

درآمدی بر روش بررسی «ابعاد فرهنگ سازمانی» با نگاهی به قرآن کریم

محمد مهدی شاه‌آبادی*
حسن عابدی جعفری**

چکیده

در این مقاله تلاش شده تا روش‌شناسی مطالعه «تأثیر آموزه‌های دینی بر علم مدیریت» تنقیح شود. لذا ابتدا به گام‌های کلی استفاده از آموزه‌های دینی در علوم مختلف اشاره شده و آنگاه این گام‌بندی در حوزه علم مدیریت ذکر گردیده است. بعد از آن به پیاده‌سازی این گام‌بندی در روش مطالعه فرهنگ سازمانی - به عنوان یکی از اجزای مهم علم مدیریت و سازمان پرداخته شده است. به عنوان یک نمونه عملی نیز کوشیده شده تا قدم‌های اولیه در جهت پیمودن این گام‌ها در حوزه «فرهنگ سازمانی» برداشته و به سوی یافتن نگاه دین و قرآن کریم به فرهنگ سازمانی حرکت شود. به این منظور، بررسی مفهوم فرهنگ و جایگاه آن در علم مدیریت مورد توجه قرار گرفته و سپس با برشمردن ابعاد فرهنگی جامعه اسلامی، تفاوت‌های جامعه و سازمان بیان گردیده و در نهایت با تعدیلات لازم بر روی ابعاد فرهنگی جامعه اسلامی، ابعاد فرهنگ سازمانی از نگاه قرآن کریم فهرست شده است.

واژه‌های کلیدی: روش‌شناسی، مدیریت اسلامی، فرهنگ، فرهنگ سازمانی، قرآن کریم

مقدمه

بومی‌سازی مفاهیم و نظریه‌های مطرح‌شده در علم مدیریت و متناسب‌سازی آنها با مقتضیات فرهنگی کشور، از جمله مهم‌ترین دغدغه‌هایی است که در میان برخی اندیشمندان این علم وجود دارد. چنان که در متون مدیریتی نیز اشاره شده است، مدیریت هر گروه و ملتی ریشه در «فرهنگ» آنها دارد (رضاییان، ۱۳۸۵، ص ۷). مباحث دهه‌های اخیر مدیریت درباره رویکرد اقتضایی در مدیریت نیز همین مطلب را از زاویه دیگری تأیید می‌کند (رضاییان، ۱۳۸۵، ص ۶۱).

به همین دلیل و به علت آنکه فرهنگ غالب کشور ما علاوه بر وجود خاستگاه ایرانی، از گذشته بسیار دور ریشه در دین داشته و با ورود اسلام و خصوصاً آشنایی با مذهب تشیع، این دین و مذهب نقشی محوری در هویت‌بخشی و فرهنگ‌سازی ملی ایفا کرده، بجاست که از نسبت علم مدیریت با آموزه‌های دینی سخن گفته شود. بهره‌گیری از تجربه‌های انباشته علم مدیریت و استفاده از شاخصه‌های ارزشی و هدف‌گذاری اسلام، درنهایت ما را به سوی مجموعه‌ای پرثمر و متناسب هدایت می‌نماید.

در میان عناصر گوناگون مرتبط با سازمان، فرهنگ به عنوان مبحثی که غالباً تحت مجموعه مباحث «مدیریت رفتار سازمانی» در مدیریت، مورد توجه قرار می‌گیرد، از زاویه تعامل دین و علم مدیریت، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. نگاه دین اسلام به کمال انسان و نقش انکارناپذیر جامعه انسانی در تکوین شخصیت کمال‌یافته از یکسو و نقش فرهنگ در سازمان، به مثابه عنصر تعیین‌کننده باورها و ارزش‌های افراد سازمان از سوی دیگر، اهمیت این پدیده را در میان دیگر پدیده‌های سازمانی نشان می‌دهد. به همین دلیل، بررسی و تحقیق درباره نحوه ارتباط دستاوردهای علم مدیریت با آموزه‌های دینی در رابطه با موضوع فرهنگ سازمانی، امری مهم است. این مقاله نه تنها ادعای نظر نهایی در این باب را ندارد، بلکه چنان که از نامش پیداست، آغازی برای مطالعات محققان در این موضوع خواهد بود.^۱

۱. براساس جستجوی انجام‌شده، تنها یک تحقیق به‌طور مستقل به بحث فرهنگ سازمانی از دیدگاه اسلام پرداخته است. این تحقیق در ضمن پایان‌نامه دکتری از سوی علی زارعی متین با عنوان تبیین الگوی فرهنگ سازمانی براساس ارزش‌های اسلامی در محیط کار و تأثیر آن بر رضایت شغلی آمده است. ایشان با مروری بر تعریف‌های فرهنگ در ادبیات مدیریت و بررسی انواع آن، به ابعاد فرهنگ سازمانی از نگاه صاحب‌نظرانی مانند لت‌وین و استرینگر (Latvian & Strings)؛ پیترز و واترمن (Peters & Waterman)؛ گردن، تبرز و هافهیل (Gordon, Tebez & Half hill) پرداخته است. سپس شاخصه‌های فرهنگ قوی را برشمرده و در پایان به ابعاد فرهنگ سازمانی از نگاه اسلام اشاره نموده است. وی این ابعاد را بسیار گسترده دیده و مواردی مانند تقوا، توکل، اخلاص، سعه صدر، امر به معروف و نهی از منکر، انصاف، احساس مسئولیت، تعاون، تعهد به اهداف، خودنظارتی، سخت‌کوشی، خلاقیت، نظم، صداقت، تعظیم شعائر، حسن خلق، نماز جماعت، تعاون، شور و مشورت، کاردانی و روابط صمیمی را از آن جمله دانسته است (زارعی متین، ۱۳۷۴). در

روش تحقیق

الف) گام‌های کلی استفاده از آموزه‌های دینی در علوم

برای آنکه ورود آموزه‌های دینی در علم - به‌ویژه در علم مدیریت - ایجاد سردرگمی ننماید و موجب آشفتگی در نظام دانشی علم و همچنین آشوب‌ناکی در منظومه معرفت دینی نشود، لازم است که روش و سازوکار این تعامل آشکار گردد. در اینجا به‌اختصار به گام‌های اصلی روش‌شناسی آن اشاره می‌شود:

۱. ابتدا لازم است که تعریف دقیق آن علم، موضوع آن و مفاهیم محوری آن تبیین گردد؛
 ۲. پرسش‌هایی که علم حول محور آنها شکل گرفته روشن شود (این علم به چه سؤالاتی پاسخ می‌دهد؟ چه نتایج عملی از این علم مورد انتظار است؟)؛
 ۳. انتظاراتی را که دین براساس اهداف و ارزش‌های خود، از علمی که از آن بحث می‌شود، مثلاً مدیریت، دارد معلوم شود (پرسش‌ها و انتظارات دین از آن علم، پرسیده و خواسته شود)؛
 ۴. در تعامل میان پرسش‌های دین و پرسش‌های متداول، انتظارات و خواست‌های متناسب با فرهنگ و اقتضائات بومی پدیدار گردد؛
 ۵. در تعامل دوسویه میان دین و دستاوردهای علمی به این انتظارات نهایی پاسخ گفته شود. این گام‌بندی نه تنها برای بررسی رابطه کلان یک علم با دین به کار می‌آید، بلکه درباره مفاهیم درون یک علم نیز کارایی دارد. یعنی می‌توان مفهوم خاصی را از یک علم اخذ نمود و پیرامون آن مفهوم، این گام‌ها را طی کرد.
- برای مثال مفهوم «فرهنگ سازمانی» به عنوان مفهومی پرورش یافته در علم مدیریت، می‌تواند با این گام‌بندی شکافته شود. به این ترتیب که در فاز اول:
- ابتدا معنای دقیق این مفهوم معین شده؛
 - سپس انتظارات علم مدیریت از آن معلوم گردد؛
 - آنگاه ابعاد و چارچوب‌هایی که فرهنگ سازمانی بر پایه آنها شکل گرفته روشن شود.
- پس از این مراحل در فاز دوم تحقیق به بررسی این مفهوم از زاویه دینی پرداخته می‌شود. در این فاز، می‌توان دو رویکرد را اتخاذ نمود:

تحقیقات دیگر نیز گاه در ضمن بحث از موردی دیگر، به ارزش‌ها و هنجارهای کاری از نگاه اسلام اشاره شده است. از جمله در بررسی موضوع «خودکنترلی» در کتاب مدیریت در اسلام، نوشته الوانی و دیگران، ارزش‌هایی همانند قداست کار، کسب حلال، صرفه‌جویی و عدم اسراف، اتقان کار، انجام کار به شکل کامل، نظم و انضباط در کار و عدالت ذکر شده است (الوانی، ۱۳۸۴، ص ۳۱۲).

