادب و نزاکت همراه با رفتار با وقار است. نوع برخورد رفتاری و کلامی، نحوه معاشرت و مباشرت با سرپرستان، همکاران، زیردستان و مراجعین و قابل انعطاف بودن، کنترل خشم و خشونت در زمان فشارکاری، حوصله، دوری از اضطراب و هیجان‌های تند و درنهایت خوش برخورد بودن برخی از این خصوصیات است.

^۱ Cazier & et al

وسعت دید: در محیط کار، قطعاً افرادی موفق خواهند بود که دارای دیدگاهی بلند و افق فکری بالا باشند. پرداختن به امور جزئی و کوچک، در شأن و منزلت افراد بزرگ منش نیست. افرادی که دارای شخصیت متعالی هستند، هیچگاه خود را در هجمه برخی از امور پیش پا افتاده قرار نخواهند داد. تحقیر دیگران، غیبت، مداخله در امور خصوصی افراد و افشای آن، استراق سمع، مقایسه خود با دیگران، سد کردن راه ترقی و پیشرفت آن‌ها، از کوتاهی دید افرادی است که گمان می‌کنند با متوقف نگه داشتن دیگران، می‌توانند مسیر پیشرفت را طی کنند. به طور کلی افرادی با خلق و خوی معین، صاحب نگرش‌های خاص منطبق با آن خلق و خو می‌شوند. هر نوع شخصیت با مجموعه خاصی از نگرش‌ها همراه است. نگرش‌های هر فرد منعکس کننده شخصیت او هستند. معمولاً شخصیت‌های خاص، دارای نگرش‌های خاصی هم هستند. (مکسول^۱)، (۲۰۰۵)

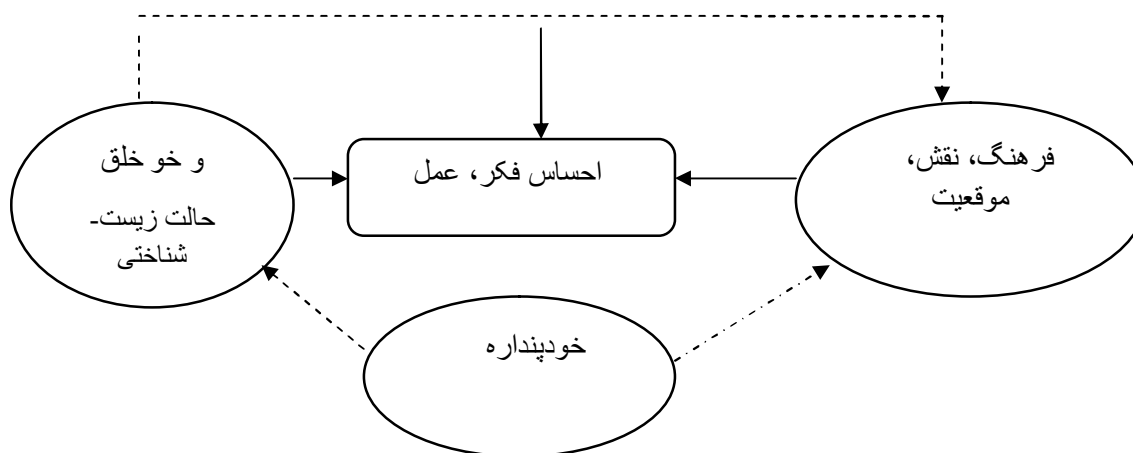
رابطه شخصیت و فرهنگ

در بررسی‌های انجام شده بر روی فرهنگ و شخصیت و رابطه بین این دو، همواره این سؤال مطرح بوده که آیا سازه‌های فرهنگی فقط افکار غالبی^۱ هستند یا خیر؟

نظریه پردازانی از جمله آلپورت^۲ ضمن مطالعه وسیع بر روی این دو مقوله، به اهمیت فرهنگ در شکل‌دهی شخصیت اذعان داشته‌اند.

آلپورت، عقیده دارد: فرهنگ واقعی انعطاف‌پذیر است و علت این مساله که اعضای یک فرهنگ از بعضی از جنبه‌های فرهنگ خوش‌شان می‌آید یا خیر، در سطح فردی و درونی‌سازی ابعاد مختلف فرهنگ، منجر به ایجاد تفاوت‌های فردی بین افراد یک فرهنگ می‌شود.

در عین حال آلپورت به این نکته اشاره می‌کند که با وجود نیازها، خلق و خو و ارزش‌های بسیار قوی، همچنان فرهنگ، تأثیر بسیاری بر روی شخصیت افراد دارد و رفتارها را محدود می‌کند. از طرفی تأثیر فرهنگ می‌تواند خارج از کنترل فرد باشد و حتی افرادی که فعالانه سعی در فاصله گرفتن از فرهنگ خود دارند؛ ممکن است به صورت ناهشیارانه تحت تأثیر فرهنگ خود باشند. (جوشن لو و رستمی، ۱۳۸۸).



^۱ Macxwell

^۱ Stereotype

^۲ Allport

نهادهای اجتماعی مؤثر در فرهنگ کار

دانشمندان، تعاریف گوناگونی از نهاد اجتماعی دارند. آگوست کنت (۱۸۵۰) نهاد اجتماعی را همچون یک اندام در کل ارگانیسم اجتماعی تصور می‌کند که نمی‌تواند جدا از دیگر اندام‌ها مفهوم اصلی خود را داشته باشد. از این رو باید آن را در درون کل ارگانیسم جامعه و با توجه به روابط و کنش‌های متقابلی که با دیگر نهادها دارد، بررسی و مطالعه کرد.

هربرت اسپنسر «اجزا و پایه‌هایی را که عهده دار انجام کارکردهای اجتماعی هستند؛ نهاد می‌خواند». او همانند آگوست کنت، توصیه می‌کند؛ جامعه‌شناس نباید فقط به مطالعه نهادهای اجتماعی مانند: خانواده، اقتصاد و نظایر آن بپردازد؛ بلکه کار اصلی و اساسی وی بررسی روابط مناسبات متقابل نهادهای اجتماعی است.

روابط اجتماعی، عناصر اصلی نهادها را تشکیل می‌دهند. نهاد، پیکربندی رفتاری مشترک گروه اجتماعی است که در محور تأمین نیاز اساسی آن سامان یافته است. بنابراین: «نهاد، ساختی است نسبتاً پردوام از الگوهای رفتاری، نقش‌ها و روابط که اشخاص به طرزی التزام‌آور و یکنواخت برای تأمین نیازهای اجتماعی پایه ایجاد کرده‌اند. (نیک گهر، ۱۳۸۷)

از مشخصه‌های اصلی نهادها می‌توان به این موارد اشاره نمود:

۱. نهادها، امری ذهنی و فاقد وجود خارجی هستند.
 ۲. نهادها دارای هدف هستند (به جهت تأمین خواسته‌های گروه ایجاد می‌شوند).
 ۳. نهادها در مقابل دگرگونی‌ها مقاومت می‌کنند (مقاومت مردم ایران در مقابل از بین رفتن نهاد خانواده)
 ۴. نهادها به یکدیگر وابسته‌اند (میزان ازدواج و ثبات خانواده بر رشد جمعیت و رشد جمعیت بر سیاست‌های آموزشی و اقتصادی کشور)
 ۵. نهادها معمولاً با هم تغییر می‌کنند (تأثیر انقلاب اسلامی بر نهادهای سیاسی، فرهنگی، اجتماعی جامعه)
 ۶. نهادها دارای نمادهایی هستند که برای حفظ وفاداری و همبستگی افراد به کار می‌برند (سبک نماز جماعت یا حج در مسلمانان)
 ۷. نهادهای اجتماعی، بر اثر نیازهای اجتماعی و برای متبلور ساختن ارزش‌های غایی اعضای جامعه به وجود می‌آیند (نهاد خانواده، نهاد آموزش پرورش)
 ۸. نهادهای اجتماعی، دارای تنوع زیادی هستند (انواع نهادهایی که برای رفع نیازهای مختلفی به وجود آمده‌اند).
 ۹. نهادهای اجتماعی، مورد پذیرش اکثریت اعضای جامعه هستند. (نهاد آموزش، نهاد دولت)
 ۱۰. نهادها، دارای اجزایی هستند که از آن تشکیل می‌شوند (نهاد آموزش، از دانش آموزان، مربیان، خدمت کار و... تشکیل شده است)
 ۱۱. هر نهاد به صورت یک مجموعه مستقل عمل می‌کند (نهاد آموزش، می‌تواند بدون وابستگی به نهاد اقتصاد، وظایف خویش را انجام دهد)
 ۱۲. نهادها، براساس ارزش‌ها و هنجارهای خود عمل می‌کنند (قواعد و ارزش‌های حاکم بر نهاد خانواده وظایف خانواده و اعضای آن را مشخص می‌کند). (کوئن، ۱۹۹۱)
- نهاد اجتماعی نیز به دو گونه تقسیم می‌شود:

۱. نهادهای نخستین (اصلی): عمومی، جهانی، که در هر زمانی و در هر جامعه‌ای فعال هستند. مثل نهاد خانواده، اقتصاد، دین، سیاست، آموزش و پرورش
 ۲. نهادهای دومین (فرعی): در تمامی جوامع بشری عمومیت ندارند. در همه مقاطع تاریخی دیده نمی‌شوند؛ ظهور و بروز آنان بضرورت کارکرد آن بستگی دارد و کارکرد آنان، بر اساس نیاز جامعه است. مثل نهاد بانکداری، نهاد علم و تکنولوژی، دانشگاه و... .
- با توجه به تعاریف فوق، می‌توان گفت: نهادهای نخستین و نهادهای فرعی، هر کدام نقش موثری در خصوص مقوله کار و فرهنگ کار ایفا می‌کنند که در این فصل، به برخی از این نهادها به طور مختصر اشاره می‌گردد:

خانواده

خانواده، اصلی‌ترین تشکل هر اجتماع است بنحوی که خانواده سالم، جامعه سالم را می‌سازد. خانواده، نظام اجتماعی خاصی است که ابعاد مختلف زیستی، قانونی، عاطفی، جغرافیایی و تاریخی هر جامعه را شکل می‌دهد. اصطلاح خانواده، گاهی به گروهی اطلاق می‌شود که از افرادی مثل زن و شوهر و یا پدر و

مادر و فرزند تشکیل شده است و گاهی نیز مفهومی از یک گروه اجتماعی محدود را دربردارد که افرادش با روابط گوناگونی، از جمله روابط خویشاوندی، به یکدیگر مربوطاند. ورود فرد به خانواده از طریق تولد، ازدواج و فرزند خواندگی و خروج آن با طلاق و مرگ است.

این موضوع، نشان دهنده کلیت زندگی افراد در این نهاد است. اعضای خانواده تنها در گذر از هر مرحله وظایف، حقوق و اختیاراتشان تغییر می‌کند، ولی نقش سازنده خویش را همچنان حفظ خواهند کرد. بنابراین موثرترین نهاد در فرهنگ سازی جامعه، توسط خانواده، شکل می‌گیرد و والدین منتقل کننده اصلی فرهنگ به فرزندان خود هستند.

خانواده، از مهمترین نهادهای اجتماعی است و تأثیر آن در وجود انسان‌ها، به موضوعات ژنتیکی محدود نمی‌شود. خانواده، نقشی پایدار و تعیین کننده در شکل گیری رفتار، افکار و شخصیت انسان دارد. نحوه و ساختار تعامل انسان‌ها با سایرین و محیط اجتماعی، تحت تأثیر تجارب محیط خانواده است. ارتباطات اولیه کودک با اعضای خانواده، سنگ بنای فرآیند اجتماعی شدن او را پایه گذاری می‌کند و موجبات آشنایی، پذیرش و رعایت هنجارها، ارزش‌ها و فرهنگ جامعه را فراهم می‌سازد. صداقت، دلسوزی، ادب، وجدان کاری، تعهد، مسئولیت پذیری، حس همکاری و تعاون و مجموعه‌ای از ویژگی‌های ارزشمند، به موازات رفتارهای ناپسند و مطرود، همه و همه در خانواده آموخته و تمرین می‌شوند. بنابراین خانواده نقشی بی بدیل در تربیت انسان‌ها و آماده ساختن آن‌ها جهت ورود به جامعه داراست.

یکی از مهمترین مضامینی که کودک در خانواده با آن آشنا می‌شود، مفهوم کارکردن است. کارکردن، موجب صرف انرژی در راه مطلوب و رسیدن به تعادل فیزیولوژیکی می‌شود، منجر به توسعه روابط اجتماعی فرد می‌شود، فرد از طریق کار کردن، به خودشناسی نائل می‌گردد و به توانمندی‌ها و محدودیت‌های خود پی می‌برد، خود را جزئی از جامعه به حساب می‌آورد و بالاخره این‌که نشانه بلوغ و بزرگسالی است و لازمه دستیابی به استقلال است.

با وجود پیشرفت‌های بسیار در جوامع، هنوز کودکان کار را با فعالیت پدر در خارج از خانه می‌آموزند. نظر به این‌که کودک پدر را در محیط کار نمی‌بیند و بیشتر شنونده وضعیت کار پدر است، موضوعات متعددی پیرامون کار، در ذهن کودک شکل می‌گیرد که می‌تواند تأثیرات شگرف مثبت یا منفی بر اشتغال وی در آینده داشته باشد. تصاویر ناخوشایند چهره پدر در بازگشت به خانه که می‌تواند ناشی از ترافیک و هزار مساله دیگر باشد، موجب نگرش منفی به کار، در کودکان است.

همچنین دیدن پدر در حال کار، فرهنگ کار همراه با تلاش را به کودکان آموزش می‌دهد ولی دیدن پدر اداری، عامل آموزش فرهنگ کار با سرمایه به کودکان است. دیدن پدر در شرایط واقعی کار، بسیاری از برداشت‌ها و باورهای غیر منطقی کودکان نسبت به کار را از بین می‌برد.

از سوی دیگر مدت طولانی تحصیل، اجازه آموختن فرهنگ کار را از افراد گرفته است. افراد زمانی به دنیای کار وارد می‌شوند که باورهای آنان با موضوعاتی که متوجه درآمد، منزلت اجتماعی مشاغل و تمایل به اداره نشینی شکل گرفته است.

از مهم‌ترین مسائل در تربیت کودک این است که لازم است والدین درخصوص تربیت فرزند خود، چشم انداز روشن و طولانی مدتی را تعریف نمایند و مساله شغل آینده کودک را در نظر داشته باشند. اگرچه هرگونه زور، اجبار و هدایت کودک به مسیری خارج از توانمندی‌اش صحیح نبوده و مذموم است، اما لازم است بپذیریم که نحوه تربیت شغلی مؤثر، پسندیده و لازم است.

مهم‌ترین نکته‌ای که لازم است کودکان در خانواده با آن آشنا شوند این است که کارکردن، ارزشمند است، جامعه به تمام مشاغل مشروع نیاز دارد و اینکه هر شغلی در جای خودش از اهمیت برخوردار است.

فرهنگ کار، تجلی فکری و روانی آحاد اعضای جامعه درباره کارکردن است و مطلوب است که وجه مثبت فرهنگ کار، در خانواده به کودک آموخته شود. وجه مثبت فرهنگ کار، به فعالیت‌هایی در کارگر اشاره می‌کند که مثبت و اثر بخش است؛ دلبستگی عاطفی با شغل، پشتکار، خلاقیت، تعهد شغلی و مواردی دیگر از این قبیل.

کودکان امروز، شاهد عینی اوضاع پشت پرده دنیای شغلی جامعه هستند. بنابراین لازم است کودکان همه روزه شاهد دیدن و شنیدن اخبار خوبی از محل کار والدین خود باشند. همچنین از دوره کودکی به فرهنگ کار کودکان همت گماشته شود. متأسفانه آنچه در خصوص فرهنگ سازی کودکان انجام می‌شود، فرهنگ اوقات فراغت است؛ نه فرهنگ کار.

فرزندان با تمام ویژگی‌هایشان، محصول خانواده و تربیت در آن هستند. ریشه بسیاری از موفقیت‌ها یا کاستی‌های شغلی، ریشه در تربیت کودکی داشته و نشأت گرفته از فرهنگ خانواده است. فرهنگ اعتماد به نفس و اتکا به خود و پرورش آن می‌تواند افراد را پرتلاش و متکی به خود بار آورد.

مهم‌ترین آموزشی که خانواده باید به کودک درخصوص انجام درست کار بدهد، نقش تعاملی و بین فردی با دیگران است. تعارضات موجود روزمره و درگیری‌های حاضر در محیط‌های کاری، نشانگر آنست که توانایی برقراری تعاملات انسانی مطلوب، در سطح ضعیفی قرار دارد. مهربانی، گذشت، وجدان کاری و اخلاقی، چشم پوشی از خطای دیگران، حفظ اسرار و صدها صفات نیکوی دیگر که می‌تواند محیط کار را عاری از تنش سازد، از این نمونه هستند.

به طور قطع می‌توان گفت: نفوذ افکار والدین در ذهن فرزندان، سبک و شیوه درآمد زندگی آن‌ها را مشخص خواهد کرد. ایجاد چارچوب ذهنی اولیه در افکار کودکان، شخصیت کاری آنان را از دوران طفولیت پایه‌ریزی خواهد کرد.

علاوه بر این، تغییر در عناصر فرهنگی خانواده‌ها به طور چشمگیری قابل مشاهده است. تغییر شکل خانواده‌ها از حالت گسترده به هسته‌ای، از سنتی به صنعتی، استقلال بیش از پیش فرزندان در امور زندگی و بالا رفتن سطح توقعات آنان، فرهنگ کار را به شکلی دیگر تبدیل کرده است. اکنون فرزندان یک خانواده تبدیل به امپراطوران کوچکی شده‌اند که خواهان انجام کلیه دستورات خود هستند. رفاه نسبی نسل جدید نسبت به نسل قبل باعث شده، تا نگرش آن‌ها نسبت به فرهنگ کار تغییر یابد. این مطلب نشانگر آنست که در سال‌های آینده نیز بنا به مقتضیات زمان و شرایط آتی، فرهنگ کار تغییر خواهد کرد.

