

## سرمایه اخلاقی مولد سرمایه اجتماعی

حسن زارعی‌متین<sup>۱</sup>، فاطمه شمسی<sup>۲\*</sup>، مرضیه ادیب‌زاده<sup>۲</sup>

۱. استاد، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲. دانشجوی دکتری، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۰)

### چکیده

ایدئولوژی حاضر پارادایم اقتصادی نئوکلاسیک به دنبال منافع خود و از بین بردن مبنای اخلاقی است و پیامد آن، جامعه با فضیلت اخلاقی پایین است. اندیشه ناب متکی بر شناخت سرمایه‌های انسانی حکم به «انجام‌دادن کار درست» می‌کند، نه آنکه فقط «کار را درست انجام دهد». انجام‌دادن کار درست فقط با مدیریت ارزش‌های اخلاقی به وسیله انسان به‌عنوان اشرف مخلوقات هستی امکان‌پذیر است. از این رو، ضرورت توجه به مفهوم سرمایه اخلاقی برای ایجاد ارزش‌هایی فراتر از مأموریت‌ها و ارزش‌های موجود، دوچندان می‌شود. حداکثرکردن فضیلت اخلاقی فراتر از هر شکل دیگری از سازمان و ایجاد ارزش در سازمان، فراتر از مأموریت‌ها و ارزش‌های تعریف‌شده، می‌تواند از نتایج به‌کارگیری سرمایه اخلاقی در سازمان‌ها باشد که لزوم توجه به آن را ضروری می‌نماید. در نوشتار حاضر با هدف شناسایی سرمایه اخلاقی، دیدگاه‌های مختلف در این زمینه بررسی و مطرح شده است.

### کلیدواژگان

اخلاق، سرمایه اجتماعی، سرمایه اخلاقی، فضیلت اخلاقی.

\* نویسنده مسئول، رایانامه: f\_shams@alumni.ut.ac.ir

## مقدمه

اگر جنبش شرکت اجتماعی بتواند به جای درآمد و کسب و کار به جنبه دیگری که شامل دیدگاه تقویت سرمایه اخلاقی است، به طور گسترده مفهوم سازی شود، ممکن است بتواند به چارچوبی مجدد و دستیابی به تغییرات بنیادین کمک کند.

امروزه، جوامع دچار مشکل «فضیلت اخلاقی پایین» شده اند و باید در عملیات اخلاقی تر کسب و کار و تمایل به تجدیدنظر در «محوریت صرفاً سود» مدل کسب و کار تغییر پارادایم انجام گیرد. با خودفراموشی، از خودبی خودشدن یا از خودبیگانگی در یک مفهوم منفی، انسان موجودی تک بعدی می شود و در نهایت، به ابزاری یا آچار تبدیل می شود و نتیجه ابزارشدن او تکرار ساده کاری یکنواخت است که او را به فردی جزء نگر و بیگانه از کل تبدیل می کند. او را از سرمایه های گرانقدر انسانی خود که در قوای غیر مرئی محرکه سیستماتیک انسان است، غافل می کند. او با کم کردن سرمایه های خود و به عبارتی بهتر، با ازدست دادن آنها به ناچار از مدیریت ارزش های اخلاقی خویش فاصله می گیرد و در نهایت، به یک انسان مجازی «خود فراموش شده» تبدیل می شود: «أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ»<sup>۱</sup> (چون حیوان اند بلکه بدتر و ناچیزتر) (شادنوش و قدمی، ۱۳۹۰، ص ۱۷۳). در فرهنگ عامه، اخلاق و پایبندی اخلاقی زیان زدند. لزوم توجه به مفهوم سرمایه اخلاقی با موضوعاتی مانند صنعت بانکداری و پرداخت جوایز، سرمایه داری انحصاری، گرم شدن کره زمین و پایداری به اوج رسیده و تشدید شده است؛ اما به طور شگفت انگیزی، مطالعات زیادی در مفهوم سازی سرمایه اخلاقی، شرکت اجتماعی یا کارآفرینی اجتماعی حتی در تحقیقات دانشگاهی - انجام نگرفته است. مفهوم سازی های اخیر سازمان های اجتماعی مبنی بر اینکه ۱. بیشتر شبیه سازمان های کسب و کار داوطلبانه اند؛ ۲. بیشتر نسبت به عرضه خدمات عمومی کارآفرینانه اند؛ ۳. مدل های کسب و کار را به کار می گیرند؛ ۴. تنها هدف آنها کسب سود و پول نیست؛ ناموفق بوده اند (Bull et al, 2008).

۱. اعراف / ۱۷۹

با سرعت فعلی جهانی شدن، روابط اقتصادی میان کشورها توجه روزافزونی را جلب کرده است. ادامه این تحول بزرگ جهانی به فضایی مملو از امنیت و آرامش نیازمند است. برای اینکه یک کشور بتواند رفاه مردم را تأمین کند و سیستم اقتصادی یک کشور، سالم کار کند، داشتن اخلاق اقتصادی شرطی اساسی است (خداویسی و عزتی شورگلی، ۱۳۹۴).

از سوی دیگر، تغییر پارادایم مفروض در شرکت‌های بزرگ دنیا، با تمرکز بیشتر بر مسئولیت اجتماعی در حال جایگزینی است. هدف برخی بحث و گفت‌وگوها، درباره مفهوم سرمایه اخلاقی برای اخلاق کسب‌وکار، زمینه‌های اقتصادی است. به عبارت بهتر، اخلاق می‌تواند برای افزایش سودآوری به عنوان سرمایه اخلاقی در نظر گرفته شود. سرمایه اخلاقی «ارزش» مصرف‌کننده، کارمند، تأمین‌کنندگان، مشتریان، مدیر ارشد و سرمایه‌گذار یا عاملان دیگر را به عنوان اعضای جامعه مشترک نشان می‌دهد.