الف) رویکرد بررسی بنیادی: در این رویکرد، یکایک عناوین پیشین آن مفهوم مورد سؤال دوباره قرار می‌گیرد. برای مثال، اگر درباره تعریف فرهنگ سازمانی گفته شده که این مفهوم از «باورها، ارزش‌ها و هنجارها و مصنوعات» تشکیل گردیده، اساس این تعریف مورد سؤال قرار می‌گیرد: آیا هیچ پایه دیگری به این سه پایه نمی‌توان اضافه کرد؟ آیا تمامی این موارد باید در تعریف فرهنگ سازمانی لحاظ شود؟ آیا این تعریف «جامع و مانع» است؟

مثال دیگر اینکه، اگر کارکرد انسجام‌بخشی سازمانی به عنوان مهم‌ترین کارکرد فرهنگ در سازمان مطرح شده باشد، می‌توان پرسید: آیا براساس انسان‌شناسی دینی، هیچ کارکرد مهم‌تری را نمی‌توان تصور نمود؟

ب) رویکرد بررسی ثانوی: در این رویکرد، کلیت تعریف‌ها و چارچوب‌هایی که درباره مفهوم مورد تحقیق ارائه گردیده، قبول می‌گردد و تنها به اضافه و کاستن‌های ثانوی بسنده می‌شود. درواقع در این رویکرد براساس آموزه‌های دینی، با حفظ کلیت مفهوم، به نقد اجزای آنها پرداخته شده و در مواقع مغایرت، نظر به حذف مورد مغایر داده و در مواقع کاستی، موارد بیشتری را می‌افزاید.

نکته: از آنجا که مفاهیم موجود در یک علم در یک ارتباط منسجم با دیگر مفاهیم آن علم قرار دارند، در بررسی مفاهیم درون یک علم باید به مفاهیم مرتبط با آن مفهوم توجه نمود. درواقع باید ابتدا به دقت مفهوم مورد نظر را تعیین کرد و پس از تعیین نسبت آن با دیگر مفاهیم مرتبط، تنها به بررسی و نقد همان مفهوم پرداخت. این ارتباط گاه به شکل سلسله‌مراتبی است؛ یعنی وجود و تعریف یک مفهوم، متوقف بر مفاهیم پیشینی است.

برای مثال، درباره مفهوم فرهنگ سازمانی، این مفهوم در نسبت با مفاهیم «سازمان» و «فرهنگ» در مرتبه پایین‌تری قرار دارد. به این معنا که باید ابتدا مفهوم «سازمان» و مفهوم «فرهنگ» تعریف شده و شناخته گردد، آنگاه مفهوم «فرهنگ سازمانی» معرفی شود. بنا بر آنچه گفته شد، در اینجا پس از تعیین نسبت مفهوم «فرهنگ سازمانی» با مفاهیم «سازمان» و «فرهنگ»، این دو مفهوم با تعریف متداول علمی آنها پذیرفته می‌شود، اما در برابر مفهوم فرهنگ سازمانی یکی از دو رویکرد ثانوی یا بنیادی اتخاذ می‌شود.

ب) گام‌های بررسی فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم

براساس گام‌های گفته‌شده و با نظر به مباحث مطرح در ادبیات مدیریت، می‌توان فهرست مطالب مرتبط با فرهنگ سازمانی را به صورت ذیل شرح نمود:

۱. تعریف «فرهنگ» و «فرهنگ سازمانی»؛
 ۲. کارکردهای «فرهنگ» در سازمان؛
 ۳. ابعاد «فرهنگ سازمانی»؛
 ۴. تعیین جایگاه «فرهنگ سازمانی» در علم «مدیریت»؛
 ۵. روش‌ها، قالب‌ها و بسترهای ایجاد، انتقال، تقویت و تغییر فرهنگ در سازمان؛
 ۶. طبقه‌بندی انواع «فرهنگ‌های سازمانی» و ویژگی‌های هر یک از آنها.
- در همه این موارد می‌توان گام‌های تعامل آموزه‌های دینی با مباحث مدیریتی را طی کرد. برای مثال می‌توان ابعاد فرهنگ سازمانی را از ادبیات مدیریتی اخذ کرده و براساس آموزه‌های دینی از آنها کاسته و یا بر آنها افزود و یا اساساً مبنای تعریف را تغییر داد.
- در این مقاله، محور اصلی بر بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی از زاویه ادبیات متداول مدیریت و افزایش موارد لازمی است که با نگاه قرآنی پیش می‌آیند. لذا طبق الگوی شش مرحله‌ای گفته‌شده، در این نوشتار، گام‌های اول تا چهارم آن مورد نظر است. از نظر رویکرد بررسی نیز در این مقاله رویکرد ثانوی مورد توجه قرار گرفته است. لذا درباره مفاهیم سازمان و فرهنگ، بحث عمیقی از نگاه اسلام نشده و تنها به اشاراتی گذرا بسنده شده است. از جمله این اشارات، دسته‌بندی دقیق‌تری از کارکردهای فرهنگ سازمانی است تا جایگاه موارد اضافه‌شده آشکارتر گردد. درنهایت، درباره ابعاد فرهنگ سازمانی، با اتخاذ رویکرد ثانوی، اضافاتی از ابعاد که از قرآن کریم و برخی احادیث معصومین (ع) گرفته شده، ذکر شده است.
- بدیهی است به‌رغم اشاراتی که به گام‌های دیگر مرتبط با فرهنگ سازمانی (مانند روش‌ها، انواع و...) در اینجا شده است، تکمیل بحث «فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم»، نیازمند کار پژوهشی مستقلی درباره هر یک از این عناوین خواهد بود.

۱. تعریف مدیریت

برای آنکه جایگاه «فرهنگ سازمانی» در علم مدیریت روشن شود، لازم است مروری بر تعریف مدیریت داشته باشیم. به‌طور متداول، مدیریت، «فراگرد به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته‌شده است که از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده، صورت می‌گیرد» (رضاییان، ۱۳۸۵، ص ۸) تعریف شده است. در اینجا با اندازه‌های تغییر، به ریشه اصلی تعریف بسنده می‌نماییم:

مدیریت، دانشی است که در نهایت، ابزارها، فنون و تجویزاتی را جهت به‌کارگیری بهینه منابع موجود (کارایی)، برای دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده (اثربخشی)، در چارچوب ارزش‌های از پیش مشخص شده، در اختیار می‌گذارد.

به تعبیر روشن‌تر، از یک دانشور علم مدیریت انتظار این است که: «زمانی که مدیری به او مراجعه می‌نماید و بهترین راهکار(ها) را برای دستیابی به هدف خود از وی می‌طلبد، دانشور مدیریت، با پرسش از ماهیت دقیق هدف مورد درخواست او، ارزش‌های حاشیه‌ای که او در نظر دارد در طی کار مراعات شود (مانند حفظ صداقت در میان کارکنان، نشاط در محیط کار و...)، با ملاحظه شرایط منابع در دسترس وی، بهترین راهکار(ها) و تجویز(ها) و پیشنهاد(ها) را بنماید».

