

## ارتقای دانش سازمانی

### تحلیلی بر بازانديشي فراتئوريك در تئوري‌هاي سازمان و مديريت

دکتر حسن دانایی‌فرد\*

#### چکیده

فاصله‌ی بین تئوری و عمل در حوزه‌ی علم سازمان همیشه، دغدغه‌ی فکر اندیشمندان تئوری سازمان بوده؛ از این رو، تلاش آنها بر کاهش این فاصله متمرکز بوده است. در این راستا، حوزه‌ی جدید مطالعات فراتئوریک مسیر جدیدی برای تحقق این مهم فراهم کرده است. این مقاله در پی پاسخ‌های تحلیلی به سؤال‌های زیر است:

۱. بازانديشي فراتئوريك به چه معناست و ره‌آورد آن چيست؟
  ۲. چگونه توسعه‌ی تئوری‌های سازمان در پرتو بازانديشي فراتئوريك معنا مي‌شود؟
  ۳. بازانديشي فراتئوريك چه تعريفي از تئوري سازمان را مناسب مي‌داند؟
  ۴. بازانديشي فراتئوريك چه دانشي را براي اندیشه‌ورزان مديريت نافع مي‌داند؟
- در پایان، به این نتیجه می‌رسیم که دانش نافع از منظر مطالعات فراتئوریک، دانش بومی و نه جهان‌شمول است. تئوری‌های سازمان و مدیریت جهان‌شمول نیستند. باور به مفید بودن آنها باعث تکرار در کاربرد آنها شده است. تئوری‌ها حقیقت نیستند؛ لذا یافتن قوانین لامتغیر در علم سازمان تلاشی بیهوده است.

واژه‌های کلیدی: مدیریت، تئوری، فراتئوری، علم نافع، دانش بومی و جهان‌شمول.

## مقدمه

هر حوزه یا رشته‌ی مطالعاتی، در گذر زمان، مراحل کمال خود را طی می‌کند. کمال هر حوزه در حجم و کیفیت دانشی متجلی می‌شود که تولید و توزیع کرده و در عمل به کار برده است. با گذشت زمان، عده‌ای از صاحب‌نظران با تأمل بر بسته‌های دانش تولیدی آن حوزه به انعکاس مبانی ارزشی، سیاسی، جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و همین‌طور مبانی فلسفی (هستی‌شناسی، شناخت‌شناسی، روش‌شناسی، انسان‌شناسی، ارزش‌شناسی و...) تئوری‌ها (محمل دانش‌های تولیدی) می‌پردازند. در این مطالعات سوژه‌ی مطالعه «دانش تولیدی» است؛ نه پدیده‌ها. اما بلوغ یک رشته در صرف انعکاس این مبانی نیست؛ بلکه به بازاندیشی آن مبانی نیز مربوط می‌شود. اگر صاحبان اندیشه، در یک حوزه‌ی مطالعاتی از این مبانی انتقاد کنند، آن حوزه به عرصه‌ی مطالعات فراتئوریک وارد شده است.<sup>۱</sup> بازاندیشی‌های شخصی و انتقادی، از جمله‌ی مباحث مهم در محافل فلسفه‌ی علم است؛ بر این اساس، در حوزه‌های مختلف، صاحب‌نظران به فراتئوری کرده‌اند. جامعه‌شناسی (ریتزر، ۱۳۷۷، فصل پیوست ۶۴۲-۶۲۴)، فلسفه (رادینتسکی، ۱۹۷۳)، روان‌شناسی (گرگن، ۱۹۷۳) و تاریخ‌نگاری (وایت، ۱۹۷۳) نمونه‌هایی از ورود به مباحث فراتئوریک هستند.

بیش از هفتاد سال از عمر تئوری سازمان می‌گذرد. این رشته هنوز به کمال خود دست نیافته است؛ ولی به عارضه‌ی انبوه تئوری‌های انتقادی از خود دچار شده است. اکنون در این عرصه، صاحب‌نظران بزرگی ظهور کرده‌اند که سوژه‌ی تئوری سازمان را به جای پدیده‌های سازمانی برای مطالعه برگزیده‌اند. در حال حاضر، بحث بسیار جذابی که در عالی‌ترین سطح دانش‌پژوهی و در برجسته‌ترین محافل علم مدیریت به آن توجه می‌شود، بازاندیشی فراتئوریک در مطالعات سازمان و مدیریت است. در این حوزه، نفس تئوری سازمان به عنوان سوژه‌ی مطالعه بررسی می‌شود. این مقاله تلاش دارد به سؤال‌های زیر پاسخ دهد:

۱. مطالعات فراتئوریک به چه معناست و ره‌آورد آنها برای علم سازمان چیست؟
۲. دانش تئوری سازمان در مطالعات فراتئوریک چه صبغه‌ای دارد؟

۱. واژه‌ی Reflection اشاره به صرف انعکاس مبانی بنیانی تئوری‌ها و واژه‌ی Reflexivity اشاره به چالش کشیدن آن مبانی دارد؛ اگرچه بعضاً، دومی را در اولی مستتر می‌دانند، از این‌رو، آن دو را مترادف می‌پندارند.

۳. چگونه توسعه‌ی تئوری‌های سازمان، در حوزه‌ی مطالعات فراتئوریک معنا می‌شود؟

۴. با توجه به دیدگاه مطالعات فراتئوریک، تئوری سازمان بایستی چه دانشی را تولید کند؟

ذکر این نکته لازم است که در این مقاله مؤلف، نگاه جامعه‌شناختی به علم را در پیش گرفته است؛ یعنی تئوری سازمان را فعالیتی مستتر در بستر تاریخ می‌داند که در جامعه‌ای متشکل از نهادهای آکادمیک و پژوهشی انجام می‌شود و بازیگران این جامعه کسانی هستند که کسب و کار آنها تولید ادعاهای دانش<sup>۱</sup> است و همکاران آنها با در دست داشتن جعبه‌ی ابزاری مملو از روش‌شناسی‌ها و برداشت‌های خاص خود از حقیقت که در برهه‌های مختلف تاریخ متداول‌ترند، به ارزشیابی چنین دانشی می‌پردازند.

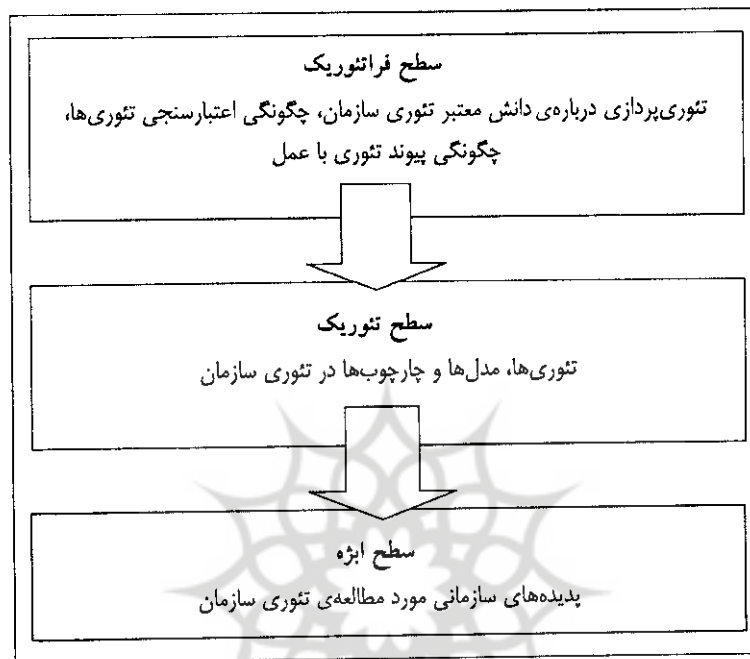
علاوه بر این، در این نگاه فراتئوریک، مؤلف، تئوری سازمان را از جمله‌ی علوم خط مشی می‌داند. علوم خط مشی به علومى گفته می‌شود که مجموعه‌ای از کارگزاران (اندیشه‌ورزان)<sup>۲</sup> به طور مستقیم از دانش تولیدی آنها استفاده می‌کنند. در نهایت، وقتی از تئوری سازمان صحبت می‌شود، اشاره به حوزه‌ی مطالعاتی دارد که پدیده‌های سازمانی (خرد و کلان) را مطالعه می‌کند؛ بنابراین، تئوری سازمان را مترادف مطالعات سازمان می‌داند. به اعتقاد مؤلف، اکنون حجم عظیمی از تئوری‌ها فراروی ما قرار گرفته است که نگاه فراتئوریک به آنها می‌تواند به ایجاد تئوری‌های نافع کمک کند.

