

Designing a Comprehensive Model to Strengthen Organizational Culture Based on the Moral Virtues of Islam

Mahta Joodzadeh*, Afsaneh Namvar**, NoorMohammad Yaqubi***

Abstract

Islamic society, like any other society, needs its own culture. Organizational culture in society is intertwined with ethics, behavior, and values, and these values influence organizational culture. The culture of the society is connected with human and religious values and its moral principles and pays attention to the divine ideals. The purpose of this article is to design a comprehensive model to strengthen the organizational culture based on the moral values of Islam. The present study is qualitative in terms of purpose and qualitative content analysis has been used to analyze the data. The results showed that according to Islamic verses, hadiths and hadiths, there are six main dimensions to organizational culture based on moral values based on Islam: commitment at work, work ethic, welfare and comfort, populism at work, work motivation and Continuous improvement that these dimensions include 17 components.

Keywords

culture, organization, values, ethics, moral values.



* Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, Institute of Higher Education Of Jahad Daneshgahi, Ahvaz.

mahta_joodzadeh@yahoo.com

** Master of Management, Faculty of Economics and Management, Sistan and Baluchestan University, Zahedan.

afsaneh.namvar1990@yahoo.com

*** Professor of Department of Management, Faculty of Economics and Management, Sistan and Baluchestan University, Zahedan.

yaghoobi@hmoon.usb.ac.ir

طراحی الگوی جامع برای تقویت فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی اسلام مهتا جودزاده،* افسانه نامور،** نورمحمد یعقوبی***

چکیده

جامعه اسلامی نیز مانند هر جامعه دیگری به فرهنگ خاص خود نیاز دارد. فرهنگ سازمانی در جامعه با اخلاق، رفتار و ارزش‌ها آمیخته است و این ارزش‌ها فرهنگ سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. فرهنگ هر جامعه با ارزش‌های انسانی و دینی و مبانی اخلاقی آن جامعه پیوستگی دارد و آرمان‌های الهی را مورد توجه قرار می‌دهد. هدف مقاله حاضر، طراحی الگوی جامع برای تقویت فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی اسلام است. این تحقیق، از جنبه هدف، کیفی است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که طبق آیات و روایات و احادیث اسلامی، شش بعد اصلی برای فرهنگ سازمانی بر مبنای ارزش‌های اخلاقی مبتنی بر اسلام وجود دارد که عبارت‌اند از: تعهد در کار، اخلاق کار، رفاه و آسایش، مردم‌گرایی در کار، انگیزه کاری و بهبود مستمر. این ابعاد خود شامل هفده مؤلفه‌اند.

* استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان، اهواز، ایران.
mahta_joodzadeh@yahoo.com

** کارشناس ارشد رشته مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
afsaneh.namvar1990@yahoo.com

*** استاد گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
yaghoobi@hamoon.usb.ac.ir



کلیدواژه‌ها

فرهنگ، سازمان، ارزش، اخلاق، ارزش‌های اخلاقی.

مقدمه

فرهنگ اسلامی و انسانی از دیرباز در بین دیگر فرهنگ‌ها جلوه‌ای خاص و شکوهمند داشته است. تعامل فرهنگ و اخلاق، موجب خلق زیبایی‌های ارزشمندی شده است. شاخص‌های این فرهنگ را می‌توان در منابع اصیل آن جستجو کرد (رشیدپور و نادری‌نیا، ۱۳۸۹).

اگر فرهنگ را شیوه زندگی برخاسته از اندیشه (عقل نظری) و نظام ارزشی (عقل عملی) بدانیم، آنگاه می‌توانیم فرهنگ اخلاقی را این‌گونه تعریف کنیم: «شیوه زندگی برخاسته از اندیشه انسانی و نظام ارزشی اخلاق». فرد متعلق به فرهنگ اخلاقی کسی خواهد بود که از اندیشه‌ای ناب برخوردار باشد، باید و نبایدهای زندگی‌اش را در شئون فردی و اجتماعی به قرآن و سنت پیامبر اسلام ﷺ و ائمه معصوم مستند کند و در زندگی از سیره نبوی ﷺ و علوی عَلَوِي و روش زیستن عترت عَلَوِي الگو بگیرد (همان).