نظام آموزشی

نظام آموزشی، تأثیر مهمی بر فرهنگ کار یک جامعه خواهد داشت. هر جامعه به فراخور نیازهای موجود در جامعه، سیاست‌های فرهنگی خود را در دروس و نظام آموزشی می‌گنجانند. به نظر می‌رسد در کتب درسی نظام آموزشی فعلی، چشم انداز روشنی از انتقال فرهنگ به چشم نمی‌خورد. در کتاب‌های درسی بندرت به شیوه صحیح انجام دادن و به اتمام رساندن کار، ارزش گذاری به تمامی مشاغل مشروع جامعه، آداب و اخلاق کار اشاره شده است. خودشناسی، آموزش تعاملات صحیح انسانی، انضباط در کار، وقت شناسی و به طور کلی منش اخلاقی کار را می‌توان توسط نظام آموزشی از سنین کودکی از طریق آموزش، کارگاه‌های آموزشی و اجرای نمایش در کودکان نهادینه کرد.

معلمی که بموقع در سر کار حاضر می‌شود، تمام وقت کلاس را به بهترین وجه صرف آموزش می‌کند و گاهی بعد از پایان ساعت هم به تدریس ادامه می‌دهد، ناخودآگاه وجدان کاری را به دانش آموزان آموزش می‌دهد. اخلاق خوش او در کلاس اخلاق فردی را ترویج می‌دهد.

موضوع انشای "در آینده می‌خواهید چکاره شوید؟" در دبستان، اولین گام روشن نظام آموزشی به ایجاد تفکر در دانش آموزان پیرامون شغل آینده است. اکثر دانش آموزان پسر به مشاغل خلبانی، مهندسی و پزشکی علاقه نشان می‌دهند و دختران هم، معلمی و پرستاری را بر مشاغل دیگر ترجیح می‌دهند. ولی همین دانش آموزان وقتی به مرز انتخاب رشته برای ادامه تحصیل می‌رسند، دچار سردرگمی و بلاتکلیفی می‌گردند.

آموختن حرفه و مهارت در کنار یادگیری دانش می‌تواند به مثابه دو بال پرواز برای موفقیت آینده دانش آموزان باشد. بنابراین یکی از مهم‌ترین وظایف نظام آموزشی شناخت خلاقیت، زمینه بروز آن و پرورش آن است، زمینه سازی بروز خلاقیت و رشد و تعالی آن بر عهده نظام آموزشی خواهد بود.

علاوه بر موارد فوق، درمان این مسائل، باز کردن درب کارخانه‌ها به سوی کودکان و امکان بازدید آنان از محیط‌های کارگری و گذراندن لحظات شاد و مفرح در محیط کارخانه است؛ زیرا تمامی روابط عاطفی، ریشه در کودکی دارند. چنانچه در دوره کودکی، کودکان با فرهنگ کار و تلاش آشنا نشوند و لحظات مفرحی را در محیط‌های کاری تجربه نکنند، نگرش مثبتی نسبت به کار در آنان شکل نمی‌گیرد و هرگز در بزرگسالی، جز در حالت اضطرار آن را انتخاب نخواهند کرد. بدیهی است زمانی هم که مجبور به انتخاب و انجام آن شوند، از کارایی لازم برخوردار نخواهند بود. لازم است ضمن این که از دوره کودکی به آموزش لزوم کار کردن، کسب حلال، صحیح کار کردن و... می‌پردازیم، به فکر مهارت آموزی کودکان بوده و به آن‌ها آموخته شود فرصت‌های شغلی در دسترس افرادی است که دارای دو ویژگی باشند:

۱. باهوش: کسی که بتواند بسرعت با موقعیت‌های جدید شغلی سازگار شود.

۲. پرتلاش: کسی که بتواند بخوبی پاسخگوی مطالبات شغلی خویش باشد.

رسانه

رسانه، از دیگر نهادهای مؤثر در حیطه فرهنگ کار به شمار می‌رود. در تعریف رسانه می‌توان گفت: هر آنچه پیامی را از فرهنگ‌ها و افکار دیگران را منتقل نماید، رسانه گفته می‌شود. در حقیقت رسانه‌ها، حامل اطلاعات و پیام‌ها هستند و نقش‌های خبری، آموزشی، وظایف راهنمایی، رهبری و تفریحی را بر عهده دارند.

رسانه‌های جمعی در کنار سایر عوامل انتقال دهنده فرهنگ، نقش بسیار تعیین کننده‌ای در سطوح شناختی (دانش، بینش، عقاید)، عاطفی (گرایش، نگرش، احساسات و ترجیحات) و رفتاری (کنش‌ها و واکنش‌ها) دارد. از دید برخی دانشمندان، نقش رسانه‌ها در تعامل با مقولات فرهنگی را می‌توان در چندین موارد را جستجو کرد: رسانه، ممکن است عمداً باعث تغییر شود (تغییر و تبدیل)، ناخواسته تغییر به وجود آورد، تغییر صوری ایجاد کند، تغییر را آسان کند، آنچه موجود است را تقویت کند، مانع تغییر شود. (مک کوایل و ویندال^۱ ۱۹۳۵)

طبق نظریه فوق، تبیین و آموزش ضمنی فرهنگ صحیح کار، همراه با شاخص‌های مناسب و اقدام در جهت هنجارسازی متناسب برای عینیت بخشیدن به ارزش‌های کار در جامعه را مورد بررسی قرار خواهد داد.

در عصر جدید، رسانه‌ها دگرگون شده‌اند. رسانه‌های جدید به طور خود انگیخته و مستقل پدیدار نمی‌شوند؛ بلکه بتدریج از دگرگونی رسانه‌های قدیمی‌تر به وجود می‌آیند. ولی نکته مهم این است که فن‌آوری‌های جدید رسانه‌ای همواره با جذابیت‌های جدیدتری نیز روبرو هستند. این‌که مخاطبین رسانه‌ها از سواد رسانه‌ای لازم برخوردار نیستند؛ موضوع بهره‌گیری از آن را به طور همزمان به فرصت و تهدید تبدیل نموده است. بر اساس موضوع بحث، مطلوب است اصحاب رسانه با بهره‌گیری از ویژگی جذابیت رسانه‌های جدید به ترویج فرهنگ کار بپردازند.

بر اساس نظریه یادگیری پنهان: آموخته‌های پنهان نیز مانند آموخته‌های آشکار منجر به شکل‌گیری نگرش و رفتار در مخاطبان می‌گردد. همچنان که آموزش پنهان باوجود قصد و اراده فرستنده پیام، مخاطب را متأثر می‌سازد. جالب‌تر این‌که به علت پنهان بودن فرآیند یادگیری و ناآگاهی فرستنده یا گیرنده پیام، فرآیندهای گزینش در هیچ یک فعال نشده و فرستنده و گیرنده را از حالت فرستنده و گیرنده فعال به فرستنده و گیرنده غیرفعال تبدیل می‌کند.

در همه برنامه‌ها و آگهی‌های تلویزیونی، درست مثل فیلم‌های سینمایی، سطحی دیگر وجود دارد که می‌توان آن را "محتوای غیرعمدی" نامید. این محتوا از زمینه‌ای پرتفصیل ترکیب یافته است. منظره اتومبیل‌ها، صحنه‌های خیابانی، معماری، تلفن‌ها، ماشین‌های پاسخگو و نیز رفتارهایی که کمتر به آن توجه می‌شود و مواردی از این دست، همگی در این بخش جای می‌گیرند. برعکس محتوای عمدی، جزییات محتوای غیرعمدی، بارها و بارها تصویری کاملاً درست از واقعیت‌های زندگی روزمره را ارائه می‌دهند. بیننده هیچ کدام از این‌ها را نه نادیده می‌گیرد و نه فراموش می‌کند، بلکه در ذهنش بایگانی می‌شوند و بخشی از ذخیره عمومی دانش شخصی را نسبت به جهان تشکیل می‌دهند.

و انواع شیوه‌های کسب درآمدهای نامشروع بوده است. از طرفی معرف صدا و سیما با اشراف به این ویژگی می‌تواند در ناخودآگاه مخاطبین خود، کسب حلال، کار و درآمدزایی را اشاعه دهد. آنچه رسانه‌ها ناخواسته ارائه می‌دهند موارد آموزش خشونت، تقلب، کلاهبرداری، سرقت، دروغ، خیانت، آدم ربایی و گروگانگیری ی مشاغل مختلف با نحوه و سبک زندگی و طرز معیشت آنان در فیلم‌ها و سریال‌ها موجب بالارفتن توقع سطح زندگی، چشم و هم‌چشمی، اسراف، مصرف گرایی و تغییر دید مخاطبین به اقشار مختلف جامعه خواهد شد.

در نتیجه وسعت یافتن و گسترش دامنه و شمار مخاطبان یک رسانه بر تأثیرات منفی پیام‌های پنهان بر فرد، فرهنگ و اجتماع افزوده می‌گردد و منشأ بسیاری از التهابات اجتماعی را باید در تعارض میان پیام‌های پنهان و آشکار رسانه‌های بزرگ کشور و تأثیر قوی‌تر پیام‌های پنهان این رسانه‌ها دانست. البته مهم است که این رسانه‌ها، کدام ارزش‌ها را رسماً تبلیغ می‌کنند و مهم‌تر اینکه، که کدام ارزش‌ها و رفتارها را ناخواسته ترویج می‌دهند.

با ورود شبکه‌های اجتماعی به جریان اصلی فرهنگ جوامع، کسب و کار، هم مانند سایر بخش‌های زندگی فردی و اجتماعی تحت تأثیر قرار گرفته است. شبکه‌های اجتماعی، با درگیر کردن افراد در فضای خود می‌توانند منجر به خستگی فرد شده و بازده کاری وی را تحت تأثیر قرار دهند. همچنین کسب و کارهای اینترنتی، می‌توانند ضمن ایجاد فرصت مناسب و سهل برای تبلیغات و بازاریابی، براحتمی تهدید بزرگی برای برخی مشاغل باشند. فروشگاه‌های

^۱ Mc Quail & Windal

اینترنتی، می‌توانند بر فروش سایر فروشگاه‌ها و مراکز خرید تأثیر گذار باشند. سیستم حمل و نقل اینترنتی، می‌تواند شبکه حمل و نقل را تحت تأثیر خود قرار دهند. آموزش‌های مجازی، کلاس‌های حضوری را هدف قرار داده و ایمیل و انواع چت، فاصله‌ها را نزدیک کرده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی دارای ویژگی‌هایی چون شناسایی، ارتباطات، همکاری و تبادل تجارب و اطلاعات‌اند. از طرفی به همان اندازه که جذابیت این شبکه‌ها برای مخاطبین بالاست، به همان اندازه امکان سوء استفاده و خطرات امنیتی آن نیز وجود دارد. نفوذ به اطلاعات مالی و شخصی افراد، شکست در بازارهای فضای مجازی و رسانه‌ای افراد را به همراه خواهد داشت. بنابراین با استفاده از متخصصین حوزه رسانه و درخواست همکاری با افرادی که دارای سواد رسانه‌ای قوی هستند، می‌توان از تأثیرات منفی رسانه کاست و از این عامل بدرستی در ترویج فرهنگ قوی کار، استفاده نمود. با تغییر مشاغل و حرکت آن به سمت فناوری‌های جدید، فرهنگ کار مرتبط با آن نیز تغییر پیدا کرده است.

اماکن مذهبی

اماکن مذهبی، از دیگر نهادهای مهم اجتماعی هستند. اماکن مذهبی در ساده‌ترین کارکرد خویش محلی برای اجتماع مردم عامه جهت انجام فرایض دینی بوده است. همچنین در کنار آن بزرگان هر محل با اجتماع در مساجد، تکایا و امام زاده‌ها به چاره اندیشی و تقسیم وظایف در امور مختلف می‌پرداخته‌اند. همکاری و همفکری در این مکان‌ها به دلیل فراگیر بودن و بدون محدودیت سن، جنس، تحصیلات و سایر میزده‌های اجتماعی و همچنین عدم وابستگی به احزاب سیاسی مورد اعتماد خاص مردم قرار داشته است.

علاوه بر تأکید بر ارزشمندی کسب حلال و لزوم تأمین معیشت از راه کسب و کار مشروع و سخنرانی پیرامون آن در اماکن مذهبی، از آنجا که فعالیت‌های اجرایی در مساجد همانند برگزاری مراسم مذهبی و کارکردهای ارشادی انجام می‌شود، بهترین مکان جهت رشد و ترقی فرهنگ کار تلقی می‌گردد.

وحدت و همبستگی اجتماعی، آگاهی‌های مذهبی و اجتماعی، درخصوص شیوه انجام کار صحیح، هنجارمندی، تقویت وجدان جمعی، تقویت روحیه ایثارگری در کار و از خود گذشتگی، تقویت نمادهای فرهنگی کار و در نهایت تحول و پویایی فرهنگ اسلامی در گرو آموزش‌های مراکز دینی و فرهنگی به افراد خواهد بود.

گروه‌های خودجوش و مردمی که در زمان مراسم و مناسبت‌های گوناگون دیده می‌شود، گویای این مطلب است که داوطلب بودن افراد، نقش مهمی در فرهنگ کار را ایفا می‌کند. عشق و تعلق داشتن به کار، رمز موفقیت است.

بنابراین اماکن مذهبی، مناسب‌ترین کارگاه ترویج و توسعه فرهنگ کار است و مبلغین این نهاد با ارائه سخنرانی، راهکارهای عملی و بیان رهنمودهای مؤثر، می‌توانند در تسهیل امر فرهنگ سازی کار سهیم باشند.

فرهنگ کار و چالش‌های پیش رو

یکی از مباحث مهم هر کشوری، غنی سازی فرهنگ کار و تتبع آن توسعه فردی، اجتماعی و اقتصادی است. شناسایی و رفع چالش‌های موجود، به هموار ساختن این مسیر کمکی شایان خواهد نمود. مواردی از این چالش‌ها بدین شرح است:

مهاجرت

مهاجرت، بعنوان ساز و کار مهم، در توزیع فضایی جمعیت، در طول زمان، با علوم مختلفی همچون علوم اجتماعی، جمعیت شناسی، جغرافیا و اقتصاد مرتبط است. به دلیل این که مهاجرت، پدیده‌ای بین رشته‌ای است؛ تعاریف متعددی از آن به عمل آمده و هر کس نسبت به حوزه تخصصی و زمینه کاری خویش، تلاش می‌کند آن را تعریف نماید.

مهاجرت، جابجایی بین دو واحد جغرافیایی یا عبارت دیگر ترک یک سرزمین و اسکان در سرزمین دیگر است. در فرهنگ دهخدا مهاجرت، به معنای ترک دیار گفتن و در مکان دیگر اقامت کردن است. (دهخدا، ۱۳۷۳)

چنانچه فردی در محل دیگری به جز محل تولد خود اقامت داشته باشد و هرچند ممکن است سال‌های طولانی از آغاز اقامت وی در این محل گذشته باشد، به هر حال مهاجر به حساب می‌آید. این گونه مهاجرت‌ها را مهاجرت طول عمر^۱ می‌نامند.

عقاید جدید در مورد مهاجرت، به توسعه و پیشرفت مربوط می‌شود. بخصوص در قرن نوزدهم میلادی، وجود ملیت‌هایی با معیارهای مشخص شهروندی مانند پاسپورت و کنترل دائم و مستمر مرزها و حدود و قوانین ملیتی، در ایجاد این عقاید، نقش داشته‌اند. عمدتاً هدف افراد از مهاجرت، پیشرفت و رفاه بیشتر است. این در حالی است که مناطق مهاجرپذیر از این نیرو بسیار نفع می‌برند. گاهی این مهاجرت‌ها خواسته (تحصیل - اشتغال) و گاه ناخواسته و اجباری (بالایای طبیعی و جنگ) است.

کارکردگرایان معتقدند: تمام نیازهای اجتماعی در چارچوبی از نظام اجتماعی آموخته می‌شود و از آنجا که نیازهای اجتماعی افراد در محیط‌های روستایی (بعثت محدودیت و محرومیت‌ها) برآورده نمی‌گردد، آن‌ها توسط مهاجرت در مناطق وسیع‌تر و شهرهای بزرگ، به جستجو و برآورد نیازهای خود خواهند پرداخت.

برای برخی مهاجران، آموزش یک عامل جذب و کشش اولیه است. ولی پس از فراغت از تحصیل و تغییر اهداف، مساله اشتغال در محل تحصیل، دلیل اصلی مهاجرت را شکل خواهد داد.

تودارو^۲ معتقد است: هر مهاجر، بالقوه بر مبنای هدف پیشنهادی سازی "درآمد انتظاری" درخصوص مهاجرت تصمیم می‌گیرد. در این تصمیم‌گیری دو عامل اقتصادی اصولی نقش دارند: اولی به تفاوت واقعی موجود بین دستمزد در شهر و روستا مربوط است که به دلیل مهارت‌های متفاوت و دوره‌ای آموزش کارگران به وجود آمده است و دومین عنصر به دست آوردن شغل مناسب است. (تودارو، ۱۹۷۱)

از سوی دیگر حاشیه نشینی، تجلی نابرابری اجتماعی، اقتصادی، در زمینه عدم تعادل در توزیع متناسب امکانات و منابع جامعه است. توزیع امکانات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در تمام مناطق کشورها بویژه در کشورهای درحال توسعه توزیع یکسانی ندارد و باعث مهاجرت و انتقال جمعیت از مناطق فقیر به مناطق برخوردار می‌گردد. ساکنان سکونتگاه‌های حاشیه نشین، افراد مهاجر روستایی و عشایری‌اند که بعضی از آن‌ها دارای مهارت کم، ولی اغلب آن‌ها فاقد مهارت لازم شهری هستند.

این افراد بیشتر به دلیل عوامل رانش زادگاه خود و کمتر به سبب عوامل جاذب شهری، زادگاه خود را ترک می‌کنند. آن‌ها به دلیل عدم تطبیق با فرهنگ و محیط شهر و بر اثر عوامل پس رانده شهری، جذب محیط‌های شهری نمی‌شوند و بتدریج با طبقات محروم شهر در می‌آمیزند و در کانون‌هایی به هم پیوسته یا جدا از یکدیگر، در بخش‌های نامرغوب شهر سکنی می‌گزینند به صورتی که محل سکونت و نوع مسکن آن‌ها، آشکارا با محل سکونت متعارف شهری مغایرت دارد و مالکیت آن غالباً غصبی است. (صالحی امیری و خدایی، ۱۳۹۲)

مهاجران بازنشسته هم، گاهی به علت بازگشت به وطن و یا به دلیل تنوع آب و هوا و فراغت از مشکلات زندگی به اماکن آرام و سالم و بخاطر علاقه به آشنایی با فرهنگ و رسوم مختلف، به مناطق دیگر مهاجرت می‌کنند.