بنابراین، سرمایه اخلاقی چیست؟ چه چیزی درباره سرمایه اخلاقی مهم است؟ آیا سرمایه اخلاقی عامل اصلی تحریک بسیاری از مردم به فراترفتن از سطح نیاز به غذا، سرپناه و تلویزیون و جز آن، با ایجاد حس خوشبختی و شادی است؟

اگرچه سرمایه اخلاقی از حیث مفهومی بدیهی می‌نماید، ولی به کارگیری آن در جامعه به طوری که بتواند نقش ایفا کند، دشوار است. تا کنون، مطالعات زیادی درباره سرمایه اخلاقی به عنوان یک مفهوم یا در ارتباط با سازمان انجام نگرفته است. باید در نظر داشت که اگرچه توجه به ارزش‌های اخلاقی در سطح سازمان‌های کسب‌وکار بین‌المللی نادیده گرفته شده است، سازمان‌ها برای رسیدن به بقا و موفقیت سازمانی به توجه به ارزش‌های اخلاقی نیازمندند.

همچنین، با توجه به اینکه ایدئولوژی حاضر پارادایم اقتصادی نئوکلاسیک به دنبال منافع خود و از بین بردن مبنای اخلاقی بوده و پیامد آن، جامعه با فضیلت اخلاقی پایین است، ضرورت توجه به مفهوم سرمایه اخلاقی برای ایجاد ارزش‌هایی فراتر از مأموریت‌ها و ارزش‌های موجود، دوبرابر می‌شود. از این رو، هدف مطالعه حاضر پرکردن این شکاف است که در راستای این هدف، ابتدا اشکال مختلف سرمایه، مفهوم سرمایه اخلاقی و سطوح آن به طور مفصل ارائه می‌شود. سپس،

سرمایه اخلاقی به عنوان مفهومی جایگزین به رسمیت شناخته نشده مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

## انواع سرمایه

بورديو، ضمن مخالفت با تقلیل انواع سرمایه به سرمایه اقتصادی، معتقد است مفهوم سرمایه یکبار دیگر باید به حیات اجتماعی معرفی شود. به زعم وی، نمی توان ساختار و کارکرد اجتماعی جهان را تبیین کرد، مگر اینکه مفهوم سرمایه در همه اشکال آن و نه صرفاً در شکل اقتصادی آن، مفهوم سازی شود. به زعم بورديو، سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره مندی از منافع خاصی که در صحنه حاصل شود، مؤثر باشد و در چهار شکل بنیادی متجلی می شود: (Bourdieu, 1989, pp.14-23).

سرمایه اقتصادی<sup>۱</sup>: سرمایه ای است که مابه ازای اقتصادی معینی در میدان های مختلف دارد و به عبارت دیگر، آن جنبه از یک پدیده که به طور مستقیم و فوری قابل تبدیل به پول است، سرمایه اقتصادی محسوب می شود. بنابراین، علاوه بر پول نقد و اعتبار بانکی، ارزش نقدی دارایی ها و تخصص ها نیز سرمایه اقتصادی محسوب می شود (Bourdieu, 1986, p.244).

سرمایه فرهنگی<sup>۲</sup>: به دارایی های مجسم کننده و ذخیره یا تأمین کننده ارزش های فرهنگی اطلاق می شود که از سه بُعد تجسم یافته<sup>۳</sup> (مجموعه قابلیت های ذهنی و مهارت های عملی و رفتاری است که در شیوه سخن گفتن، باورها، ارزش ها و نگرش های خاص فرد تجلی می یابد)، عینیت یافته<sup>۴</sup> (برخورداری از اشیای مادی، کالاهای فرهنگی مثل نوشته ها، کتاب ها، نقاشی ها، مجسمه ها، مصنوعات فرهنگی و ابزارهای موسیقی) و نهادینه شده<sup>۵</sup> (نوعی سرمایه فرهنگی عینیت یافته در قالب مدارک دانشگاهی و تحصیلی است) تشکیل یافته است (Bourdieu, 1989, pp.14-23).

1. Economic Capital
2. Cultural Capital
3. Embodied Cultural Capital
4. Objectified Cultural Capital
5. Institutionalized Cultural Capital

سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>: به عقیده برخی محققان، سرمایه اجتماعی از دو کلمه سرمایه و جامعه تشکیل شده است؛ یعنی این نوع سرمایه، شخصی نیست و در اجتماع شکل می‌گیرد (Heidari & Rostami, 2012, p.3193). برخی از جامعه‌شناسان نیز، سرمایه اجتماعی را شامل شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات می‌دانند که می‌تواند با به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات میان افراد جامعه یا سازمان، احساس اعتماد، مشارکت و همکاری را میان آن‌ها به‌وجود آورد (Veismoradi et al., 2014, p.87; Khosravi et al., 2014, p.2909). سرمایه اجتماعی را می‌توان در کنار سرمایه‌های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود (Fine, 2002; Siegler, 2014). سرمایه اجتماعی، موقعیت‌ها و روابطی است که درون گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، امکان دسترسی به فرصت‌های شغلی، نظریه‌ها، قدرت و نفوذ، اطلاعات، راهنمایی‌ها، سرمایه مالی، اعتماد و همکاری، حمایت احساسی و خیرخواهی را افزایش می‌دهد (Ogada, 2013, p.7; Ramezanpour et al., 2014, p.599). برخی از ابعاد مهم سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از مشارکت اجتماعی و همدلی، شبکه‌ها و هنجار مشترک، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، تعاون و همکاری متقابل، و هویت جمعی.

