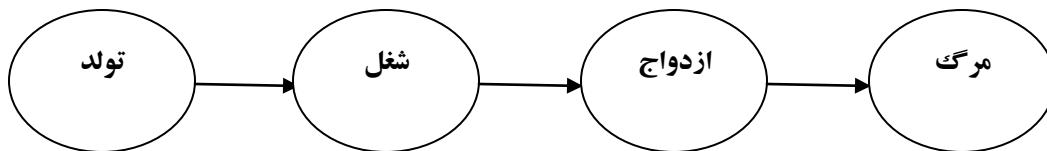


"فرهنگ پذیری در زیست سازمانی"

در جهان معاصر، "منظومه زیستی" انسان های "توسعه یافته" از انواع زیست ها، شامل زیست هنری، زیست فلسفی، زیست علمی، زیست فرهنگی و ... تشکیل شده و هر یک از این زیست ها، شرایط خاص شناسایی خود را دارند و در این مقاله به اختصار به شناسایی شرایط "فرهنگ پذیری در زیست سازمانی" می پردازیم.

دانشمندان علوم اجتماعی و انسانی براین باورند که چهار نقطه کانون استراتژیک و اساسی و دگرگون ساز در طول عمر حیات هر انسان در زندگی وجود دارد که این چهار نقطه شامل نقاط:

- تولد
 - شغل
 - ازدواج
 - مرگ
- خواهد بود.



بدیهی است دو نقطه از این چهار نقطه شامل تولد و مرگ از حوزه اختیار و نفوذ انسان خارج است، اینکه هر انسان بداند در کدام خانواده و کدام زمان و کدام سرزمین به دنیا می آید و در کدامین موقعیت و سرزمین می میرد برای وی نامشخص و نامعلوم است و به تعبیری این دو نقطه در منظومه حیات هر انسان در "مدار تقدیر" انسان شکل گرفته و وی در آن هیچگونه دخالت و تأثیری ندارد و دو نقطه دیگر نیز در منظومه حیات هر انسان وجود دارد که انسان را در "مدار تدبیر" قرار می دهد و آن دو نقطه استراتژیک و اساسی شامل انتخاب شغل و چگونگی ازدواج خواهد بود. فرهنگ پذیری در زیست سازمانی شرایط شناسایی انتخاب شغل را برای کنشگران سازمانی فراهم خواهد نمود. چگونگی انتخاب شغل ناشی از "رشد فرهنگی" " Cultural Growth " و عوامل گوناگون دیگری خواهد بود که انسان را به درجه ای از "توانایی انتخاب" نائل خواهد آورد که متعهدانه و شجاعانه مسئولیت اینکه بگوید:

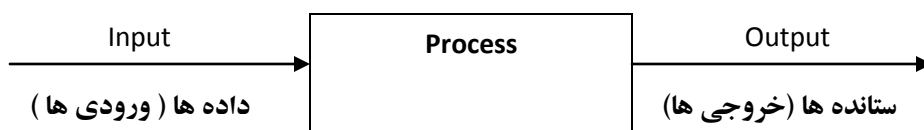
"من انتخاب می کنم، پس هستم"

" I Choose. There Fore I am "

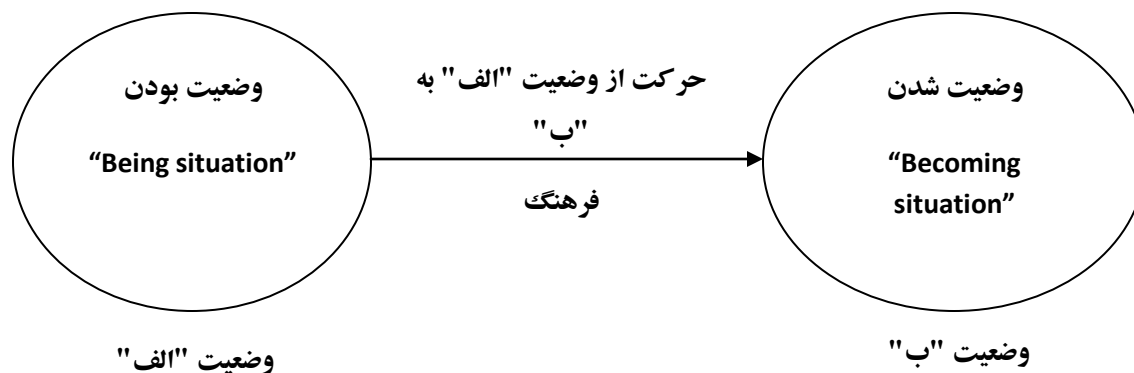
را خود بپذیرد.