هرچند آزادی حرکت و کوچ، اغلب بعنوان حقوق فردی شناخته شده است، ولی مهاجرت، محدودیت‌های بسیاری دارد. مهاجرت در داخل یک کشور، موانع خاصی ندارد ولی مهاجرت بدون تأیید رسمی بین کشورها، می‌تواند خلاف تلقی گردد. هر چند مهاجرین، باعث تسهیل در رونق اقتصاد می‌گردند، ولی غالباً چنین جلوه داده می‌شود که مهاجرین، خود را به جوامع مرفه‌تر تحمیل می‌کنند و سود سرشار از نیروی کار ارزان یا فروش ملک جهت اسکان آنان نادیده گرفته می‌شود. به همین دلیل، مهاجرین براحتی در مکان‌های جدید پذیرفته نمی‌شوند.

به طور کلی مهاجرت، علل متفاوتی دارد که به برخی از این عوامل اشاره می‌گردد: علل طبیعی، علل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی.

محدودیت‌ها و مشکلات طبیعی به طور مستقیم یا غیرمستقیم موجب دفع جمعیت از یک منطقه می‌شود و شاید بتوان بجرأت ادعا نمود بسیاری از عوامل اقتصادی مهاجرت، ریشه در عوامل طبیعی دارند. مخاطراتی از قبیل زلزله، سیل، بهمن، غبار و ریزگردها، خشکسالی و محدودیت‌هایی همانند کم آبی

^۱ Life Time Migration

^۲ Todaro

و افت سطح آب‌های زیرزمینی، شورشیدن آب‌ها، سرمازدگی محصولات و یا عدم فروش محصولات کشاورزی و ورشکستگی، افراد را وادار به ترک محل سکونت خود خواهد نمود.

با توجه به اینکه کشور ایران، دچار خشکسالی‌های متعددی قرار گرفته؛ مهاجرت روستاییانی که به علت بیکاری و کمبود آب، راهی شهرها می‌گردند، روز به روز بیشتر می‌شود. بزرگ‌ترین مشکل این مهاجران، مشاغل نامنظم و موقتی است. افرادی که در مناطق روستایی ساکن بوده‌اند، غالباً مشاغلی چون کشاورزی یا دامپروری داشته‌اند و همانطور که قبلاً ذکر گردید، دارای تخصص و مهارت کافی در مشاغل شهری و صنعتی نبوده و به اجبار به مشاغل کاذب روی خواهند آورد. رسته‌های مختلف شغلی نیز با ورود افراد مهاجر، امنیت شغلی خود را در خطر خواهند دید و سعی در طرد آنان از مشاغل مختلف خواهند داشت که همین امر منجر به تنش‌ها و تضادها بین افراد بومی و مهاجرین خواهد شد.

جستجوی دایمی برای یافتن شغل جدید، ترس از بیماری‌های شغلی (بعلت عدم بیمه درمانی) و عدم آشنایی با فرهنگ شهرهای بزرگ، آسیب‌پذیری این مهاجران را افزایش می‌دهد.

بروز نابسامانی‌های متعدد، همانند فشار بر منابع و امکانات محدود مناطق جغرافیایی کوچک، کمبود فضای آموزشی و انتظارات بیشتر برای رفاه و بهبود زندگی، برخی از علل اجتماعی مهاجرت است. اختلاف زیاد خدمات بین مناطق شهری و روستایی، همانند بهداشت و درمان، مراکز آموزشی و تفریحی متنوع و تأسیسات گوناگون باعث شده، میزان تقاضا برای مهاجرت به شهرها رو به گسترش باشد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که پیامدهای مهاجرت، دارای ابعاد مثبت و منفی بسیاری است. مهم‌ترین بعد مثبت آن همانگونه که ذکر شد سهولت و آسایش در زندگی است.

جوانان با فرار از هنجارهای سنتی موجود در محیط‌های کوچک به استقلال فردی و آزادی انتخاب می‌رسند و از تنهایی و انزوای اجتماعی در محیط‌های روستایی، همراه با کار فیزیکی سخت و مداوم نجات پیدا می‌کنند. همچنین جهت یافتن منزلت اجتماعی و کسب احترام و تفریحات محرک، شهرها را انتخاب می‌کنند.

وجود خرده فرهنگ‌های متفاوت در داخل اجتماعات شهری، و شکاف فرهنگی بین ارزش‌های دو جامعه از ابعاد منفی مهاجرت است.

جنگ و ناامنی

جنگ، پدیده‌ای است که همواره با خود اثرات و پیامدهای جمعیتی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی زیادی بر جوامع درگیر دارد و فهم این اثرات و پیامدها به مطالعه‌ای عمیق در باب هر پیامد نیاز دارد. (زیمر و همکاران^۱، ۲۰۰۶)

جنگ‌ها، یکی از متغیرهای مهم تحول حیات اجتماعی هستند؛ به گونه‌ای که نهادهای اجتماعی و زندگی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. افزایش میزان فوتی‌ها و خانواده‌های بی‌سرپرست، فقر و بیکاری و بحران‌های سلامتی و قحطی، از بین رفتن سرمایه‌های انسانی و مالی و همچنین اثرات مخرب زیست محیطی، کل حیات اجتماعی یک جامعه را مختل می‌سازد.

در این بین، اثر مهاجرتی، یکی از ابتدایی‌ترین پیامدهای جنگ است. مردمی که در مناطق جنگی زندگی می‌کنند؛ برای دوری از خطر و حفظ جان و مال خود، به مهاجرت‌های ناخواسته‌ای تن در می‌دهند که همین ورود اجباری به سرزمین‌های دور و نزدیک و مهیا نبودن زیربناها و شرایط، عدم آمادگی ذهنی، روانی، اجتماعی و اقتصادی را هم برای مهاجرین و هم برای ساکنین مقاصد، به علت تفاوت‌ها و گاه شرایط طبقاتی جامعه، از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به بار خواهد آورد. اسکان و اشتغال افراد جنگ زده، بازار فروش ملک و بازار کار در شهرهای مقصد مهاجرین را تحت تأثیر خود قرار داده و نوساناتی را در آن به وجود خواهد آورد.

قاچاق

کلمه قاچاق، از واژه ترکی قاچماق به معنی فرار و زیرکی گرفته شده است. قاچاق، در لغت به معنای ربوده، پنهانی عمل کردن، تردستی، گریزانیدن و تخطی از قوانین و مقررات متداول در وارد و صادر کردن کالا است. (دهخدا، ۱۳۷۳)

^۱ Zimmer et al

قاچاق کالا، بخشی از اقتصاد کشورهاست که با هدف سودآوری از سوی عوامل تجارت غیر قانونی انجام می‌شود و به دلیل ماهیت پنهان خود در آمارهای رسمی کشورها ثبت نمی‌شود و به دلیل پنهان ماندن بخشی از عملکرد اقتصادی کشور، قوانین و مقررات جاری نقض می‌شود، در نتیجه قانونگذار، مرتکبین آن را مستحق مجازات می‌داند (تبصره ۵ ماده ۱۵ و ماده ۴۸ قانون حفاظت و بهره‌برداری از جنگل‌ها و مراتع مصوب ۱۳۶۴/۵/۲۵).

از نظر ماهوی قاچاق، به دو شکل انجام شکل می‌گیرد:

در شکل نخست، عوامل تجارت غیرقانونی کالاهایی را به طور غیررسمی و مخفیانه، بدون پرداخت عوارض گمرکی و رعایت ضوابط تجاری وارد کشور نموده و از آن خارج می‌نمایند.

در شکل دوم، امکان دارد، عوامل تجارت قانونی، فعالیت تجاری قانونی خود را پوششی جهت انجام اعمال متقلبانه قرار داده و با دست‌کاری در اسناد تجاری، به قاچاق بپردازند که به این حالت، شبه قاچاق گفته می‌شود. (باباحیدر، ۱۳۸۰)

بر اساس تحقیقات انجام شده، سه موج اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، موجب افزایش مصرف ملی و گسترش تقاضای کالاهای خارجی شده و زمینه قاچاق را مهیا کرده‌اند. این سه موج عبارت بودند از:

- بین سال‌های ۴۶-۱۳۴۴ میانگین سالانه درآمد ارزی ایران بالغ بر ۱۷ درصد درآمد ملی بوده است که این موقعیت باعث شد واردات به کشور شش برابر گردد و موجبات ورشکستگی در سال ۱۳۴۹ را به وجود آورد. (کاتوزیان، ۱۳۶۸)

- انفجار درآمدهای ناشی از صادرات نفت در سال ۱۳۵۲ باعث افزایش انگیزه مصرف کالاهای لوکس خارجی گردید. بنحوی که ارزش واردات کالا به ۱۸۴۰۰ میلیون دلار در سال ۱۳۵۶ رسید.

- موج سوم دگرگونی الگوی مصرف ملی، در دهه هفتاد اتفاق افتاد، بنحوی که هیچ طبقه‌ای از هجوم مصرف‌گرایی در امان نماند. محصول این امر، مهاجرین بیکار، بدون تخصص، فاقد دانش تجاری و تولیدی، کم سرمایه از یک سو و از سوی دیگر فقدان خط مشی اقتصادی و ناهماهنگی به همراه برخورد چندگانه بازار، مجموعاً دست به دست هم دادند تا سیل عظیم نیروی کار ملی به سوی بندر شهرها و قاچاق کالا و مواد هدایت شوند. (کریمی پور و محمدی، ۱۳۷۹)

به طور کلی، قاچاق، پدیده‌ایست که باعث می‌شود؛ تعادل بازار برهم ریخته، نهادهای تولیدی تعطیل شده و بیکاری وسعت بیشتری گیرد. کسانی که به قاچاق مبادرت می‌ورزند؛ به دو گروه کلان و خرده پا تقسیم می‌گردند. عمده افراد در امر قاچاق را، خرده پاها تشکیل می‌دهند که مشخصاتی چون: خانواده‌های پرجمعیت و نابسامان، فقر فرهنگی و اقتصادی، سطح سواد پایین، بیکار و صرفاً حامل کالا دارند. (موسایی و احمدزاده، ۱۳۸۹)

این موضوع که مسئولیت مبارزه با قاچاق، با چه فرد یا افرادی است؟ و این که چه سیاست‌هایی باید اتخاذ گردد تا شاهد رشد حداقلی آن باشیم؟ مسأله‌ایست که پس از فرهنگ سازی باید به صورت جرائم با آن برخورد گردد.

درآمدهای نفتی و یارانه

از دهه ۱۳۴۰ همزمان با ملی شدن صنعت نفت و سرازیر شدن ثروت‌های نفتی به کشور، روند کاهش کار یدی فزونی یافت. سیاست‌های پولی متفاوت، افراد را به فرار از کار و زحمت فرا خواند. الگوهای موجود در جامعه نیز مردم را به سمت راحت طلبی و تلاش کمتر در عرصه مشاغل آسان‌تر، مصرف‌گرایی، پول پرستی و فراتر از کار و زحمت به صورت یک روش اجتماعی سوق دادند. متأسفانه در سال‌های اخیر، یارانه‌ها نیز بعنوان منبع درآمد بدون زحمت، افراد را به منتظران واریزی‌های ماهانه تبدیل ساخته است.

این فرآیند می‌تواند با ترکیب شدن سهولت بدون تلاش دسترسی به پول، جامعه را به سمت راحت طلبی بیشتر و تلاش کمتر رهنمون سازد.

الگو برداری از تئوری‌های غربی

مدهاست که کشورهای در حال توسعه، به تقلید بی چون و چرا، از تجربیات کشورهای توسعه یافته و الگوهای مدیریتی آن‌ها پرداخته‌اند. مدیریت در کشورهای در حال توسعه بجای کوشش برای دستیابی به اعتبار و اصالت، به وابستگی و دنباله‌روی از الگوهای غربی، تن داده است. نقش مدیریت در کشورهای در حال توسعه، انکار ناپذیر است؛ ولی این کشورها سال‌ها تصور می‌کردند که الگوی مدیریت غربی همچون ماشین آلات وارداتی آن‌ها قابل استفاده است، بی توجه به آنکه موفقیت در دنیای امروز در گرو تعامل و ارتباط سریع، مبادله فرهنگی و انطباق با شرایط متحول فعلی بوده و آنچه مورد نیاز

است، تدوین نظریه‌ها و عملکردهای مدیریت، بر اساس شرایط و موقعیت‌های محلی و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی هر کشور است. (امیری و حمیدیان، ۱۳۸۵)

باید توجه داشت جهت رسیدن به توسعه، پیروی بی چون و چرا از راهبردها و نظریه‌ها در زمینه علوم انسانی، بویژه مدیریت غرب، نه تنها ضروری نیست بلکه برای مدیریت و سازمان‌های کشورهای در حال توسعه و جهان سوم در برخی موارد، مناسب هم نیست.

زیرا به علت بومی نبودن این نظریات و مغایرت با شرایط اقلیمی و فرهنگی، اجتماعی، قابلیت کاربرد آنچنانی ندارند. آنچه امروزه بعنوان تئوری‌های مدیریت با آن مواجه هستیم؛ نظریات کاملاً علمی و مستحکمی است که دانشمندان این علم پس از سال‌ها تحقیق و مطالعه به آن دست یافته‌اند. ولی نکته مهم آن است که روابط متقابل انسان‌ها مبتنی بر پایه شکل‌گیری خانواده، اجتماعات و زندگی جمعی شکل می‌پذیرد و نظریات مورد استفاده نیز باید برخاسته از نیازهای افراد باشد.

براین اساس، تئوری‌های مورد نیاز، بر مبنای فرهنگ درونی آن جوامع، از اصولی‌ترین زیر ساخت‌های حل معضلات در فرهنگ کار است. آنچه امروزه جامعه، بعنوان مشکل فرهنگ کار با آن روبروست را به اجمال نمی‌توان در تئوری‌های دانشمندان یافت، لذا با مطالعه عمیق و بررسی محتوای آن‌ها می‌توان قطعاً به راهنمایی‌های قابل قبولی دست یافت.

عدم تدوین و ابلاغ مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگی کار

با توجه به اهمیت فرهنگ کار، متأسفانه هیچ سند مدون فرهنگی در دسترس وجود ندارد که همه ابعاد، مؤلفه‌ها، اجزاء، عناصر و شاخص‌های فرهنگ کار در آن به طور کامل، عملیاتی و یک جا تدوین شده باشد، تا مدیر بتواند بر اساس آن برنامه ریزی نماید، لذا بدیهی است موضوعی که ابعاد، حدود و ثغور آن مشخص نباشد، نمی‌تواند قابل برنامه ریزی صحیح باشد. هرچند فرهنگ، در جوامع و مشاغل مختلف، متغیر است؛ ولی اصول و شاخصه‌های اصلی فرهنگ هر کشور، بیانگر اصول عرفی، شرعی و اخلاقی آن جامعه است که در نوع و روش زندگی اجتماعی و معشیت اقتصادی نمایانگر خواهد بود.

بی‌ثباتی مدیریت

یکی از چالش‌های مهم مدیریت فرهنگی، بی‌ثباتی مدیریت است، بدین معنی که انتصاب مدیران فرهنگی، تابع نوسانات سیاسی جامعه است و به همین دلیل دوره مدیریت آنان بسیار کوتاه است و این امر با برنامه‌ریزی‌ها و تداوم برنامه‌ها که ماهیتی دراز مدت دارد، سخت در تضاد است. علاوه بر این، بی‌ثباتی بعنوان یک چالش، فرآیند توسعه فرهنگی را به تعویق خواهد انداخت. در نظام مدیریت، فردی را برکنار و فرد دیگری جایگزین می‌گردد. حق طبیعی مدیر جدید است که نظام مدیریت را از نفر قبلی تحویل بگیرد. اما تجربه‌ای که مدیر قبلی کسب کرده، منتقل نمی‌شود و این مسأله ضعف و دلیل آن مشکل اداری است که نمی‌توان نظامی را ایجاد نمود تا مسأله انتقال تجربه، نهادینه شود. تجربه‌ای که به دست آمده، نباید تکرار شود. (اکرام جعفری، ۱۳۷۸)

پارتی بازی^۱

واژه «پارتی‌بازی» برگرفته از لغت لاتین «پارتی» به معنای حزب، گروه، طرفداری و جانب‌داری است و در سده اخیر وارد زبان فارسی گردیده است. هر چند معادل فارسی خاصی برای آن مصوب نگردیده، ولی در اصطلاح عام به خویشاوندسالاری یا آشناگرایی در محیط از آن یاد می‌شود.

در لغت نامه دهخدا نیز از پارتی بازی به "تعصب و دسته بندی برای پیش بردن قصدی" معنا شده است. تاریخچه پارتی بازی طولانی به نظر می‌رسد ولی از زمانی که سازمان‌ها شکل رسمی به خود گرفتند، بیشتر بارز گردیده است. در سال ۱۹۱۰ میلادی ماکس وبر^۱، جامعه شناس آلمانی، بحث بروکراسی را مطرح ساخت. بروکراسی از دو کلمه "برو" به معنی دفتر کارکنان یا میز تحریر و "کراسی" به معنای حکومت و اداره کردن تشکیل گردیده است و از نظر اصطلاحی به معنای اداره نمودن، از طریق دفاتر، قوانین و مقررات است. بروکراسی از نظر عموم، مفهومی منفی و انتقاد پذیر داشته و اغلب از آن به کاغذ بازی و کندی جریان امور اداری یاد می‌شود. ولی به طور کلی بروکراسی به معنای روش سازماندهی و مدیریت است که در آن رعایت قوانین و مقررات، رعایت سلسله مراتب، تخصص رای و ساختار رسمی مورد توجه قرار می‌گیرد.

از ویژگی‌های کلی بروکراسی عبارت است: تقسیم کار - وجود سلسله مراتب - وجود قوانین و مقررات - روابط غیر شخصی در انجام امور - انتصاب بر اساس شایستگی - برقراری نظام پیشرفت شغلی - جدایی زندگی سازمانی از زندگی شخصی.

^۱ Nepotism
^۱ Weber

رابینز معتقد است: چنانچه بروکراسی مطلوب باشد، موجب تسهیل در انجام امور و حذف نفوذ اشخاص و پارتی بازی در واگذاری مشاغل خواهد شد. ولی نظام فلسفی ماکس وبر، ایستایی و عدم انعطاف پذیری را برای سازمان‌ها به ارمغان آورد تا جایی که واکنش‌ها و عکس‌العمل‌های گوناگونی را در پی داشت.