سرمایه نمادین<sup>۲</sup>: مجموعه‌ای از آداب وابسته به افتخار یا حق‌شناسی است که به یک فرد یا یک گروه تعلق می‌گیرد و افراد متوجه آثار آن‌ها، آن‌طور که هست، نیستند (Bourdieu, 1989, pp.14-23).

پیش از ورود به بحث درباره «سرمایه اخلاقی و سطوح آن» برای جلوگیری از به‌کارگیری نادرست مفهوم سرمایه اخلاقی، سرمایه معنوی و معنویت به‌جای یکدیگر، باید در آغاز این مفاهیم تعریف شده‌اند:

لیو (۲۰۰۷) سرمایه معنوی را نیرو و نفوذ حاصل از دل‌بستن به نیروی مافوق بشری دانسته و آن را موجب آرامش، تلاش هدفمند و امیدواری غایت‌نگر معرفی کرده است (Liu, 2007).

- 
1. Social Capital
  2. Symbolic Capital

سرمایه اخلاقی تمهیدات سرمایه‌گذاری و نهادی است که ممکن است توسط هنجارهای اخلاقی پاسخگویی، شفافیت، روابط متقابل و عدالت به‌کار گرفته و اداره شود (Gupta et al., 2003, p.979). به عبارتی، سرمایه اخلاقی می‌تواند به‌عنوان «بسیج ارزش‌های اخلاقی» تعریف شود (Bull et al., 2010, p.252). تا کنون سه دسته تعریف، یکی سرمایه معنوی به‌عنوان سرمایه دینی، دیگری سرمایه معنوی به‌عنوان عاملی معنابخش به زندگی و در آخر سرمایه معنوی در قالب دلبستگی به خدای متعال برای این پدیده معرفی شده است (Liu, 2007). در دین اسلام معنویت در قالب پابندی به رفتارها و باورهای مذهبی همراه با دلبستگی، توکل و امید به لطف و مدد بیکران الهی معرفی شده است (گل‌پرور، ۱۳۹۳). علاوه بر این، «معنویت حالت منحصر به فرد غیرقابل انکاری بوده که ادغام‌کننده ابعاد جسمی، اجتماعی، فرهنگی، عاطفی، معنوی، روحی، عرفانی، باطنی، ارتباطی و شناختی است که به‌صورت بامعنا بودن، هدفمند بودن، ارضاکنده بودن، خلاق بودن، صداقت و اعتماد داشتن در زندگی بروز می‌کند و سبب ارتقای فعالیت‌های مستمر فرد در عرصه‌های متغیر و ثابت، و ایجاد ارزش‌های عمیق در فعالیت‌های مرتبط با این ابعاد خواهد شد» (واحدیان عظیمی و رحیمی، ۱۳۹۱، ص ۱۶).

پس از معرفی انواع سرمایه و بیان وجه افتراق سرمایه اخلاقی، سرمایه معنوی و معنویت، در مرحله بعد این پژوهش به پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه مفهوم سرمایه اخلاقی مرور می‌شود. براساس دیدگاه همینگوی و بررتون<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، پس از جست‌وجوی پژوهش‌های انجام گرفته و تعیین واژه‌شناسی<sup>۲</sup> پژوهش، کلیدواژه سرمایه اخلاقی<sup>۳</sup> به‌عنوان هدف پژوهش در مقالات چاپ شده در پایگاه‌های معتبر<sup>۴</sup> جست‌وجو شد، سپس، مقالات بررسی شدند، جدول ۱ تعداد مقالات مستخرج از هر پایگاه با توجه به هدف تعریف شده را نشان می‌دهد. در پایان به تبیین سرمایه اخلاقی و بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه سرمایه اخلاقی پرداخته شده است.

1. Hemingway & Brereton

2. Terminology

3. Ethical Capital

4. Emerald, Eric, Elsevier, Civilica, Springer, Scencedirect, Proquest, Noormagz, Ensani, Irandoc.

جدول ۱. تعداد مقالات مستخرج از هر پایگاه با توجه به هدف پژوهش

پایگاه مجلات	عنوان	واژگان کلیدی	معادل فارسی
Emerald	سازمان‌های اجتماعی: عرضه مراقبت‌های بهداشتی و سرمایه اخلاقی	Social capital, Health policy, NHS, Social enterprises, Health-care reform, Organisational ethics	سرمایه اجتماعی، سیاست‌های بهداشتی، بیمه خدمات درمانی، شرکت‌های اجتماعی، اصلاحات مراقبت‌های بهداشتی، اخلاق سازمانی
Elsevier	مفهوم‌سازی سرمایه اخلاقی در شرکت‌های اجتماعی بسیج مردمی، نوآوری‌های تکنولوژیکی و دانش سنتی، ارزش‌ها و نهادها: تبیین سرمایه اجتماعی و اخلاقی	Business ethics, Social capital, Non-profit organizations	اخلاق کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی، سازمان‌های غیرانتفاعی
springer	سرمایه اخلاقی (فصل ۷ کتاب اخلاق در اقتصاد سرمایه‌داری، کسب‌وکار و جامعه)		
Science direct	ایجاد سرمایه اخلاقی: ادراک وضعیت اخلاقی در بخش عمومی		
Wiley	سرمایه اخلاقی: «چه چیزی یک فرد فقیر هنگام مردن با خود می‌برد؟»	dying, socioeconomic status, capital, legacy	مردن، وضعیت اقتصادی اجتماعی، سرمایه، میراث
Proquest			
Civilica			
Ensani	حقوق طبیعی: در دو اعلامیه در دو سوی آتلانتیک		
Noormags	سرمایه اخلاقی و بقای سیاسی		
IranDoc			