#### بازانديشی فراتئوریک به چه معناست؟

اگر درباره‌ی سیر تطور تاریخی شکل‌گیری علم سازمان در وضعیت فعلی و دورنمای آتی آن تأمل کنیم، درگیر بازانديشی فراتئوریک شده‌ایم؛ به عبارت دیگر، اگر نحوه‌ی شکل‌گیری دانش تولیدی در علم سازمان را در گذر تاریخ مطالعه کنیم، اگر وضعیت فعلی بسته‌ی تئوری‌های سازمان و دورنمای تولید، توزیع و انتقال دانش سازمانی را سوژه‌ی مطالعات خود قرار دهیم، به مطالعات فراتئوریک پرداخته‌ایم. در مطالعه‌ی بازانديشی فراتئوریک، سؤال اصلی آن است که: جایگاه تئوری سازمان به عنوان یک رشته در گستره‌ی علوم اجتماعی چیست؟

1. knowledge claimes  
2. pactioners

واحد تحلیل این سؤال یا سوژه‌ی مورد مطالعه پدیده‌های سازمانی نیستند؛ بلکه نفس تئوری سازمان است. در مطالعات فراتئوریک، در پی تدوین تئوری سازمان هستیم؛ بنابراین، پیشرفت‌های شناخت‌شناسانه در تئوری سازمان، مسایل مربوط به ادعاهای دانش، بحث و جدل‌های پیرامون تولید، اعتبارسنجی و بهره‌برداری از چنین دانش‌های ادعایی از محورهای اصلی مطالعات فراتئوریک است، پس باید بین سه سطح ابژه (پدیده‌ی مورد مطالعه)، سطح تئوریک و سطح فراتئوریک تفاوت قایل شد (شکل ۱).



شکل شماره (۱): مرز سطوح سه‌گانه‌ی ابژه، تئوریک و فراتئوریک  
(مأخذ: توسکاس و ندسن، ۲۰۰۶، ص ۶)

تئوری سازمان اگرچه رشته‌ی نسبتاً جدیدی است، مانند سایر رشته‌های اصیل در عرصه‌ی علوم اجتماعی، به بازانديشي تأثیر روندها و تحولات عمده‌ای که در علوم اجتماعی رخ داده و نفوذ آنها در تئوری سازمان را ایجاب می‌کرده، پرداخته است. به عبارت دیگر، همهی مباحث اصلی شناخت‌شناسی که در رشته‌های مادر علوم اجتماعی

۱. در کثرت پارادایم‌ها، دانش تولیدی در مطالعات فراتئوریک چیزی جز ادعای دانش نیست. یافتن دانش حقیقی کار اندیشمندان پایبند به یک پارادایم نیست؛ همان‌طور که پوپر ادعای دست‌یافتن به حقیقت در علم را توهم می‌داند (رفیع‌پور، ۱۳۸۱، ص ۶۸-۶۴).

نظیر جامعه‌شناسی مطرح شده است، در عرصه‌ی تئوری سازمان بحث می‌شود (ر.ک: بورل و مورگان، ۱۹۷۹؛ دیتزر، ۱۹۹۶؛ مورگان، ۱۹۸۳؛ توسکاس، ۱۹۹۴؛ شیرر و اشتایمن، ۱۹۹۹؛ آلوسون و ویلموث). کتاب پارادایم‌های جامعه‌شناختی و تحلیل سازمانی اثر کلاسیک اولیه‌ی مطالعات فرانتوریک است که بیشتر صبغه‌ی انعکاس‌گری دارد تا بازاریابی فرانتوریک؛ به عبارت دیگر، بورل و مورگان تلاش کرده‌اند تا با اتکای به اصطلاح «پارادایم» توماس کوهن و «تغییر بنیادی» ملهم از مارکسیسم و پیوستار «عینیت - ذهنیت» در تولید دانش، پیش‌فرض‌های تئوری‌های سازمان و مدیریت را بر همگان آشکار سازند. در این کتاب تلاش شده است که کلیه‌ی تئوری‌های محوری سازمان و مدیریت، در چهار پارادایم «کارکردگرایی، تفسیری، انسان‌گرایی بنیادی، ساختارگرایی بنیادی» قرار داده شوند (شکل ۲).

#### جامعه‌شناسی تغییر بنیادی

|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| ذهنی               | عینی               |
| انسان‌گرایی بنیادی | ساختارگرایی بنیادی |
| تفسیری             | کارکردگرایی        |

#### جامعه‌شناسی نظم‌دهی

شکل شماره (۲): پارادایم‌های چهارگانه بورل و مورگان

(منبع: بورل و مورگان، ۱۳۸۶، ص ۳۸)

البته مقاله‌هایی نیز در این حوزه، در فصلنامه‌های معتبر مدیریتی چاپ شده است که بر انعکاس پیش‌فرض‌های زیربنایی تئوری سازمان و مدیریت تأکید داشته است (استلی و ون دی دن، ۱۹۸۳ و ففر، ۱۹۸۳).

اگرچه این آثار خاستگاه مطالعات بازاریابی فرانتوریک فعلی بوده‌اند، ره‌آورد آنها آرایه‌ی انواعی از گونه‌شناسی‌ها بوده که بیشتر صبغه‌ی تأمل یا انعکاس‌گری مبانی (پیش‌فرض‌های شناخت‌شناسانه) تئوری‌ها را داشته تا بازاریابی انتقادی؛ به عبارت دیگر، این آثار به بررسی نقش فلسفه، تاریخ و جامعه‌شناسی علم در تولید دانش و انجام پژوهش سازمانی نپرداخته‌اند، اگرچه در ارتقای درک پیشرفت‌های تئوریک در حوزه‌ی مطالعات سازمان نقش ایفا کرده‌اند. بنابراین، در مطالعات فرانتوریک اولیه، تمرکز بر شناخت پارادایم‌های زیربنایی هر کدام از تئوری‌ها بوده است؛ اما جدا از آن، محورهای دیگری در قلمرو مطالعات فرانتوریک قرار می‌گیرد که می‌تواند به شرح زیر باشد:

- بحث بر سر رویکردهای کمی و کیفی در تولید دانش از جمله‌ی مباحث فراتئوریک است که در حال حاضر، همگان بر این نکته توافق دارند که هر کدام از این رویکردها شایستگی خاص خود را دارند؛ از این رو، کمتر به مباحث پیرامون برتری دانش کمی بر کیفی پرداخته می‌شود.
- جدال استقراگرها و قیاسی‌ها نیز تا حدی فروکش کرده است. این دغدغه که دانش تولیدی استقرایی اعتبار بیشتری دارد یا قیاسی، منجر به ترکیب قیاس و استقرا و ایجاد رویکرد ترکیبی شده است؛ بنابراین، این دو موضوع بحث‌انگیز (کمی در برابر کیفی، استقرایی در برابر قیاسی) تا حدی، محوریت خود را در مباحث فراتئوریک از دست داده، اگرچه برخی از متعصبان رشته‌ای همچنان بر طبل برتری طلبی می‌کوبند.
- یکی از مباحث اصلی در حوزه‌ی مطالعات فراتئوریک، دوستی پارادایمی یا دشمنی پارادایمی و همین‌طور اعتبار ادعاهای دانش رقیب در پارادایم‌هاست، که ذهن بسیاری از اندیشمندان فراتئوریک را به خود جلب کرده است (جاکسون و کارتر، ۱۹۹۱؛ ویلموث، ۱۹۹۳؛ زارنیاوسکا، ۱۹۹۸؛ دونالدسون، ۱۹۹۸؛ کاخان و فیلیپس، ۱۹۹۸؛ مک کینلی و مونه، ۱۹۹۸؛ شرر، ۱۹۹۸؛ شرر و اشتاینمن، ۱۹۹۹).
- یکی دیگر از مباحث دیرینه در حوزه‌ی مطالعات فراتئوریک، قابلیت کاربرد دانش تئوری سازمان است. پیشرفت‌های فلسفی جدیدی که در حوزه‌هایی نظیر هرمنوتیک (برای مثال بحث جدید ارسطوگرایی نوین) (ر.ک: ویکس و فریمن، ۱۹۹۸)، تئوری انتقادی و فلسفه‌ی پست‌مدرن [ر.ک: آلوسون و ویلموث، ۱۹۹۲؛ آلوسون و دیتزر، ۱۹۹۶؛ جرجن و ناچن کری، ۱۹۹۸] و بحث نسبتاً جدید عقل (استدلال) عملی<sup>۱</sup> رخ داده، بحث قدیمی کاربردی بودن دانش تئوری سازمان را شکلی نو داده است.
- تحولات دانشی در رشته‌های نظیر جامعه‌شناسی، فلسفه و تاریخ علم خاستگاه ظهور مباحث جدیدی، در حوزه‌ی مطالعات فراتئوریک بوده است. انتقاد از بازنمایی‌گرایی (بازنمای واقعیت به جای نمایش واقعیت واقعی) و ورود ابزارهای زبان‌شناختی به فلسفه‌ی علم، به طرح سؤال‌های جدیدی در مورد نقش «دانش»، «حالت‌ها و نحوه‌ی توجیه دانش» و «نحوه‌ی پیوند دانش با عمل» منجر شده است (توسکاس، ۱۹۹۸).