تمایل به کنترل کار از طریق ابزار بوروکراسی در نهایت به بحران کاغذ بازی^۱ ختم گردید. ولی اگر بحران کاغذ بازی طی گردد، مرحله جدیدی به نام مرحله همکاری مبتنی بر اعتماد متقابل به وجود خواهد آمد. (هچ، کانلیف، ۲۰۰۶)

وارن بنیس^۲ یکی از افرادی است که به علت اندیشه‌ای با نام "مرگ بروکراسی"^۳ شناخته شد. خلاصه این نظریه را این‌گونه بیان می‌دارد: "در هر عصری، یک شکل یا ساختار مناسب مورد نیاز آن عصر ایجاد می‌شود و ساختاری که در قرن نوزدهم و نیمه اول قرن بیستم حاکم بود؛ بعنوان "بروکراسی" مشهور است."

از طرفی الوین تافلر (۱۹۴۵) در کتاب "جایجایی در قدرت"^۴ سخن از فروپاشی اتاقک‌ها به میان می‌آورد. وی می‌گوید: "در بلند مدت آنچه تکلیف هر کشوری را روشن می‌کند، محصولات کار مغزی است. پژوهش علمی، تکنولوژیک، آموزش نیروی کار و مدیریت هوشمندانه و... این‌ها منابع کلیدی قدرت فردا خواهند بود."

با توجه به مطالب ذکر شده، می‌توان گفت: پارتی بازی، در طی مراحل اداری، غالباً بعلمت عوامل بازدارندگی، همانند بوروکراسی و دستورالعمل‌های دست و پا گیر اداری رخ می‌دهد. از طرف دیگر، استفاده از روابط شخصی در انجام امور و انتصاب افراد بر مبنای آشنایی، سفارش‌ها، خویشاوندی‌ها و بدون توجه به شایستگی‌های موجود، معضلی را با نام پارتی بازی به وجود می‌آورد.

ولی بر مبنای نظریات فوق، شکل و نحوه پارتی بازی‌ها بسته به شرایط زمانی متفاوت خواهد بود. گاهی این پدیده تنها منحصر به استخدام، حل مشکل یا گذر از یک مرحله به طور غیر قانونی است و گاهی شامل رانت خواری‌های کلان، تسهیل شرایط غیر متعارف و سیطره بر فضاها می‌شود. جهت افرادی است که به هر نوعی استحقاق آن را ندارند.

برخی معتقدند: وضع قوانین و مقررات در زمان پیدایش خود، با هدف ایجاد نظم و انضباط بوده است. در حالی که اگر افراد، ملزم به اجرایی شدن کلیه این قوانین گردند، کمتر کاری عملاً انجام خواهد پذیرفت. ایده مرگ بروکراسی صرف نیز این حقیقت را اذعان می‌دارد که پارتی بازی‌ها در دوران جدید، نشانگر ضعف قوانین در تصویب و اجراست و از آن بعنوان یک میانبر مناسب، جهت تسهیل اجرای امور یاد می‌کنند.

به طور کلی، هر نوع فضای کسب و کار، فضای علمی و پژوهشی، خدماتی و تولیدی، اقتصادی و اجتماعی، مستثنی از این قاعده نیست. پارتی بازی، برای فرد ذینفع بسیار شیرین و مطبوع و برای دیگران که شاهد آن هستند و دستشان از این مقوله کوتاه است، بسیار تلخ و غیر قابل باور خواهد بود.

اگر در شرایطی، فردی که بر مسند ریاست تکیه زده، ابتدا خویشان و نزدیکان خود و یا طبق سفارش، افرادی خاص را بعنوان همکاران خویش در نظر بگیرد و مسئولیت‌های کلیدی و حساس را به آنان بسپارد، پارتی بازی صورت گرفته است. این موضوع به نبود شایسته سالاری و آسیب به انگیزه شغلی کسانی که با وجدان کاری بالا در مجموعه‌ای مشغول به کار هستند؛ اشاره دارد و از مصادیق فساد اداری به شمار می‌رود.

مشکلات این قبیل استخدام‌ها از زمانی شروع می‌شود که این افراد با توجه به پشتگرمی سرپرست مجموعه، از اختیارات خود سوءاستفاده نموده و ضمن نقض قوانین، در پیشبرد اهداف کاری، ناتوانند. در این حین، افرادی که با صداقت مشغول به کار هستند؛ کمتر دیده می‌شوند و ارتقا پیدا نمی‌کنند.

^۱ Crisis of red tape

^۲ Bennis

^۳ Bureaucracy Dead

^۴ Power shift

آسیب‌های اخلاقی و فرهنگی موجود در محیط‌های کار

داشتن محیط کار سالم و عاری از آسیب و تهدیدها، علاوه بر آرامش، بهره‌وری، را به دنبال خواهد داشت. تهدیدهای محیطی، علاوه بر ایجاد دغدغه و تشویش اذهان پرسنل، کاهش عملکرد و جلوگیری از پیشرفت کاری را در پی خواهد داشت، لذا برای رفع این معضلات، ابتدا باید به شناسایی موارد فوق پرداخت و سپس در اندیشه راه حلی مناسب به منظور کاهش یا حذف آن بود. برخی از این آسیب‌ها بدین شرح است:

شایعه^۱

شایعه واژه‌ایست عربی و از ریشه شیع به معنی رواج یافتن و منتشر شدن است. دهخدا شایعه را این‌گونه تعریف نموده است: "در تداول امروز خبرهای بی اصلی است که در میان مردم بر سر زبان‌ها باشد."

شایعه امری متداول از دریافت اخبار غیر موثق و غیر رسمی است که بسرعت پخش و گسترش می‌یابد و دارای سه وجه عمده است: اول آن که از یک شخص به شخص دیگر و از طریق ارتباط غیر رسمی به وسیله کلمات و دهان به دهان نقل می‌گردد. دوم آن که منشأ شایعه را نمی‌توان براحتی مشخص ساخت. سوم آن که وقتی شایعه پخش شد دیگر بسادگی نمی‌توان جلوی حرکت آنرا گرفت و آن را کنترل کرد. (حسنی مقدم، ۱۳۷۹)

پایه و اساس شایعه، فقدان اسناد و مدارک متقن برای اثبات یک مطلب یا ادعا است. جذابیت یا فریبندگی مرموز یک شایعه بر فراگیر شدن آن خواهد افزود.

معمولاً غالب شایعات از یک فرآیند سه مرحله‌ای عبور می‌کند:

- ۱- تولید یا شایعه سازی
- ۲- ایجاد حساسیت در افراد مختلف
- ۳- ارزیابی و نتیجه گیری

این واژه فراگیر، بیشتر در روابط غیر رسمی محیط کار مشاهده می‌گردد. همچنین اتفاقات مهم و غیر معمول (مثل انتصاب، جابجایی، اخراج یا ارتقاء) به دامنه گسترش شایعه کمک می‌کند.

هر چند بعد منفی شایعه موجب نگرانی مدیر یا سرپرستان می‌گردد، ولی می‌توان با کنترل و مدیریت شایعه از آن سود برد. بهترین روش کنترل، شفاف سازی اطلاعات و در پیش گرفتن ملاقات‌های بیشتر است. گاهی هم می‌توان از شایعه، بعنوان سنجش افکار استفاده کرد. بنوعی که با اشاعه یک شایعه و مشاهده واکنش‌های مختلف افراد، نسبت به عملی کردن یا انصراف از انجام آن، تصمیم مناسب اتخاذ گردد.

غالباً شایعات، در زمان بروز تغییرات به وجود می‌آید. تأثیرات بروز شایعات بر روابط کار شامل: بی اعتمادی، نگرانی و اضطراب، سوء برداشت و احساس عدم امنیت شغلی است و اگر این امر استمرار یابد، بعنوان یک ضد فرهنگ، در محیط کار ثبیت خواهد شد و تغییر آن به سادگی امکان پذیر نخواهد بود.

پیشگیری از بروز شایعه با راهکارهای مختلفی امکان پذیر است. اطلاع رسانی سریع و دقیق و ابهام زدایی، بخش عمده‌ای از اخباری که بواسطه شایعه نشر خواهد یافت را کاهش خواهد داد. اعتماد سازی و نشان دادن حسن نیت به یک مجموعه، باور صداقت را در آنان قوی‌تر خواهد ساخت.

طفره رفتن

طفره رفتن در فرهنگ معین به معنی "شانه خالی کردن" آورده شده است. گاهی نیز از آن به اهمال کاری یا سستی کردن یاد می‌شود. ولی به طور کلی، تمایل فرد به کم کاری را "طفره رفتن از کار" می‌گویند.

طفره رفتن، می‌تواند دلایل زیادی داشته باشد. گاهی فرد احساس می‌کند بعلت اینکه زیر نظر مستقیم سرپرست قرار ندارد و نظارت کافی بر چگونگی کارکرد، وی نیست؛ از کار طفره می‌رود. این معنای طفره رفتن بر کم بودن وجدان کاری در فرد شاغل اشاره دارد.

^۱Grapevin

گاهی ساده بودن و یا تکراری بودن یک کار مداوم، برای فرد خستگی و دلزدگی ایجاد می‌کند و نیز در برخی از اوقات، عدم ارزشیابی کار افراد و کم توجهی به میزان پاداش پرداختی به آن‌ها میزان انگیزه کاری را در آن‌ها کاهش داده و منجر به طفره رفتن در کار می‌گردد.

در برخی از محیط‌های کاری، افراد بومی مناطق، به علت آشنایی کامل با فرهنگ و بافت جغرافیایی، آشنایی با همشهریان و عادی شدن مسائل روزمره، انگیزه کمی برای کار دارند. گاهی بعلاوه نزدیکی محل سکونت با محل اشتغال، افراد تمایل دارند در ساعات کاری به انجام کار شخصی خود مبادرت نمایند. در چنین وضعیتی معمولاً کارفرما ترجیح می‌دهد به استخدام کارکنان مهاجر از شهرهای دیگر مبادرت ورزد که در این صورت با وجود پرداخت هزینه‌های ایاب و ذهاب پرسنل، می‌تواند تضمین در جهت اجرای بهتر کار، عدم انتظارات قومی و خویشاوندی در اجرای قوانین کار، اطمینان از عدم تبانی با افراد محلی و دوری از مسائل حاشیه‌ای را به همراه داشته باشد.

تشکیل باند

باند یا دار دسته، از افرادی تشکیل می‌گردد که به طور دلخواه و بر حسب تشابهات، بدون برنامه‌ریزی و به طور طبیعی به وجود آمده‌اند. این تشکلهای در جایی به ثبت نمی‌رسند و غالباً مکانیزم دفاعی دارند. باندها، غالباً در سطوح مختلف، نظیر مدیران ارشد، مدیران میانی و کارشناسان (بمنظور جنگ قدرت و یا فساد پنهان اداری) و نیز کارگران (جهت تثبیت امنیت شغلی و منافع مادی) تشکیل می‌گردد و گاهی تشکیل این گروه‌های غیر رسمی در مجموعه‌های کاری و یا سازمان‌ها، برخی مشکلات را به وجود می‌آورد.

این افراد با شباهت‌هایی مانند طردشدن از جمع، کنار گذاشته شدن از پست‌های کلیدی، از دست دادن موقعیت بالای شغلی و یا همسانی در طبقه یا گروه شغلی در کنار هم جمع می‌شوند. این افراد در جوار یکدیگر احساس امنیت و تعلق بیشتری دارند ولی تصمیمات این گروه‌ها می‌تواند برای سیستم تهدید آمیز و حتی مخرب باشد.

با این وجود به نظر می‌رسد، می‌توان با محول کردن اموری که در تخصص این افراد است، علاوه بر بهره‌گیری از ظرفیت‌های گروهی و هم افزایی آنان و کاهش نارضایتی، با کاهش زمان فراغت، از منحرف شدن آن‌ها به سمت اعمال مخرب جلوگیری نمود. در برخی موارد نیز جابجایی افرادی که سرشاخه این گروه‌ها را تشکیل می‌دهند؛ می‌تواند پیامدهای سوء باندها را به حداقل برساند.

فرهنگ تک صدایی

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های انسان، جمع‌گرا بودن است و آنچه باعث پیشرفت روزافزون و موفقیت او می‌گردد، کار جمعی است. در جوامع قدیمی، اغلب مردم، انجام گروهی کار را ترجیح می‌دادند و با درخواست فرد، گروه به کمک او می‌شتافت. ولی امروزه افراد تمایل بیشتری به انجام کار انفرادی دارند. شدت نیاز به تحسین شدن و شناخته شدن، افراد را از مشارکت در کارگروهی باز خواهد داشت.

عدم اطمینان از کار دیگران، وسواس فکری، تفکر برتراندیشی، عدم تحمل دیگران، انعطاف پذیری محدود، عدم پذیرش انتقاد و تفاوت‌ها، بدقولی و عدم توانایی تقسیم و تسهیم امور و کارها، برخی از علل به وجود آمدن فرهنگ تک صدایی است.

کار گروهی نیاز به انعطاف پذیری دارد. بدین معنی که افراد توانایی پذیرش تفاوت‌ها و اختلاف نظر را داشته باشند و به عقاید جمع نیز احترام بگذارند. گاهی هم گذشت و ایثار، نمادی از انعطاف پذیری خواهد بود.

گذر از فرهنگ تکروی و فردگرایی به واسطه آموزش، امکان پذیر است. آموزش، از مهمترین روش‌های تغییر و پرورش اعتقادات، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری مطلوب است. آموزش ساده‌ترین سطح تغییر فرهنگ و عوام پسندترین شیوه است. در برنامه آموزشی باید در مورد اثرات، ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری نامطلوب فرهنگ موجود، صحبت شده و همچنین عوامل اساسی الگوی مطلوب تشریح گردد.

برنامه‌های آموزشی کار گروهی باید برنامه ریزی شده و جهت دار باشند. نصب پلاکارد و نمایش رفتارهای مناسب، سخنرانی‌ها، برگزاری کارگاه‌ها، اردوها محول نمودن کار به گروه‌های مختلف نمونه‌هایی از این نوع آموزش است.

کار گروهی مستلزم تبدیل رقابت به همکاری، سوء ظن به حمایت و خودمحوری به اهداف گروهی است. پیش قدم شدن در کار به جای انتظار جهت انجام امور توسط دیگران، برای موفقیت در کارگروهی لازم است. قبل از اینکه منتظر باشند سایرین به وی ارزش گذارند، او را باور کنند و به او خدمت کنند؛ به جاست خود فرد به سایرین و ارزش‌های آنان احترام بگذارد، به دیگران خدمت کند و آنان را باور داشته باشد.

فرهنگ تن آسایی

تن آسایی^۱ به معنای آسودگی، آسایش، راحت طلبی و تن پروری است (عمید، ۱۳۸۹). جامعه صنعتی با ارمغان ماشینی کردن زندگی، پیامد دیگری با نام تن آسایی را به دنبال داشته است. در طول دویست سال گذشته، کارگران و مزد بگیران در مبارزه با کارفرمایان خود، حقوقی همانند حق استراحت و مرخصی، پاداش‌های پایان سال و بازنشستگی را بدست آوردند.

در یونان باستان، کار بدنی ارزش تلقی نمی‌شد و خاص بردگان بود در حالی که در برابر آن ورزش، یک فعالیت ارزشمند به حساب می‌آمد. ولی تنبلی و آسیب‌های ناشی از آن در دوران جدید و در جوامع کنونی در حال گسترش است. این آسیب‌های افراد را به زندگی انگلی سوق خواهد داد. اغلب افراد به دنبال شغل راحت، کم زحمت و در عین حال با دستمزد بالا هستند. با وجود تمام توصیه‌ها درخصوص تلاش بمنظور کسب معاش، همچنان افراد ترجیح می‌دهند به هر نحو ممکن از طریق مشاغل راحت امرار معاش کنند. این فرهنگ موجب به وجود آمدن مشاغل کاذب شده است. متأسفانه این مشاغل بنحوی مغایر با شرع، عرف، اخلاق و فرهنگ است. گسترش مشاغل دلالی و یا واسطه‌گری از این نوع مشاغل هستند.

اینرسی فرهنگی^۱ در محیط کار

در علم فیزیک، تمایل اجسام به حفظ حالت قبلی را اینرسی می‌گویند. در واقع، اینرسی در مقابل تغییر موقعیت حرکتی نوعی مقاومت ایجاد می‌کند. فراتر از معنای مفهوم فیزیکی اینرسی در جهان اشیای بی‌جان، در دنیای انسان‌ها نیز می‌توان این پدیده را به وفور ملاحظه نمود.

هر جا تغییر، تحول و پویایی وجود دارد؛ اینرسی نیز وجود دارد. اینرسی به همراه تغییر، ماهیت خود را آشکار می‌کند و تغییر هر چه که باشد معمولاً نوعی اینرسی به همراه دارد.

بجز تغییر هیچ چیز دیگری ثبات ندارد. تغییر، چیزی است که افراد هر لحظه با انواع مختلف آن مواجه می‌شوند؛ تغییر آب و هوا، تغییر دما، تغییر موقعیت، تغییر مسیر، تغییر لباس، تغییر وضعیت روحی یا جسمی، تغییر نظر و عقیده، تغییر رییس و همکاران، تغییر محل کار، تغییر شغل و

عصر امروز، عصر تغییر و پویایی است و افرادی که با تغییرات، سازگاری نداشته باشند و به خلاقیت، ابتکار و نوآوری روی نیاورند، محکوم به تحلیل و زوال هستند. بنابراین تغییر، تنها عنصر دایمی حیات کسب و کار است.

بمنظور درک مفهوم مقاومت کارکنان، بسیار مهم است تا مشخص شود عبارت "مقاومت" به چه چیز اشاره دارد؟ زندر^۲ (۱۹۵۰) مقاومت در برابر تغییر را، رفتاری تعریف می‌کند که هدف آن، محافظت از افراد در برابر اثرات واقعی و یا تخیلی است. دواين و لویکی^۳ (۱۹۹۵) اشاره می‌کنند: میل به فریب دادن مافوق، مقاومت در برابر تغییر را تشکیل می‌دهند.

در هر صورت، افراد از تغییر می‌هراسند، هرچند این تغییرات به نفع آن‌ها باشد. آن‌ها دوست دارند مسائل را به شیوه سنتی خود حل کنند. چون با آن روش‌ها آشنایی کامل دارند و تهدیدی در آن احساس نمی‌کنند. زمانی که ضرورتی وجود داشته باشد ولی هنوز به آگاهی تبدیل نشده باشد، جامعه به دفاع از حالت طبیعی خود خواهد پرداخت و در مقابل تغییر حالت تدافعی خواهد گرفت.

برخی احساس می‌کنند با تغییرات جدید، از جایگاه قدرتی خود برکنار خواهند شد و دیگر نمی‌توانند بر دیگران اعمال نفوذ کنند؛ چون اطلاعات کافی راجع به تغییرات جدید ندارند یا علاوه بر موقعیت، درآمد، دوستان و حتی روابط کاری قبلی را از دست خواهند داد.