به سازمانی که هدف آن، اخلاق باشد و ارکان آن را نیروهای مؤمن و متعهد تشکیل بدهند و در آن، ارزش‌ها در اولویت باشند، «سازمان اخلاقی» گویند؛ سازمانی که می‌تواند از طریق ارائه الگویی توأمان از علم و دین، دمیدن روحیه تعهد و الزام اجتماعی در میان کارکنان برای بهره‌مندی از معرفت و افزایش مسئولیت‌پذیری در ارتقای ارزش‌های انسانی و فرهنگ اخلاقی آنان تأثیر داشته باشد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). فرهنگ اخلاقی می‌تواند فعالیت‌های مدیران و مهم‌ترین وظیفه آنان یعنی تصمیم‌گیری در سازمان را نیز تحت تأثیر قرار دهد (حسین‌پور محمدآبای و نادری، ۱۳۹۵).

در عصر رقابت و تغییر، بهره‌گیری از نیروی انسانی متعهد و کارآمد برای هر سازمان، یک مزیت رقابتی منحصر به فرد محسوب می‌شود. از سوی دیگر، مشکلات



ناشی از روابط افراد در سازمان همواره تهدیدی است برای عملکرد و فعالیت‌های کاری سازمان. در این شرایط، مفاهیمی چون فرهنگ به‌منزله یکی از مؤلفه‌های اصلی و کلان سازمان، تأثیر مستقیمی بر ارتقای فعالیت‌های سازمان دارد. در کنار آن، فرهنگ غنی اسلام با مفاهیم ناب خود، سهم بسزایی در شکل‌گیری و پالایش رفتارهای افراد دارد (رضایی و سبزی کاران، ۱۳۹۱).

در حال حاضر، در کشور ما متولیان فرهنگی متفاوت و بسیاری وجود دارند که هدف اصلی همه آن‌ها تعمیق و گسترش فرهنگ اخلاقی است؛ برای نمونه، می‌توان به مراکز زیر اشاره کرد: شورای انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، بسیج و پایگاه‌های مقاومت مساجد، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها. همچنین، از مراکز فرهنگی دانشگاه‌ها می‌توان به کانون‌های قرآنی و هیأت دانشجویی و گروه‌های معارف اسلامی نام برد (دارایی و اسماعیلی، ۱۳۸۸). وقتی از فرهنگ اسلامی-ایرانی صحبت می‌کنیم، منظورمان آن نظام فرهنگی است که عناصر دیگر را نیز پوشش می‌دهد و در خود می‌گنجانند؛ زیرا ملاک خودی‌بودن در این فرهنگ، انطباق‌پذیری آن با ارزش‌های توحیدی و انسانی یا حداقل عدم مابینت با آن است. سرشت ایرانیان به گونه‌ای است که ملاک پذیرش عناصر جدید نزد آن‌ها، حق و باطل و سنخیت امر با فطرت انسانی است، نه خودی یا بیگانه‌بودن آن. درست به همین دلیل بود که اسلام در این دیار پذیرفته شد و عنصری بیگانه به شمار نیامد (فیاض، ۱۳۹۰). بنابراین، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ این سؤال اساسی است که الگوی لازم برای تقویت فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی اسلام باید چگونه باشد؟

۱- فرهنگ

فرهنگ، الگویی از مفروضات مشترک است؛ به طوری که آن الگو مشکلات انطباق‌پذیری خارجی و هماهنگی داخلی گروه را رفع می‌کند و به سبب



عملکرد و تأثیر مثبتش معتبر دانسته می‌شود و از این رو، به مثابه روش صحیح ادراک، تفکر و احساس درباره آن مشکلات گروه به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (شاین، ۱۳۸۳). به اعتقاد هافستد، فرهنگ، برنامه‌ریزی ذهنی است که به جداسازی اعضای یک گروه یا یک جامعه از دیگران می‌انجامد و بی‌واسطه‌ترین مأخذ تأثیرگذار بر فرهنگ سازمانی، کارکنان و افراد درون سازمان می‌باشند (هافستد، ۱۳۸۷).

فرهنگ سازمانی یعنی مجموعه‌هایی از ارزش‌ها، نمادها، شعائر و الگوهای رفتاری که علاوه بر تعیین رفتار کارکنان، نقش بسزایی در شکل‌دهی هویت سازمان دارند. اجماع عمومی بر این مسئله وجود دارد که فرهنگ سازمانی، نوعی فلسفه مدیریتی است و روشی برای مدیریت سازمان‌ها به منظور ارتقای عملکرد و اثربخشی کلی آن‌ها ایجاد می‌کند.