1. pactical reasoning

- مباحث قدیمی فراتئوریک در حوزه‌ی تئوری سازمان و مدیریت نظیر «دوگانگی ساختار - عاملیت»<sup>۱</sup>، «اختیار در برابر جبر»<sup>۲</sup> و «رویکرد خرد در برابر کلان»<sup>۳</sup> بر اثر پیشرفت‌های ایجاد شده در فلسفه‌ی علم، شکل‌های جدیدی به خود گرفته‌اند و باعث پالایش فهم اندیشمندان از «تبیین» شده است.
- فهم بهتر عوامل کلان اجتماعی- فرهنگی که نقش مهمی در تولید دانش تئوری سازمان ایفا می‌کنند، ره‌آورد پیشرفت‌های تئوریک در قلمرو پژوهش‌های اخیر، در حوزه‌ی جامعه‌شناسی و تاریخ علم بوده است (بیکرینگ، ۱۹۹۲).
- موضوعات فراتئوریک دیگری از جمله نقش جنسیت، نژاد، قومیت، ملیت، حکومت و سازمان‌های حرفه‌ای در تولید دانش و همین‌طور کار ویژه‌ی اقناع زبانی<sup>۴</sup> گفتمان تئوری سازمان برای متقاعد کردن مخاطبان تئوری سازمان، در آثار افرادی نظیر کومو، ۱۹۹۲؛ مارتین، ۱۹۹۴؛ گیلن، ۱۹۹۴، کاریناوسکا، ۱۹۹۹ به چشم می‌خورد. به طور خلاصه، مؤلف معتقد است که می‌توان همه‌ی مباحث فراتئوریک را در پاسخ به سؤال‌های قبل، در محورهای پنج‌گانه‌ی جدول ۱ خلاصه کرد.

| سؤال‌های فراتئوریک   | محورهای فراتئوریک تئوری سازمان                    |
|--|---|
| جایگاه تئوری سازمان در گستره‌ی علم‌الاجتماع از حیث تولید دانش معتبر چیست؟ چه دانشی در تئوری سازمان معتبر شناخته می‌شود و چرا؟ پارادایم‌های مختلف چه نگاهی به دانش تئوری سازمان دارند؟  | علمیت (علمی بودن) دانش تئوری سازمان               |
| تئوری سازمان چگونه در گذر تاریخ تکامل یافته و چه ساختاری به خود گرفته است؟ پیش‌فرض‌های زیربنایی دانش تولیدی در تئوری سازمان چه بوده است؟ برای اینکه پذیرش عمومی داشته باشد، ادعاهای دانشی آن چه شکلی به خود گرفته است؟   | تکامل تاریخی دانش تئوری سازمان                    |
| تئوری سازمان با دوگانگی‌هایی نظیر ساختار- عاملیت، جبر- اختیار، خرد- کلان و دانش تولیدی از نگاه جامعه‌شناسان، اقتصاددانان و مهندسان چگونه برخورد کرده است؟ چه نقشی در تولید دانش ایفا کرده‌اند؟   | مباحث بحث‌برانگیز محاط بر تولید دانش تئوری سازمان |
| دانش تولیدی در تئوری سازمان چگونه و به چه طریقی با عمل و خط‌مشی پیوند برقرار می‌کند؟ برای اینکه دانش تئوری سازمان قابلیت کاربرد داشته باشد و متناسب با دنیای واقعی کارگزاران باشد، چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟ چه ملاحظات اخلاقی‌ای را باید مدنظر قرار دهد؟ | قابلیت کاربرد دانش تئوری سازمان                   |
| آینده‌ی تئوری سازمان چیست؟ چه جهتی باید در پیش بگیرد؟ چه تغییری باید در مفهوم‌سازی و اجرای پژوهش انجام شود تا ظرفیت تئوری سازمان برای تولید دانش معتبر و متناسب تقویت شود؟   | آینده تئوری سازمان                                |

جدول شماره (۱): حوزه‌ی مطالعاتی فراتئوریک

1. structure-agency
2. voluntarism-determinism
3. micro-macro approaches
4. rhetoric

البته موضوعات دیگری نیز در قلمرو مطالعات فراتئوریک در حال انجام است که می‌توان به مواردی نظیر نقش زمان در تئوری سازمان، اقتصاد و روان‌شناسی سازمانی، تئوری پردازی، تئوری سازمان تطبیقی و نفوذهای نهادی بر تولید دانش در جوامع مختلف اشاره کرد؛ اما مطالعه‌ی این محورها چه نتایجی برای علم سازمان دارد؟

### خردمایه‌ی مطالعات فراتئوریک

بی‌تردید هر حوزه‌ی مطالعاتی اهداف خاصی را دنبال می‌کند. سؤالی که در خصوص هدف حوزه‌ی مطالعاتی فراتئوریک باید پاسخ داده شود، آن است که: ضرورت بازاندیشی فراتئوریک در تئوری سازمان و ره‌آورد آن برای تئوری سازمان چیست؟ همان‌طور که گفته شد، هر حوزه‌ی علمی با مطالعه‌ی سوزهای مطالعاتی خود دانشی تولید می‌کند که در واقع می‌تواند راهنمای عملی و ذهنی اندیشه‌ورزان و اندیشمندان قرار گیرد. به بسته‌هایی که این دانش را در خود جای می‌دهند، تئوری می‌گویند (دانایی فرد، ۱۳۷۸).

کسب و کار حوزه‌ی مطالعات سازمانی نیز تولید دانش سازمانی است که تئوری‌های سازمان و مدیریت نامیده می‌شود. این تئوری‌ها رفتار سازمان‌ها و انواع فعل و انفعالات درونی آنها را توصیف، تبیین و پیش‌بینی می‌کنند؛ اما از چندین بُعد، به شرح زیر، به چنین دانشی انتقاد شده است.

#### ۱. انسجام دانش تولیدی در مطالعات سازمانی

هدف مطالعات سازمانی آرایه‌ی راهنمای عمل به کاربران است. وقتی مجموعه‌ی رهنمودها با هم سازگارند و به نوعی کل منسجم را به نمایش می‌گذارند، اعتماد و اطمینان به آن رهنمودها افزایش می‌یابد. نقد اصلی وارد بر تئوری سازمان آن است که حوزه‌ی مطالعات سازمان، درون پارادایم‌ها و نگاه‌های متعدد و بی‌ارتباط با هم از هم گسیخته شده است. این از هم گسیختگی قوت و قدرت رشته را کاهش می‌دهد. ففر (۱۹۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان «موانع پیشرفت علم سازمان: ایجاد پارادایم به عنوان متغیر وابسته» به پیامدهای این از هم گسیختگی می‌پردازد. به گفته وی، نبود پارادایم واحد در تئوری سازمان باعث شده است که:



- میزان تأثیرگذاری رشته بر خط‌مشی‌گذاران در حد نازلی باشد،
  - میزان دست‌یابی دانشکده‌های مدیریت به منابع مالی اندک باشد،
  - ارتباطات درون رشته‌ای با دشواری مواجه شود،
  - و در نهایت، پیشرفت رشته، گرچه غیرممکن نیست، آن را دشوار می‌سازد.
- مایزر (۱۹۸۴)، ویستر و استارک (۱۹۸۸)، زوموتو و کونولی (۱۹۸۴) به مسایلی که بی‌انسجامی رشته‌ی مطالعات سازمان را در پی خواهد داشت، پرداخته‌اند.

## ۲. تولید تئوری در خلأ

نقد دیگری که از جانب منتقدان دانش سازمانی مطرح می‌شود، آن است که تئوری‌های تولیدی پژوهش‌گران سازمانی، در حوزه‌ی عمل ساخته نمی‌شوند؛ بنابراین، در تدوین تئوری‌های سازمانی پیوند بین اندیشمند و اندیشه‌ورز در حد نازلی قرار دارد و این امر باعث می‌شود که تئوری‌های سازمان و مدیریت، نه قابلیت کاربرد داشته و نه در عمل مناسب باشند (بورل، ۱۹۹۶؛ کاخان و فیلیس، ۱۹۹۸).