مثال بارز آن در جایگزینی تکنولوژی‌های جدید در بازار کار است. افرادی که به صرف تجربه و محفوظات ذهنی خود، از طرفی از آموزش و بکارگیری فناوری‌های جدید سر باز می‌زنند و از طرف دیگر از پیشرفت دیگران و از دست دادن موقعیت فعلی خود واهمه دارند. به همین دلیل سعی در مختل کردن این روال خواهند داشت و مقاومت زیادی در برابر آن نشان خواهند داد.

تبدیل پول نقد به کارت‌های اعتباری نمونه دیگری است. با توجه به جابجایی آسان و صرف وقت و هزینه کمتر هنوز افرادی هستند که مایل به استفاده از آن نیستند؛ هرچند به نفع آن‌ها باشد. دلیل این مقاومت هم ضرورتی است که به آگاهی تبدیل نشده است.

فروپاشی سنت‌های فرهنگی و روابط گروهی، برای کاهش مقاومت در برابر تغییر باید تغییرات آرام و پلکانی باشد. تغییر ناگهانی همانند سونامی عمل می‌کند که بجای بهبود وضعیت، محیط کاری را زیر و رو کرده و آشفتگی را به همراه خواهد داشت.

بر اساس نظریات متعدد، مهم‌ترین عوامل ایجاد مقاومت در برابر تغییر به شرح زیر است:

- ترس از ناشناخته‌ها

- فقدان کنترل وضعیت جدید

^۱ Indolence

^۱ Cultural inertie

^۲ Zender

^۳ Devine & Lweicki

- ازدست دادن وجهه و شایستگی قبلی

- فشار عادت‌ها

- تهدید متخصصان با دیدگاه سنتی

آموزش ناقص

در شرایطی می‌توان از کارکنان انتظار کار بدون ایراد را داشت که قبل از اشتغال، تحت آموزش کافی قرار گرفته باشند. از طرفی تا زمانی که کارکنان نیاز به آموزش را احساس نکنند، جهت آموزش اشتیاقی از خود نشان نخواهند داد. اگر ابتدا شرایط کار و انتظارات یک سازمان از فرد به طور کامل بیان شود، شور فراگیری دانش و مهارت مورد نیاز در فرد ایجاد می‌گردد، لذا آموزش ناقص، می‌تواند خطراتی را از جمله موارد ایمنی در محیط‌های صنعتی، خدماتی و حتی اداری را برای فرد داشته باشد.

عدم انتقال دانش

گاهی این فکر در اذهان دیگران شکل می‌گیرد که هر آنچه بعنوان مهارت در یک شغل آموخته شده است، منحصر به خود اوست. بر همین اساس از انتقال آن به افراد دیگر خودداری کرده و به پنهان نمودن کلیه تجارب خود می‌کنند، لذا اگر به این مساله فکر شود که تمدن بشری و کلیه دستاوردهای آن مرهون انتقال دانش از نسل پیشین بوده و هر نسل تکمیل کننده تجارب پیشینیان است، از این خساست فکری و خست طبع، دست برداشته و هراسی از به اشتراک گذاشتن آن نخواهد داشت.

اگر دانش مهارت کار، در بین افراد انتقال نیابد، پدیده‌ای به نام فراموشی دانش، بروز می‌کند. این پدیده موجب ایستایی، رکود و عدم پیشرفت در کار خواهد شد. از آنجا که یادگیری امری یک سویه نیست، افراد جدید نیز باید خواهان دریافت اطلاعات و مهارت کافی از سرپرستان خویش باشند.

خلق دانش، یک فرآیند مستمر و رو به تعالی برای محیط کار است و در طول این فرآیند، افراد با کسب زمینه جدید، دیدگاه و دانش تازه‌ای از جهان، مرز قدیمی را به قلمرو دانش جدید گسترش می‌دهند. به بیان دیگر خلق دانش، سفری از "بودن به شدن" است. از آنجا که کارفرمایان، هزینه هنگفتی جهت آموزش افراد اعم از فرصت و مبالغ می‌پردازند، بمحض خروج افراد به هر نحو (بازنشستگی، باز خرید، اخراج، مأموریت، ارتقا)، محیط کار، ضرر و زیان زیادی را متحمل می‌گردد.

بنابراین دانش موجود در بین کارکنان یک مجموعه به هر طریقی باید حفظ گردد تا کارکنان بعدی بتوانند از آن استفاده کنند و بطور مجدد زمان سپری شدن جهت بدست آوردن دانش و تجربه را از دست ندهند.

فرهنگ ترویج و خلق دانش جدید، مزایای زیادی به همراه خواهد داشت از جمله:

تسهیم اولیه دانش، تجربه و فعالیت میان اعضا گروه و ساختن یک محصول جدید و پیشنهاد خدمات نوین.

بکارگیری دانش، نمونه‌ها و پیشنهادات یکسان و سراسری را در کل یک مجموعه به وجود می‌آورد. از طرفی تحصیل و انتشار دانش و تفسیر آن با یادگیری، محقق می‌گردد. به همین دلیل آموزش، یادگیری و بروز رسانی اطلاعات، رکن اساسی حیات یک مجموعه کاری خواهد بود. ولی نکته مهم این است که هر نوع یادگیری، برای هر نوع سیستم، مناسب نیست.

انباشت اطلاعات مختلف، نه تنها به ارتقای کار کمکی نخواهد کرد، بلکه باعث سردرگمی کارکنان خواهد شد. بنابراین ضمن وجود ایده‌های جدید برای یادگیری و آموزش در هر بخش، ضروری است، یادگیری در سطوح مختلف، تخصص‌ها و نیازهای مرتبط به هر شغل انجام گردد. از طرفی زندانی کردن اطلاعات توسط برخی از کارکنان بعنوان ابزار انحصاری و تثبیت موقعیت شغلی خود، معضلی است که براحتمی می‌توان با نوآوری و به روز کردن اطلاعات سازمان توسط افراد و ابزار جدید آن را پشت سر گذاشت.

عدم اعتماد متقابل

در محیط‌های کاری، افرادی که با هم در یک صنف یا شغل مشغول هستند، ناگزیر دارای ارتباطات رسمی و غیر رسمی خواهند بود. اگر اعتماد بین افراد همکار در هر یک از مشاغل مختلف وجود داشته باشد، فضای کار به محیطی امن تبدیل خواهد شد و در نتیجه با عدم اعتماد متقابل بین اعضا، جوی توام با استرس و بدبینی حاکم خواهد شد.

مغازهداری که برای دقایقی چند محل کسب خود را به شاگرد یا مغازه‌دار همجوار خود می‌سپارد و زمانی که این عمل برعکس اتفاق می‌افتد، بدینوسیله اعتماد خود را نسبت به دیگران نشان داده است. همچنین وقتی مدیر بخشی از کارهای محوله خود را به زیردستانش محول می‌کند، درحقیقت به زیر دست یا همکاران خود اعتماد نموده است. ولی در جریان عدم اعتماد متقابل تمام قاعده در هم ریخته و نظم موجود بین آن از بین خواهد رفت.

محیط خصمانه

برخی اوقات محیط کار بجای آنکه محل تلاش و انگیزه برای بهبود کار شود؛ تبدیل به محیط خصمانه و به دور از آرامش می‌گردد. فرهنگ دستوری، کنترل شدید، عدم تفویض اختیار باعث می‌گردد کارکنان در شرایط ناخوشایند و سختی قرار گیرند و مترصد فرصتی هرچند کوتاه، جهت فرار از این موقعیت گردند.

از آنجا که گاهی نرمش سرپرستان و رفتار دوستانه با پرسنل منجر به سوء استفاده کارکنان در محیط کاری می‌گردد، توجیه اهداف کار، تشویق و ترغیب آنان در رسیدن به اهداف و آمال مجموعه و دخیل کردن پرسنل در پاداش‌های نهایی و کنترل نامحسوس می‌تواند محیط را از جو خصمانه به سمت محیط مطلوب سوق دهد.

تبعضی در کار

قطعه‌نامه شماره ۱۱۱ سازمان بین المللی کار (۱۹۵۸) تبعضی در کار را بعنوان «هر تفاوت، حذف یا ترجیح بر اساس نژاد، رنگ، جنس، مذهب، عقاید سیاسی، ملیت و اصل و نسب یا خاستگاه اجتماعی که تأثیری مخرب بر کیفیت فرصت‌های شغلی یا رفتار در اشتغال دارد» بیان کرده است.

بر این اساس وجود رفتار بی‌طرفانه در اشتغال را می‌توان برابری فرصت‌های اشتغال، نوع مشاغل و سطح پرداخت برای مقدار متناسب با کار، بیان نمود. این تناسب می‌تواند با سن، میزان توانایی، تندرستی، تحصیلات، تجارب و مهارت‌های کاری و میزان مسئولیت فرد و همچنین میزان سهولت یا سختی کار سنجیده شود.

در مدیریت و برنامه ریزی منابع انسانی، شناخت بیولوژیکی، فیزیکی، جسمی و روحی زن و مرد درخصوص بکارگیری نیروی انسانی در مشاغل مختلف، بسیار ضروری است. پتانسیل‌های موجود در جنسیت افراد، بسیار متفاوت بوده و برای بهره‌وری مورد رضایت از نیروی کار، باید از هر جنس، درحد توانایی واقعی او، انتظار داشت.

در گذشته دفاع و تأمین امنیت، اشتغال و تولید ثروت، رابطه مستقیمی با زور و بازو و توان فیزیکی فرد داشت و مردان از جایگاه رفیع‌تری برخوردار بودند. بمرور زمان و با تحولات فرهنگ، تمدن و تکنولوژی از نقش کار بدی کاسته شد و ماشین، ورود را برای زنان تسهیل نمود.

در سال‌های اخیر، مشکلات اقتصادی و همچنین تمایل به حضور در اجتماع باعث گردیده است که زنان در عرصه مشاغل اجتماعی، حضور فعال‌تری داشته باشند. ولی مهم‌ترین و اساسی‌ترین مشکل آن است که اجتماع، از اعتماد به زنان جهت تصدی پست‌های مدیریتی سر باز می‌زند. این مشکلات گاهی بواسطه مسائل شرعی، عرفی و شئون جامعه و اهمیت به نقش زن در خانواده، به وجود آمده و گاهی به علت اشباع نیروی متخصص کاری و اولویت دادن به مردان بعنوان سرپرستان خانواده رخ داده است.

ولی امروزه در جامعه، شاهد تغییر جنسیتی مشاغل در بازار کار توسط زنان و مردان هستیم. رانندگان وسایل نقلیه سبک و سنگین، تعمیرکاران، ناظران پروژه‌های مختلف و مشاغل این چنین توسط خانم‌ها، نشان‌دهنده، تغییر نگرش افراد به مشاغل زنانه و مردانه است.

از طرفی زنان به علت جلوگیری از بازماندن در بازار کار، ناگزیر به قبول شرایط تحمیلی از سوی کارفرما خواهند شد. دستمزد کمتر، حجم کار بیشتر و ساعات بیشتر کاری و گاهی هم سوء استفاده‌هایی که بواسطه ترس از اخراج ناچار به پذیرش آن خواهند بود، از محدودیت‌های جنسیتی در کار است.

فرسودگی شغلی^۱

معروف‌ترین تعریف فرسودگی شغلی، توسط مازلاک و جکسون^۲ (۱۹۹۳) بیان شده است که آن را سندرمی روانشناختی، متشکل از سه بعد خستگی احساسی یا هیجانی^۳، مسخ شخصیت^۴ و کاهش احساس کفایت شخصی^۵ می‌دانند.

^۱ Job Burn out

^۲ Maslack & Jackson

^۳ Emotional Exhaustion

^۴ Depersonalization

^۵ Personal Accomplishment

خستگی احساسی، غالباً به صورت استرس، نمایان شده و مسخ شخصیت، باعث بی تفاوت شدن فرد در خصوص مسائل محیط کار می شود. کاهش احساس کفایت شخصی نیز، منجر به یک ارزیابی منفی، در رابطه با انجام کار خود، می گردد.

در تعریف گیسون (۱۹۹۴)، فرسودگی کاری عبارت است از: یک فرایند روان شناختی که تحت شرایط استرس شغلی شدید، حادث می شود و خود را بصورت فرسودگی عاطفی، مسخ شخصیت، کاهش انگیزه برای پیشرفت و ترقی نشان می دهد.

در تعریف دیگر، فرسودگی شغلی یا کارزدگی، عبارتست از: از پا افتادگی و رخوت متصدی شغل به خاطر فشار روانی کار است که شخص قادر به مقابله مناسب با آن نیست. فرسودگی شغلی عواقب بسیاری در برخواهد داشت. غیبت و اهمال در کار، روی آوردن به مصرف دخانیات و بی انگیزگی در کار از این موارد است.

نوبت کاری نیز می تواند به فرسودگی شغلی کمک کند. منظور از نوبت کاری هر نوع کاری است که در خارج از ساعت معمول کار روزانه (۷ صبح الی ۶ بعد از ظهر) انجام شود و شامل: شیفت های ثابت، شیفت های چرخشی و شیفت های فشرده هفتگی است.

از آنجا که مغز انسان دارای ساعت بیولوژیکی (ساعت زیستی) است و وظایف فیزیولوژیکی بدن را تنظیم می کند؛ با نوبت کاری و شیفت های گوناگون و تغییر چرخه خواب و بیداری، زندگی کارکنان دستخوش تغییرات قرار خواهد گرفت. خطرات بهداشتی، مشکلات خانوادگی و اجتماعی و پیامدهای ایمنی، از مشکلات نوبت کاری است. خانواده کارکنانی که مشاغل دوره ای یا شیفت کاری دارند، به ناچار زندگی خانوادگی خود را با چرخه کاری او تنظیم خواهند نمود. دید و بازدیدها، مسائل اقتصادی و خرید، گردش و تفریح و همه امور زندگی، به تبعیت از شیفت کاری دگرگون خواهد شد که در نهایت سبک متفاوتی از زندگی را برای آنها رقم خواهد زد.

بی انگیزگی

تعاریف مختلفی برای انگیزه وجود دارد که یکی از تعاریف کاربردی را بیان می کنیم: انگیزه^۱ یعنی آنچه انسان را به کاری وامی دارد و او را به جهت خاصی سوق می دهد و انگیزش یعنی حالتی که در اثر دخالت یک انگیزه به شخص دست می دهد. برخی انگیزش را درونی خوانده و آن را چنین تعریف کرده اند: انگیزش، کشش درونی، جنبش یا قصدی است که سبب می شود شخص به روش معینی عمل کند، یا به سمت هدف مشخصی حرکت کند.

با این تعریف، انگیزش از درون فرد می جوشد نه از بیرون افراد. از نظر پویایی انگیزشی، افراد با یکدیگر متفاوتند. ممکن است که فرد تلاش زیادی انجام دهد، ولی این کوشش ها در راستای اهداف نباشد. بنابراین احتمال این که تلاش افراد، باعث افزایش بازدهی یا عملکرد شود، کم است، مگر این که تلاش مزبور در جهت اهداف و سازگار با آنها انجام شود. (آرین و زهتاب، ۱۳۹۴)

انگیزه کارکنان، الزاماً در قبال پاداش و دریافت وجه نیست. گاهی مصاحبه، گفتگو و ایجاد ارتباط از بی انگیزگی کارکنان، جلوگیری می نماید. براساس تئوری دو عاملی فردریک هرزبرگ^۲ (۱۹۶۷) رابطه کار با فرد یک رابطه اصولی و اساسی است. مطابق این نظریه افراد بوسیله دو دسته از عوامل انگیزشی (موفقیت، شناسایی، ماهیت شغل، مسئولیت، تفریح و رشد) و عوامل بهداشتی (حقوق و مزایا، سیاست های شرکت و مدیران، روابط با همکاران، سرپرستی) تحت تأثیر قرار می گیرند.

بی انگیزگی کارکنان تقریباً ناشی از یکی از این عوامل است:

- گزینش غلط
- هدف های مبهم و نامشخص
- نظام ارزیابی عملکرد
- نظام قدردانی و پاداش دهی یا عدم توانایی مدیران در نشان دادن و قبولاندن کارآمدی نظام های ارزیابی و پاداش دهی (رابینز، ۱۹۴۳).

^۱ Motivation

^۲ Herzberg

مشکلات فیزیکی

ارگونومی از دو واژه یونانی ارگو^۱ به معنی کار و نومی^۲ به معنی قاعده و قانون طبیعی ساخته شده است. این علم از توأم شدن رشته‌های مختلف و ترکیب علوم چند رشته‌ای و یا چند دانشی^۳ به وجود آمده است. علم ارگونومی، دانشی است که به رابطه میان انسان، ماشین و محیط پیرامون آن می‌پردازد و طراحی وسایل و نحوه استفاده از آن‌ها را به طریقی پیشنهاد می‌دهد که ایمنی و سهولت و بازدهی را بالا ببرد.

هدف این علم، اصلاح کارهای خسته کننده، بهبود شرایط و محیط کاری، بالا بردن ایمنی و در نهایت رفاه حال کارکنان است. طریقه استفاده از ماشین آلات، ابزار کار، طرز صحیح نشستن، ایستادن و بطور کلی نحوه صحیح انجام کار در این حوزه قرار می‌گیرد. ترک عادات مستمرکاری از سوی کارکنان و آموزش صحیح انجام کار، می‌تواند علاوه بر اصلاح مشکلات جسمی، روانی کارکنان به کیفیت، ایمنی و بهره‌وری بالای تولید محیط کار منجر شود. بنابراین ابزار کار، ماشین آلات و سیستم‌های مورد نیاز جامعه باید طبق ویژگی‌ها و نیازهای انسانی طراحی و ساخته شود و از طرفی نیازهای فرهنگی و اقلیمی جوامع نیز در نظر گرفته شود.

عدم حمایت‌های کاری

یکی از مشکلات در کار، عدم حمایت‌های کاری از طرف کارفرما است. عدم پوشش بیمه‌ای کارگران، باعث شده است، عدم امنیت جانی و مالی کارکنان در هر محیطی را به همراه داشته باشد. حوادث شغلی منجر به جرح و فوت این کارگران، بسیاری از خانواده‌هایی که از پوشش بیمه‌ای برخوردار نبوده‌اند را دچار مشکلات گوناگونی نموده است. این مشکل زمانی به وقوع پیوسته است که کارفرما به علت هزینه‌های هنگفت بیمه و تعهدات کاری ناشی از آن، از تحت پوشش قرار دادن کارکنان سر باز می‌زنند.