اینکه گفته می شود که بگویید "چه شغلی را انتخاب می کنید؟" تا بگوییم "چگونه انسانی هستید" بیانگر آن است که اکنون هر یک از شما با انتخاب خود در یکی از گذرگاههای بزرگ زندگی خود قرار گرفته اید و به عنوان یک "بانکدار" "Banker" در نقش های گوناگون سازمانی به "دنیای پول و بانک" گام گزارده اید و به ناگزیر و از آنجا که فرهنگ، "الگوی شدن انسان" است و اینکه انسان، چگونه متحول بشود؟ "How to become" در اینجا از طریق مدل گزارشی سیستمی به تبیین و تشریح "وضعیت سازمانی" در قالب "فرهنگ سازمانی" "Organizational Culture" و چگونگی تحول از "انسان طبیعی" "Natural Human" به "انسان توسعه یافته سازمانی" "Organizational Developed Human" می پردازیم.

اگر فرآیند سیستم سازمانی به صورت زیر نشان داده شود:

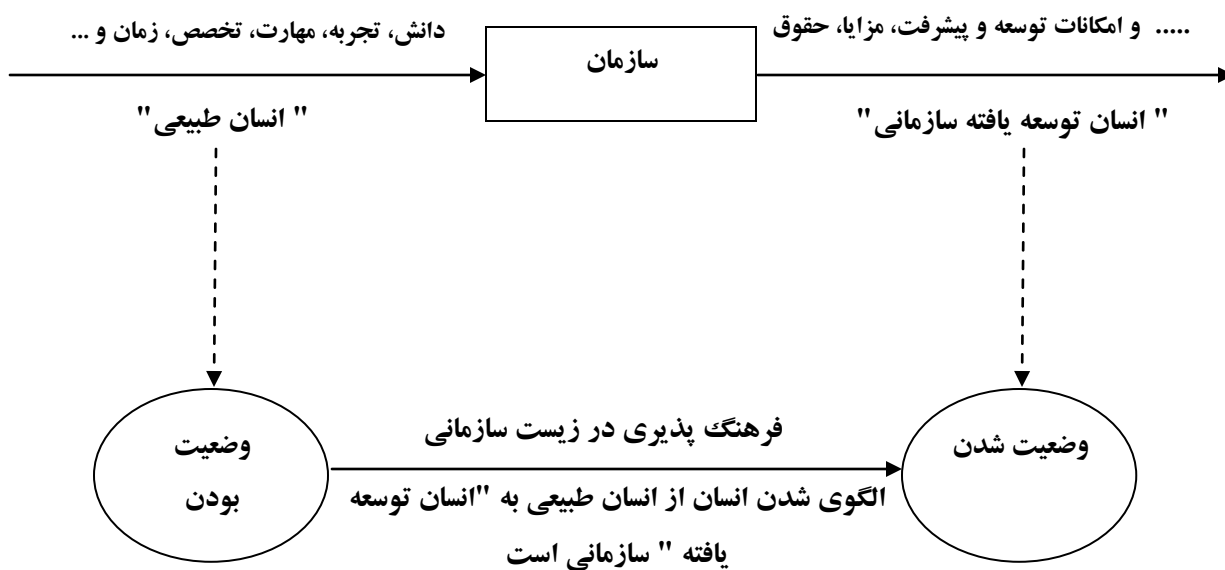


و اینکه هر کنشگر سازمانی از دو "وضعیت زیستی" الف و ب "در زیست سازمانی" برخوردار است که تبدیل و تحول این دو وضعیت "فرهنگ پذیری در زیست سازمانی" را شکل می دهد.