همچنین در محیط رقابتی معاصر، فرهنگ سازمانی، ابزاری قوی برای سنجیدن کارکردهای سازمان به شمار می‌رود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی می‌تواند بر نگرش‌ها، احساسات، تعاملات و عملکرد اعضای سازمان و همچنین، بر دامنه وسیعی از مسائل فردی و سازمانی مانند تعهد سازمانی، وفاداری و رضایت شغلی تأثیر بگذارد (راشدی و همکاران، ۱۳۹۱).

۲- ارزش‌های اخلاقی

ارزش‌ها غالباً به ایده‌هایی اطلاق می‌شوند که انسان‌ها درباره خوب و بد، مطلوب و نامطلوب دارند. در فرهنگ فلسفی «الانند»، چهار مفهوم برای ارزش ارائه شده است: اول، ارزش به‌منزله چیزی که فرد یا گروهی به آن علاقه دارند؛ دوم، چیزی که کم‌وبیش در میان عده‌ای مورد توجه و محترم است؛ سوم، وقتی که فرد یا گروهی در رسیدن به هدف خود، ارضا می‌شوند و چهارم، از جنبه اقتصادی که ارزش کالا و عمل مطرح است. در این تعریف، مفهوم اول به درجه تعلق ارزشی، مفهوم دوم به



ارزش ذاتی، مفهوم سوم به ارزش کارکردی و مفهوم چهارم به ارزش مبادله‌ای ناظر است (محسنی، ۱۳۷۴).

وقتی ارزش‌های اخلاقی در ارتباط با سازمان و مدیریت مطرح می‌شوند، منظور این است که اسلام ارزش‌هایی را ارائه کرده که باید آن‌ها را پذیرفت و به کار بست. این ارزش‌ها - چه ما آن‌ها را بخواهیم و چه نخواهیم - معتبرند و چنین ارزش‌هایی - چه بدانیم و چه ندانیم - وجود دارند (مصباح یزدی، ۱۳۷۵).

۳- فرهنگ اخلاق‌گرایانه

فرهنگ اخلاق‌گرایانه، مجموعه‌ای از اعتقادات و اصول، آداب و رسوم، اخلاق و ارزش‌ها و قوانینی است که از ذات خداوند سرچشمه گرفته‌اند (کارگروه تدوین شاخص‌های فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۹). وجه تمایز این تعریف با تعاریف دیگر این است که عناصر فرهنگ اخلاقی از ذات پاک خداوند نشأت می‌گیرند. هدف در فرهنگ اخلاقی، رشد و شکوفایی جامعه بشری و رسیدن آن به کمال است. برای رسیدن به این هدف، ابتدا باید هر کس به اصلاح خود پردازد. بر این اساس، فرهنگ اخلاق‌گرایانه با توجه به موضوع تقویت رفتارهای مفید کارکنان، به عنوان عامل مهم در افزایش بهره‌وری، راه رسیدن به این هدف و نیز تعالی روحی را تزکیه نفس می‌داند. به طوری که هدف از فرستادن پیامبران نیز همین معرفی شده است (رضایی و سبزی کاران، ۱۳۹۱).

همچنین، می‌توان گفت فرهنگ اخلاق‌گرایانه اسلام (Islamic culture) «مجموعه عقاید، باورها، ارزش‌ها، آداب و رسوم، الگوها و شیوه‌های عمل متخذ از قرآن کریم و سنت معصومین علیهم‌السلام» است. حال، فرهنگ هر یک از افراد و جوامعی که دین رسمی آنان اسلام است، در صورتی اسلامی قلمداد می‌شود که بر تمامی روابط چهارگانه ایشان با خدا، خود، طبیعت و جامعه حاکم باشد. از سوی دیگر، اگر فرهنگ به «دستاوردهای بشر و میراث اجتماعی او» اطلاق شود، معنی فرهنگ



اخلاق گرایانه چنین می‌شود: «مجموع آثار مثبت مادی و غیرمادی جوامع اسلامی که افراد، آن عقاید، باورها، ارزش‌ها، آداب و رسوم، الگوها و شیوه‌های عمل خود را از قرآن کریم و سنت معصومین علیهم‌السلام اخذ کنند و در پیروی از آن هیچ‌گونه کوتاهی عمدی روا ندارند» (عسکری وزیری و همکاران، ۱۳۹۱).