قاعده بازی در فرهنگ کار

تئوری بازی، یکی از نظریات پایه، برای تبیین و توضیح رفتارهای بشری است. بازی، فعالیتی است میان دو یا چند نفر که در آن طرف‌های بازی راهبردهایی دارند و در راستای آن راهبردها انتخاب‌هایی می‌کنند، تصمیماتی می‌گیرند و رفتارهایی بروز می‌دهند. این انتخاب‌ها به یک لحاظ، انتخاب عقلانی محسوب می‌شوند و مشمول نوعی عقلانیت هستند که طرف‌های بازی بر اساس آن رفتار می‌کنند و برای آن‌ها منطقی قائلند. (احمدی و معماریانی، ۱۳۸۵)

افراد در بازی، کنش و واکنش‌هایی متقابل و مبتنی بر انتخاب‌های عقلانی دارند. این که طرف‌های بازی براساس چه منطق و راهبردهایی رفتار کنند؟ کدام نوع بازی را در پیش گیرند؟ و آن را چگونه پیش برند؟ همه و همه، تابعی از یک سلسله قواعد واقعی (همانند همکاری، خودخواهی، انصاف و امثال آن) است.

این قواعد از یک سو تحت تأثیر زمینه‌های تاریخی و جامعه، وضعیت نهادی، ساختارها و فرهنگ است و از سوی دیگر، تحت تأثیر روان‌شناسی افراد قرار دارد که از طریق نوعی یادگیری اجتماعی، آموخته می‌شود.

به طور مثال در جامعه‌ای که همکاری، فرهنگ مطلوب تلقی گردد، افراد ضمن این که به این موضوع به دید یک وظیفه نگاه می‌کنند، متقابلاً این نقش را در قبال یکدیگر بازی خواهند کرد. هر چند این نقش را افراد، سینه به سینه از گذشتگان خود به ارث برده‌اند، گاهی قاعده تکروی، جای خود را به همکاری می‌دهد و این نقش متقابل را نقض می‌کند که محصول یادگیری خود از اطرافیان است.

قاعده بازی در فرهنگ کار، تابع رفتار دو سویه افراد است. کودکی که ادعا می‌کند فقط همین بسته آخر جنسش است و به هر نحو ممکن، مشتری را وادار به خرید آن می‌کند و یا برخورد نفر بعد، دوباره این ادعا را تکرار می‌کند تا همه اجناسش را به فروش رساند، قاعده بازی را بخوبی فرا گرفته است.

در هر صورت، کسی می‌تواند در محیط کسب و کار، شغل و حرفه خود موفق باشد که بتواند با ذکاوتی که دارد، قاعده بازی را بدست آورد و بخوبی از آن استفاده کند.

^۱ Ergon

^۲ Nomos

^۳ Multiple Disciplinary

بازی در فرهنگ کار، همانند بازی مار و پله است. این بازی شیرین که قدمتی چندین ساله دارد، پله‌ها را نماد پیشرفت و خصوصیات ارزشمندی چون پشتکار، صداقت و در هر صورت ترقی نشان می‌دهد و مارها، برعکس نماد خشم و ظلم و درنهایت نوعی عقب‌گرد تلقی می‌گردند. در این میان، انداختن تاس طبق شانس و گام برداشتن در میان مار و پله‌ها، پایین و بالا رفتن را به انسان گوشزد می‌کند و این‌که هیچگاه هیچ مسیری هموار نیست و پستی و بلندی‌های زیادی وجود دارد.

در محیط کار نیز برخی افراد، نقش پله را بازی می‌کنند، موقعیت‌های پیشرفت را تسهیل می‌کنند، منابع و امکانات موجود را در دسترس افراد می‌گذارند و شانس پیمودن پله‌های ترقی را به دیگران می‌دهند. این افراد می‌توانند مافوق و یا همکار باشند.

ولی نکته مهم آن است که ماهیت هر پله چیست؟ گاهی ناخودآگاه افراد، ماهیت این پله‌ها را تشکیل می‌دهند. ساختن نردبان انسانی (متشکل از همکاران یا زیردستان)، به قصد رسیدن به آمال و آرزوها، غم‌انگیزترین بُعد این بازی است.

تخریب شخصیت، غیبت، تهمت و آزار و اذیت دیگران به هر طریق ممکن، جهت رسیدن به مقاصد شخصی، شاید پیمودن یکی در میان پله‌ها را در برگیرد. ولی از نظر بعد اخلاقی و وجدانی، عمل شایسته‌ای نیست.

این موارد همان مارهای موجود در بازی هستند. نیش‌های زهرآگینی که توسط تاس بدخواهی دیگران، دچار فرد می‌گردد و او را از بالا به پایین می‌کشد یا سد ادامه راه او می‌گردد. این نکته صحیح است که هرکس زودتر به خانه پایانی برسد، برنده بازی است، ولی قیمت آن با نگاهی به پشت سر تعیین می‌گردد.

بازی دیگر که غالباً توسط افراد تنبل و بهانه‌جو در یک سیستم کاری انجام می‌شود. بازی فریب دیگران با عنوان "دنبال نخودسیاه فرستادن" است. این لفظ به معنای روانه کردن فرد به بهانه دروغین و واهی و انجام ندادن کار است. برخی کارکنان برای انجام نشدن و یا به ثمر نرسیدن امری، از این بازی استفاده می‌کنند و مراجعین، مشتریان یا زیردستان خود را با انواع ترفندها به دنبال، امور غیر واقعی می‌فرستند.

بازی دیگر، شامل افراد مداخله‌گراست. این افراد، با تجربه کردن امور مختلف، پس از مدتی، با مراحل، مزایا و معایب هر بخش و سیستم آشنا می‌گردند. در نگاه دیگر کارکنان، آن‌ها از وجهه مورد پسندی برخوردار نیستند. اگر موفقیتی در کار، کسب کنند، از دید مدیر مجموعه، کارشناس و از دید همکاران "آچار فرانسه" قلمداد می‌گردند.

هدف این بازی اگر توسط رئیس یا سرپرست شروع گردد، به علت کسب اخبار و اطلاعات از واحدهای مختلف (مخبر) یا صرفه جویی در منابع انسانی خواهد بود و اگر خود فرد، آغازگر آن باشد، به علت علاقه یا دیده شدن در کار است. بازیگران این نقش، تا زمان تثبیت مدیریت یک سیستم رشد خواهند کرد ولی با تغییر سیستم مدیریتی و افراد تصمیم‌گیرنده اصلی سیاست‌های کاری، موقعیت خود را از دست خواهند داد.

بازی بده و بستان، نیز بیان می‌دارد، افراد، با همکاران، سرپرستان، زیردستان و مراجعان خود، به نحوی تعامل و تباری می‌کنند که گاهی کار آن‌ها انجام می‌شود و در دفعات بعدی نیز، توقعات خود فرد از سوی افراد فوق مرتفع خواهد شد.

سیاست یا ذکاوت

درخصوص سیاست در محیط کار، تعابیر مختلفی برداشت شده است. سیاست‌های کاری به دودسته تقسیم می‌شوند:

سیاست‌هایی که برای هرگونه پیشرفت لحاظ می‌گردد (مثبت)

سیاست‌هایی که مانع رشد و ترقی دیگران می‌شود (منفی)

ولی به طور کلی، آنچه از سیاست‌های کاری استنباط می‌گردد، نه تنها بعد منفی در بر ندارد بلکه گاهی آن را سازنده نیز دانسته‌اند. حتی برخی از سیاست‌های کاری با نام ذکاوت نام برده‌اند. این ذکاوت یا سیاست‌های کاری، اگر باعث ضربه زدن به دیگران نباشد، اغلب به فرد کمک می‌کند تا در محیط کار در مسیر ترقی و پیشرفت قرار گیرد.

یکی از اصول مهم این سیاست‌ها، به این نکته اشاره دارد که انجام وظایف کاری تمام کار نیست، بلکه چگونه انجام دادن آن، از اولویت خاصی برخوردار است. همچنین اعتبار کاری در یک محیط حرفه‌ای، اهمیت زیادی دارد.

باید به این نکته نیز توجه داشت که ترفیع گرفتن، تنها به خاطر وظایف انجام شده نیست، بلکه با توجه به برداشت دیگران از توانایی کارکنان است. انجام امور محوله به کارکنان یک مجموعه، توسط سرپرست و به طور کلی تمام افراد حاضر در محل کار تفسیر می‌گردد. بنابراین در محیط کار، تنها انجام کار کافی نیست. گاهی محبوبیت و گاهی احترام در این بین نقش اساسی ایفا می‌کند.

بین محبوب بودن و مورد احترام قرار گرفتن، تفاوت‌هایی وجود دارد. شاید ایجاد تعادل بین قدرت و صمیمیت، رمز موفقیت باشد. محبوب بودن یا خوب به نظر رسیدن از نظر بیشتر افراد، برای محیط کار کافی است، اما مشکلاتی را نیز به بار می‌آورد. همانند: سوء استفاده از رفتار فرد، ناتوان فرض کردن فرد و همچنین قلمداد نمودن وی بعنوان کسی که توانایی گرفتن ترفیع را ندارد.

برای کنترل نمودن این موضوع می‌توان از موارد زیر کمک گرفت:

- عدم اشتراک بیش از حد اطلاعات شخصی با دیگران
- مشارکت فعالانه در سیاست‌های کاری
- تلاش برای رویارویی با شانس و موقعیت‌های برتر
- عذرخواهی نکردن بخاطر اشتباهات دیگران
- خودداری از تلاش دائم برای جلب رضایت دیگران
- ضرورت برخورد کردن با برخی افراد در مواقع لزوم
- قاطع بودن و داشتن اعتماد به نفس
- تمرکز بر روی اهداف حرفه‌ای و کاری
- عدم انتظار همکاری صمیمی و دوستانه از کلیه همکاران

زیر آبیسم

در لغت نامه دهخدا آمده است، زیر آب کسی را زدن یعنی کسی را نزد دیگران متهم کردن و بدین وسیله دست او را از عملی و جز آن کوتاه کردن. چاکری را پیش خواجه به غمازی منفور ساختن و سبب اخراج او شدن...

زیر آب زدن: یعنی کسی را از سر کاری برداشتن و از خدمت معاف کردن یا بشدت بر ضرر و به ضد او اقدام کردن و او را بی آنکه بداند از جایی راندن. (جمال زاده، ۱۳۸۲)

براساس این تعاریف و بنا بر سیاست‌های کاری موجود در بین کارکنان هر مجموعه، ضد فرهنگی با نام "زیر آبیسم" مشاهده می‌شود. گاهی افراد برای موفقیت خود در کار، زیر آب دیگران را می‌زنند. به این معنا که به طور مجدانه سعی در مسدود نمودن راه‌های ترقی دیگران و شکست آن‌ها، از هر طریق ممکن دارند.

حسادت، عدم امنیت شغلی، به دست آوردن موقعیت‌های جدید، مورد توجه قرار گرفتن بیشتر ما فوق، جلب توجه دیگران به خود، بزرگ نمایی کارهای انجام شده، می‌تواند برخی از دلایل زیر آب زنی باشد. خودبینی نیز باعث می‌شود؛ فرد تنها به فکر منافع خود باشد و به همین دلیل بدون توجه به پیامدهای ناگوار، دست به هر عملی بزند تا به با زیر آب زنی دیگران به مقاصد خود دست یابد. گاهی هم مشکلات شخصی یا تسویه حساب‌های فردی باعث بروز این پدیده می‌شود.

البته این گروه افراد، برنامه‌های بلند مدتی را پیش بینی می‌کنند و تمام تلاش خود را به کار خواهند گرفت. از مهم‌ترین این تلاش‌ها، غیبت و یا تخریب شخص مورد نظر با هر عنوان و وسیله‌ای نزد مافوق یا سرپرست است.

اکنون می‌تواند این اظهارات شامل نقل واقعیات از شرح مآلوق حیطة کار باشد و یا اگر فرد مورد نظر دارای نقطه ضعفی نباشد، شامل افترا و اکاذیب ساختگی، برای از چشم انداختن افراد از چشم رییس باشد.

بعد دیگر قضیه، به زیر آبی رفتن کارکنان اشاره دارد. افرادی که به علت عدم اعتماد به محیط کار خود، به پنهان کاری‌های زیادی دست می‌زنند. آن‌ها تمام امورکاری خود را همانند یک راز نزد خود نگه می‌دارند. اموری از قبیل آموزش، مرخصی، مأموریت، انتقالی، ترفیع و... را از همکاران خود مخفی می‌کنند و ترجیح می‌دهند ارتباط بسیار محدود و بسته‌ای را در محیط کار برای خود انتخاب کنند. گاهی نیز با تظاهر به انجام وظایف خود، مخفیانه به سر و سامان دادن امور شخصی خود می‌پردازند.

این افراد غالباً کسانی هستند که دچار آسیب‌های کاری از جانب همکاران خود گشته‌اند و یا به پیشنهاد دیگران به مخفیانه بودن امور، دست می‌زنند و به طور کلی، این افراد قادر هستند به هر نحوی از انحاء، موقعیت‌ها را به نفع خود تغییر دهند.

مدیریت و رهبری فرهنگ کار، فنون و روش‌های نهادینه‌سازی، ترویج و ارتقاء فرهنگ کار

- با توجه به اینکه مقوله "فرهنگ" اهمیت محوری در تمامی عرصه‌های زندگی دارد، بدون رجوع به فرهنگ، نمی‌توان برداشت درست و دقیقی از مسائل و موضوعات مختلف زندگی ارائه نمود. در جهان کنونی، کمتر موضوعی را می‌توان یافت که به پدیده فرهنگ مرتبط نباشد. به همین دلیل غنی‌سازی، ترویج و حفظ و حراست از آن، برای موفقیت در مسائل مختلف بسیار اهمیت والایی دارد. امروزه سرنوشت کشورها و جوامع، با مسائل فرهنگی عجین گشته و از سطوح ملی و مرزهای جغرافیایی فرارفته است. بنابراین ترویج و ارتقای فرهنگ در هر زمینه‌ای بخصوص مقوله کار و نهادینه نمودن آن بسیار ضروری است.

مدیریت فرهنگ کار

بنابر آنچه قبلاً ذکر شد، مفهوم فرهنگ، بسیار پیچیده است. ولی برخلاف آن مفهوم مدیریت، چندان پیچیده نیست. طبق تعاریف مختلف از "مدیریت" می‌توان نکات مشترک آن را به شرح زیر برشمرد:

- مدیریت یک فراگرد است.
 - بر هدایت تشکیلات انسانی دلالت دارد.
 - مدیریت مؤثر، مبتنی بر تصمیم‌گیری مناسب و دستیابی به نتایج مطلوب است.
 - مدیریت کارآ، متضمن تخصیص و مصرف مدبرانه منابع است.
 - مدیریت، بر فعالیت‌های هدفدار تمرکز دارد. (رضاییان، ۱۳۸۰)
- در تعریفی دیگر، فراگرد به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی، بر مبنای یک نظام ارزشی که از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل برای دستیابی به اهداف تعیین شده صورت می‌گیرد را مدیریت، نامیده‌اند.
- یکی از اصول ثابت مدیریت این است که هر چه کار را ریزتر کنیم، کارایی آن بیشتر می‌شود. پس لازمه کارایی، تخصصی کردن و تجزیه کار است. ولی لازمه اثر بخشی، انعطاف، تنوع و گرفتن بازخور از کار است. کارایی یعنی انجام کار در کوتاه‌ترین زمان با کمترین هزینه و اثربخشی به معنای کسب هدف به گونه‌ای که رضایت خاطر افرادی که کار را انجام می‌دهند، است (رضاییان، ۱۳۸۰).

یگانه‌سازی فرهنگی، نیز بدین معناست که نوعی اصول و ارزش‌های مقدس وجود دارد که باید سایرین آن را بپذیرند. به عبارت دقیق‌تر، این الگو، تصویری والا و معنوی از فرهنگ در درون خویش دارد که بر مبنای آن، طراحی هندسی از ارزش‌ها، هنجارها و رفتارها را در عرصه اجتماعی طراحی می‌کند تا به دقت نشان دهد ارزش‌ها و هنجارهای عالی کدامند، کدام یک به دلیل عدم ارتباط با ارزش‌های والا، قابل چشم‌پوشی هستند و سرانجام کدام ضد ارزش و ضدهنجار مقدمه وصول به آن‌ها محسوب می‌شوند. این طرح هندسی ارزش‌های فرهنگی، یک نقطه کانونی و هنجارین را اختیار کرده که بر مبنای آن تمایز گذاری‌های خود را سامان می‌بخشد و از ترسیم این طرح هندسی، جامعه‌ای همبسته را انتظار می‌کشد که بر منظومه‌ای از ارزش‌های مورد وفاق همگان استوار است، نه جامعه‌ای که راه یگانه‌ای می‌پیماید، مقصدی والا را در افق می‌جوید و از پلیدی و زشتی‌های جوامع امروزی بتدریج دوری می‌گزیند. (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۹۵).

تقسیم بندی مدیریت فرهنگ کار، بستگی به عوامل متعددی دارد. اولین گام، روشن ساختن نوع کار، محیط کار و شناخت افرادی است که باید کار را انجام بدهند. انواع محیط کار، طبق تولید و خدماتی که ارائه می‌کند، با مدیریت متفاوت اداره خواهند شد. هیچگاه یک فرد با سابقه مدیریت نظامی، مدیری موفق در محیط فرهنگی، هنری نخواهد بود. یا مدیری که دارای نگرش سیاسی است در محیط کار ورزشی مدیریت خوبی را نمی‌تواند از خود نشان دهد.

علاوه بر اینکه فرهنگ، امری است بسیار پیچیده، تو در تو، حساس و زمان‌بر، اگر فردی در مدیریت آن دچار خطایی شود، سال‌ها طول خواهد کشید تا شیوه جدید و تغییر فرهنگ بتواند، خود را نشان دهد.

بنابراین مهم‌ترین مساله مدیریت نمودن فرهنگ کار، آشنا بودن مدیر مجموعه به کار و نیازهای درونی و بیرونی محیط کار است. دبیران و اساتید، کارکنان نیروهای نظامی و انتظامی، پزشکان و پرستاران، کارمندان و کارگران کلیه مشاغل تولیدی و خدماتی، رانندگان، هنرمندان و همه و همه تابع

فرهنگ کار خاص خود هستند و هر چه سطح مشاغل از کارهای ساده و تکراری به سمت تخصصی پیش می‌رود، مدیریت آن دشوارتر می‌گردد. مدیر یک مجموعه‌ای که دارای پرسنل متخصص و تحصیل کرده است، هرگز نمی‌تواند با زیردستان خود همانند مدیر کارگاهی با کارگران ساده رفتار کند. هرچند اگر این اتفاق رخ دهد، عوارض ناشی از آن، علاوه بر تخریب روحی، روانی افراد، صدمات جبران ناپذیری به کیفیت و احتمالاً کمیت آن مجموعه وارد خواهد نمود.