## ۳. تولید دانش نامعتبر

ماودی (۱۹۹۷)، ترن‌فیلد و استارکی (۱۹۹۸)، بالاور و همکاران (۱۹۹۹)، استارکی و مدن (۲۰۰۱)، پتی‌گریو (۲۰۰۱) و ابراهامسون (۲۰۰۱) مدعی هستند که تئوری سازمان همیشه، اضطراب عدم تناسب یافته‌هایش با عمل کارگزاران را دارد؛ بنابراین، دچار نوعی بحران خود اعتمادی است و از این‌رو، همیشه این سؤال را از خود می‌پرسد که ما به عنوان یک حوزه‌ی مطالعاتی تا چه حد، دانش معتبری تولید می‌کنیم که به کار اندیشه‌ورزان بیاید؟

لحظه‌ای که چنین سؤال‌های مطرح می‌شود، تئوری سازمان قدری، از تئوری‌پردازی دست برمی‌دارد و به فکر فرو می‌رود؛ به عبارت دیگر، وارد بازاریابی فراتئوریک می‌شود. از این‌رو، برای پاسخ به انتقادهای فوق سؤال‌های زیر را مطرح می‌کند:

- دانش معتبر چیست و چگونه باید تولید شود؟
- دانش معتبر برای چه کسانی باید به کار آید؟ به چه هدفی؟
- مناسب بودن دانش سازمانی به چه معناست و چگونه دانش مناسب تولید می‌شود؟
- چگونه ادعاهای دانش رقیب باید ارزشیابی شوند؟

برای پاسخ به سؤال‌های فوق، باید قدری، از فعالیت عادی تئوریک دست برداشت و به این نکته اندیشید که تئوری‌های بعدی با چه هدفی و چگونه باید تولید شوند؟ این قبیل مطالعات را از آن جهت مطالعات فراتئوریک می‌گویند که تئوری‌های تولید شده را بر روی میز نقد گذاشته و از منظری بالاتر به آنها می‌نگرد. در این مطالعه، هدف، تولید تئوری در باب پدیده‌های سازمانی نیست؛ بلکه هدف تبدیل «تولید دانش» به سوژه‌ی تحلیل است. اما بازناندیشی فراتئوریک چگونه انجام می‌شود؟

### چگونگی بازناندیشی فراتئوریک

تئوری‌پردازان سازمانی، به طور عادی تلاش می‌کنند پدیده‌های سازمانی را معنا بخشند، به عبارت دیگر، آنها را تئوریزه کنند؛ اما در آن لحظه نمی‌اندیشند که تئوری چیست و چگونه به بهترین وجه تولید می‌شود. پژوهش‌گران سازمانی به عنوان کارگزاران تولید تئوری، پیش‌فرض‌هایی را مسلم گرفته و تئوری‌پردازی می‌کنند؛ در عین حال، وقتی تئوری‌ها را تولید کردند، آنها را در معرض انتقاد قرار می‌دهند، در این حالت، نقش کارگزار تئوری به مشاهده‌گر تئوری تبدیل می‌شود. وقتی به مشاهده‌گر تئوری‌ها تبدیل می‌شود با سؤال‌های بسیاری مواجه می‌شود که پاسخ‌های آنها قطعی نخواهد بود، زیرا سؤال‌های فراتئوریک، صبغی عدم قطعیت دارند؛ از این‌رو، قیاس‌ناپذیری یا ناهم‌سنگی<sup>۱</sup> پارادایم‌ها و فراتئوری‌ها همیشه، بین تئوری‌پردازان سازمانی وجود خواهد داشت.

علت این عدم قطعیت یا فقدان توافق عقلایی بر سر بهترین ادعای دانش بین پارادایم‌های مختلف، به نفس سؤال‌های فراتئوریک برمی‌گردد که به طریقی انتزاعی و فرابستری مطرح می‌شوند؛ نه صرفاً به این دلیل که پاسخ چنین سؤال‌هایی تا حد زیادی دشوارند و جدل‌های فراوانی بر سر پاسخ‌های آنها وجود دارند. وقتی سؤالی انتزاعی و بدون توجه به بستر خاص مطرح می‌شود، نمی‌توان بهترین پاسخ‌ها را برای آن انتخاب کرد؛ برای مثال اگر پرسیده شود مدل‌های مدرنیست، «محیط سازمانی» را بهتر تبیین می‌کنند یا مدل‌های تفسیری و پست مدرن؟ نمی‌توان به طور قطعی گفت مدل‌های تفسیری یا پست مدرن، اثبات برتری یکی بر دیگری دشوار است. اگر چه ممکن است استدلال‌ها در حمایت از تفسیرگراها قدری متقاعدکننده‌تر باشد؛ هرگز نمی‌توان به طور مطلق، یکی را بر دیگری ارجحیت داد.

1. incommensurability

مطالعات فراتئوریک ورود به نوعی فرایند استدلال انتزاعی را ایجاب می‌کند. در این فرایند، بازیگران به عنوان مشاهده‌گر، پیش فرض‌های پارادایمی مختلف را موشکافی و با هم مقایسه می‌کنند؛ اما سؤال این است که چگونه دست به این مقایسه می‌زنند؟ اگر پیش فرض‌های هر پارادایمی متفاوت باشد، با چه معیاری باید برترین‌ها را انتخاب کرد؟ یک راهکار آن است که فرایند پیش فرض‌هایی بیابند و از منظر آنها در مورد پارادایم‌ها قضاوت کنند؛ اما انتخاب چنین فرایند پیش فرض‌هایی غیرممکن است. در این قضاوت، صاحب‌نظران به دور یا تسلسل کشیده می‌شوند؛ چون باز هم انتخاب فرایند پیش فرض‌ها نیازمند قضاوت است. این فرایند استدلال انتزاعی پایانی ندارد، چون هیچ‌گونه مبنای مشترک مفهومی غایی وجود ندارد تا اندیشمندان با اتکا به آن مقایسه کنند؛ بنابراین، به گفته بول و مورگان (۱۹۷۹)، بورل (۱۹۹۶)، جانسون و کارتر (۱۹۹۱) و توسکاس (۱۹۹۴) دوستی پارادایمی میسر نخواهد بود. همان‌طور که گفته شد، بازانندی فراتئوریک، به صورت انتزاعی انجام خواهد شد؛ در این صورت این سؤال مطرح خواهد شد که نتیجه‌ی مطالعات فراتئوریک چه خواهد بود؟

#### ره‌آورد مطالعات فراتئوریک

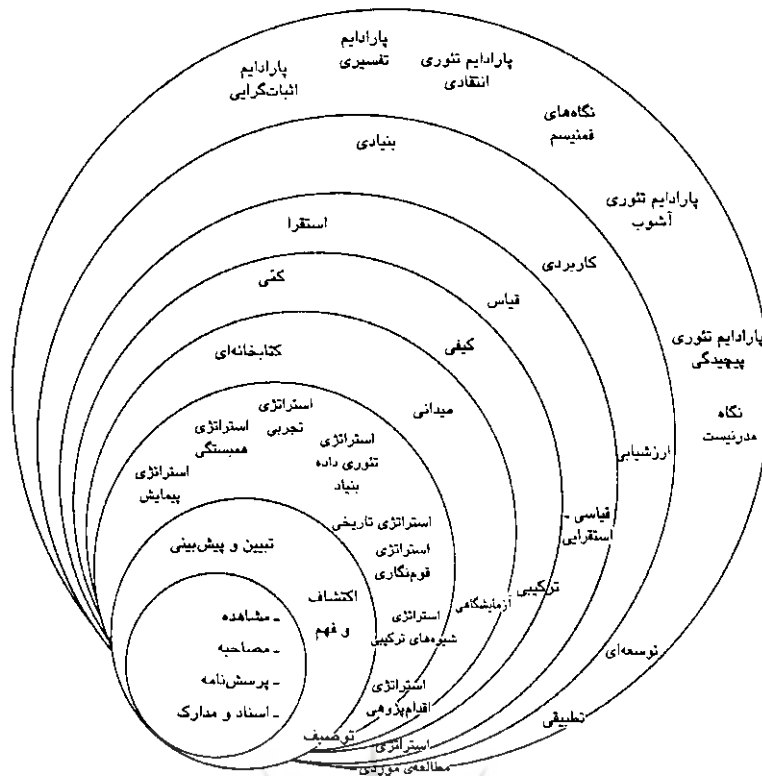
ره‌آورد مطالعات فراتئوریک، تئوری‌های نافع‌تری است که مآخذ عمل نظریه‌پردازان قرار خواهد گرفت. بازانندی فراتئوریک ما را قادر می‌سازد تا سوگیری‌ها را که درون پژوهش‌های سازمانی راه یافته، شناسایی کنیم. این سوگیری‌ها، تهدیدهایی علیه روایی ادعاهای دانش است. شناخت این سوگیری‌ها باعث می‌شود که تئوری‌پرداز در تئوری‌پردازی‌های آینده‌ی خود آنها را بزدايد. به گفته‌ی کارل وایک (۲۰۰۲) برخی از منابع این سوگیری‌ها می‌تواند فرهنگ، ایدئولوژی، نژاد، جنسیت، طبقه، زبان و سیاست‌های پذیرفته شده باشد.

در نهایت، از آنجایی که فرایند استدلال انتزاعی، در قلمرو مطالعات فراتئوریک بی‌پایان است، چه باید کرد که هم پیش فرض‌های مسلم فرض شده‌ی زیربنایی پژوهش مد نظر قرار گیرد و هم تهدیدها علیه اعتبار دانشی که می‌سازیم کاهش یابد؟ باید تئوری سازمان را نوعی فعالیت اجتماعی عملی بدانیم تا از دور بی‌پایان استدلال انتزاعی برحذر باشیم.