۳-۱- ابعاد فرهنگ اخلاق گرایانه

- ابعاد اعتقادی: شامل اعتقادهای مربوط به اصول و فروع دین؛
- ابعاد رفتاری: شامل التزام به فروع دین، شرکت در مناسک، شعائر دینی و رعایت احکام شرعی؛
- ابعاد سیاسی: شامل اعتقاد به کفایت دین در اداره امور اجتماعی، احساس غرور و رضایت از مسلمان بودن، حمایت از مسلمانان و مظلومان جهان؛
- ابعاد فرهنگی: شامل احساس تعلق به میراث فرهنگ اسلامی، تعلق خاطر به نمادهای اسلامی، احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی اسلامی؛
- ابعاد تاریخی: آگاهی از حوادث و شخصیت‌های تاریخی اسلام به‌ویژه سیره پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و اهل بیت علیهم‌السلام، داشتن احساسات مثبت و منفی در قبال وقایع مختلف تاریخ اسلام (رضایی و سبزی کاران، ۱۳۹۱).

۳-۲- انواع و ملاک ارزش‌ها در نظام ارزشی اخلاق اسلامی

ارزش‌ها در اسلام یا مربوط به فرد و زندگی و ارزش‌های بندگی است یا مربوط به ارزش‌های زیستی و زندگی جمعی. در زندگی اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی دارای دو مبنا هستند: مبنای اول، بینش‌ها و مبنای دوم، گرایش‌ها. هر ارزشی بر دو پایه بینش و گرایش استوار است. از انضمام این دو، ارزش به وجود می‌آید. ارزش، واسطه‌ای بین بینش و گرایش یا کنش انسان است. ارزش موجب می‌شود انسان هنگام عمل، چیزی را برگزیند. آنچه نوع کنش فرد را می‌سازد و به فعل او جهت



می‌دهد، ارزش‌هایی است که آن‌ها را پذیرفته است. ارزش‌ها از جنبه‌های متعدد دیگری نیز تقسیم‌بندی می‌شوند؛ مثلاً از نظر ذاتی و غیره، اخلاقی و فلسفی، جوهری (اساسی) و کارکردی (ابزاری)، معنا و مفهوم و نهایتاً در سازمان و مدیریت سلسله‌مراتب سازمانی، تقسیم می‌شوند (توکلی، ۱۳۹۱).

۳-۳- اصول و پایه‌های اساسی فرهنگ اخلاق‌گرایانه اسلامی

- نخستین شالوده فرهنگ اسلامی «خداشناسی» است:

با این امتیاز در میان تمام ذرات جهان هستی، ارتباطی محکم و ناگسستنی قائل است و فرد و اجتماع را با پروردگار عالم مربوط و متصل می‌سازد. فرهنگ اسلامی با این خصوصیات ممتاز و بی‌نظیری که دارد، غذای مطبوع و گوارایی برای همه ادراکات و افکار انسانی است. فرهنگی است که بر اساس ایمان به خدای یگانه (خدایی که با هیچ‌یک از افراد و موجودات جهان انتساب، قرابت و دوستی خاصی ندارد) استوار است و تمام جهان را با همه خصوصیات و پدیده‌هایش بنده مطیع قانون «علت و معلول» و «مشیت پروردگار» می‌داند؛ مشیتی که همه موجودات را زیر بال رحمت خود گرفته و هیچ‌گاه مانع ارتباط اسباب با مسببات و تأثیر علت در معلول نیست. بی‌دلیل نیست که در حدیث آمده است مشیت پروردگار بر این تعلق گرفته است که امور جهان از راه اسباب و علل جریان داشته باشد. قرآن مجید می‌فرماید: «خداوند زندگی هیچ گروهی را تغییر نمی‌دهد، مگر اینکه خود آن‌ها وضعیت خود را تغییر دهند».