همچنین افراد مختلفی که با روحیات و آداب و سنن و فرهنگ متفاوت در محیط کار، وارد شده‌اند، نسبت به فرهنگ خود بسیار حساس و پایبند هستند. از وظایف یک مدیر است که با احترام با همه تفاوت‌های فرهنگی کارکنان برخورد نماید.

نکته مهم دیگر که در اکثر مواقع نادیده گرفته می‌شود آنست که، مدیر یک مجموعه کاری باید، از لحاظ حرفه‌ای، از کارکنان آن، بالاتر باشد. نیازی نیست که فرد مدیر، به همه فنون کار واقف باشد ولی هنر مدیریت در آن است که بتواند بین اجزای مختلف بدنه کار اتحاد به وجود آورد.

از وظایف یک مدیر در فرهنگ کار این است که بتواند محیط کار خود را به خوبی شناسایی کند، عوامل محیطی و تغییرات آن را در حال حاضر و آینده بررسی نماید. از نظریات افراد متخصص و ماهر در امور استفاده کرده و اطلاعات مورد نیاز خود را از منابع معتبر به دست آورد.

از منابع معتبری که می‌توان اطلاعات به روز را به دست آورد عبارتند از:

- سایت‌ها، بروشورها، قوانین و مقررات و دستورالعمل‌ها، سیاست‌ها و استراتژی‌های مربوط به محیط کار
- روزنامه‌ها، مجله‌های تخصصی و رسانه‌های عمومی معتبر
- گزارشات مراکز تصمیم‌گیری در کشور، یافته‌های مراکز مطالعات استراتژیک، مباحث و مذاکرات در نشست‌های غیر رسمی مسئولین
- انجام مطالعات میدانی و نظرخواهی از کارکنان
- شناسایی، تحلیل و بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای اثرگذار در فرهنگ درونی محیط کار
- استفاده از بازنگری در نقاط ضعف شناسایی شده جهت رفع آن‌ها که شامل سطوح مدیریت، کارکنان، ساختار و فن‌آوری است.

رهبری در فرهنگ کار^۱

رهبری در علم جامعه‌شناسی، مقوله‌ای است که بیشترین مطالعات بر روی آن انجام گرفته و کمترین کار در مورد آن وجود دارد. (بنیس ۱۹۸۵)

ادبیاتی که در عرصه فرهنگی وجود دارد، گسترده و به طور حیرت‌آوری متنوع است اما می‌توان با این وجود، سه موضوع اصلی را ذکر کرد که در مباحثات این عرصه کاملاً جنبه محوری دارند:

- محتوا و نظریه‌ها: ابزارهایی را برای درک ساختمان فرهنگ فراهم می‌کنند. سنت‌های متفاوت، فرهنگ را بعنوان ارزش‌ها، قواعد، روایات، ایدئولوژی‌ها، آسیب‌شناس‌ها، گفت‌وگوها و همچنین به بسیاری شیوه‌های دیگر درک کرده‌اند.
- دلالت‌های اجتماعی: نظریه پردازان می‌کوشند نقش فرهنگ را در تأمین ثبات، همبستگی و فرصت یا پابرجا نگهداشتن کشمکش، قدرت و بی‌عدالتی توضیح دهند. نظریه فرهنگی در ضمن ساز و کارهای ناهمگرایی را نیز ارائه می‌کند که این تأثیر از طریق آن کانالیزه می‌شود. طیف این ساز و کارها از سطح فردی جامعه‌پذیری تا نهادسازی کلان و نظام‌های اجتماعی را دربر می‌گیرد.
- کنش، عاملیت، نفس (خویشتن): مساله اصلی در اینجا، رابطه فرد و فرهنگ است. خطرترین مساله، یافتن راه‌هایی است که فرهنگ از طریق آن‌ها، عمل انسانی را شکل می‌دهد. (اسمیت، ۲۰۰۵)

در مورد تعریف رهبری و شباهت‌ها و تفاوت‌های آن با مدیریت مطالب بسیاری بیان شده ولی غالب این تعاریف دارای واژه کلیدی "اثرگذاری و نفوذ" هستند.

برخی از تعاریف رایج و معتبر درباره رهبری از این قرار است:

^۱ Leadership at work culture

رهبری عبارت است از: فرآیند اثرگذاری و نفوذ در رفتار در اعضای سازمان برای یاری و هدایت آن‌ها در انجام وظایف (علاقه‌بند، ۱۳۸۱).

رهبری عبارتست از: توانایی در اعمال نفوذ و یا اثرگذاری بر تلاش‌های سازمان یافته یک گروه در جهت تأمین اهداف. (اولیوا^۱)

رهبران کسانی هستند که کار درست انجام می‌دهند و مدیران کسانی هستند که کار را بنحو درست می‌دهند. (وارن بنیس، ۱۹۸۹)

رهبری، هنر نفوذ و تاثیرگذاری بر مردم است بنحوی که با میل و اشتیاق و حداکثر توان خود برای دستیابی به اهداف گروهی کوشش نمایند.

رهبری، در قدرت ترغیب دیگران، به تعقیب مشتاقانه هدف‌های معین خلاصه می‌شود.

هیچ رهبری در انزوا نمی‌تواند وجود داشته باشد. مشخصه اصلی آن پیروی پیروان است.

رهبران، جهت و حرکت را تعیین می‌کنند و در پیروانشان انگیزه و انرژی ایجاد می‌کنند تا از حرکت و در برابر موانع متوقف نشوند.

به طور کلی تفاوت میان رهبران و مدیران را می‌توان در فهرست زیر نشان داد:

رهبران، نگاه بلند مدت دارند و مدیران به برنامه‌های کوتاه مدت می‌اندیشند.

رهبران، از چرایی می‌پرسند و مدیران به دنبال چگونگی‌ها هستند.

رهبران، افکار ناب و ایده‌های منحصر به فرد دارند و مدیران، به اقتباس و تقلید از دیگران می‌پردازند.

رهبران، در جستجوی تحول و تغییر، اما مدیران به دنبال ثبات و استمرار هستند.

رهبران، تلاش دارند تا تعهد و دلبستگی عمیق قلبی و تعلق خاطر کسب کنند اما برای مدیران، اطاعت و تبعیت کارکنان کافی است.

به طور کلی، هنر رهبری از جمله ابعاد و اجزاء مفهومی وسیع‌تر از مدیریت است. (ابوالعالی، ۱۳۹۱).

بنابراین با توجه اهمیت مقوله فرهنگ و رابطه فرد و فرهنگ، فرهنگ کار، بیشتر از مدیریت به رهبری نیازمند است. رهبری کردن فرهنگ کار، بخصوص در این برهه زمانی، علاوه بر تخصص، نیاز به هنر رهبری کردن افراد دارد.

سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی، نقش مهمی در نوع و سبک رهبری دارد. این موضوع، بدین معناست که نمی‌توان با یک نگرش و سبک رهبری واحد، تمام محیط‌های کاری را اداره نمود. افرادی در این امر موفق هستند که نگاه دقیق و درک عمیقی از نحوه کار، کارکنان، محیط کار و مخاطبان محیطی داشته باشند.

فرهنگ سازی صحیح کار کردن و کارهای درست انجام دادن، نیازمند رهبرانی قوی خواهد بود که به علوم اجتماعی روز واقف باشند و با درک صحیح خود از فرهنگ مختص کار، در جهت تروج و اعتلای آن اهتمام ورزند.

در این‌که آیا فرهنگ، قابل مدیریت یا رهبری کردن هست یا خیر؟ نظریات مختلفی وجود دارد. برخی معتقدند به دلیل کیفی بودن فرهنگ، آن را نمی‌توان کنترل نمود و این موضوع را محدود به موارد کمی می‌دانند. ولی از آنجا که کار، توسط افرادی انجام می‌گردد که دارای تفکر، تخصص و شعور و آگاهی و در نهایت فرهنگ خاص خود هستند، می‌توان علاوه بر رهبری کردن کار، به آن سمت و سو داد، تعهد، دلبستگی و اعتماد به وجود آورد و در نهایت ضمن کسب رضایت، به بهترین نتیجه دست یافت.

در پایان اشاره می‌گردد که با توجه به این‌که نظم در مقوله فرهنگ، با بی نظمی خاص خود همراه است و حساسیت‌های مداوم و دخالت بیش از حد در آن، آسیب‌های جدی بر پیکر آن وارد خواهد آورد، می‌طلبید تا فرهنگ کار بسیار محتاطانه، نامحسوس و با آرامش خاص هدایت گردد.

^۱ Olica

نظم در بی نظمی

تئوری آشوب^۱، به تأثیر نظم موجود در بی نظمی اشاره دارد. در واقع منظور آشوب در ادبیات این تئوری، ناکارآمدی، به هم ریختگی و نظایر آن نیست.

هیلز^۲ (۱۹۹۰) بیان می‌دارد: بی‌نظمی در مفهوم عملی، یک مفهوم ریاضی محسوب می‌شود که می‌توان آن را نوعی اتفاقی بودن همراه با قطعیت دانست. قطعیت آن به علت دلایل درونی است و اتفاقی بودن آن نیز به دلیل رفتارهای غیر قابل پیش بینی است.

کاربرد تئوری آشوب در مدیریت فرهنگ کار را می‌توان به موارد زیر خلاصه نمود:

- به جای تمرکز بر تصمیم‌گیری‌های بلند مدت باید به تصمیم‌گیری‌های انعطاف پذیر و میان مدت روی آورد.

- رویکردهای شهودی و ابتکاری در کار را نسبت به تصمیم‌گیری‌های عقلایی رجحان داد.

- اصلاح فرهنگ موجود در کار برای جذب ارزش و معیارهای جدید متناسب با محیط کار مد نظر قرار گیرد.

- از میان آشوب و بی نظمی موجود در جستجوی نظم پنهان و مستتر بود.

سنگ بنای تئوری آشوب، نظریه‌ای با نام اثر پروانه‌ای^۱ است. بر اساس این نظریه، تمامی پدیده‌ها، دارای نقاطی هستند که تغییر اندک در آن‌ها باعث تغییرات عظیم خواهد شد. اثر پروانه‌ای توجیهی عقلایی و کامل از رفتارها و تصمیم‌های کلان، خلاق و موفق به دست می‌دهد که با یک حرکت زیرکانه، موجب تحول و دگرگونی‌های بزرگ شده است.

اگر مدیری نقاط کلیدی در کار را شناسایی نماید، قادر خواهد بود از این نقاط، همانند اهرم در جهت فعالیت‌های شگرف و بزرگ استفاده نماید.

در نظریات جدید، کوندو و سائن شاین^۲ (۲۰۲۰) در کتاب لذت کارکردن بیان می‌دارد: برای موفق بودن در کار باید نظم را پیشه خود کنیم. او این نظم و ترتیب را طبق موارد ذیل عنوان می‌کند:

- مرتب کردن فضای کار (مرتب کردن کمک می‌کند هدف مند باشید).
- مرتب کردن فضای دیجیتال
- تنظیم زمان
- مرتب کردن تصمیمات روزانه
- نظم بخشیدن به جلسات
- مرتب ساختن گروه

باز مهندسی فرهنگ کار

مهندسی فرهنگ عبارت است از: "سازمان بخشی، اصلاح، جهت دهی و ارتقای مقوله فرهنگ به صورت آگاهانه و بر اساس شناخت" هرگاه فرهنگ بر مبنای مبانی ارزش‌های یک جامعه به طور آگاهانه جهت داده شود، اصلاح گردد، ارتقا یابد و بنحو مطلوب از آن استفاده شود، به مهندسی فرهنگ نزدیک می‌شود. (ناظمی اردکانی، ۱۳۸۶)

از آنجا که فرهنگ، پدیده‌ای متغیر بوده و غالب پدیده‌های موجود در اجتماع بشری وابسته به مقتضیات زمان و مکان و منطبق با نیازها و دیگر شرایط متحول می‌گردد، پدیده باز مهندسی فرهنگ در تمامی موارد، از جمله فرهنگ کار به چشم می‌خورد.

^۱ Chaos Theory

^۲ Hayles

^۱ Butterfly Effect

^۲ Kondo & Sonenshein

همانطور که فصول قبلی بیان شد. عواملی چون مهاجرت، تحصیلات، داد و ستد، معاشرت، اقتباس و تقلید، امکانات و تکنولوژی بتدریج باعث تغییر فرهنگ می‌گردد، لذا بمرور زمان، این استحاله و تغییر شکل به وجود خواهد آمد و تجدید حیات و بازآفرینی مستمر، اصلاح و به روز شدن فرهنگ، امری الزام آور خواهد بود.

بر این اساس، فرهنگ کار نیز مستثنی از این مقوله نخواهد بود و پس از مدتی باید با نگاهی جدید و دیدگاهی برتر به آن نگریست. زمانی که بر اثر تغییر جهش تکنولوژی، سبک زندگی انسان تغییر می‌یابد، بناچار برخی از مشاغل به طور کلی حذف می‌شوند و یا به اشکال گوناگون دیگر تبدیل می‌شوند. در این میان فرهنگ کار مستولی بر آن نیز دستخوش تغییر و تحول می‌گردد. بنابراین لزوم مهندسی مجدد، یا به بیان دیگر باز مهندسی فرهنگ کار، پس از این دگرگونی‌ها خود را به وضوح نشان خواهد داد.

از الزامات و عناصر کلیدی دیگری که در باز مهندسی فرهنگ مطرح است، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

تعیین مسیر راهبردی و خط مشی نیل به اهداف

تاکید بر منطق سازی فرهنگ با شرایط و انعطاف پذیری افراد در راستای سازگاری با محیط پویا و متغیر

تطبیق عناصر مطلوب فرهنگ با ابعاد شرایط انسانی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی جامعه

همسان سازی عناصر فرهنگ با محیط فرهنگی به منظور پذیرش و توافق عمومی از سوی افراد.

بر این اساس برای نوسازی و بازسازی یک پدیده، ابتدا باید درخصوص آن، مطالعات کافی به منظور تعیین هدف اصلی انجام گردد. سپس ضعف‌ها و نارسایی‌های موجود در رسیدن به اهداف، مشخص شده تا بتوان درخصوص برطرف کردن نواقص، چاره‌ای اندیشید و اقدام نمود. البته هر اندازه سیستم فرهنگ پیچیده‌تر باشد، مهندسی آن یعنی طراحی، نوسازی و بخصوص بازسازی آن دشوارتر خواهد بود.

از اینرو، فرهنگ کار نیز از این قاعده مستثنی نیست. طبق مهندسی فرهنگ کار، باید ابتدا فرهنگ موجود و فرهنگ مطلوب کار تعریف و تبیین گردد. سپس با توجه به شرایط و مقتضیات موجود در فضای جامعه، نسبت به تجدید نظر و باز مهندسی در موارد ضعف و قوت فرهنگ کار، مبادرت ورزید.

برای داشتن فرهنگ کار به دور از ضعف و کمبودها باید از فنون و روش‌های نهادهای سازشی، ترویج و ارتقای فرهنگ کار کمک گرفت. موارد زیر به برخی از این فنون اشاره دارد:

مدیریت زمان

زمان، ارزشمندترین منبع در اختیار بشر است. سرمایه، تجهیزات و نیروی انسانی به فراخور کار قابل تغییر است ولی زمان برای کلیه انسان‌ها یکسان و فقط ۲۴ ساعت در شبانه روز است. دو ویژگی عمده آن غیر قابل برگشت بودن و دستیابی به کلیه ابزارهای دیگر از طریق زمان است. بنابراین منابع دیگر به شرط وجود زمان ارزش پیدا می‌کند. از طرفی افزایش زمان و یا ذخیره سازی آن غیر ممکن است ولی می‌توان با مدیریت آن، بهترین استفاده را از آن برد.

مدیریت زمان درخصوص کارکنان یک محیط کار به دو قسمت ارتباط فرد با خود و ارتباط فرد با محیط کار خود تقسیم می‌شود. (مکنزی، ۱۹۹۷).

از مهمترین سازه‌های موجود در مدیریت زمان، اولویت بندی کارهاست. بدین معنی که بهترین اوقات را به مهمترین کارها اختصاص داد. رتبه بندی کارها از نظر اهمیت قبل از دست زدن به انجام امور باعث می‌شود ضمن ایجاد نظم و صرفه جویی در انرژی، فشار روحی و استرس کمتر و اوقات فراغت بیشتر، به مطلوب‌ترین نتیجه دست یافت.

شناخت تیپ فرهنگی محیط کار

خصوصیات فرهنگی محیط کار، به مجموعه اطلاعات و مشخصات غالب آن اطلاق می‌گردد و وجه تمایز سازمان‌ها، ادارات، نهادها و کلیه محیط‌های کار است و از دیگر سو افرادی که در مشاغل مختلف در این محیط‌ها مشغول به کار هستند از فرهنگ‌های مختلفی برخوردارند. از این جهت شناخت فرهنگ محیط و کارکنان آن از موارد ضروری جهت نحوه برخورد صحیح با کارکنان و مراجعین است.

به طور مثال کارکنان و مراجعین یک واحد تجاری با مراجعین یک نهاد آموزشی یا یک موسسه صنعتی متفاوت هستند. بنابراین ابزار و فنونی را که می‌توان در هر یک از اماکن بکار برد متمایز و بسته به شرایط کاری محیط است. این موضوع را دانشمندان، پدیده هوش فرهنگی^۱ نامیده‌اند.

هوش فرهنگی به مفهوم توانمندی فردی برای عمل و مدیریت اثربخش در مجموعه‌ای با فرهنگ متنوع است. (انگ و ون دائن^۲ ۲۰۰۸)

هوش فرهنگی یعنی توانایی فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد ناآشناست. (ارلی و انگ^۳، ۲۰۰۳) آفرمن در سال ۲۰۰۵ اشاره می‌کند که هوش فرهنگی یک فراهوش است که شامل شکل‌های مختلفی از هوش است که IQ تنها یکی از آن‌هاست. (گرین و هیل^۴ ۲۰۰۵)

در همین راستا اگر فردی را که در سمت سرپرست کارگران ساده، مشغول بکار بوده‌است، به ریاست متخصصین یا کارشناسان بگمارند، با توجه تغییرات و فرهنگ متفاوت محیط، نمی‌تواند رویه و خط مشی قبلی عمل نماید. بنابراین هوش فرهنگی به افراد کمک می‌کند تا بتوانند بر راحتی در شرایط مختلف فرهنگی با محیط تطبیق یابند.