بنابراین "فرهنگ سازمانی" به مفهوم "الگو شدن انسان در زیست سازمانی" است که از حرکت از مسیر "وضعیت الف" به سمت "وضعیت ب" حاصل می شود.

هر یک از "کنشگران سازمانی" از زمانی که وارد "زیست سازمانی" می شوند. داشته های خود را در قالب دانش، تجربه، مهارت، تخصص، زمان و ... وارد "سیستم سازمانی" خود نموده و در مقابل، سازمان آنان، حقوق، مزایا، امکانات توسعه و پیشرفت و ... را در ازای ورودیها و داده های کنشگران سازمانی به صورت زیر در اختیار آنان قرار می دهد.

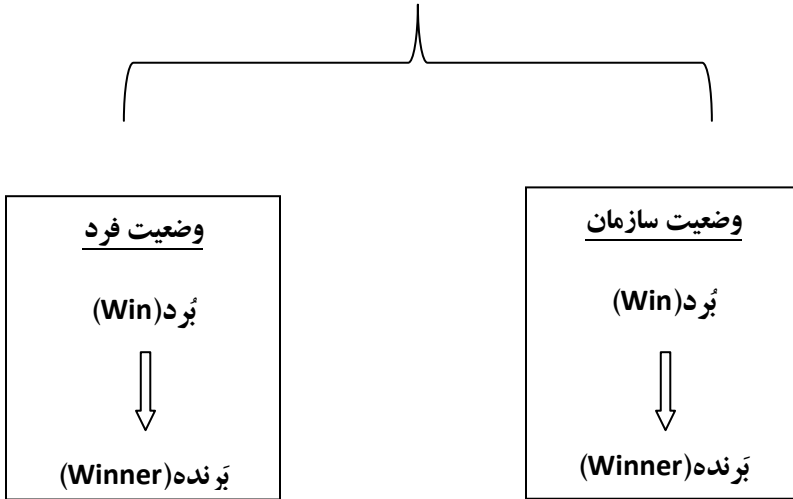


در طول این مبادله و داد و ستد، کنشگران سازمانی از یک "وضعیت طبیعی" و "انسان طبیعی" به یک "وضعیت سازمانی" و "انسان توسعه یافته سازمانی" تبدیل و متحول می شوند و فرآیند این تغییر و تحول بطور مستمر در دورانه‌ها و زمانهای گوناگون حیات سازمان به "تولید" و "بازتولید" خود در قالب "فرهنگ سازمانی" می پردازد.

در این فرآیند همه کنشگرانی که در "وضعیت قبلی" خود بوده اند در طول دوران خدمت سازمانی خود با کسب اندوخته های علمی و فرهنگی و کسب مهارتها و قابلیت ها و شایستگی های حرفه ای به مخزنی از "دانایی و هوشمندی سازمانی" دست می یابند که آنان را به "انسان توسعه یافته سازمانی" تبدیل خواهد کرد و چنانچه این فرآیند به خوبی و برنامه ریزی شده حل شود. این "الگوی مبادله" موجب "تعلق خاطر و وفاداری سازمانی" "Organizational Loyalty & Engagement" خواهد شد که منجر به "همسویی و همگرایی منافع فرد و سازمان" گردیده و راز موفقیت "Success Secret" شرکتها و سازمانهای بزرگ جهانی در تعامل و چگونگی برقراری این مبادله سالم سازمانی خواهد بود. که در قالب الگوی بُرد-بُرد به صورت زیر ساماندهی گردیده است.