در نتیجه عنصر اصلی علم مدیریت، ابزاری بودن آن است. آنچه اعمال مرتبط با علم مدیریت را شکل می‌دهد، فعالیت‌های ابزارسازی است که به آنها «فعالیت‌های ابزاری» می‌گوئیم. فعالیت‌های مربوط به تعیین هدف نهایی سازمان (مثلاً کسب سود، خدمت، منفعت عامه و...) و تعیین ارزش‌های مورد نظر (ارزش‌هایی که می‌خواهیم ابزارها و راهکارهای ما از آنها تخطی ننمایند)، پیش از مراجعه به علم مدیریت، انجام می‌پذیرند. این‌گونه فعالیت‌ها که به آنها «فعالیت‌های هدفی و ارزشی» می‌گوئیم، براساس پیش‌فرض‌های افراد، در سازمان شکل می‌گیرند. اگر این‌گونه فعالیت‌ها بخواهد شکل آگاهانه‌ای بگیرند و مستدل گردند، باید در قالب علوم دیگری همانند علوم دینی، فلسفه و... بررسی شوند.

۲. تعریف، کارکردها و ابعاد فرهنگ سازمانی

پیش از ورود به بحث فرهنگ سازمانی از دیدگاه قرآن، لازم است براساس گام‌های گفته شده، ابتدا تعریف و ابعاد فرهنگ سازمانی از نگاه متداول علم مدیریت روشن گردد. **تعریف:** فرهنگ سازمانی بنا به تعریف عبارت است از: «سیستمی از استنباط مشترک که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود» (رایبنز، ۱۳۸۵، ج ۳، ص ۱۰۵۹).

از زاویه عمیق‌تر، می‌توان فرهنگ را به چهار مؤلفه اساسی شکافت:

۱. باورها و پیش‌فرض‌های مشترک

پیش‌فرض‌هایی در مورد رابطه سازمان و محیط، ماهیت فعالیت انسان، ماهیت واقعیت، ماهیت زمان، ماهیت طبیعت انسان، ماهیت انسان و تجانس در برابر تنوع.

۲. هنجارها و ارزش‌ها

ارزش‌ها، اصول، اهداف و استانداردهای اجتماعی موجود در فرهنگ که از اهمیت ذاتی برخوردارند. هنجارها، قواعد نانوشته‌ای هستند که به اعضای فرهنگ اجازه می‌دهند آنچه از آنها انتظار می‌رود، در دامنه وسیعی از موقعیت‌ها بدانند.

۳. مصنوعات

مصنوعات نیز مظاهر هسته فرهنگی هستند که در سطح ظاهری یک فرهنگ قرار دارند، مانند مظاهر فیزیکی، کلامی و رفتاری.

۴. نمادها

پدیده‌ای که تجلی نوعی تداعی معانی آگاهانه یا ناآگاهانه همراه با برخی از مفاهیم یا معنای گسترده‌تری است. مانند آرم بنز، که تجلی‌گر کیفیت و تجمل است (هچ، ۱۳۸۵، ص ۳۴۵-۳۵۸).

کارکردها: کارکردهای فرهنگ سازمانی را می‌توان این‌گونه برشمرد:

۱. تعیین‌کننده مرز سازمانی؛
 ۲. ایجاد احساس هویت به پیکر اعضای سازمانی؛
 ۳. ایجادکننده تعهد در افراد نسبت به چیزی؛
 ۴. موجب ثبات و پایداری سیستم اجتماعی؛
 ۵. عامل کنترل‌کننده سازمانی که موجب به وجود آمدن یا شکل دادن نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان می‌شود (رابینز، ۱۳۸۵، ج ۳، ص ۱۰۶۸).
- ابعاد:** ابعادی که از طریق آن می‌توان فرهنگ سازمانی را سنجید، از منظر صاحب‌نظران، گوناگون است:

برخی ابتکار فردی، خطرپذیری، هدایت و سرپرستی، انسجام، حمایت مدیریتی، نظارت سازمانی، هویت، نظام پاداش و الگوی ارتباط را از ابعاد سنجش فرهنگ سازمانی دانسته‌اند (گردن، تیز و هالفهیل؛ به نقل از: زارعی متین، ۱۳۷۴).

رابینز^۱ این ابعاد را نوآوری و خطرپذیری، توجه به جزئیات، توجه به نتایج، توجه به اعضای سازمان، توجه به تیم، جاه‌طلبی، پایداری می‌داند (رابینز، ۱۳۸۵، ج ۳، ص ۱۰۶۰ و ۱۰۶۱).

1. Robbins, Stephen P.

پیترز و واترمن این ابعاد را تعصب به عمل، توجه به نیاز مشتری، استقلال و کارآفرینی، افزایش بهره‌وری از سوی افراد، توجه به ارزش‌های مشترک، توسعه کارهای مرتبط با تخصص و تجربه، به‌کارگیری ستاد اداری کم، استفاده همزمان و بجا از ساختارهای مکانیکی و ارگانیکی می‌شمارند (پیترز و واترمن؛ به نقل از: زارعی متین، ۱۳۷۴).

همچنین برخی میان ویژگی‌های فرهنگ و کارکردهای آن تمایزی قائل نشدند و هر دو را با ده مورد مشخص ساختند. این ده مورد براساس فرهنگ‌های مختلف، هر یک طیفی از زیاد تا کم را دربر می‌گیرد: میزان استقلال و خلاقیت، ریسک‌پذیری و تحمل ابهام، هدایت و جهت‌دهی، تحمل تضاد، سیستم پاداش، اثربخشی و کارکردهای الگوی ارتباطی، کنترل، تعیین هویت، انسجام و یکپارچگی و پایداری، حمایت مدیریت (قلی‌پور، ۱۳۸۵، ص ۱۹۹).

به این نکته نیز باید اشاره کرد که آنچه درباره فرهنگ گفته شد، مبتنی بر پارادایم متداول «مدرن» بود. از نگاه پارادایم‌های «تفسیری - نمادین» و «انتقادی» (پست‌مدرن)، اساساً فرهنگ و ابعاد فرهنگی معانی بسیار متفاوتی خواهند گرفت (هیچ، ۱۳۸۵، ص ۳۵۵-۳۷۹) که به دلیل رعایت اختصار، آن را به تحقیقات بعدی واگذار می‌کنیم.

جایگاه «فرهنگ» در علم مدیریت

براساس تعریف ذکرشده از مدیریت، «فرهنگ»، نقش دوگانه‌ای را در علم مدیریت ایفا می‌نماید:

جنبه هدفی و ارزشی فرهنگ: فرهنگ در مرحله پیش از مدیریت، تعیین‌کننده جهت‌گیری‌های کلی سازمان، باورهای ارزشمند مشترک، ارزش‌های مطلوب و مورد انتظار و هنجارهای سازمانی است. در این مرحله ابعاد فرهنگی، به عنوان اهداف و نه ابزار مورد توجه می‌باشند.

جنبه ابزاری فرهنگ: در مرحله مدیریت، یعنی جایی که اهداف نهایی و ارزش‌های مطلوب، تعیین شده و از مدیر خواسته می‌شود که بهترین راهکار(ها) را ارائه دهد، از آنجا که باورها، ارزش‌ها و هنجارها، خود از مؤثرترین راه‌های دستیابی آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر به اهداف هستند، دانشور مدیریت در میان تجویزهای خود قطعاً باید به ابعاد فرهنگی تسهیل‌کننده هدف، توجه کند. در واقع او در این مرحله، به ابعاد گوناگون فرهنگ به مانند ابزارهای دستیابی به هدف می‌نگرد.