- ابدیت فرهنگ اسلامی:

بی‌تردید هنگامی که کشش فرهنگ اسلامی تا مرحله جهان‌آفرینش و ارتباط آن با پروردگار وسعت داشته باشد، دامنه آن به ابدیت منتهی خواهد شد. با این وصف، فرهنگ اسلامی فرهنگی است باثبات و جاویدان و طوفان‌های حوادث آن را



نمی‌لرزاند و هیچ‌گاه دستخوش تغییر و تحول نخواهد شد. امتیاز ثبات و ابدیت فرهنگ اسلامی بر جمیع جوانب مذهب - عقاید و احکام و اخلاق - پرتو افکنده و در تحقق اهداف رسالت جهانی پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله نقش اساسی دارد تا جایی که سبب اطمینان قلب، آرامش روح، تقویت اراده و ارضای عواطف نامحدود انسان می‌گردد، او را به پیروزی و موفقیت تشویق می‌کند (اعم از اینکه به هدف برسد یا اینکه پیش از موفقیت مرگش فرارسد، خواه راه صواب را پیماید و خواه گاهی اشتباه کرده، در راه خطا گام بردارد) و او را در راه تحصیل پیروزی و موفقیت به کوشش وامی‌دارد (چه در این راه مشهور گردد، چه در گمنامی بماند). البته این مطلب اساسی را هم نباید از نظر دور داشت که فرهنگ الهی و جاویدان اسلام با اینکه دارای امتیاز ابدیت است، مانع آزادی فکر و اجتهاد نیست؛ زیرا همان طور که یادآور شدیم به قدری پهناور است که سیر در ملکوت آسمان‌ها و غور در اعماق زمین را در بر گرفته و بر اساس نوامیس لایتغیر جهان استوار است.

- فرهنگ سازنده و پویا.

- وحدت و یکپارچگی فرهنگ اسلامی:

این ویژگی که از امتیازات مهم فرهنگ اسلامی است به این معنی است که کوشش‌های فرهنگی در هر زمینه‌ای تحقق پذیرد باید با دیگر کوشش‌ها هماهنگ باشد تا آنجا که در گوش انسان، آهنگ جهان هستی را بنوازد؛ آهنگی که با تسبیح تمام موجودات عالم همراه و هم‌نواست.

- فرهنگ جامعه‌الاطراف:

چنین فرهنگی در تمام قسمت‌ها دارای مبنای قانونی است و از یک جا و یک طرز فکر سرچشمه می‌گیرد. به‌طور طبیعی همه جوانب آن با یکدیگر هماهنگ است و نمی‌تواند همه‌جانبه نباشد و قدرت ترکیب و تألیف نداشته باشد (صدر، ۱۳۷۹).



۳-۴- تمایز فرهنگ اخلاق‌گرایانه اسلامی با فرهنگ‌های دیگر

نخستین تفاوت فرهنگ اسلامی با فرهنگ‌های دیگر این است که اسلام، دین توحید است و فرهنگ آن نمودار اصل وحدت می‌باشد. توحید را می‌توان در تمام مظاهر فرهنگ و تمدن اسلامی، فضای مسجد و خانه تا وحدت علوم مختلف مشاهده کرد (میزگرد فرهنگ و تمدن اسلامی، ۱۳۷۲). توحید در فرهنگ اسلامی، جلوه‌ای مخصوص دارد و آن جمع بین عقیده، قانون و اخلاق در کلیتی کامل و برقراری ارتباط میان آن‌هاست؛ به گونه‌ای که نمی‌توان این مفاهیم سه‌گانه را تجزیه کرد. به همین سبب، اسلام عقیده را به منزله عبادت، شریعت را به منزله قانون و اخلاق را به منزله چارچوبی که همه ارزش‌ها را در خود دارد، از یکدیگر جدا نکرده است (انورچندی، ۱۳۷۱).

ممیزه دیگر اسلام وجود «معرفت» در فرهنگ اسلامی است. اگر ما اسلام را با مسیحیت و یهودیت مقایسه کنیم، درمی‌یابیم آن تکیه و تأکیدی که در اسلام بر معرفت، تفکر و شناخت وجود دارد در مسیحیت، یهودیت و سایر ادیان نیست. این مفهوم، تأثیر خود را بر فرهنگ و تمدن اسلامی نیز گذاشته است. اگر می‌بینیم که اسلام این اندازه در بهره‌مندی از دستاوردهای دیگران موفق بوده و با گشاده‌روی و سخاوت با دیگران رفتار کرده، ناشی از معرفت بوده است (میزگرد فرهنگ و تمدن اسلامی، ۱۳۷۲). ممیزه دیگر فرهنگ اسلامی این است که اسلام دین «اعتدال» است؛ یعنی دینی است به دور از هرگونه افراط و تفریط و هر چیزی در آن جای شایسته و مناسب خود را دارد. بنابراین، فرهنگ و تمدن اسلامی نشان‌دهنده نظم و اعتدال نظام خلقت است که در آن هر ذره‌ای جایگاهی خاص دارد (همان).