ادامه جدول ۱. تعداد مقالات مستخرج از هر پایگاه با توجه به هدف پژوهش

پایگاه مجلات	عنوان	واژگان کلیدی	معادل فارسی
SID	بهبود اثربخشی سرمایه‌های انسانی با تمرکز بر مدیریت ارزش‌های اخلاقی	-----	ارزش سازمان‌های اخلاقی، خودفراموشی انسان، مدیریت سازمانی
سایر پایگاه‌ها	اخلاق در نظام‌های اقتصادی سرمایه‌داری، سوسیالیستی و اسلام دیدن شرکت اجتماعی از طریق مفهوم‌سازی نظری سرمایه اخلاقی	----- Ethical Capital, Social Enterprise, Conceptual Lenses, Adam Smith, Milton Friedman, Moral Virtues	اخلاق در اقتصاد، سرمایه‌داری، سوسیالیستی، اقتصاد اسلامی سرمایه اخلاقی، شرکت اجتماعی، ریشه‌یابی مفهومی، آدام اسمیت، میلتون فریدمن، فضائل اخلاقی

پس از بررسی مقالات مستخرج، مقالات نامرتب و تکراری حذف شده و سایر مقالات بررسی شدند. در ادامه، با توجه به هدف تعریف‌شده نتایج مرور پژوهش‌های انجام‌گرفته مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

برای دستیابی به این هدف منابعی که به سرمایه اخلاقی پرداخته بودند، بررسی شدند. در اخلاق ارسطویی، پرورش فضائل اخلاقی و عقلانی، از آن حیث که معیار ارزشمندی افعال تلقی می‌شود، به‌خودی‌خود ارزشمند است. گذشته از آنکه شرط رسیدن به سعادت نیز هست. صاحب فضیلت از نظر ارسطو کسی است که مجموعه فضائل اخلاقی یعنی شجاعت، عدالت، خویشتن‌داری و فضائل عقلانی را کسب کرده باشد (خزایی، ۱۳۸۴، ص ۱۵۲). شخص صاحب فضیلت، فردی متعالی است که در عواطف و رفتار نه راه افراط را طی می‌کند و نه راه تفریط را. وی شجاع است، بدین معنا که نه از ترس و جبن در او اثری است و نه از بی‌باکی (خزایی، ۱۳۸۴، ص ۱۵۳). این افراد در کنار فضائل چهارگانه اساسی، از فضائل دیگری مانند خیرخواهی، انفاق، گشاده‌دستی و جز آن برخوردارند.

فهرست فضیلت‌های ممکن، فهرست بلندی است و بر مهم‌ترین آن‌ها هیچ اجماع عمومی وجود ندارد، اما گزینه‌های ممکن عبارت‌اند از شجاعت، خیرخواهی، سخاوت، صداقت، مدارا و خویشتن‌داری.



از دیدگاه آکوئیناس<sup>۱</sup> نیز فضائل سه‌گانه دینی یعنی محبت، ایمان و امید به فهرست فضائل افزوده شده است (خزائی، ۱۳۸۴، ص ۱۵۴).

سرمایه اخلاقی شامل مجموعه‌ای از قوانین به‌دست‌آمده از حکمت بزرگان، درس‌های آموخته‌شده، و در برخوردهای روزانه مجدداً ایجادشده زندگی است. اغلب در قالب بدیهیات و اصول فرض می‌شود. سرمایه اخلاقی همچنین، می‌تواند آموخته‌های گذشته را ترکیب و یکپارچه کند، اما به هدایت معنوی و مذهبی محدود نمی‌شود. سرمایه اخلاقی فرصتی را برای درستی زندگی در مواجهه با چالش‌های زندگی و ناامیدی ارائه می‌دهد. برای افرادی که بیماری علاج‌ناپذیر دارند، سرمایه اخلاقی منبعی برای کنارآمدن با بیماری و مدیریت تعامل با دیگران است (Beverley et al., 2010, p.882).

عده‌ای نیز سرمایه اخلاقی را به‌عنوان منبعی نامشهود که در تجربه شخصی ریشه دارد و شامل درس‌هایی برای زندگی است، تعریف کرده‌اند و اینکه سرمایه اخلاقی شامل اصول کلی به‌دست‌آمده از تجربه شخصی است که می‌تواند برای برخورد و مقابله با جنبه‌های عملی زندگی روزمره به‌کار گرفته شود. این اصول از درایت منتقل شده از بزرگان و مربیان و همچنین، تجارب خودمان و درس از زندگی روزمره به‌دست آمده است، که به‌وسیله امور فرهنگی و اجتماعی شکل داده شده است و از طریق تعامل با دیگران آزمون می‌شود. تجارب مثبت در کارنامه ما حفظ شده و به دیگران منتقل می‌شود، و تجارب منفی به‌عنوان داستان احتیاط‌آمیز و هشداردهنده هنگام آموزش دیگران به‌کار گرفته می‌شود. سرمایه اخلاقی در ساختار تعامل اجتماعی نهادینه شده است و انتقال تجارب را به نسل بعد به‌عنوان اخلاق شخصی به‌دست‌آمده از یک عمر تجربه، قادر می‌کند. از این رو، می‌توان گفت ایجاد و برقراری ارتباط از طریق سرمایه اخلاقی، خود راهی به دور از مرگ‌ومیر و حرکت به‌سوی حالت رضایت‌آز بودن است (Beverley et al., 2010, p.891).