اما نکته قابل توجه آن است که در متون مدیریتی، غالباً تفکیک روشنی میان «جنبه‌های هدفی و ارزشی» و «جنبه‌های ابزاری» - که وظیفه اصلی علم مدیریت به شمار می‌آیند -

انجام نمی‌شود. این مطلب نیز برخاسته از نگاه دوره جدید علم (پس از رنسانس) به مفهوم «نظریه» و «نظریه‌پردازی» است. مفهومی که نظریه را تا حد یک دستورالعمل ساده پایین می‌آورد و از آن، انتظار نگاه کلان و معنابخشی ندارد. در واقع این رویکرد مبتنی بر نگاه ابزاری به عقلانیت بنا شده و به دلیل در نظر نگرفتن سطوح بالاتر تجزیه و تحلیل، از پرسش درباره سؤالات اساسی و بنیادین درباره «اهداف» و «ارزش‌های حاکم بر سازمان غفلت می‌کند (میرزایی، ۱۳۸۶، ص ۲۹۸-۳۰۰ و دنهارت، ۱۳۸۲^۱، ص ۳۱۹). در واقع، نظریه‌پردازی با پیروی از مدل عقلایی ابزاری، تنها به پیش‌بینی و کنترل توجه دارد و دانشمندی که براساس این سنت عمل می‌کند، هیچ مسئولیتی را در قبال نحوه به‌کارگیری دانش نمی‌پذیرد (دنهارت، ۱۳۸۲، ص ۲۶۵). به‌رغم آنکه بسیاری از ابزارهای مورد استفاده برای دستیابی به اهداف سازمانی و حتی خود سازمان به عنوان یک ابزار، ابزارهای خنثی و بیطرفی نیستند و بر هر چه تولید می‌کنند اثر می‌گذارند (اسکات، ۱۳۸۷^۲، ص ۵۰)، اما این آشفتگی و ابهام، در مورد بحث «فرهنگ» شدیدتر است؛ چرا که اساساً از نظر مفهومی، این مفهوم قابلیت حضور در هر دو عرصه را دارد. لذا به نظر می‌رسد که برخی مباحث مطرح شده و مرتبط با فرهنگ سازمانی، بیشتر جنبه هدفی و ارزشی دارند تا ابزاری.

مفهوم «سازمان» با نگاهی به قرآن کریم

به‌رغم آنکه سازمان نیز نوعی از اجتماعات بشری است که طی دوران زندگی بشر شکل گرفته و نمونه‌هایی مشابه با آنچه امروزه سازمان خوانده می‌شود، در قرن‌های پیش از رنسانس نیز بوده است (مانند نظام امپراتوری‌های ایران و چین)، اما در هر صورت این پدیده، پدیده‌ای مدرن محسوب می‌شود و حتی برخی صاحب‌نظران، پیدایش، توسعه و ادغام سازمان‌ها را به عنوان سنگ بنای مهم و بی‌نظیر جوامع دانسته‌اند که دنیای مدرن را از دنیای پیش از آن متمایز می‌کند: «به معنای کاملاً واقعی، تاریخ توسعه جوامع مدرن، تاریخ توسعه سازمان‌های با مقاصد خاص است، سازمان‌ها هم با چنین تغییراتی موجودیت یافتند و هم موجب این تغییرات شدند» (اسکات، ۱۳۸۷، ص ۲۴۹). همچنین سازمان‌ها از دستاوردهای عقل ابزاری بشری هستند (الوانی، ۱۳۸۵، ص ۴۰۷). عقلی که با پیش‌فرض‌های دوره رنسانس و بعد از آن رشد کرده است. لذا از جهت علمی شایسته است که مبحث سازمان و مبانی انسان‌شناسی آن منقح شود و با نظام فکری اسلام سنجیده

1. Denhardt
2. Scott

شود. به بیان دیگر و براساس سه سطح تئوری‌پردازی، «کلان - اجتماعی»، «سازمانی» و «کارگاهی»، مباحث مورد تحقیق در این مقاله در سطح سازمانی و بیشتر در سطح کارگاهی مدّ نظر قرار گرفته‌اند (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۸۶، ص ۱۹۸-۲۰۲). چرا که ورود به سطح «کلان - اجتماعی»، مستلزم تحقیق و بررسی در مورد اصل وجود سازمان، کارکردهای آن در جامعه و - در اینجا - نگاه اسلام به سازمان می‌باشد، که مدّ نظر این تحقیق نیست.

چنان که پیش‌تر اشاره شد، بنای این پژوهش بر آن است که مفاهیم پیشینی مانند «سازمان» را مفروض بگیرد. اما از آنجا که این مفهوم با تعریف و کاربرد مدرن آن اساساً در قرآن اشاره نشده و ارتباط تنگاتنگی با «فرهنگ سازمانی» دارد، لازم است به نکاتی پیرامون نگاه قرآن به مفهوم «سازمان»، اشاره شود.

۱. بحث ویژه‌ای به عنوان «سازمان»، در قرآن کریم وجود ندارد، بلکه آنچه هست، نگاه قرآن به فرد و نگاه آن به جامعه است. در میان ادیان گوناگون نیز هیچ دینی به اندازه اسلام به اجتماع اهمیت نداده است (طباطبایی، ۱۴۱۷، ج ۷، ص ۱۶۴). این جامعه (اجتماع) می‌تواند به روش‌های گوناگونی شکل بگیرد. قرآن به اصول، اهداف و ارزش‌های لازم برای شکل‌گیری هر جمعی اشاره نموده و روش‌های تشکیل را به عقل بشری سپرده است.

۲. هدف از تشکیل هر اجتماعی - از جمله سازمان - باید در راستای اهداف آفرینش انسان و در جهت کمال او باشد، در غیر این صورت یا این تشکیل، سودی به حال کمال نهایی او نخواهد داشت (مانند جمع شدن به خاطر امور بیهوده، عبث و صرفاً سرگرمی) و یا مضر به آن می‌گردد (مانند شکل دادن سازمانی بر مبنای عمل یا فکری حرام).

۳. هدف آفرینش انسان، بندگی خداوند (ذاریات، ۵۶) و رسیدن به مقام قرب الهی و دریافت رحمت اوست (هود، ۱۱۹). مقصود از قرب و نزدیک شدن به خداوند، نزدیک شدن روح انسان به خداست. این قرب با علم و اراده انسان حاصل می‌شود و همه افراد به آن نمی‌رسند (مصباح یزدی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۷). این کمالات جز در پرتو دستیابی به صفات اخلاقی در بستر واقعی زندگی به دست نمی‌آیند. اصولاً اهمیتی که اسلام به اجتماع داده از این روست که محال است تربیت اخلاق و غرایز فردی در برابر اخلاق و غرایز مخالف اجتماعی، به نتیجه برسد (طباطبایی، ۱۴۱۷، ج ۷، ص ۱۶۴).

۴. بر این اساس، تمامی اعمال انسان نیز باید در این راستا باشد؛ سامان دادن امور دنیا، خوراک، پوشاک و مسکن، برآوردن نیازهای عاطفی و... از همین جنس هستند. هدف از تشکیل هر جمعی نیز کمک به برآوردن نیازهای دنیوی، اخروی یا هر دوی آنهاست. جمعی

که در بستر آن بتوان امکان رفع نمودن نیازهای اقتصادی، رفع احتیاجات دیگران و خدمت به مردم را پیدا نمود.