«اجتماعی و سیاسی بودن»، خصوصیت دیگر فرهنگ و تمدن اسلامی است. یکی از اسرار گسترش اسلام در سراسر جهان نیز همین ویژگی بوده است. مسلمانان با تکیه بر این خصوصیت، بر تأسیس حکومت همت کرده و برای زندگی اجتماعی



احکام و برنامه داشته‌اند؛ یعنی مسلمان معتقد است بدون تأسیس حکومتی که اسلام را از نظر اجتماعی مستقر و محقق کند، نمی‌تواند به آرمان عالی توحیدی نزدیک شود (عیوضی، ۱۳۸۶).

امتیاز دیگر اسلام «جهان‌برادری و کامل کردن اخلاق» است و این برادری جهانی را بر اساس قانون اخلاقی فراگیر و واحدی استوار ساخته است (انورچندی، ۱۳۷۱). محققان و مورخان تمدن و فرهنگ اسلامی نوشته‌اند که یکی از عوامل پیشرفت سریع اسلام، رعایت اصول اخلاقی و رفتار انسانی و عادلانه مسلمانان بوده است (میزگرد فرهنگ و تمدن اسلامی، ۱۳۷۲).

۳-۵- عوامل مؤثر بر تقویت فرهنگ اخلاق‌گرایانه اسلامی

۳-۵-۱- عهد سازمانی

تعهد کاری یعنی احساس مسئولیت و علاقه به انجام کار با تمایل عاطفی مثبت برای احترام به حقوق دیگران؛ برای مثال، اگر کارمندی حاضر باشد بخشی از کارهای اداره را در منزل انجام دهد تا مشکلات مراجعان زودتر رفع شود، دارای تعهد کاری است (علمی و همکاران، ۱۳۸۶).

منظور از تعهد سازمانی این است که فرد، سازمان را معرف خود بداند (رایبیز، ۱۳۸۴). ریچرز، یکی از اولین محققان دربارهٔ کانون تعهد، اعتقاد دارد که مفاهیم عمومی تعهد سازمانی زمانی بهتر درک می‌شوند که آن‌ها را مجموعه‌ای از تعهدات در نظر گرفت.

بر این اساس، کارکنان می‌توانند تعهدات مختلفی را به‌منزله اهداف و ارزش‌های گروه‌های گوناگون در درون سازمان تجربه کنند. بنابراین، در درون سازمان تنها درک تعهد سازمانی مهم نیست، بلکه توجه به کانون‌های تعهد نیز الزامی است. ریچرز، کانون‌های تعهد کارکنان را شامل تعهد به مدیریت عالی، سرپرستان، گروه کار، همکاران، مشتریان و در نهایت، تعهد به خود می‌داند. او معتقد است کارکنان



می‌توانند به این کانون‌ها، با توجه به درجه انطباق اهداف و ارزش‌هایشان با آن‌ها، به‌طور متفاوتی متعهد شوند (shiuan et al, 2003).

۳-۵-۱- مؤلفه‌های تعهد کاری

- وجدان کاری:

وجدان کاری مبتنی بر خودآگاهی و اختیار است که در فرهنگ کاری، به‌نوعی باعث خودنظارتی و بهبود رفتار در سازمان می‌شود (خاکی، ۱۳۸۶).

- مسئولیت‌پذیری:

بر اساس نظریه چلبی، تمایل به احساس مسئولیت موجب می‌شود فرد هم‌زمان فعال باشد، برای کسب موفقیت کوشش کند، بر محیط درونی و بیرونی خود نظارت کند، خودتنظیم باشد، خردورز باشد و در عین حال، به دیگران تعلق عاطفی داشته باشد. در مبحث مسئولیت‌پذیری، باید به دو نکته توجه کرد: اول، توجه به انگیزه فرد برای مسئولانه عمل کردن و دوم، توجه به فرصت‌ها یا شرایط محیطی که زمینه رشد این انگیزه را در افراد تسهیل می‌کند (خرم‌دل، ۱۳۹۰).