### آیا تئوری سازمان یک فعالیت اجتماعی عملی است؟

در علوم اجتماعی به طور اعم و رشته‌های کاربردی همچون مدیریت، تولید دانش در خلأ صورت نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، از آنجا که تولیدکننده‌ی دانش موجودی اجتماعی است، فعالیت علمی امری اجتماعی است؛ بنابراین، وقتی اندیشمندی قصد تولید دانش اجتماعی دارد، باید دو راهبرد را در پیش گیرد:

۱. درگیر شدن با سوژه‌ی مورد مطالعه: در قاموس، تولید دانش اشاره به انجام پژوهش دارد و در نگاه هابرماس و سیر (۱۹۹۲) معادلی به نام «کار» برای آن در نظر گرفته شده است. هدف از درگیر شدن با سوژه‌ی مورد مطالعه ایجاد نوعی تحول در ذات آن پدیده است که به چشم پژوهشگر می‌آید. پژوهشگر برای اینکه در مورد نوعی رفتار، دانش تولید کند، باید دست به اقدامی بزند که در سوژه‌ی اجتماعی‌اش نوعی تغییر و واکنش رفتاری مشاهده شود؛ در نتیجه، پژوهشگر نظمی در رفتار یا نگرش سوژه ببیند و آن را به عنوان بسته دانشی تولیدی خود ارایه دهد. برای اینکه پژوهشگر چنین حالتی را در سوژه ایجاد کند، ممکن است به انواعی از پژوهش‌های کمی، کیفی یا ترکیبی دست بزند. در واقع، می‌توان گفت که پژوهشگر جعبه‌ی ابزاری برای واداری سوژه به رفتاری (یا طبیعی یا آزمایشی) که قصد دارد آن را به نظم درآورد، در اختیار دارد که می‌توان آن را در فرایند پژوهش، در شکل ۲ ملاحظه کرد. در این فرایند پژوهش، پژوهشگر به پارادایمی پایبند است. پژوهشی که دست به انجام آن می‌زند، ممکن است جهت‌گیری‌های بنیادی، کاربردی، ارزش‌یابی یا توسعه‌ای داشته باشد و برای انجام چنین پژوهش‌هایی، رویکردهای استقرایی، قیاسی، استقرایی-قیاسی یا تطبیقی را در پیش گیرد. پژوهش‌ها با توجه به نوع رویکرد اتخاذی ممکن است صبغه‌ی کمی، کیفی یا ترکیبی داشته باشند و به طور کلی، از نوع کتابخانه‌ای، میدانی یا آزمایشگاهی باشند. با توجه به صبغه‌ی پژوهش، پژوهشگر ممکن است راهبردهای کمی، کیفی یا ترکیبی را انتخاب کند و هدف از پژوهش وی می‌تواند تبیین، پیش‌بینی، اکتشاف، فهم یا توصیف باشد و از شیوه‌های گردآوری نظیر مشاهده، مصاحبه، پرسش‌نامه یا اسناد و مدارک استفاده کند.



شکل شماره (۲): فرایند پژوهش

(منبع: دانایی فرد و همکاران، ۱۳۷۸)

بنابراین، مأخذ دانش، رفتارهایی هستند که از سوژه‌ی اجتماعی اخذ می‌شوند و پژوهشگر با پژوهش، به آن چنگ می‌زند و آن را به دست می‌آورد؛ اما صرف به چنگ آوردن آن نمی‌تواند برای تولید دانش کاربردی کفایت کند؛ بنابراین، باید گام دومی را مد نظر قرار دهد.

۲. توزیع دانش در جامعه علمی: عنصر دومی که دانش را مقبولیت می‌دهد، آن است که تولیدکننده‌ی دانش باید، دانش تولیدی را در جامعه‌ی تولیدکنندگان دانش عرضه کند؛ بنابراین، تولیدکننده‌ی دانش جدید باید مجهز به «تعامل ارتباطی» ای باشد که جامعه‌ی علمی آن را می‌پذیرد. جامعه‌ی علمی، زبان علمی خاصی دارد و به نحوی خاص در مورد سوژه‌ها می‌اندیشد. تولیدکننده‌ی دانش باید دانش تولیدی خود را به زبان جامعه‌ی علمی و از طریق سازوکارهای عرضه‌ی دانش (نظیر محافل علمی، فصلنامه‌ها و کتاب‌ها) به معرض نمایش گذارد؛ از این‌رو، عناصر «کار» و «تعامل

ارتباطی « قابل فروکاهش به یکدیگر نبوده، هر دو برای تولید دانش اجتماعی لازم و ملزم هستند.

بنابراین، پیوند این دو عنصر، به تولید دانش، صبغهی جمعی و تاریخی می‌دهد؛ به عبارت دیگر، ترکیب این دو عنصر، در زمان‌های مختلفی، شکل‌های مختلفی به خود می‌گیرد. در زمان حاکمیت اثبات‌گرایان، دانش تولیدی کمی در جامعه‌ی اندیشمندان معتقد به جزئی‌نگری، مقبولیت تام داشته است، حال آنکه در عصر فعلی توسعه، پژوهش‌های کیفی صبغهی دانش تولیدی را متحول ساخته است؛ از این‌رو، تولیدکنندگان دانش برای کاویدن سوژه‌ی خود به راهبردها و شیوه‌های پژوهشی‌ای اتکا می‌کنند که در تاریخ، در یک جامعه‌ی علمی که زبان خاص خود را داشته، مقبول شده است. به عبارت دیگر، در گذر تاریخ، جماعت‌های زبانی<sup>۱</sup>، زبان پژوهشی خاص خود دارند. در حوزه‌ی مطالعات سازمانی، سوژه مطالعه سازمان است که نوعی سوژه‌ی اجتماعی است، یعنی رابطه‌ی بین پژوهشگر و سوژه‌ی مطالعاتی، رابطه‌ی اجتماعی است؛ بنابراین این چنین سوژه‌ای، بر اساس نگاه ساختارگرایان، سوژه‌های وابسته به مفهوم هستند (دانائی فرد و همکاران ۱۳۸۶)، یعنی وجود آنها وابسته به تفاسیر و معانی‌ای است که پژوهشگران در جامعه‌ی علمی، علم سازمان به آن می‌دهند. از این‌رو، اطراف واژه‌ی سازمان نوعی فضای مفهومی وجود دارد که هر پژوهشگر ممکن است مفهومی خاص در آن فضای مفهومی به کار ببرد. پژوهشگر با توجه به دو عنصر کار و تعامل ارتباطی، برای تولید دانش جدید، نوعی فعالیت اجتماعی می‌کند؛ یعنی با اتکا به جعبه‌ی ابزار پژوهشی خود (فرایند پژوهش) و زبان قابل قبول جامعه‌ی علمی خود، با سوژه‌ی اجتماعی (سازمان) درگیر می‌شود، یعنی هم تأثیر می‌گذارد و هم تأثیر می‌پذیرد. پژوهشگران سازمانی، جعبه‌ی ابزار پژوهشی خود را بعضاً، بدون تأمل، در درون خود نهادینه کرده و به آنها عادت کرده‌اند. وقتی بازناندیشی در پژوهش صورت می‌گیرد که اعتبار ادعای دانش آنها زیر سؤال می‌رود و در نتیجه، برای بازبینی جعبه‌ی ابزار پژوهش خود وارد بازناندیشی تئوریک می‌شوند. در این حالت، نوعی بازناندیشی تئوریک در پژوهش‌های مدیریت (کان لیف، ۲۰۰۳) صورت می‌گیرد.