۵. آنچه که در مورد ویژگی‌های سازمانی مناسب از سوی قرآن مطرح شده، مربوط به «جامعه مؤمنین» است. به سخن دیگر، خصایص سازمان مطلوب و راهکارهای قرآنی مرتبط با آن در صورتی است که افراد تشکیل‌دهنده آن از مؤمنان باشند. البته در میان مؤمنان، با رشد مراتب ایمانی آنها بهره‌برداری از یک سازمان ایدئال قرآنی نیز بیشتر می‌شود. در واقع افرادی که سازمان را تشکیل داده‌اند یا به آن پیوسته‌اند، در میان اهداف خود، حداقل، رشد معنوی فردی و خدمت اجتماعی را نیز مدنظر دارند و این را در ایمان و عمل ایمانی خود می‌جویند. از نگاه قرآن کریم، هدف نهایی اجتماع نیز باید نورانی شدن به نور الهی باشد که در پرتو هدایت‌های انبیا ممکن می‌شود (ابراهیم، ۱). اما برای دستیابی به این هدف نهایی، به اقتضای اجتماع، هدف «عدالت اجتماعی» به عنوان هدفی میانی مطرح است (حدید، ۲۵).

۶. اگر هیچ سطحی از ایمان به خداوند و اعتقاد به معاد و عمل براساس اخلاق و احکام وجود نداشته باشد، اساساً محور باور، ارزش، رفتار و نماد مشترک، بر محور غیر دینی خواهد بود و موضوع بحث از «فرهنگ سازمانی قرآنی» خارج می‌شود.

۷. چنان که اشاره شد، در آموزه‌های دین اسلام از ویژگی‌های پدیده «سازمان» - با مختصات مدرن آن - ذکری به میان نیامده است و ادبیات دینی تنها درباره خصایص جامعه سخن دارد. در نتیجه آنچه به عنوان «ابعاد فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم» در پی می‌آید، بر این پایه است که «سازمان با فرهنگ قرآنی، نوعی از اجتماع مؤمنان است که به اقتضای تفاوت‌های این دو مفهوم، اولویت پاره‌ای ویژگی‌ها در آن تغییر کرده و برخی ویژگی‌های اضافی نیز بر آن بار شده است. لذا لازم است تا به قدر ضرورت، به مسئله تفاوت‌های یک «سازمان رسمی» با «جامعه» توجه شود.

۸. تفاوت‌های «سازمان» و «جامعه»، در ادبیات علم مدیریت ذیل اختلافات نظریه‌پردازان سیستم‌های طبیعی و عقلایی بحث گردیده است. نظریه‌پردازان سیستم طبیعی، بر ویژگی‌های مشترک سازمان با دیگر گروه‌های اجتماعی تأکید می‌کنند و در مقابل، صاحب‌نظران سیستم عقلایی بر تفاوت‌های سازمان با دیگر گروه‌ها متمرکز شده‌اند (اسکات، ۱۳۸۷، ص ۹۱). با وجود چنین دقتی از سوی نظریه‌پردازان سیستم عقلایی، یکی از انتقادهای وارد بر آنها آن است که فرض کردند سازمان «همه» فعالیت‌های افراد عضو را

به خود اختصاص می‌دهد (اسکات، ۱۳۸۷، ص ۴۲). به همین علت باید توجه کرد که تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای میان یک اجتماع (community) به معنای عام آن با اجتماع ویژه‌ای به نام «سازمان» وجود دارد.

بدون پرداختن به دقت‌های صورت‌گرفته در رابطه با تفاوت‌های «جامعه» (society) و «اجتماع» (community) (ر.ک: جوادی آملی، ۱۳۸۷، ص ۲۷)، به‌طور کلی «جامعه» به افرادی گفته می‌شود که به وسیله الگوهای تعاملی، نهادها و ابزارهای کنترل اجتماعی مشترک با هم پیوند خورده و هویت خاصی یافته‌اند (قلی‌پور، ۱۳۸۵، ص ۷). از مهم‌ترین ویژگی‌های متمایزکننده «سازمان» از «جامعه» به بیان پارسونز، «اولویت‌گرایش در دستیابی به یک هدف خاص» است. یعنی سازمان‌ها سیستم‌های اجتماعی هستند که نسبت به دیگر سیستم‌های مشابه، به فرایندهایی که برای هدف‌ها و منابع دستیابی به اهداف تجهیز می‌شوند، اولویت بیشتری قائل‌اند (اسکات، ۱۳۸۷، ص ۱۲۳).

در این میان، توجه به مفهوم «سازمان اجتماعی (غیر رسمی)» به بحث کمک می‌کند. «سازمان اجتماعی» از یک سو به گستردگی کل جامعه نیست و بخشی از آن به شمار می‌آید و از سوی دیگر برخی ویژگی‌های «سازمان رسمی» را نیز ندارد. دو جنبه اصلی این سازمان‌ها عبارت‌اند از:

۱. هسته اصلی این نوع سازمان را ساختار روابط اجتماعی در گروه یا واحدهای اجتماعی بزرگ‌تر که شبکه‌ای از روابط اجتماعی را تشکیل می‌دهد؛
 ۲. اعتقادات و گرایش‌های مشترک که اعضای یک جمع را با هم یکی می‌کند، راهنمای عمل آنهاست و رفتارهای استاندارد را تعیین می‌کند (قلی‌پور، ۱۳۸۵، ص ۲۵).
- قلی‌پور برای جداسازی سازمان رسمی از سازمان اجتماعی (غیر رسمی) سه ویژگی ذکر کرده است:

۱. سازمان رسمی، از قبل طراحی شده و دارای هدف مشخصی است، ولی سازمان اجتماعی از قبل طراحی شده نیست و نسبت به سازمان، هدف واضح و مشخصی ندارد؛
۲. سازمان رسمی بر مبنای «نظم اجباری» شکل می‌گیرد، ولی شکل‌گیری سازمان اجتماعی بر اساس «نظم خودجوش» است؛

۳. روابط در سازمان رسمی بین پست‌های سازمانی تعریف می‌شود، ولی در سازمان اجتماعی روابط بین افراد برقرار است (قلی‌پور، ۱۳۸۵، ص ۲۶).

چنان که پیش از این گفته شد، در نگاه به یک سازمان با فرهنگ قرآنی، با توجه به تفاوت‌های جامعه و سازمان، ابعادی از «فرهنگ جامعه مؤمنین»، پرنگ‌تر و ابعادی از آن

در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرد. در عین حال، به‌رغم آگاهی نسبت به چنین محدودیتی، در این مقاله که عنوان درآمدی بر روش بررسی «ابعاد فرهنگ سازمانی» با نگاهی به قرآن کریم بر خود دارد، این نکته با گستردگی موجود در آن لحاظ نشده است. لذا آنچه به عنوان ابعاد فرهنگ سازمانی از دید قرآن گفته می‌شود، به بارزترین و پایه‌ای‌ترین ویژگی‌های فرهنگ اجتماعی قرآن و اصلی‌ترین ویژگی‌های متناسب با خواص سازمانی این اجتماع، (مانند تلاش در جهت سودآوری، بهره‌وری و...) اشاره دارد.

ابعاد فرهنگ «جامعه قرآنی»

مبنای کار نیز براساس مقدمات و گام‌های پیش‌گفته آن است که ابتدا برجسته‌ترین ابعاد فرهنگی جامعه مؤمنین از منظر دین اسلام ذکر می‌شود. آنگاه بر پایه تفاوت‌های میان سازمان و جامعه - که در بند هشتم بخش پیشین به آنها اشاره شد - به اولویت‌بندی و متناسب‌سازی این ابعاد با توجه به ویژگی‌های یک سازمان می‌پردازیم.

جوادی آملی ده عامل را از عوامل شکوفایی جامعه دینی برمی‌شمارد:

۱. سهم مهم وحی در تعالی جامعه؛ ۲. فرهنگ و معرفت؛ ۳. اتحاد و وحدت؛ ۴. عدالت‌گستری؛ ۵. قانون‌مداری؛ ۶. نقش رهبری در تعالی جامعه؛ ۷. صبر و استقامت؛ ۸. محبت و تألیف قلوب؛ ۹. عزت (نفوذناپذیری)؛ ۱۰. امر به معروف و نهی از منکر (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ص ۳۵۰-۳۷۷).