سرمایه اخلاقی سطوحی دارد که عبارت‌اند از:

1. Aquinas

۱. عاملیت اخلاقی غیرعمدی منفعل که از طریق پیروی از قوانین بازی کسب و کار فراهم می‌شود. در این سطح کسب و کارها قانونی‌اند، به کارگران حداقل دستمزدی پرداخت می‌شود که تنها شرایط و ضوابط رعایت شود در حالی که ثروت سهامداران را با حداقل‌های آشکار (پرداخت حداقل دستمزد به کارگران، در حد رعایت حداقل‌های قانونی) حداکثر می‌کنند. عاملیت اخلاقی غیرعمدی یا ناخواسته سطح حداقلی را از سرمایه اخلاقی به دست می‌آورد، «خوب باید به دلیل کسب سود انجام شود». به طور کلی در این سطح، از اخلاق اثری نیست و فقط در حد حرف است و اخلاق با حقوق و حداقل استانداردهای قانونی، برابری می‌کند.

۲. عاملیت اخلاقی عمدی (ازپیش تعیین شده) منفعل که از طریق متابعت و پیروی از قوانین بازی کسب و کار فراهم شده است، و هنجارهای اخلاقی مانند دستیابی به استانداردهای زیست محیطی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در اینجا نیز ممکن است برخی اذعان کنند که اگر کارکنان شادتر باشند، می‌توانند ایفاکننده نقش بهتری باشند.

در دو سطح سرمایه اخلاقی یادشده (عاملیت اخلاقی عمدی و غیرعمدی منفعل) پیامدهای اخلاقی خوب با پیروی از حداقل الزامات قانونی و آداب و رسوم اخلاقی ایجاد شده‌اند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در این دو سطح محدود شده است، و هرگونه اقدام دیگری که نتایج اجتماعی و یا اخلاقی خوب را ترویج کند بر سودآوری آثار منفی خواهد داشت. بنابراین، نباید توسط کسب و کارها انجام گیرد؛ به عبارتی، هزینه‌های اقتصادی اخلاقی بودن، بیش از حد بالا است.

۳. عاملیت اخلاقی ازپیش تعیین شده فعال که باعث ایجاد سرمایه اخلاقی می‌شود. این سطح از طریق تعهد سازمانی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بزرگ به دست می‌آید. تصمیم‌های اخلاقی ناشی از اراده و نیت نیک در اقدامات اخلاقی باید مانند یک هدف و وظیفه و نه یک ابزار در نظر گرفته شوند.

در این سطح از لحاظ اقتصادی به نفع کسب و کار است که کارهایی خارج از فعالیت‌های رسمی آنی برای حداکثر کردن سود انجام دهد، برخلاف دو سطح قبل که تصور می‌شد هرگونه اقدام اخلاقی از طریق کسب و کار به لحاظ اقتصادی، بیش از حد پرهزینه است، برای مثال، پرداخت دستمزد مناسب و معقول به کارکنان.

در حالی که آنچه دیده می‌شود این است که «برخی مشتریان، کارکنان یا سهامداران در صورت راضی و خوشحال بودن، خودشان اظهاریه مالیاتی خود را به نمایش می‌گذارند و تصمیم‌های اخلاقی خود را به‌طور قانونی درمی‌آورند و مشتریان حاضر به پرداخت بیشتری برای محصولات «اخلاقی‌تر» هستند. این ادغام، عقیده اخلاقی را با استراتژی شرکت و پیگیری مزیت رقابتی و حداکثرسازی سود، روا می‌کند». به‌طور کلی، همزمان عقیده اخلاقی و هدف شرکت را که می‌تواند کسب مزیت رقابتی یا حداکثرسازی سود باشد، نیز مدنظر قرار می‌دهد.

برخی ادعا می‌کنند می‌توان از سطح سوم، که در آن سرمایه اخلاقی صرفاً برای منافع اقتصادی در نظر گرفته می‌شود، فراتر رفت و به سرمایه اخلاقی به‌جای اینکه صرفاً برای حداکثرکردن سود توجه شود، به‌طور فعال مدنظر قرار گیرد (Wagner-Tsukamoto, 2007).

با توجه به ناموفق بودن سه سطح اولیه در شناخت و تشخیص جامعه مدنی، سطح چهارمی از فعال بودن مطرح می‌شود، که ارزش‌های ترکیبی از قبل تعیین شده نتایج و عواقب اجتماعی و اقتصادی را از طریق سرمایه اخلاقی ترکیب می‌کند. در حالی که سه سطح اول، رفتار اخلاقی را مربوط به تجمع «سودآوری» از نظر سرمایه اقتصادی می‌بینند، اما فقط در سطح چهارم اخلاق کسب‌وکار برای تنظیم مجدد مفهوم به‌گونه‌ای که بیشتر از لحاظ غیراقتصادی اندازه‌گیری شود و مدنظر قرار گیرد، تجدید نظر شده است.

سطوح ۱، ۲ و ۳ نشان‌دهنده اخلاق کسب‌وکارهای خصوصی است که در درجه اول بر ایجاد ارزش اقتصادی متکی‌اند. در سه سطح اول، هدف، کسب حداکثر سود است و ایجاد سرمایه اخلاقی ابزاری برای دستیابی به این هدف در نظر گرفته شده است؛ اما با گسترش سطح چهارم، موفقیت اقتصادی وسیله‌ای برای اطمینان از وجود سرمایه اخلاقی است. در این سطح، عاملیت اخلاقی فعال به‌خودی‌خود یک هدف و به‌عبارتی، سودآوری یک هدف مهم، اما ثانوی و محصول عمل اخلاقی آگاهانه است.