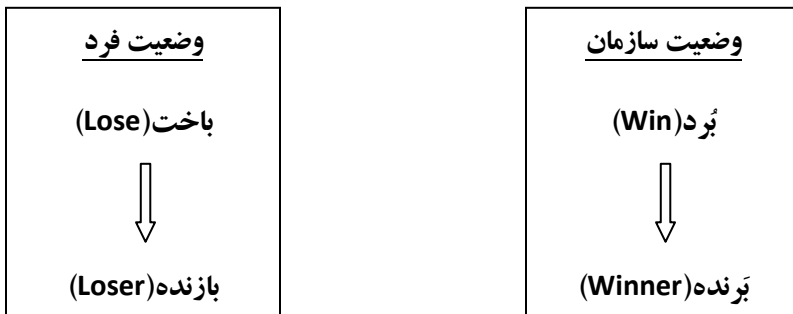
همسویی و همگرایی منافع فرد و سازمان

(الگوی الف)

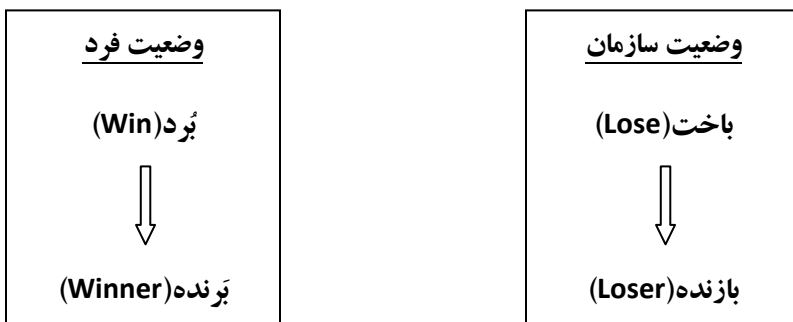


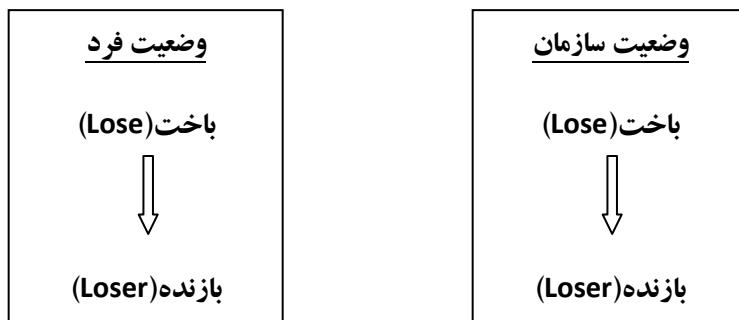
این "منافع مشترک" در صورت "نهادیه شدن فرهنگ سازمانی" حاصل می شود و در غیر آن صورت در هر یک از الگوهای زیر فرد و سازمان همسو نبوده و در قالب "واگرایی" فعالیتهای یکدیگر را "خشی" نموده و این "جداسازی منافع" "Segregation" مانع بزرگ توسعه یافتگی و عدم پیشرفت سازمانهای معاصر خواهد بود.

(الگوی ب)



(الگوی ج)





این فراز و فرود سازمانی منوط به "شناسایی شرایط فرهنگ سازمانی" خواهد بود و چنانچه این "تعامل موثر و کارساز" در طول دوران خدمت کنشگران سازمانی در "رفتار و کنش سازمانی" "Organizational Behavior & Action" هر یک از آنان نهادینه شود، این همگرایی و هم افزایی به مانند "بال پرواز" هم می تواند سازمان را به اهداف خود نزدیک نموده و در غیر آن صورت، همان "بال پرواز، سازمان را در قالب "واگرایی و خشی سازی" دچار بحرانهای جدی می سازد.

"بال" بازان را سوی کوهستان برد

"بال" زاغان را سوی گورستان برد

"فرهنگ سازمانی" به مثابه "بال پرواز" هم می تواند فرصت ساز و هم می تواند فرصت سوز و بحران ساز شود.