بنابراین، در گذر زمان، نظریه‌پردازان سازمانی با تفکر نظام‌مند در مورد عادات فکری خود در باب سوژه‌ی مورد مطالعه‌شان، اعتبار ادعای دانش خود را بهبود

می‌دهند؛ به عبارت دیگر، پیش‌داوری‌ها (که پدیدارشناسان و فیلسوفان تفسیری به آن اشاره می‌کنند) بر اثر بازاریابی پالایش گردیده، نوعی دانش پالایش شده ایجاد می‌شود. به موازاتی که پژوهشگر سازمانی از عوامل تهدیدکننده‌ی دانش تولیدی فرد نظیر جنسیت، نژاد، طبقه، ترتیبات تاریخی و فهم‌های متافیزیک و اجتماعی، غالب مؤثر بر پژوهش‌های سازمانی آگاه می‌شود، در تعامل فرد با سوژه‌ی مورد مطالعه (سازمان) و جامعه‌ی علمی تجدید نظر می‌کند و در گذر زمان، دانش اجتماعی علمی تئوری سازمان با اعتبار بیشتری تولید می‌شود؛ به عبارت دیگر، با در نظر گرفتن موضوعات و مسایل فراتئوریک، دانش تولیدی قابلیت کاربرد بیشتری پیدا می‌کند. اکنون سؤال این است که توسعه، پالایش یا تکامل تئوری‌های سازمان بر اثر مطالعات و بازاریابی فراتئوریک را چگونه معنا می‌بخشیم؟ به عبارت دیگر، چگونه توسعه‌ی تئوری‌ها یا شکل‌گیری تئوری‌های جدید را به تصویر می‌کشیم؟

### چگونگی معنا بخشیدن به توسعه‌ی تئوری سازمان

پاسخ به سؤال‌های فراتئوریکی مطرح شده‌ی پیشین حایز اهمیت است، زیرا پژوهشگران و تئوری‌پردازان را نسبت به پیش‌فرض‌هایی که مسلم فرض کرده‌اند، آگاه می‌سازد؛ اما معماهای مفهومی‌ای که ایجاد می‌کند، به صورت انتزاعی حل شدنی نیست. به موازاتی که پژوهشگران و تئوری‌پردازان از عقبه‌ی تئوری‌های خود آگاه می‌شوند، نمی‌توانند در تئوری‌های بعدی آنها را نادیده بگیرند؛ به عبارت دیگر وقتی پیش‌فرض‌های یک تئوری آشکار شد و تئوری جدید بر اساس پیش‌فرض‌های دیگر ساخته شد، مجدداً همین تئوری به حافظه‌ی تئوری‌پرداز سپرده می‌شود و بار دیگر، مسلم فرض گرفته می‌شود. به سخن دیگر، ره‌آورد بازاریابی فراتئوریک، تئوری‌های دیگری است که پیش‌فرض‌های تئوری قبلی را نادیده گرفته است؛ برای مثال تئوری تعارض، پیش‌فرض‌های وحدت در هدف سازمانی و فردی را از پایه فرو ریخت و تئوری وضع واقعیت، تئوری‌های مدرنیستی را زیر سؤال برد.

بنابراین، به موازات تحول در پیش‌فرض‌های تئوری سازمان، پیش‌فرض‌های پیچیده و واقع‌گرایانه‌تری به عنوان مبانی تئوری سازمان مد نظر قرار گرفتند. به عبارت دیگر، تئوری‌ها یکی پس از دیگری که بر اثر بازاریابی فراتئوریک شکل می‌گیرند، به

حافظه‌ی تاریخی تئوری سازمان ریخته می‌شوند. اکنون سازمان به عنوان ماشین عقلایی، جای خود را به سازمان به عنوان مجموعه‌ای اجتماعی داده که در بستر تاریخ معنا پیدا کرده و ذاتاً در محیط جای دارد. در عصر حاضر جامعه مدیریت اهمیت جنبه‌های فرهنگی سازمان، ساخت اجتماعی هویت سازمان، تأثیر تاریخ در تبیین جنبه‌های سازمان، عجین بودن سازمان با فرایند معنا بخشی (وایک، ۲۰۰۱)، محوری بودن نقش یادگیری و دانش در کارکرد سازمان، اهمیت قدرت و جنسیت در زندگی سازمان، تأثیر فرایندهای ناخودآگاه و نیازهای روانی بر کارکرد سازمان پذیرفته شده است؛ شاید بتوان گفت که اکنون همه‌ی این موارد را مسلم فرض کرده است.

به عبارت دیگر، حاکمیت سبک تحلیلی علم طبیعی بر دانش سازمان باعث شده تصور خاصی از سازمان در ادبیات تئوری سازمان مطرح شود؛ ولی تأملات فرانتوریک بر ناقص بودن دانش به سبک علم طبیعی در علوم اجتماعی صحنه گذاشت و استراتژی جزئی‌نگرانه آن را زیر سؤال برد. از این‌رو، در گذر زمان، محیط سازمان در تولید دانش مد نظر قرار گرفت؛ بنابراین، بر اثر ورود متغیر محیط به دانش سازمانی، سوژه‌های فرعی سازمان دچار تغییر و تحول شد و این سؤال‌ها مطرح شد که چگونه افراد در سازمان به وظایف خود معنا می‌دهند؟ چگونه گروه‌ها به صورت یکپارچه فعالیت می‌کنند؟ چگونه اعضای سازمانی، نوعی حس جمعی ایجاد می‌کنند؟ جنسیت و قومیت چه تأثیری بر سیاست‌های سازمانی دارد؟ محیط چگونه بر سازمان تأثیر می‌گذارد؟ تاریخ چه تأثیری بر ویژگی‌های سازمان دارد؟

به عبارت دیگر، به موازات تعدد پارادایم‌ها، دانش تولیدی نیز متعدد گردید؛ اما اگر بپذیریم دانش سازمانی حاصل یک فعالیت اجتماعی عملی است، تولیدکننده‌ی دانش سازمانی چگونه باید با تعدد پارادایم برخورد کند؟ از آنجایی که تئوری پرداز اجتماعی باید دانش اجتماعی عملی ارائه دهد، بایستی مرزهای پارادایمی را مانع تولید دانش نافع خود نداند و تلاش کند از هر کدام از پارادایم‌ها برای تولید دانش معتبر و متناسب بهره گیرد.

گاهی اوقات پژوهشگر، دقت‌مندی در روش‌شناسی را بر ره‌آورد عملی ترجیح می‌دهد. باید گفت که این پژوهشگران هستند که پژوهش را انجام می‌دهند؛ نه پارادایم‌ها. به گفته‌ی بورل (۱۹۹۶، ص ۶۸۴) پارادایم‌ها صدایی از خود ندارند. پژوهشگران به کار عملی پژوهش می‌پردازند و با دیگر پژوهشگران تعامل دارند و در



هنگام انجام پژوهش، بر دیگران تأثیر می‌گذارند و از آنها تأثیر می‌پذیرند؛ بنابراین، بستن مرزهای پارادایمی منجر به دانش تولیدی متعصبانه‌ای می‌شود که قابلیت کاربرد کمتری دارد. از این‌رو، اندیشمندی که در سنت اثبات‌گرایی پژوهش می‌کردند، به علت ضرورت تولید دانش کاربردی، مرز خود را به روی پارادایم‌های دیگر گشودند.

پورتر در «تئوری پویایی‌های استراتژی»، محدودیت رویکرد اقتصاد صنعتی به سازمان را تأیید و ادعا کرده که باید رویدادهای تاریخی، اقبال، کنش خلاقانه و تغییر بومی در راهبرد، مد نظر قرار گیرد. اثبات‌گراها نیز با گسترش دامنه پژوهش خود ورود فرهنگ و شناخت، معنا و عاملیت را به درون دستور کار پژوهشی خود پذیرفته‌اند.

بنابراین، دانش تولیدی، کاربردی اجتماعی ایجاد می‌کند که تئوری‌پرداز از همه‌ی پارادایم‌ها بهره‌گیری و پژوهش خود را در چنبره‌ی مباحث داغ صرفاً روش‌شناسی گرفتار نسازد. اگر مرزها برداشته شود، دانش حاصل چه صبغه‌ای پیدا می‌کند؟

### تئوری سازمان چه دانشی را برای اندیشه‌ورزان نافع می‌داند؟

گفته شد که پژوهشگر سازمانی برای کسب دانش، سوژه‌ی مورد مطالعه خود را بررسی و با آن نوعی رابطه‌ی اجتماعی برقرار می‌کند. از طرف دیگر، پژوهشگر سازمانی، از طریق بهره‌گیری از فرایند پژوهش، حالاتی در سوژه ایجاد و با نظم‌دهی به آن، نوعی بسته‌ی دانشی تولید می‌کند. در این فرایند، ساختن<sup>۱</sup> (بر اساس نگاه ساخت‌گرایان)، جنبه‌های مختلفی از رفتار پدیده‌ی مورد بررسی، توسط پژوهشگر به صورت مفهومی ساخته می‌شود. در ساختن این جنبه‌ها، پژوهشگر از واژگان، چارچوب‌ها و شیوه‌های تفکری استفاده می‌کند که ترتیبات نهادی زمانه اقتضا کرده است. اگرچه سوژه‌ی مطالعه غالباً مستقل از پژوهشگر و واژگان اوست، وقتی در زبان خاصی شکل می‌گیرد، هستی‌ای مخصوص به خود می‌یابد؛ به عبارت دیگر پژوهشگر، سوژه‌ی اجتماعی خود را با استفاده از سیستم‌های بازنمایی خاص خود بازنمایی می‌کند و این بازنمایی بار ارزشی دارد. به سخن دیگر، تئوری‌های سازمان که بازنمای رفتار سازمان هستند، تجلی واقعیت نیستند؛ بلکه زاینده‌ی معنا هستند. به گفته‌ی گرگن (۱۹۹۴) تئوری‌های

1. construction

سازمانی، نظریه پردازان سازمانی را مجهز به ابزارهای نمادین خاصی می کنند که با اتکا به آنها، وضعیت فراروی خود را معنا بخشند.