در سطوح ۴ و ۵ به‌طور قابل‌توجهی مبنای ارزش‌ها تغییر کرده است. فراتر از سطح چهارم، جایگاه پنجم که پذیرای مفهوم «فضیلت» است، معرفی می‌شود. در ناب‌ترین شکل، تلاش برای حذف کامل تفکر اقتصادی از تصمیم‌گیری برای عمل اجتماعی وجود دارد. هنگام فعالیت مؤسسه

خیریه - به معنای واقعی کلمه «محبت/عشق» - ارائه‌دهنده، هیچ سود اقتصادی از عمل ارائه داده شده دریافت نمی‌کند. به‌تازگی سازمان‌های خیریه استراتژی‌های درآمدی خود را برای تقویت و حفظ مأموریت سازمانی خود در شرایط فعلی گسترش داده‌اند. شرکت‌های CIO مثالی از تغییر شرایط اند (Alter, 2007; Bull et al., 2010).

باید افزود سه نظریه اصلی در حوزه اخلاق عبارت‌اند از اخلاق وظیفه‌گرایی، اخلاق نتیجه‌گرایی و اخلاق فضیلت‌محور. اخلاق فضیلت‌محور بر این اعتقاد است که ما بیش از آنکه به اصول اخلاقی احتیاج داشته باشیم، باید بکوشیم تا متخلق به فضایل اخلاقی باشیم (نیکخواه فرخانی و همکاران، ۱۳۹۳). این نظریه جامع‌تر از سایر قواعد اخلاقی است؛ زیرا به راهنمایی کردار نیز می‌پردازد و همه پرسش‌های اخلاق در چارچوب آن قابل طرح است (McLaughlin, 2006).

صاحب‌نظران معتقدند، یک نگاه به سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبعی از لحاظ اخلاقی خنثی است که در ارتباط با روابط اجتماعی و شبکه است. به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی می‌تواند برای اهداف خوب یا بد و پیامدهای خوب یا بد به‌کار گرفته شود، چیزی که درباره همه اشکال سرمایه صدق می‌کند (Adler & Kwon, 2002). آثار منفی گاهی «نیمه تاریک» سرمایه اجتماعی نامیده می‌شوند (Field, 2003; Ayios et al., 2010). برخی نیز دو تصور نسبت به سرمایه اجتماعی بیان می‌کنند؛ اول، سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبعی که از لحاظ اخلاقی خنثی است؛ و دوم، این سرمایه در جهت منافع مشترک استفاده خواهد شد. تعریف دوم سرمایه اجتماعی، سرمایه اخلاقی را از طریق بسیج روابط اجتماعی، شبکه و غیره ایجاد می‌کند. اعتماد متقابل در شبکه اجتماعی محدود، از طریق دستیابی به یک هدف مشترک در جهت منافع اجتماعی گسترده‌تر، سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد. با وجود این، زمانی که این هدف مشترک از طریق ابزارهای اخلاقی و برای منافع غیرفرقه‌ای پیگیری شود، می‌توان آن را به‌منزله سرمایه اخلاقی در نظر گرفت (Gupta, 2003, pp.978-979)؛ بنابراین، اگر تعریف دوم سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شود، عناصر سرمایه اجتماعی هم‌راستا با مفهوم سرمایه اخلاقی می‌شود، مانند طرح‌های ارتقای منافع مشترک و شکوفایی افراد برای جامعه از طریق بسیج اجتماعی. بدین ترتیب، می‌توان استدلال کرد سرمایه

اجتماعی و اخلاقی با یکدیگر همپوشانی دارند. برخی انواع سرمایه اجتماعی درون سرمایه اخلاقی نیستند، بلکه خارج از آنند (مانند نیمه تاریک سرمایه اجتماعی، اگر تعریف اولیه یعنی از لحاظ اخلاقی خشتی در نظر گرفته شود) و برخی اشکال سرمایه اخلاقی مانند اخلاق شخصی یا کدهای اخلاقی، مرتبط با سرمایه اجتماعی نیستند (Frith, 2014).

نتایج مرور پژوهش‌های انجام‌گرفته حاکی از آن است که سرمایه اخلاقی، می‌تواند به عنوان دارایی اخلاقی در یک سازمان مدنظر قرار گیرد. سازمان می‌تواند فضایل اخلاقی و همچنین علاقه روبه‌رشدی را از پیروان، بازدهی عملکرد و مزیت رقابتی جذب کند. اخلاق می‌تواند به دارایی اقتصادی تبدیل شود و مزایای رقابتی مأموریت اخلاقی شرکت‌های بزرگ، سودآوری و بقای شرکت را افزایش دهد. در مقابل، مأموریت اخلاقی نارسای شرکت‌های بزرگ نه تنها به ساختارهای انگیزشی ناقص مبتنی بر قانون منجر می‌شود، بلکه مشکل استفاده از سرمایه در تعاملات شرکت و ذی‌نفعان را نیز باعث می‌شود. در زمان رکود اقتصادی، شرکت‌های اجتماعی بهتر از بنگاه‌های کسب‌وکار خصوصی فعالیت می‌کنند.

برخی محققان تأکید کرده‌اند بخشی از اعتماد اجتماعی که توسط ارزش‌های اخلاقی بالاتر هدایت می‌شود، ممکن است هنجار اجتماعی نباشد، بلکه سرمایه اخلاقی در نظر گرفته شود. آن‌ها نتیجه‌گیری کردند که در شبکه‌های بی‌تلاش شده است، بیان شود چگونه توده مردم، افراد و جوامع محلی با سرمایه اجتماعی و اخلاقی جامعه برای حل مشکلات بدون هیچ کمکی از خارج تلاش می‌کنند. باید افزود، توسعه دموکراتیک علاوه بر سرمایه اجتماعی نیازمند سرمایه اخلاقی نیز هست (Gupta et al., 2003, p.986).

همچنین، ورود به جامعه مدنی نیازمند سرمایه اخلاقی است و سرمایه اخلاقی هم چیزی جز برخورداری بی‌چون و چرای انسان‌ها از یک رشته حقوق نیست؛ حقوقی که از هنگام زاده‌شدن هر کس برای او پدید می‌آید؛ و بدین‌سان، حقوق بشر به منزله حقوق طبیعی برای نخستین بار مشروعیت کاربردی یافت (دهشیر، ۱۳۸۵، ص ۸۲).