از طرفی "فرهنگ سازمانی" از نظر سیالیت و روان سازی نیز می تواند به مانند جریان "آب"، مفاصل و گلوگاههای سازمانی را "روان" نموده و به یکدیگر پیوند داده ویا آنرا دچار فروپاشی و به هم ریختگی نماید.

"آب" در کشتی، هلاک کشتی است

"آب" اندر زیر کشتی، پستی است.

بدون تردید برای رسیدن به این روانی و سیالیت و حس برخورداری از "بال پرواز"، "کنشگران توسعه یافته سازمانی" لازمست دغدغه مستمر "سودای سربالا داشتن" و توسعه فرهنگی و علمی در دوران خدمت سازمانی خود داشته باشند که این موضوع منوط به آن خواهد بود که دائم با "تکانه های فرهنگی و علمی"، آموخته ها و تجارب سازمانی خود را در معرض "بازاندیشی و بازآموزی" پیوسته قرار دهند یعنی همانطور که به صورت گشوده در حال یادگیری "Learn" رفتارها و کنش های سازمانی هستند، اسیر اندوخته های فکری خود نیز نشده و برای رهایی از آن اندوخته ها و آموزه ها، مبادرت به کنار نهادن آنها "De-Learn" نموده و یاد می گیرند که چگونه از نو و دوباره بیندیشند و بیاموزند و در واقع نو اندیشیدن را بطور مستمر از طریق "بازآموزی" "Re-Learn" تجربه می نمایند به تعبیری "کنشگران سازمانی" در قالب اسلوب سازمانی زیر، الگوی "فرهنگ پذیری" خود را شناسایی و

ساماندهی می نمایند یعنی در گام نخست، اندیشه آنان آنچنان به روی سازمان و محیط اطرافشان گشوده و گسترده است که پیوسته می خواهند یاد بگیرند و سپس در گام دوم، آنچه را که آموخته اند درک می کنند که غیر قابل تغییر و ابدی نیست و سرانجام در گام نهایی مبادرت به "بازآموزی و بازاندیشی و یادگیری مستمر و پیوسته و از نو اندیشیدن می نمایند"

الگوی تکانه های فرهنگی و علمی

۱- Learn	گام اول
۲- <u>De-Learn</u>	گام دوم
۳- <u>Re-Learn</u>	گام سوم

در واقع کنشگران سازمانی قالبهای فکری و علمی می سازند اما در آن قالبها باقی نمی مانند و پوسته آن قالبها را می شکافند و از آن بیرون می آیند و به عنوان یک "انسان توسعه یافته سازمانی" درگاه وجود آنان هم به روی خود و هم به روی سازمان و محیط شان، گشوده و هم گشاینده است. یعنی "کنشگران سازمانی گشوده"، به طور "متفاوت" به جهان پیرامون خود می نگرند، راه نشان می دهند و کشف مجهولات می کنند و معادلات بُرنج را حل نموده و درهای ذهن خود را به روی سازمان خود می گشایند، این گشودگی مثلاً در دنیای پول و بانک به صورت زیر قابل مشاهده و ملموس است. در یک شرکت تولید کننده کفش در اروپا، دو گروه از کارشناسان و متخصصان خُبره خود را در قالب دو گروه "الف" و "ب" برای بازاریابی و فروش کفش های شرکت خود به یکی از کشورهای آفریقایی اعزام می کند، هر یک از دو گروه پس از انجام مطالعات مقدماتی و پایان ماموریت خود، متن گزارشهای کارشناسی خود را به ترتیب زیر به شرکت مربوط خود ارائه می نمایند:

- کارشناسان اعزامی گروه (الف) در گزارش خود تصریح نمودند، "که در این منطقه هیچکس کفش به پا ندارد و همه مردم پابرهنه اند اگر شرکت در این منطقه سرمایه گذاری کند نه تنها دچار ضرر و زیان خواهد شد بلکه مُنجر به "زیان انباشته" و "ورشکستگی شرکت" خواهد گردید.