آنچه در اینجا مدنظر است، تبیین ابعاد فرهنگی جامعه اسلامی است. لذا براساس تعریف پیش‌گفته از فرهنگ، که شامل باورها، ارزش‌ها، هنجارها، مصنوعات و نمادها می‌باشد، ده عامل مطرح‌شده بررسی می‌گردد.

در ابتدا عامل دوم، یعنی «فرهنگ و معرفت» را از ابعاد فرهنگی جامعه حذف می‌کنیم. چرا که اساساً معنای آن مساوی با کل مفهوم ابعاد فرهنگی است و ورود آن چیز جدیدی را اضافه نمی‌کند.

آنچه به عنوان «سهم مهم وحی» بیان شده، در ادبیات «فرهنگ» در حوزه‌های نقش وحی در نظام باورها، ارزش‌ها، اعمال (مصنوعات) و حتی نمادها قابل پیگیری است. اصولاً این بُعد، همان محور اصلی جامعه اسلامی و متمایزکننده آن از دیگر جوامع است. تعبیر ما از این بُعد، همان «ایمان مبتنی بر وحی» - که به اختصار آن را «ایمان» می‌نامیم - خواهد بود.

«عدالت‌گستری» در بعد فرهنگی آن، باور جمعی افراد به ارزش اولیه عدالت و تقدم آن بر دیگر ملاک‌ها، ارزش بودن آن و عمل بر طبق آن بر پایه انگیزه درونی برخاسته از ایمان است. «قانون‌مداری» نیز در یک جامعه دینی برخاسته از تعهد افراد به شریعت (قانون) دین از یک سو و تعهد ایشان به قراردادها و پیمان‌هایی است که در حدود دایره شرع با یکدیگر می‌بندند و خداوند وفای به این پیمان‌ها را بر آنها واجب ساخته است. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ؛ ای مؤمنین! به پیمان‌ها وفا کنید» (مائده، ۳).

«صبر و استقامت» به پایداری در راه رسیدن به اهداف و ناامید نشدن به دلیل وجود مشکلات اطلاق می‌شود و از جایگاه تعریف فرهنگ، این پایداری در حیطة مصنوعات و اعمال قرار می‌گیرد. اگرچه ریشه آن در همان باورهای دینی خواهد بود.

بر پایه آموزه دینی «وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ؛ تمامی عزت و سربلندی و نفوذناپذیری برای خداوند، پیامبر او و مؤمنین است» (منافقون، ۸) و همچنین نفی هرگونه تسلط کفار بر مؤمنان «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا؛ خداوند هرگز راهی را برای سلطه کافرین بر مؤمنین قرار نداده است» (آل‌عمران، ۱۴۱)، جامعه اسلامی با ویژگی «عزت و نفوذناپذیری» مشخص می‌شود. از زاویه بحث فرهنگ، این عزت به صورت یک باور عمومی و هنجار غالب در نهاد جمعی جامعه وجود دارد که در عمل نیز منجر به نفی هرگونه عمل منتهی به ذلت و سرافکنندگی خواهد بود.

«وحدت و اتحاد» نیز در جامعه ایمانی مبتنی بر وحدت دل‌هاست که در ساحت باورها و عقاید اصلی با یکدیگر اختلاف ندارند. این وحدت با چنین پایگاه عمیق اعتقادی، مؤمنین را به یکدیگر پیوسته می‌سازد و براساس ادبیات فرهنگ، این اتحاد، موجب برآورده شدن انتظار اولیه از فرهنگ - «چسب» اجتماع - می‌گردد.

«امر به معروف و نهی از منکر» شاخصه‌ای است که قرآن کریم جامعه مسلمانان را به خاطر آن، جامعه اسلامی را برترین امت‌ها در میان مردم خوانده است: «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ؛ شما بهترین امتی هستید که در میان مردم جهان ظاهر شده است، چرا که امر به معروف و نهی از منکر می‌کنید» (آل‌عمران، ۱۱۰). چنان که در تعریف این دستور دینی آمده، امر به معروف و نهی از منکر از حب و بغض درونی مؤمنین نسبت به کار خیر و عمل منکر آغاز می‌شود و تا مرحله امر و نهی زبانی و عملی به دیگران پیش می‌رود و گاه به اقداماتی نمادین در جهت نشان دادن این بغض، به عاملان به منکر منتهی می‌گردد. چنان که امیرالمؤمنین (ع) می‌فرماید: پیامبر به ما دستور داد

که با عاملان عمل گناه و منکر، با چهره‌های «مُكْفَهَّرَه» (درهم‌گرفته و خشمگین) برخورد نماییم. لذا این بُعد، تمامی حوزه‌های فرهنگ، از باورها تا نمادها را دربر می‌گیرد. ویژگی دیگر از ده ویژگی مطرح شده عبارت است از «محبت و نزدیکی قلب‌ها»ی مؤمنین به یکدیگر. براساس آموزه‌های اسلام، جامعه اسلامی بر پایه مفهوم «ولایت» شکل می‌گیرد. این ولایت در سه جهت جریان دارد: «ولایت منفی»، «ولایت اثباتی عام» و «ولایت اثباتی خاص».

ولایت منفی به معنای نفی علاقه به کفار و مشرکین و همچنین نفی سرپرستی آنها از جامعه اسلامی است. ولایت اثباتی عام - که در اینجا بیشتر به آن اشاره شده - نظر به رابطه محبت عمومی مؤمنین به یکدیگر است و به معنای نزدیکی و علاقه‌مندی مؤمنین به هم و تعهد و مسئولیت آنها نسبت به یکدیگر است و اساساً همین تعهد موجب می‌شود که آنها امر به معروف و نهی از منکر نمایند. ولایت اثباتی خاص نیز ناظر به علاقه و محبت ویژه به اهل بیت پیامبر(ع) و همچنین پذیرش سرپرستی، رهبری و زعامت اجتماعی و سیاسی ایشان دارد (مطهری، ۱۳۷۹، ص ۱۷-۴۰).

بر پایه آنچه درباره ولایت گفته شد، جایگاه «رهبری در تعالی جامعه اسلامی» نیز آشکار می‌گردد. رهبری در جامعه اسلامی هم منصبی رسمی و قانونی تلقی می‌شود و هم میان مؤمنین پیرو و مؤمن رهبر، نوعی رابطه و علاقه ولایی و دینی وجود دارد. بنا بر تقسیم‌بندی وبر، منشأ قدرت رهبر در این جامعه هم از ویژگی «قانون» و هم از ویژگی «کارزما» سود می‌برد (اگرچه که تعبیر کارزما ی وبر با رابطه ولایی مطابقت چندانی ندارد). اگر این عوامل در یک جامعه تثبیت شوند و به صورت رویه‌های پایدار آن جامعه درآیند، می‌توان آنها را به عنوان ابعاد فرهنگی یک جامعه شکوفای دینی مد نظر قرار داد.

ابعاد «فرهنگ سازمانی» با نگاهی به قرآن کریم

چنان که گفته شد، لازم است این ابعاد که در سطح «جامعه» مطرح شده است با در نظر گرفتن ویژگی‌های سازمان و تفاوت‌های آن با جامعه تغییراتی بنماید. این تغییرات را بر مبنای تفاوت‌های ذکرشده جامعه و سازمان پی می‌گیریم. این تفاوت‌ها عبارت بودند از: اولویت هدف، وجود «نظم اجباری» در سازمان در برابر «نظم خودجوش» موجود در سازمان اجتماعی و وجود پست‌ها و سلسله‌مراتب رسمی.