سیستم های بازنمایی تئوری های سازمان، نگاهی خاص به نحوه ی ارتباط پژوهشگر با سوژه های پژوهشی، چگونگی پیوند دانش سازمانی تولیدی پژوهشگر با کاربران دانش تولیدی و نحوه ی قرار دادن سوژه ی مورد مطالعه، درون محیط اجتماعی و اقتصادی محاط بر رفتار سوژه ی مورد مطالعه دارند؛ به عبارت دیگر، هر نوع سیستم بازنمایی بر پیش فرض هایی خاص استوار است. چگونه بین پیش فرض ها و سیستم بازنمایی، پیوند برقرار می شود. برای مثال در پارادایم اثبات گرایی پیش فرض های زیر، سیستم بازنمایی خاصی را به نمایش می گذارد.

— زبان پژوهشگر نسبت به زبان سوژه، در بیان واقعیت رفتاری و نگرشی سوژه گویاتر است.

— واقعیت وجود دارد؛ باید آن را کشف کرد.

— دانش تولیدی برای کاربران هویتی خارجی دارد (جدای از ذهن آنها وجود دارد) و کاربران می توانند از آن برای ارتقای عملکرد هر متغیری استفاده کنند.

— هدف دانش، ارتقای اثربخشی سازمان های رسمی، در بستر یک جامعه ی عقلایی است.

پارادایم های تفسیری، انتقادی، فمینیسم، پست مدرن، تئوری آشوب و تئوری پیچیدگی نیز پیش فرض های خاص خود را دارند (دانایی فرد، ۱۳۸۷).

با توجه به پیش فرض های فوق، دانش تولیدی در پارادایم اثبات گرایی، به نحوی خاص، تولید، عرضه، اعتبارسنجی و مورد بهره برداری قرار می گیرد.

اما چون سوژه ی مورد مطالعه در تئوری سازمان ماهیتی اجتماعی دارد، رابطه ی اجتماعی بین پژوهشگر و سوژه ی مورد مطالعه باعث می شود دانش تولیدی به سوژه و کاربران بازخور داده شود و باورها و فهم های آنها را متحول کند. این امر آثار ضمنی مهمی برای دانش تولیدی دارد؛ به عبارت دیگر، وجود هرمنوتیک دوگانه<sup>۱</sup> در سوژه ی مورد مطالعه، دو پیامد مهم برای تئوری سازمان دارد.

نخست آنکه سوژه‌ی مورد مطالعه رفتار خود را دائماً تغییر می‌دهد؛ به عبارت دیگر، سوژه با تغییر واژگان پژوهشگر که به مدد آنها در مورد سوژه می‌اندیشد، به سادگی عمل خود را تغییر می‌دهد. به گفته‌ی ابراهامسون و فایر چایلند (۱۹۹۹) مدل‌های مدیریتی نظیر بازمهندسی فرایندها، مدیریت کیفیت فراگیر و طرح‌ریزی استراتژیک باعث شده است که کاربران، سازمان و نقش خود در آنها را به نحوی خاص ببینند؛ بنابراین، به موازاتی که باورهای کاربران تغییر می‌کند، عمل آنها نیز تغییر می‌کند. به گفته‌ی ون مانن (۱۹۹۵) گفتمان تئوری سازمان، نوعی باور در خوانندگان ایجاد می‌کند؛ بنابراین، تئوری‌های سازمان به جای اینکه آینه‌ی واقعیت باشند، واقعیت را برای کاربران خلق می‌کنند. تئوری‌ها حقیقت نیستند؛ بلکه القاکننده‌ی واقعیتی هستند که هیچ‌گاه معلوم نخواهد شد که حقیقت هستند یا توهم.

دوم آنکه اگر هرمنوتیک دوگانه را در رفتار سوژه‌ی اجتماعی بپذیریم، براساس آن، رفتار کاربران و سوژه‌های مورد مطالعه مدام تغییر می‌کنند؛ از این‌رو، یافتن نظم خاص در رفتار آنها که قالب تئوری جهان‌شمول به خود بگیرد، توهم است. از این‌رو، ناماگامی<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) مدعی است که کاربران عامل انعکاسی یا بازانديش<sup>۲</sup> هستند، یعنی آنچه در پیرامونشان می‌گذرد، در رفتارشان متجلی می‌شود و این امر به صورت لحظه‌ای و مداوم صورت می‌گیرد؛ ولی این امر دال بر آن نیست که رفتار تکراری از کاربر به چشم نمی‌خورد. تا زمانی که نظام باور وی تغییر نکرده، رفتار تکراری وی تکرار می‌شود، ولی این حالت دلالت بر جهان‌شمول بودن تئوری آن رفتار نیست. به عبارت دیگر، جهان‌شمول بودن یک تئوری باعث تکرار یک رفتار نمی‌شود، بلکه سیستم باور فرد، وی را به تکرار رفتاری خاص وامی‌دارد؛ از این‌رو، جست‌وجو برای یافتن قوانین تغییرناپذیر، در تئوری سازمان بیهوده است. اگر چنین است پس تئوری سازمان چه دانشی باید تولید کند؟

ناماگامی (۱۹۹۸) در مقاله‌ی «امکان‌ناپذیری قوانین تغییرناپذیر در مطالعات مدیریت: گفتمان انعکاسی در دفاع از مطالعات موردی» مدعی است، تئوری سازمان یک جامعه‌ای علمی متشکل از تولیدکنندگان تئوری‌های سازمانی دارد؛ بنابراین، باید

1. Numagami

2. reflective agent

«گفتمان انعکاسی»<sup>۱</sup> تولید کند. بر این اساس، ناماگامی با تمرکز بر مدل هرمنوتیک دانش خاطرنشان می‌کند که هدف دانش تئوری سازمان، تبیین‌های مختلف از پدیده‌های سازمانی است. این تبیین‌ها برای کاربران می‌تواند مفید باشد، چون آنها را به اندیشیدن در باب پدیده تحریک می‌کند. به عبارت دیگر، مدل هرمنوتیک دانش، ادعای تولید دانش جهان‌شمول ندارد؛ چون دانش به صورت محلی (خاص یک پدیده در زمان و مکان خاص) تولید می‌شود. این دانش کاربران را توانمند می‌سازد تا دربارہی تجارب دیگران تأمل و با آنها ارتباط برقرار کنند. این امر باعث می‌شود کاربران، در گذر زمان، شکل‌های جدیدی به رفتار خود بدهند. بنابراین، دانش تولیدی در جامعه‌ی علمی تئوری سازمان، در سبدهی ریخته می‌شود و کاربران با تأمل بر تجارب نظام‌مندی که شکل تئوری به خود گرفته است، تلاش می‌کنند بین آنها و عمل خود نوعی پیوند برقرار کنند؛ ولی هیچ‌گاه، چنین تجاربی جنبه‌ی جهان‌شمول ندارد و کسی نمی‌تواند دانش تولیدی فرد را بر دیگران تحمیل کند. تیلور نمی‌تواند بگوید «اصول مدیریت علمی» و فایول نمی‌تواند اصول چهارده‌گانه‌ی مدیریت را برشمرد؛ زیرا زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خاص، دانش خاصی تولید می‌کنند که با دانش تولیدی در سایر بسترها و محیط‌ها متفاوت است.

### بحث و نتیجه‌گیری

رشته‌ی مدیریت یکی از شاخه‌های کاربردی علوم اجتماعی است که ماهیتی میان رشته‌ای دارد و هدف غایی آن ارتقای مدیریت جامعه است. از دهه‌ی ۶۰ که رشته‌ی مدیریت، یک رشته‌ی مستقل شد، به تولید انبوهی از تئوری‌ها روی آورده است؛ به طوری که صاحب‌نظران مدیریت (برای مثال کونتز، ۱۹۷۸) از جنگل تئوری‌های مدیریت سخن گفته‌اند. این تئوری‌ها پدیده‌های سازمانی را تئوریزه کرده‌اند؛ اما همیشه، بحث فاصله بین تئوری و عمل یا شکاف دانش تئوریک سازمانی و تجربه کارگزاران سازمانی، عنوان بسیاری از مقاله‌ها در معتبرترین فصلنامه‌های مدیریتی بوده است. در گذر زمان، اندیشمندان برای حل این مشکل حوزه‌های مطالعاتی مختلفی مطرح

1. reflexive dialogue

کرده‌اند. در دهه‌ی اخیر، مطالعات فراتئوریک به محملی برای نافع کردن علم مدیریت تبدیل شده است.