- کارشناسان اعزامی گروه (ب) نیز در گزارش خود عیناً همان چیزی را مطرح نموده بودند که کارشناسان گروه الف ارائه نموده بودند یعنی اینکه: "در این منطقه هیچ کس کفش به پا ندارد و همه مردم پابرهنه اند" و با "نگاهی متفاوت و توسعه نگر" تاکید نموده بودند که اگر شرکت، در این منطقه سرمایه گذاری کند و برای هر نفر یک جفت کفش تهیه نماید و کفش ها را به مردم آن منطقه بفروشد.

تراز مالی شرکت نه تنها "سودآور" خواهد بود، بلکه دچار "سود سوزآور" و "رونق مالی" شرکت خواهد شد:

این نوع نگرش در محیطی یکسان و از دو گروه مشابه ناشی از نوع نگاه وزوایه دید و تربیت کنشگران سازمانی است که دریچه ذهن خود را در برابر رویدادهای پیرامونی گشوده و بازنگه داشته و دائم الگوی تکانه های فرهنگی و علمی خود را در قالب بازآموزی و یادگیری پیوسته به صورت زیر اولویت بندی و ساماندهی نموده اند:

۱- Learn

۲- De-Learn

۳- Re-Learn

در صورت تحقق این فراز و فرود فرهنگی و علمی برای هر یک از کنشگران توسعه یافته سازمانی "ظرفیت الهام یا آرزومندی" "Capacity to Aspire" ایجاد می شود که به "امید سازمانی" "Organizational Hope" منجر خواهد شد. مفهوم "امید سازمانی" یعنی باور به اینکه در آینده چه چیزهایی تحقق پذیر و امکانپذیر خواهد بود و به تعبیری "امید سازمانی" یعنی "امید مشترک کنشگران سازمانی" نسبت به چشم انداز و افق سازمانی که در آن زیست می کنند.

در این شرایط، "امید سازمانی"، یک آرزو نیست بلکه یک "ظرفیت فرهنگی" "Cultural Capacity" است یعنی کنشگران توسعه یافته سازمانی در شبکه ای از ارتباطات و فضای سالم و پُر متحرک سازمانی قرار بگیرند که بتوانند با یکدیگر گفت و گو و مشارکت نموده و "شرایط شناسایی" "Terms of Recognition" وضعیت های گوناگون سازمانی خود را تبیین و تجزیه و تحلیل نمایند.

"شرایط شناسایی" یعنی پذیرفتن و امکان ابراز هویت خود و سازمانشان، یعنی کنشگران سازمانی قادر باشند "خویشتن حرفه ای" "Professional-Self" و "خویشتن سازمانی" "Organizational-Self" خود را عرضه نموده و ابراز وجود و ایفای نقش در سازمانشان کنند، در واقع "امید سازمانی" زمانی شکل می گیرد که "شرایط سازمانی" وضعیت های گوناگون سازمانی امکانپذیر شود یعنی وضعیتی که سازمان به گروه های مختلف حرفه ای فرصت دهد و آنها نیز فرصت یابند درباره هویت، خواسته ها و موقعیت های سازمانی شان امکان دیده شدن پیدا کنند، به تعبیری در دنیای پول و بانک معاصر "راز سرمایه" "Capital Secret" در سازمان ها، شرکتها و بنگاههای اقتصادی و مالی در "پول" نهفته نیست بلکه شامل کنشگران سازمانی هم می شود که "سر" "مایه" دارد، یعنی مغز آنان است که از طریق آموزه های علمی و فرهنگی، بارور، غنی و مایه دار می شود. و "سر"، "مایه" سازمانهای فردا، این کنشگران خواهند بود که "ظرفیت شناسایی" و "ظرفیت الهام و آرزومندی" برای خود و سازمانشان فراهم می نمایند که در

نتیجه به " ظرفیت سازی فرهنگی " و "امید سازمانی " منجر خواهد شد . و براین اصل فرهنگی استوار خواهد شد که
تا

" تراز خرد کنشگران در سازمانهای مالی تغییر نکند "

" تراز مالی سازمان آنان نیز تغییر نخواهد کرد . "