۱. اولین نکته آن است که این مقاله درصدد بیان ویژگی‌های فرهنگی سازمان رسمی است و بنا به تعهد ابتدایی خود به حوزه مفهوم‌شناسی «سازمان از نگاه دینی» نمی‌پردازد.

اما از آنجا که در سازمان با فرهنگ قرآنی، بُعد علاقه‌ها و محبت‌های میان‌فردی مبتنی بر ایمان، بسیار حائز اهمیت است و در بسیاری از موارد به عنوان عامل جنبی انگیزش افراد در کنار انگیزاننده‌های رسمی درمی‌آید و حتی گاهی اوقات این تعهدات درونی جایگزین تعهدات رسمی سازمانی می‌شود، باید گفت که تمایز نظم اجباری و خودجوش، آن هم به‌طور کامل، درباره سازمان‌های با فرهنگ دینی مصداق ندارد. به بیان دیگر، اگرچه نوع مأموریت و اهداف سازمان‌های گوناگون بر میزان رسمیت آنها اثر جدی دارد، اما همواره و در هر نوع سازمانی، اگر ویژگی‌های فرهنگ دینی در آن سرازیر شود، نسبت به موارد مشابه خود شدت «نظم اجباری» در آن کمتر خواهد بود و روابط میان‌فردی عاطفی و ایمانی پررنگ‌تری وجود خواهد داشت.

۲. نکته دوم آن است که در جامعه مدرن، سازمان‌ها به عنوان شناخته‌شده‌ترین مراکز شغل و کار افراد عمل می‌کنند و افراد جامعه اوقات اصلی کاری خود را در آنها می‌گذرانند. به سخن دیگر، در بسیاری اوقات، سازمان در نظر یک فرد، ابتدائاً به عنوان محل کار و شغل وی شناخته می‌شود. به همین خاطر باید مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگی «شغل» و «کار» از نگاه دینی به عنوان ابعاد فرهنگی سازمان لحاظ گردند، در غیر این صورت یکی از ارکان تشکیل‌دهنده سازمان را ندیده‌ایم.

۳. براساس آنچه گفته شد و از آنجا که این مقاله درصدد ورود مقدماتی به بحث فرهنگ سازمانی قرآنی است، به فهرستی از ابعاد فرهنگی مورد نظر قرآن برای سازمان به عنوان یک گروه اشاره می‌کنیم. در این نوشتار، به ابعاد فرهنگ سازمانی، بیشتر از زاویه فرهنگ به عنوان نظام ارزشی سازمانی و نه ابزاری، توجه شده است. البته برخی از این ابعاد، کارکردهای ابزاری نیز دارند. به بیان دقیق‌تر، باید گفت آنچه که در دین به آن اشاره شده و مد نظر قرار گرفته است، قطعاً جنبه هدفی و ارزشی را در خود دارد. مثلاً زمانی که در آموزه‌های دینی به «نشاط در کار» اشاره می‌شود، به این معنی است که از نظر دین، باید نشاط به عنوان یک خواست و پیش‌فرض لحاظ شود و ابزارهای مدیریتی - چه ابزارهای فرهنگی و چه غیر فرهنگی - باید براساس لحاظ نمودن نشاط در کار، طراحی شوند. البته غالب این عوامل دینی، در درون خود، اثرات و کارکردهای ابزاری نیز دارند و هر یک به نحوی در تسهیل دستیابی به اهداف کمک می‌کنند، مانند نشاط کاری که در عین ارزش بودن، کمک شایانی به دستیابی آسان‌تر به اهداف سازمانی می‌نماید.

۴. نکته دیگر آن است که برخلاف بسیاری از مکاتب اخلاقی که در آنها تنها دو حالت «ارزش داشتن» و «ارزش نداشتن» مطرح است، ابعاد مورد نظر دین، دارای اولویت هستند

و براساس نظام ارزشی آن اولویت‌بندی می‌شوند (مصباح یزدی، ۱۳۸۵، ص ۱۵۳). لذا در صورت تزاخم برخی از آنها با برخی دیگر، ابعاد دارای اولویت بیشتر، مقدم می‌شوند. در اینجا سعی شده به ابعاد مهم فرهنگ سازمانی از منظر دین و موارد متمایزکننده فرهنگ از نگاه قرآن با فرهنگ از نگاه غیر آن اشاره شود.

با توجه به این نکات و مقدمات پیشین و با تعدیل ویژگی‌های جامعه دینی به سازمان دینی، به بیان مهم‌ترین ابعاد فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم می‌پردازیم:

۱. ایمان و تقوا: براساس کارکردهای مورد انتظار از فرهنگ، این پدیده نقش انسجام‌بخشی به سازمان و به تعبیر رایبیز، نوعی «چسب» به حساب می‌آید (رایبیز، ۱۳۸۵، ص ۱۰۶۸). از نگاه قرآنی، جوامع انسانی از قدیم‌ترین روزگار حیات خویش، ملت واحد بوده است، ولی کم‌کم اختلاف و مشاجره بینشان پیش آمد و خداوند انبیا را برانگیخت تا بشر را از پراکندگی و اختلاف نجات بخشند. براساس آیه سیزدهم سوره مبارکه «شوری»، مرگ پراکندگی و اختلاف و زنده شدن وحدت و یگانگی - که از انتظارات از فرهنگ به شمار می‌آید - جز در پرتو قدرت دین و ایمان میسر نیست (طباطبایی، ج ۷، ص ۱۵۷).

همچنین براساس قرآن کریم، تقوا - به عنوان نتیجه عملی ایمان به خدا و معاد موجب بصیرتی در انسان متقی می‌شود که قدرت تشخیص حق و باطل و درست و نادرست را به او می‌دهد: «إِن تَتَّقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا؛ اگر از (مخالفت فرمان) خدا بپرهیزید، برای شما وسیله‌ای جهت جدا ساختن حق از باطل قرار می‌دهد (روشن‌بینی خاصی که در پرتو آن حق را از باطل خواهید شناخت)» (انفال، ۲۹).

همچنین از دیگر کارکردهای تقوا به بیان قرآن، ایجاد نیرویی در برابر مشکلات و گشودن مخرجی در برابر تنگناهاست: «وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا * وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ: هر کس تقوای الهی پیشه کند، خداوند راه نجاتی برای او فراهم می‌کند و او را از جایی که گمان ندارد، روزی می‌دهد» (طلاق، ۲ و ۳).

۲. عدالت: چنان که پیش‌تر اشاره شد، از آنجا که در هدف آفرینش، از جمله مهم‌ترین اهداف میانی، برقراری عدالت اجتماعی از سوی مردم است (جوادی آملی، ۱۳۸۱، ص ۱۶)، عدالت به عنوان باور مشترک در میان اعضای سازمان وجود دارد و ارزش و هنجار اصلی سازمانی به شمار می‌آید.

درواقع در سازمانی با فرهنگ قرآنی، علاوه بر حساسیت طبیعی انسان‌ها نسبت به بی‌عدالتی در مورد خودشان - که به‌خوبی در تئوری «برابری» تبیین شده است - افراد به

عدالت به عنوان ارزشی ذاتی می‌نگرند. به این ترتیب، افراد در این سازمان حتی با وجود بی‌عدالتی که نتیجه آن به سودشان باشد نیز، در برابر آن موضع می‌گیرند و آن را نفی می‌کنند.

۳. **محبت و ولایت:** از آنجا که سازمان قرآنی براساس منطق اسلام، نوعی از جامعه مؤمنین به شمار می‌آید، رابطه محبت و دوستی در میان اعضای آن از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است. بنا به نظر قرآن، محور اصلی ارتباط در میان مؤمنان، ولایت و دوستی است: «مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ؛ محمد(ص) فرستاده خداست و کسانی که با او هستند در برابر کفار سرسخت و در میان خود مهربان‌اند» (فتح، ۲۹).