برخی پژوهشگران اذعان کرده‌اند اندیشه ناب متکی بر شناخت سرمایه‌های انسانی حکم به «انجام دادن کار درست» می‌کند، نه آنکه تنها «کار را درست انجام دهد». انجام کار درست فقط با مدیریت ارزش‌های اخلاقی به وسیله انسان به عنوان اشرف مخلوقات هستی امکان‌پذیر است (شادنوش و قدمی، ۱۳۹۰، ص ۱۶۷).

### جمع‌بندی و نتیجه

گرچه سرمایه اخلاقی در کارکرد مانند اشکال دیگر سرمایه برای ایجاد پیوند میان تعهدهای اجتماعی است، به عنوان منبعی برای معنابخشی و کرامت به افراد و خانواده‌ها نیز به کار گرفته می‌شود. سرمایه اخلاقی به دلیل منحصر به فرد بودن و فردیت از محتوا و مضمون، برخلاف انواع دیگر سرمایه است. هیچ دو زندگی‌ای دقیقاً یکسان نیستند و هیچ دو شخصی با پایان دادن به زندگی، وضعیت یکسانی را از درس‌های زندگی به ارمان نمی‌آورند. در حالی که سرمایه اقتصادی به طور رسمی از طریق قانونی، قراردادی یا دیگر فرایندهای نهادی رسمی که تسهیل‌کننده صلاحیت فرهنگی و اجتماعی‌اند، منتقل می‌شود، معمولاً سرمایه اخلاقی ماهیتاً، زندگی‌نامه‌ای است و به طور غیررسمی از طریق آموختن درس‌های زندگی افراد منتقل می‌شود که داستان زندگی فرد را روایت می‌کند. برخلاف سرمایه اقتصادی که تنها در میان افراد ممتاز انتقال داده می‌شود، سرمایه اخلاقی در میان افراد عادی نیز منتقل می‌شود و از این جهت، برعکس سرمایه اقتصادی است. بدین ترتیب، قدرتی ضعیف است، در حالی که اشکال دیگر سرمایه تنها در میان بخشی از اجتماع ردوبدل می‌شوند و توسط بورديو به عنوان خشونت نمادین در نظر گرفته شده‌اند و همچنین، برخلاف سرمایه اجتماعی که می‌تواند در ساختار، روابط بین سرمایه‌های دیگر را ایجاد کند، سرمایه اخلاقی یک منبع ایجاد منزلت شخصی است که برای دیگران به ارث گذاشته می‌شود و برای آموزش در زندگی شخصی به کار گرفته می‌شود. در نهایت، سرمایه اخلاقی مانند سرمایه فرهنگی که شامل علائم و سلیقه طبقه برتر، برای نشان دادن وضعیت و سپس، انتقال به دیگران است، نمی‌باشد، بلکه سرمایه اخلاقی منبعی است که تقریباً همه افراد برای حمایت از کرامت و اذعان شخصی به مرگ و برای نسل بعدی مد نظر قرار می‌دهند.

مفهوم سرمایه اخلاقی به درک ما از چگونگی عمل افراد در جامعه می‌افزاید. در مجموع، به‌عنوان شکلی از سرمایه نمادین، این مفهوم جدید به‌عنوان اساسی متفاوت از دیگر اشکال سرمایه است. برخلاف سرمایه‌های دیگر که مناسب‌ترین روش برای مطالعه طبقات بالا و متوسط‌اند، معتقدیم سرمایه اخلاقی شکلی از سرمایه است که می‌تواند در میان طبقه کارگر و فرودست نیز ردوبدل شود. بدین ترتیب، شکلی از سرمایه است که قدرت نمادین دارد و برای کسانی که با چند ابزار اقتصادی مهار شده‌اند، به‌عنوان راهی برای حفظ کرامت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اگر توصیه‌های اخلاقی در بستر سازمانی رعایت شوند، شکوفایی و رشد مطلوب اقتصادی همراه با شکوفایی ارزش‌های انسانی را به ارمغان خواهند آورد. بستر مناسب برای کاربردی شدن سرمایه اخلاقی در معنای درست کلمه، سازمان‌های دموکراتیک با چند مورد استثنائات اقتدارگرایانه به‌جای سازمان‌های اقتدارگرا با چند مورد استثنائات مدیریت مشارکتی است. هنجارهای اخلاقی تکنیک‌های کنترل هنجاری را تشویق می‌کنند. با این وجود، حضور سازمان‌های دموکراتیک به‌عنوان ضمانت‌کننده ارزش‌های هنجاری در بلندمدت نمی‌تواند غالب و حکم‌فرما باشد.