مطالعات فراتئوریک مدعی است که تئوری‌ها از عواملی تأثیر می‌پذیرند و دچار سوگیری می‌شوند و قابلیت جهان‌شمولی خود را از دست می‌دهند؛ بنابراین، باید پیش‌فرض‌های زیربنایی تئوری‌ها بازنگری شود تا معلوم شود که تئوری‌پردازان با کدام پیش‌فرض‌ها تئوری‌های خود را ارایه داده‌اند. عدم تطابق پیش‌فرض‌های تئوری‌ها با شرایط زمانی و مکانی، انسانی و اجتماعی، کاربرد تئوری‌ها را مخدوش می‌سازد. مطالعات فراتئوریک، مطالعه‌ی مبانی هستی‌شناختی، شناخت‌شناختی، روش‌شناختی و انسان‌شناختی تئوری‌ها را راهی برای فهم پیش‌فرض‌ها و بازنگری آنها برای متناسب‌سازی آنها با شرایط اجرای آن تئوری‌ها می‌داند. سوای فلسفه‌ی علم، اندیشمندان مطالعات فراتئوریک به مطالعه‌ی زمان و مکان، فرهنگ، طبقه، نژاد، قومیت، ملیت و نقش آنها در ماهیت و جنس تئوری‌ها می‌پردازند تا معلوم کنند که هر تئوری شرایط بومی خاصی می‌طلبد.

اگر دلایل صاحب‌نظران فراتئوریک را بپذیریم، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که هیچ‌کدام از تئوری‌های مدیریت جهان‌شمول نیستند. به عبارت دیگر، جهان‌شمول‌انگاشتی برخی از تئوری‌ها به واسطه باور کاربران نسبت به مفید بودن آنهاست؛ لذا یافتن قوانین لایتغیر در علم سازمان تلاشی بی‌فایده است. تکرار یک رفتار مدیریتی، در سازمان‌ها، دال بر جهان‌شمولی آنها نیست؛ بلکه تجلی باور کاربران به آن رفتار است که باور دارند آن رفتار می‌تواند مفید باشد.

اگر چنین است، هیچ تئوری‌پردازی نمی‌تواند ادعای خلق تئوری جهان‌شمول کند؛ بنابراین، وظیفه‌ی اصلی هر سازمان، تولید دانش انعکاسی است، یعنی دانشی که تولیدکننده‌ی آن می‌گوید با چه پیش‌فرض‌هایی و در چه زمان و مکانی آن را ارایه کرده است. بدین ترتیب، علم سازمان مجموعه‌ای از گفتمان انعکاسی برپا می‌کند که در آن محفل گفتمانی، هر کسی تئوری عملی خود را مطرح می‌کند و کاربران با تأمل بر شرایط شکل‌گیری آن تئوری‌ها ممکن است آنها را به کار گیرند یا آن را نادیده بگیرند. کلام آخر آنکه ادعای حقیقت‌گویی علم سازمان مردود است و مدعیان تئوری‌های

جهان شمول، بازاری برای فروش تئوری‌های جهان شمول خود نخواهند داشت. شایسته است بپذیریم که تئوری‌ها در سبده ریخته شود و در صورت نافع بودن مد نظر قرار گیرند. نافع بودن آنها وقتی تضمین می‌شود که ره‌آورد مطالعات فراتئوریک، در آن تئوری‌ها لحاظ شود و جهت‌گیری‌ها و سوگیری‌های آنها زدوده شده باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

### فهرست منابع و مآخذ

۱. بورل، گیسون، مورگان، گرث؛ تئوری‌های کلان جامعه‌شناختی و تحلیل سازمانی. ترجمه محمدتقی نوروزی، تهران: انتشارات سمت و مؤسسه‌ی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۶.
۲. راین، آلن؛ فلسفه علم اجتماعی. ترجمه عبدالکریم سروش، تهران: مؤسسه‌ی فرهنگی صراط، ۱۳۷۰.
۳. رفیع‌پور، فرامرز؛ کندوکاوها و پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۱.
۴. ریترز، جورج؛ نظریه‌ی جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی، ۱۳۷۷.
۵. هابرماس، یورگن؛ نقد در حوزه‌ی عمومی. ترجمه حسین، نشریه، تهران: نشر نی، ۱۳۷۸.
۶. هچ، ماری جو؛ تئوری سازمان: مدرن، نمادین - تفسیری و پست مدرن. ترجمه حسن دانائی فرد، تهران: انتشارات صفار، ۱۳۷۸.
۷. تریک، راجر؛ فهم علم اجتماعی. ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر نی، ۱۳۸۴.
۸. خلیلی شورینی، سیاوش؛ مکاتب فلسفی و آرای تربیتی. تهران: یادواره‌ی کتاب، ۱۳۷۸.
۹. دانائی فرد، حسن؛ اجتهاد در مدیریت: رویکردی جامع به تئوری‌پردازی، ۱۳۸۷.
۱۰. دانائی فرد، حسن، الوانی، سید مهدی، آذر، عادل؛ روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار، ۱۳۷۷.
11. Abrahamson, E., Eisenman, M. Why management scholars must intervene strategically in the management knowledge market. *Human Relations*, 54, 67-75. 2001.
12. Alvesson, M., and Willmott, H. (eds). *Critical management studies*. London: Sage. 1992.
13. Astley, W. C. Administrative Science as Socially Constructed truth. *Administrative Science quarterly*, 30, 4, 7-513, 1985.
14. Astley, W. G.; Van de Ven. A. H. Central Perspectives and debates in organization Theory. *Administrative Science Quarterly*, 28, 245-273, 1983.

15. Cunliffe, Ann L. Reflexive inquiry in organizational research: Questions and possibilities. *Human Relations*, 56(8), 983-1003. 2003.
16. Cunliffe, Annl., Jun, Jongs. The need for reflexivity in public administration, 33(2), 225-247, 2005.
17. Czarniawska, B. Who is afraid of incommensurability? *Organization*, 5, 273-275, 1998.
18. Deets, S. Describing differences in approaches to organization science: Rethinking Burrell and Morgan and Their Legacy. *Organization Science*, 7, 190-207, 1996.
19. Donaldson, L. The myth of paradigm incommensurability, in management studies: comments by an integrationist. *Organization*, 5, 267-272, 1998.
20. Flood, Robert L.; Romm, Norma, R. A. *Diversity management*. New York: John Willey & Sons, 1990.
21. Gergen, K. *Toward transformation in social knowledge*. London: Sage, 1994.
22. Guillen, M. F. *Models of management*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
23. Hassard, J.; Pym D. *The Theory and Philosophy of organizations*. London: Routledge, 1990.
24. Jackson, N.; Carter, P. In defense of paradigm incommensurability. *Organization studies*, 12, 109-127, 1991.
25. Kaghan, W., Philips, N. Building the tower of Babel: Communities of practice and paradigmatic Pluralism in organization studies. *Organization*, 5, 191-215, 1998.
26. Martin, J. Deconstructing organizational taboos: the suppression of gender conflict in organizations. *Organization science*, 1, 339-359, 1990.



27. McKinley, W, Mone, M.A. The re-Construction of Organization Studies: Wrestling with incommensurability. *Organization*, 5, 169-189, 1998.
28. Morgan, G. Paradigm diversity in organizational research. In John Hassard and Denis Pym, *The Theory and philosophy of organizations* (pp: 13-29), London: Routledge, 1990.
29. Numagami, t. The infeasibility of Invariant law in management studies: A reflective dialogue in defense of case studies. *Organization Science*, 9, 1-15, 1998.
30. Pfeffer, J. Barriers to the advance of organizational Science: Paradigm development as a dependent variable. *Academy of management Review*, 18, 599-620, 1993.
31. Pettigrew, A. Management research after modernism. *British Journal Management*, 12/ Special Issue: 561-570, 2001.
32. Sayer, A. Method in social science. London: Rutledge. Abrahamson, (1992). E., Fairchild, G. Management Fashion: life cycle, triggers and collective learning processes. *Administrative Science Quarterly*, 44, 708-740, 1999.
33. Scherer, A. G., Steinmann, H. Some remarks on the problem of incommensurability in organization studies. *Organization studies*, 20, 519-544, 1999.
34. Starkey, K., Madan, P. Bridging the relevance gap: Aligning stakeholders in the future of management research. *British Journal of management*, 12/ special issue: S3-S26, 2001.
35. Tran field, D., and Starkey, K. The nature, Social organization and promotion of management research: towards policy. *British Journal of management*, 9, 341-353, 1998.

36. Tsoukas, H. Refining Common Sense: types of Knowledge in management studies. *Journal of Management Studies*, 31, 761-78, 1994.
37. Tsoukas, H., Cummings, S. Marginalization and recovery: the emergence of Aristotelian themes in organization studies. *Organization studies*, 18, 655-683, 1997.
38. Tsoukas, H., Knudsen, C. *The oxford handbook of organization theory: Meta-theoretical perspectives*. Oxford university press, 2003.
39. Van Maanen, J. Style as theory. *Organization Science*, 6, 1330143, 1995.
40. Weick, K. Real-time reflexivity: Prods to reflection. *Organization Studies*, 2002.
41. Wicks, A. C., Freeman, R.E. Organization studies and the new pragmatism: Positivism, anti-positivism, and the search for ethics. *Organization science*, 9, 123-140, 1998.