۴. **وحدت و اتحاد:** اتحاد و وحدت برآمده از ایمان، از ویژگی‌های مشترک میان جامعه و سازمان قرآنی است. هر قدر هم سازمان، رسمی باشد، نباید این رسمیت، عامل اصلی وحدت میان افراد سازمان بشود، بلکه محور اصلی همان ایمان مشترک خواهد بود: «وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا؛ همگی به ریسمان الهی چنگ زنید و متفرق نشوید» (آل عمران، ۱۰۳).

۵. **خدمت‌محوری:** در جنبه اجتماعی دین اسلام، آنچه به فعالیت اجتماعی ارزش می‌بخشد، خدمت به مردم به ویژه مؤمنین برای رضای خداوند است. لذا مؤمنانی که برای امرار معاش گرد هم آمده و در سازمانی فعالیت می‌کنند، حتماً در کنار این هدف، هدف خدمت به جامعه را نیز مد نظر قرار می‌دهند. البته این امری حداقلی است و در سطوح بالاتر ایمان، خدمت و رفع مشکلات مؤمنین در رتبه‌ای بالاتر از کسب درآمد قرار می‌گیرد.

۶. **وفای به عهد:** در ابعاد فرهنگ جامعه قرآنی، به قانون‌گرایی اشاره گردید. در سازمان قرآنی، از آنجا که قوانین وضع شده غالباً از نوع قوانین شرعی نیستند، این ویژگی به صورت تعهد و وفای به عهدها و قراردادهای ظاهر می‌شود: «لا دین لمن لا عهد له؛ کسی که عهد ندارد دین ندارد»؛ «أَوْفُوا بِالْعُقُودِ؛ به پیمان‌ها عمل کنید» (مائده، ۱).

۷. **ایشان:** در سطحی بالاتر از برقراری عدالت، در سازمان قرآنی، افراد در برخی موارد دیگران را بر خود ترجیح می‌دهند. در عدالت، بحث رساندن حق هر کسی به او است، اما در ایشانگری بحث گذشتن از حق خود مطرح است. «وَيُؤْتُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ؛ (انصار)، آنها (مهاجرین) را بر خود مقدم می‌دارند هرچند خودشان بسیار نیازمند باشند» (حشر، ۹).

۸. **وجدان کاری:** همان‌طور که اشاره شد، سازمان محل شغل و کار است و آموزه‌های دینی درباره کار در آن باید لحاظ شود. از جمله این آموزه‌ها «وجدان کاری» است. براساس حدیث پیامبر اکرم(ص) که فرمود: «إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يَتَّقَهُ؛ خداوند متعال دوست می‌دارد هنگامی که یکی از شما مسلمانان کاری را انجام می‌دهد، با

دقت و اتقان لازم، محصول کارش را ارائه دهد» (میزان الحکمه، ج ۷، ص ۲۹؛ به نقل از: الوانی و دیگران، ۱۳۸۴، ص ۳۳۳)، در کنار آموزه خودکنترلی و خودنظارتی، کارکنان سازمان قرآنی، با وجدان کاری رفتار می‌نمایند.

۹. **تعاون به خیر:** براساس آیه «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى؛ در راه نیکی و پرهیزگاری با هم همکاری کنید» (مائده، ۲)، عنصر یاری به یکدیگر در سازمان قرآنی جایگاه ویژه‌ای دارد و اعمال اجتماعی و کار و تلاش مؤمنین بر پایه همکاری و تعاون به خیر قرار دارد.

۱۰. **تعظیم شعائر دینی:** از جمله ارکان تعریف فرهنگ، «مصنوعات»، اعم از مصنوعات رفتاری، کلامی و فیزیکی است. در یک سازمان مبتنی بر نگاه قرآن، بنا به جایگاه احکام اسلامی و همچنین نقش بی‌بدیل پاسداشت نشانه‌های دینی و جایگاه آنها در تثبیت و گسترش باورهای مشترک در میان افراد سازمان، «تعظیم شعائر دینی» جزء جدا ناشدنی در فرهنگ این سازمان ایفا می‌کند. «وَمَنْ يُعْظَمْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ؛ هر کس نشانه‌های الهی را بزرگ شمارد، (با تقواست و) بی‌تردید این (بزرگداشت شعائر) نشأت گرفته از تقوای موجود در قلب‌هاست» (حج، ۳۲). از جمله این شعائر می‌توان به پایبندی به واجبات دینی، امر به معروف و نهی از منکر، تلاش در جهت اقامه برخی مستحبات جمعی، مانند نماز جماعت و بزرگداشت مناسبت‌های دینی اشاره کرد (زارعی متین، ۱۳۷۴).

نتیجه‌گیری

به‌کارگیری مفاهیم و ارزش‌های موجود در اسلام برای غنی‌سازی دانش بشری، به‌ویژه در حوزه «مدیریت»، نیازمند شناخت روش پژوهش درباره آن است. هدف اول این مقاله، حرکت در جهت تبیین چگونگی این برداشت و استفاده در محدوده بحث «فرهنگ سازمانی» بود و هدف دوم آن نیز به‌کارگیری مقدماتی آن، درباره «شناسایی ابعاد فرهنگ سازمانی با نگاهی به قرآن کریم» بوده است. آنچه پس از این نیازمند تحقیقات بیشتر است، عبارت است از:

۱. نقد و تکمیل الگوی پیشنهادی «روش تحقیق» در این حوزه؛
۲. گسترده‌سازی پژوهش در حیطه‌های پارادایم‌های دیگر به جز پارادایم مسلط اثبات‌گرایی مدرن؛
۳. بحث و بررسی درباره ارتقای این تحقیق در سطوح بالاتر فرهنگ سازمانی و اکتفا نکردن به بررسی ابعاد؛
۴. تحقیقات عمیق‌تر میدانی درباره «ابعاد فرهنگ» سازمان‌های مبتنی بر فرهنگ قرآنی.

منابع

- قرآن کریم.
- آقایروز، علی و دیگران (۱۳۸۴)، مدیریت در اسلام، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- اسکات، ریچارد (۱۳۸۷)، سازمان‌ها، سیستم‌های عقلایی، طبیعی و باز، ترجمه حسن میرزایی اهرنجانی، تهران: سمت.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۵)، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- شفیعی، عباس و دیگران (۱۳۸۴)، مدیریت در اسلام، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۵)، رفتار سازمانی، مفاهیم، نظریه‌ها، کاربردها، ج ۳، ترجمه پارساییان و اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رضاییان، علی (۱۳۸۵)، مبانی سازمان و مدیریت، تهران: سمت.
- زارعی‌متین، علی (۱۳۷۴)، تبیین الگوی فرهنگ سازمانی براساس ارزش‌های اسلامی در محیط کار و تأثیر آن بر رضایت شغلی (پایان‌نامه دکتری)، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۸)، تفسیر موضوعی قرآن کریم، ج ۱۷: جامعه در قرآن، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، شکوفایی عقل در پرتو نهضت حسینی، قم: اسراء.
- دنهارت، رابرت بی. (۱۳۸۲) تئوری‌های سازمان‌های دولتی، ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، تهران: صفار.
- قلی‌پور، آریین (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها: رویکرد جامعه‌شناختی به مدیریت، تهران: سمت.
- طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۴۱۷)، المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۷، ترجمه محمدرضا صالحی کرمانی، قم: دارالعلم.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۸۵)، پیش‌نیازهای مدیریت اسلامی، قم: مرکز انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۹)، ولاءها و ولایت‌ها، قم: صدرا.
- میرزایی اهرنجانی، حسن (۱۳۸۶)، مبانی فلسفی تئوری سازمان، تهران: سمت.
- هچ، ماری جو (۱۳۸۵)، تئوری سازمان، مدرن، پست‌مدرن و نمادین، مترجم حسن دانایی‌فرد، تهران: افکار.