## منابع و مأخذ

۱. خداوینی، حسن، و عزتی شورگلی، احمد (۱۳۹۴). اخلاق در نظام‌های اقتصادی سرمایه‌داری، سوسیالیستی و اسلام. فصل‌نامه علمی ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۹۳، صفحات ۱۲۰-۱۲.
۲. خزائی، زهرا (۱۳۸۴). قدیسان اخلاقی. فصل‌نامه علمی پژوهشی دانشگاه قم، دوره ۶، شماره ۴، صفحات ۱۶۶-۱۴۴.
۳. دهشیار، حسین (۱۳۸۵). حقوق طبیعی: در دو اعلامیه در دوسوی آتلانتیک. سیاسی اقتصادی، شماره‌های ۲۲۳ تا ۲۲۴، صفحات ۸۹-۸۲.
۴. شادنوش، نصرت‌الله، و قدمی، محسن (۱۳۹۰). بهبود اثربخشی سرمایه‌های انسانی با تمرکز بر مدیریت ارزش‌های اخلاقی. فصل‌نامه اخلاق پزشکی، دوره ۵، شماره ۱۶، صفحات ۱۷۵-۱۶۳.
۵. گل‌پرور، محسن، مصاحبی، محمدرضا، عابدینی، حسن، ادیبی، زهرا، و عبدلی، فهیمه (۱۳۹۴). ساخت و اعتباریابی مقیاس سرمایه معنوی و بهزیستی معنوی سالمندان. فصل‌نامه اندازه‌گیری تربیتی، دوره ۶، شماره ۱۹، صفحات ۱۴۵-۱۲۵.
۶. نیک‌خواه فرخانی، زهرا، رحیم‌نیا، فریبرز، کاظمی، مصطفی، و شیرازی، علی (۱۳۹۳). واکاوی مؤلفه‌های رفتار اخلاقی پرستاران با همراهان بیمار با بهره‌گیری از تئوری اخلاق فضیلت‌محور. تحقیقات کیفی در علوم سلامت، دوره ۳، شماره ۴، صفحات ۳۶۳-۳۷۶.
۷. واحدیان عظیمی، امیر، و رحیمی، ابوالفضل (۱۳۹۱). تبیین مفهوم معنویت: تحلیل محتوای قراردادی. تحقیقات کیفی در علوم سلامت، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۲۰-۱۱.
8. Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
9. Alter, K. (2007). Social enterprise typology. *Virtue Ventures LLC*, 12, 1-124.
10. Arjoon S. (2000). Virtue theory as a dynamic theory of business. *Journal of Business Ethics*, 28(2), 159-178.
11. Ayios, A., Jeurissen, R., & Spence, L. (2010). *Social capital: a review from an ethics perspective*. Brunel University,



12. Bertland, A. (2009). Virtue ethics in business and the capabilities approach. *Journal of Business Ethics*, 84, 25-32.
13. Betta, M. (2016). Ethic mentality-Ethics in capitalist economy, *business, and society*, Vol. 45, Melbourne: Springer.
14. Beverley, W., Lesa, W., & Patricia, D. (2010). Ethical capital: "What's a poor man got to leave?". *Sociology of Health & Illness*, 32, 880-897.
15. Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7(1), 14-25.
16. Bourdieu, P. (2011). The forms of capital. *Cultural theory: An anthology*, 1, 81-93.
17. Bull, M., Ridley-Duff, R., Foster, D., & Seanor, P. (2008). Seeing social enterprise through the theoretical conceptualization of ethical capital. Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference, Belfast, 5-7 November 2008.
18. Bull, M., Ridley-Duff, R., Foster, D., & Seanor, P. (2010). Conceptualizing ethical capital in social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 6(3), 250-264.
19. Collins, D. (1997). The ethical superiority and inevitability of participatory management as an organizational system. *Organization Science*, 8(5), 489-507.
20. Field, J. (2003). *Social capital*. London: Routledge.
21. Fine, B. (2002). *Social capital versus social theory: Political economy and social science at the turn of the millennium*, London: Routledge.
22. Frith, L. (2014). Social enterprises, health-care provision and ethical capital. *Social Enterprise Journal*, 10(2), 105-120.
23. Gupta, A. K., Sinha, R., Koradia, D., Patel, R., Parmar, M., Rohit, P., & Chandan, A. (2003). Mobilizing grassroots' technological innovations and traditional knowledge, values and institutions: articulating social and ethical capital. *Futures*, 35(9), 975-987.
24. Heidari, H., & Rostami, F. (2012). Survey of relationship between social capital and organization entrepreneurship (Case study: Agricultural organization of Sonqhur County). *Annals of Biological Research*, 3(7), 3192-3199.
25. Hemingway, P., & Brereton, N. (2009). What is a systematic review. *Hayward Medical Communications*, 2, 1-8.
26. Khosravi, R., Hodshire, C. W., & Lotfi, S. (2014). Social Capital and Suicide: social workers' obligation toward contemporary suicide prevention. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(4), 83-91.
27. Liu, A. (2007). Measuring Spiritual Capital as a latent variable. *Lecture. Pasadena: The Research Methods Institute*, 1-14.
28. McLaughlin, B. P. (2006). *Supereminence*. Encyclopedia of Cognitive Science.
29. Ogada, R. (2013). *The influence of social capital on career success for staff of the county government of Mombasa*, Doctoral dissertation, Nairobi, Kenya, University of Nairobi.
30. Raile, E. D. (2013). Building ethical capital: Perceptions of ethical climate in the public sector. *Public Administration Review*, 73(2), 253-262.
31. Ramezanpour, S., Amirian, S., & Shirazi, A. N. M. (2014). Investigation of the relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals. *International Journal of Asian Social Science*, 4(5), 598-613.

32. Ridley-Duff, R., Seanor, P., & Bull, M. (2011). *Social and ethical capital*, In: Ridley-Duff, R. and Bull, M., eds. (2011) *Understanding Social Enterprise: Theory & Practice*. SAGE Publications, pp. 82-98. ISBN 9781848601987 Available from: <http://eprints.uwe.ac.uk/23600>.
33. Siegler, V. (2014). *Measuring social capital*. London: Office for National Statistics.
34. Veismoradi, A., Akbari, P., & Rostami, R. (2014). A study on the effect of social capital on learning organization: A case study of Jihad Agriculture Organization of Kermanshah, Iran, *Management Science Letters*, 2, 2909-2916.
35. Wagner-Tsukamoto, S. (2007). Moral agency, profits and the firm: Economic revisions to the Friedman theorem. *Journal of Business Ethics*, 70(2), 209-220.

Archive of SID