تغییر جایگزین سازی به جانشین پروری

جانشین پروری^۵، عبارتست از: تلاشی برای برنامه ریزی درخصوص تعداد مناسب همراه با کیفیت کارکنانی با مهارت کلیدی در جهت پوشش بازنشستگی، مرگ، بیماری یا ارتقا در موقعیت‌های جدید که ممکن است در برنامه‌های آینده ایجاد شود. (بروک، ۲۰۰۵)

در واقع جانشین پروری، فرآیندی است که کارکنان شایسته را شناسایی و آماده می‌کند تا در آینده از آن‌ها در پست و سمت‌های کلیدی - که نیاز به تجربه خاص دارند - استفاده نماید.

ولی جایگزین سازی بدین معناست که در صورت خروج هر یک از کارکنان از محیط کار، حضور فیزیکی یک فرد، خلاء او را جبران نماید. این حضور می‌تواند حتی شامل افراد خارج از مجموعه و با هر درجه از میزان مهارت نیز بشود.

در انجام مشاغل ساده، جایگزین سازی درخصوص کارکنان، مشکل‌ساز نخواهد شد. ولی درخصوص پست‌های کلیدی و امور تخصصی، جانشین پروری نسبت به جایگزین سازی کارکنان، از اهمیت والاتری برخوردار خواهد بود.

گذر از فرهنگ سنتی با خلاقیت و ایجاد انگیزه

تغییر و تحول در دهه اخیر و افزایش روز افزون رقابت، پیچیدگی، پویایی و عدم اطمینان از شرایط محیطی باعث شده تا بسیاری از سازمان‌های بزرگ نتوانند خود را با شرایط کنونی وفق دهند. شرط ادامه بقای این چنین سازمان‌هایی درگرو تحولی اساسی است که افراد خلاق و کارآفرین را به کار گیرد و فرهنگ سنتی را به فرهنگ کارآفرین تبدیل سازد.

افزایش خلاقیت، منجر به ارتقای کمیت و کیفیت تولید، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از اتلاف منابع، کاهش بوروکراسی، افزایش رقابت، ایجاد انگیزش و رضایت شغلی می‌گردد. ولی بکارگیری و شناسایی کارکنان خلاق یک بعد مساله است و به وجود آوردن این جو و استمرار این فضا بعد دیگر قضیه است.

در اکثر موارد افراد خلاق با ارائه ایده‌های خود، گام مثبتی در جهت ارتقای کمی و کیفی محیط کار خود برمی‌دارند ولی متأسفانه پس از مدتی کوتاه، به علل مختلف، این انگیزه را از دست می‌دهند. بکرات دیده شده است با توجه به انجام کامل و احسن امور محوله به پرسنل، مدیر مجموعه با تصور این ذهنیت که تشکرو قدر دانی، افراد را جری و مدعی می‌سازد؛ نه تنها به نادیده گرفتن زحمات اقدام می‌کنند، بلکه به خرده‌گیری از آن می‌پردازند. ولی در زمان

^۱ cultural intelligence

^۲ Ang & Dyne

^۳ Earley & Ang

^۴ Green & Hill

^۵ Substitution

کنونی عصر این تفکرات به پایان رسیده است. صدها دانشمند علم مدیریت و نظریات ثابت شده آنان، گواهی بر این مطلب دارد که ایجاد تشویق و انگیزه و تشکر از پرسنل، در کارایی و توانمندی آنان خواهد افزود.

سیستم پاداش دهی متناسب جهت ارتقای روحیه کاری

ایجاد فرهنگ قدردانی و قدرشناسی به این معنی است که کارکنان باید در مورد رفتار و عملکردشان بازخورد دریافت کنند و بابت تلاش‌ها و ایده‌هایشان تشویق شوند. همچنین علاوه بر برنامه‌های رسمی تشویق، قدردانی‌های غیر رسمی و فوری و روزانه هم اهمیت زیادی دارند. (ابوالعلائی، ۱۳۹۱)

افراد، متناسب با موقعیت و مشاغل، انتظار پاداش از سیستم کاری خود را دارند. اگر در یک مجموعه که انواع پرسنل با تحصیلات مختلف، رده‌های مدیریتی، کارمندی و کارگری مشغول به کار هستند؛ هیچگاه نمی‌توان برای همه آنها یک نوع پاداش را در نظر گرفت. گاهی مدیران با تصور رعایت عدالت به همه کارکنان خود یک نوع پاداش را اعمال می‌کنند که در این صورت برای افراد در موقعیت‌های مختلف بازتاب‌های گوناگونی دارد.

به طور مثال اگر در یک کارخانه صنعتی که اعم مدیران ارشد، مهندسان صنعتی، کارمندان اداری و کارگران ساده مشغول بکار هستند به همراه خانواده همزمان به یک جشن دعوت گردند، این مراسم هیچگاه برای همه افراد فوق به یک اندازه مفید و جذاب نخواهد بود. همچنین پاداش مادی برای سطوح پایین‌تر کارکنان جذاب‌تر خواهد بود تا دعوت به یک تأثیر رمانتیک. بنابراین در سیستم پاداش دهی، بحث مخاطب شناسی و رده بندی گروه و مرتبه شغلی بسیار مهم تلقی می‌گردد.

طراحی و ایجاد مکانیزم محیط کار

از آنجا که مدیریت کار، بعنوان اساسی‌ترین عامل در حفظ و اشاعه فرهنگ کار مورد مطالعه قرار می‌گیرد و محیط کار و عوامل درونی آن اعم از انسان، ماشین، کارگر و روابط میان آنها مجموعه کاری را تشکیل می‌دهد. طراحی مناسب جهت دسترسی آسان انسان و ابزار آلات در محیط کار، موجب ایجاد انگیزه و شور و اشتیاق کار در محیط کار را به همراه خواهد داشت.

داستان فرهنگ کار، پایان ناپذیر است؛ زیرا مجموعه عوامل زیادی بر آن مؤثر بوده و خواهند بود. کوچک‌ترین تغییرات مشاغل، کارکنان، تحولات اجتماعی و جهانی می‌تواند تأثیرات شگرفی بر آن داشته باشد. پیش‌بینی این تغییرات کمک می‌کند با آمادگی بیشتری به استقبال تأثیرات حاصل از آن برویم؛ زیرا مدیریت مؤثر، مستلزم آینده نگری است. جغرافیا و ساختار شهر، منابع انسانی و طبیعی، حدود اختیارات تشکلهای کارگری و کارفرمایی، جنسیت و نژاد، سطح تحصیلات، تناسب نیروی کار و فرصت‌های شغلی و مواردی از این دست، نقش مؤثری بر فرهنگ کار دارند. اگر در پی ارتقای این فرهنگ هستیم، ناگزیریم کلیه عوامل فوق را شناخته و نقش آنها را در برنامه ریزی‌ها لحاظ نماییم و الزامات این برنامه‌ریزی‌ها را نیز بپذیریم.

الزامات مدیریت فرهنگ در چندین مقوله می‌گنجد:

- تعین پذیری و اصالت فرهنگ؛ آیا فرهنگ امری تبعی یا اصیل است؟
- نوع فرهنگ، آیا فرهنگ موجود در محیط کار ناشی از روابط اجتماعی، اقتصادی است و یا حتی مسائل سیاسی در آن دخیل است؟
- رابطه فرهنگ و حوزه‌های دیگر زندگی اجتماعی، یک سویه یا متقابل بودن این ارتباط. آیا این ارتباط قابل کنترل و مدیریت است؟ به بیانی دیگر، فرهنگ امری طبیعی و مستقل از اراده و امیال انسان‌هاست یا متأثر از منافع و جوامع و گروه است؟
- تغییر و تداوم فرهنگ، تا چه میزان مورد رد یا پذیرش است؟
- عرصه‌های فرهنگ و نسبت آنها (همانند علم، اخلاق، هنر، دین) رابطه عرضی است یا رابطه طولی؟
- خود بسندگی طبیعی فرهنگ، آیا فرهنگ می‌تواند به حیات و بقای خود ادامه دهد یا نیاز به حمایت و هدایت دارد؟ (صالحی امیری، ۱۳۸۷).

توصیه‌ها و پیشنهادات

موقعیت، در هر زمینه‌ای و از جمله در شغل، اتفاقی نبوده و مستلزم رعایت اصولی است که تقریباً در تمام دنیا مشترک است. اگرچه ضرورت آموزش پیش از اشتغال، نیاز به تبیین ندارد، نیازمند صرف زمان و هزینه زیادی نیست و می‌تواند در بسیاری از موارد کمک کننده باشد، اما غالباً نادیده گرفته می‌شود و کسانی که به دنیای کار وارد می‌شوند، فاقد آموزش‌ها و توصیه‌های لازم هستند.

آگاهی از مهارت‌های خرد، نه تنها می‌تواند راه پیشرفت حرفه‌ای فرد را هموار سازد، بلکه می‌تواند در پیشگیری از بسیاری موضوعات ناراحت کننده، دلسردی از شغل، کاهش بهره وری و... هم مؤثر باشد.

در دنیای متغیر امروز، فرهنگ کار، مبتنی بر این است که کارگران مطلوب، افرادی هستند با گرایش‌های هدفمند و معطوف به پیشرفت، خواستار آزادی و تلاشگر که می‌کوشند در کار خود، با کفایت باشند و مهم این که برخوردی اخلاقی، دوستانه و غیر رسمی دارند. بر این اساس دیدگاه اسلامی، علاوه بر موارد فوق، تصویر دیگری از کارگر را عرضه می‌کند که در آن، رعایت حلال و حرام، میانه روی و اعتدال در انجام کار، حسن خلق، پرهیز از انجام کارهای غیر ضروری، سختکوشی، مدارا، رعایت عفاف و فضایل اخلاقی و پرهیز از تبلیغ غیر واقعی نیز از اهمیت برخوردارند.

امروزه به نیروی کار توصیه می‌شود:

• سعی کنید به افرادی که کار را خوب می‌شناسند، دسترسی داشته باشید.

• نشریات، بروشور و گزارشات سالانه شرکت را مطالعه کنید.

• در برخوردهای اولیه تعدادی سؤال بپرسید و یکسری شبهه‌کار انجام دهید.

• در مسیر فعالیت‌ها قرار بگیرید.

• مشاهده‌گر خوبی باشید.

• بدون اینکه قصد مصاحبه داشته باشید، سعی کنید با دیگران گفتگو کنید.

• از مهارت‌های اجتماعی مناسب استفاده نمایید.

• بکوشید نسبت به آنچه در طی این دوره اتفاق می‌افتد، محرم راز خوبی باشید. (چدسی، ۲۰۰۸)

جنیس چدسی^۱ (۲۰۰۸) عقیده دارد به کارگیری حمایت‌های معمول جهت ایجاد محل کاری متناسب با شخصیت افراد، می‌تواند موجب رضایت فرد و دسترسی آسان‌تر به اهداف باشد.

همچنین پیشنهاد می‌کند: اهداف و مهارت‌های اجتماعی کارکنان را مد نظر قرار دهید. اگر کسی می‌خواهد در کار خود موفق باشد؛ شغلی متناسب با فرهنگ خود پیدا کند. همین مساله باید در خصوص بکارگیری افراد درون گرا در نظر گرفته شود.

وی عقیده دارد: لازمست از کارگری که بتازگی استخدام می‌شود؛ حمایت نمود. به نظر چدسی راهبردهای حمایتی معمول از شاغلینی که بتازگی استخدام شده‌اند، به شرح زیر است:

- مطمئن شوید که وی همانند سایر شاغلین در زمان خاص سر کار حاضر می‌شود.

- او را تشویق کنید در محل‌هایی که همکاران بیشتر از آن محل رفت و آمد می‌کنند، حاضر شده و از سایرین فاصله نگیرد.

- کارگری را جذب نمایید که در انجام وظایف کاری که مستلزم همکاری سایرین است، اهل مشارکت باشد.

- وظایف کاری جدید را به همکار جدید یاد دهند.

- در رویدادهای روزمره اجتماعی مربوط به کار نیز مشارکت نمایند.

^۱ Chadsey

بررسی برخی از ابعاد فرهنگ کار

با دقت، توصیف‌های مربوط به هر بُعد را بخوانید و سپس به سایر ابعادی که برای شما مهم هستند، بیندیشید. به پیشنهادات زیر توجه نمایید:

مکان:

آیا شما درخصوص مکانی که قصد دارید در آن کار کنید، اولویت‌های خاصی دارید؟

آیا دوست دارید محل کارتان در همان محل زندگیتان باشد؟ یا اینکه حتی تمایل دارید به خارج از کشور خود سفر نمایید؟

آیا ترجیح می‌دهید محل کارتان در شهری کوچک باشد یا کلان شهر؟

آیا تصور خاصی در خصوص رفت و آمد به محل کارتان دارید؟

راضی هستید چه مبلغی از حقوقتان صرف رفت و آمد به محل کارتان شود؟

نوع محیط:

آیا دوست دارید برای نهادهای شناخته شده و بین المللی کار کنید یا ملی و حتی کوچک و محلی؟

آیا موسسه خاصی وجود دارد که بیش از سایر مؤسسات برایتان خوشایند باشد؟ آن‌ها چه ویژگی‌هایی دارند؟

چه نوع محیطی را برای کار ترجیح می‌دهید؟ (صنعتی، تولیدی، خدماتی، آموزشی، نظامی، بهداشتی یا....)

اجتماعی بودن:

آیا ترجیح می‌دهید در سازمانی کار کنید که در آن روابط رسمی باشد یا غیر رسمی؟

علاق شغلی:

آیا دوست دارید همکارانتان از مسائل شما درخصوص شغل، زندگی خانوادگی و سایر جنبه‌های زندگیتان باخبر باشند و حمایت کنند؟

دوست دارید این حمایت چگونه محقق شود؟

پاداش و مزایا:

چه نوع مزایایی برای زندگی امروزی و آینده شما مهم است؟

دوست دارید تلاش‌های شغلی شما به چه پاداش‌هایی منجر شود؟

هر یک از جنبه‌های محیط کار که برایتان مهم است، در نظر بگیرید و از خودتان بپرسید: «چرا این جنبه‌ها برای شما خوشایند است و انتظار دارید همکارانتان به چه نحوی نیازهای شما را برآورند؟»

بررسی اولویت‌ها در ابعاد فرهنگ کار

در ادامه ۱۴ آیتم از ابعاد فرهنگ کار آورده می‌شود. آن‌ها را بر اساس اولویت‌های خود رتبه بندی نمایید و به مهمترین، نمره (۱) و به کم اهمیت‌ترین، تا نمره (۱۴) بدهید:

۱. تأثیر پذیر/پیشرفت گرا

۲. اختیارات متمرکز

۳. اجتماعی بودن

۴. علایق شغلی

۵. سطوح ارتباط

۶. پاداش و مزایا

۷. سبک زندگی

۸. مکان شغل

۹. سرعت تغییر

۱۰. کار فردی/کارتیمی

۱۱. نوع سازمان، اداره، نهاد و...

۱۲. صمیمی و دوستانه بودن

۱۳. رقابت درونی

۱۴. ابهام در ساختار / تعریف دقیق و ساختار مشخص.

ملاک‌های خود را مشخص نمایید و برای هریک از پنج اولویت اول خود، حداقل یک پاراگراف مطلب بنویسید:

- این که چرا این بُعد برای شما مهم است؟

- بر روی یکی از تجارب یا مشاهدات خاصی که موجب شده است احساس قوی نسبت به این بعد داشته باشید، تمرکز نمایید.

- انتظار دارید چگونه این بعد از فرهنگ کار را در محل کارتان ببینید؟

درخصوص سایر آیتم‌های باقی مانده فهرست که برایتان مهم است، حداقل یک جمله بنویسید و مشخص نمایید که چرا این آیتم برایتان مهم است؟
مطلوبست این جملات کوتاه ویژگی‌های خاص را در بر داشته باشد.

پیشنهادهای زیر می‌تواند کمک مفیدی در پیوستن و هماهنگ شدن شما با شغل جدید باشد:

- از سیاست‌های استخدامی رییس موسسه آگاه شوید.

- فرصت‌های استخدامی جایگزین را در نظر داشته و با مراکز کاربایی در ارتباط باشید.

- آژانس‌های شغلی (مراکز مشاوره شغلی، سایت‌های شغلی و ...) مرتبط را بشناسید.

- از مزایای مدارک دانشگاهی خود استفاده کنید. همچنین در کلاس‌هایی که بنحوی پیشرفت کاری شما را تسهیل می‌نماید، شرکت نمایید.

- فرآیند مصاحبه‌ای را که برای هر دو طرف مفید باشد، ایجاد نمایید.

- محیطی حمایتگر و صمیمانه ایجاد نمایید. به دنبال فرصت‌هایی جهت برقراری با مدیر باشید و وی را در جریان فعالیت‌هایتان قرار دهید.

- مراقب باشید که همه همکارانتان را هم مذهب، هم شهری، هم حزب و... ندانید و با هریک برخورد خاصی نداشته باشید.

- فرصت‌های پیشرفت حرفه‌ای را شناسایی نموده و دوره‌های آموزشی لازم را بگذرانید.

- ارزیابی‌های انجام شده از عملکردهای قبلی را مرور نمایید و بکوشید اشتباهات قبلی سایرین را تکرار ننمایید. حتی می‌توانید فرم‌های جدید خود - ارزیابی جهت همکاران و ارزیابی مدیر از کارکنان را تهیه نموده و پیشنهاد دهید.

- خود را ملزم به تغییر بدانید و با تغییرات همراه شوید. ذهن بازی درخصوص تغییر ساعت کار، فعالیت‌ها و ... داشته باشید.

- در محل کارتان فعال باشید. در جلسات سالانه گروه شغلی خود شرکت نمایید، با کمیته‌های کاری همکاری نموده و در رویدادهای اجتماعی و حرفه‌ای محل کارتان مشارکت داشته باشید.

در پایان بعنوان یک تمرین، شغل خاصی را مورد بررسی قرار دهید. منابع چاپ شده و اینترنتی، مراکز مشاوره شغلی و کاریابی می‌تواند کمک شما باشد. ببینید بین انتظارات شما و فرهنگ کار خاص آن شغل چه قدر قرابت یا دوری وجود دارد؟