(ب) اخلاق و اخلاق کاری

برای اخلاق تعاریف مختلفی وجود دارد که شماری از آن‌ها در جدول ۱ ارائه شده‌اند:



جدول ۱: تعاریف و سیر تکاملی اخلاق (علی اکبری و رضانی، ۱۳۹۱)

سیر تکاملی	نگاه به تعریف اخلاق	نظریه پرداز
معنی لغوی	اخلاق جمع خلق و در لغت، به معنی خوبی هاست.	دهخدا (ذیل اخلاق)
معنی اصطلاحی (اثبات و سلبی)	هیئت خاصی است که برای نفس پیدا می شود و در انسان رسوخ می کند و به کمک آن کارها به آسانی و بدون نیاز به فکر و اندیشه از انسان صادر می شود. هرگاه این هیئت به طوری ظهور پیدا کند که کارهای شایسته و موردپسند شرع و عقل از آن ناشی شود، آن را اخلاق و خوی نیک می نامند و اگر برخلاف انتظار، از آن کارهای نکوهیده سر بزنند، آن را خوی زشت می گویند.	فیض کاشانی
معنی اصطلاحی (اثباتی و سلبی و کاربردی)	فنی که درباره ملکات بحث می کند؛ ملکاتی که مربوط به قوای نباتی و حیوانی و انسانی اوست و هدف این بحث این است که فضایل را از رذایل جدا سازد؛ یعنی این علم می خواهد معلوم کند که کدام یک از ملکات نفسانی انسان، خوب و نیک و مایه کمال و فضیلت اوست و چه ملکاتی، بد و رذیله و مایه نقص اوست تا آدمی بعد از شناسایی آنها، خود را با فضایل آراسته سازد و از رذایل فاصله گیرد.	علامه طباطبایی

تمایز اخلاق اسلامی و اخلاق غیراسلامی در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲: وجه تمایز اخلاق اسلامی و غیراسلامی (فهمینیا، ۱۳۸۹)

عناوین	اخلاق اسلامی	اخلاق غیراسلامی
اعتقادات	خدا محور	ماورایی نسبی
ابزار شناخت	و حیاتی و عقلانی	عقلانی و طبیعی بودن
نیت و عمل	حسن فعلی و فاعلی	حسن فعلی
مبانی	ارزش های اسلامی	مفهوم سعادت



۳-۶- مؤلفه‌های اخلاق اسلامی

- صداقت:

در قرآن صداقت و مشتقات آن جایگاه والایی دارند. افزون بر معنی معروف صدق، قرآن مهریه زن را «صداق» نامیده است و پرداخت آن را نشانه صدق ادعای عشق مرد به زن می‌داند. همچنین، دوست صمیمی را «صدیق» نامیده است؛ چراکه رفتار وی، ادعای دوستی او را تصدیق می‌کند. در جای دیگر، کمک مخلصانه در راه خدا را صدقه می‌نامد؛ زیرا نشانه راستی ادعای آدمی در ایمان به خدا و بندگی او است. این واژه و مشتقات آن در موارد متعددی به معنی صدق ادعای ایمان در مقام عمل آمده است. از سوی دیگر، قرآن کریم صداقت مردان و زنان باایمان را از ویژگی‌های برجسته آنان شمرده که موجب آمرزش و پاداش بزرگ الهی است. آثار معنوی راستگویی به گونه‌ای است که رسول خدا ﷺ فرمود: «نزدیک ترین شما به من در قیامت، راستگوترین شماست». به همین دلیل بود که امام صادق (ع) همیشه یاران خود را به راستگویی و امانت‌داری سفارش می‌فرمود (ایروانی، ۱۳۹۰).

- وفاداری:

مهم‌ترین سرمایه هر جامعه، اعتماد متقابل افراد جامعه به یکدیگر است. عهد و پیمان و سوگند، راهکارهایی است برای تأکید بر حفظ این هم‌بستگی و اعتماد متقابل. به همین دلیل، در آیات قرآن کریم و احادیث معصومین بر وفاداری به عهدها و ایستادگی بر سوگندها تأکید شده و پایبند نبودن به آن‌ها از گناهان بزرگ محسوب شده است. خداوند، خود را به وفاداری ستوده و یکی از ویژگی‌های (صفات) او وفاکننده به عهدهاست: ﴿وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ﴾ (توبه: ۱۱۱) (جوادی آملی، ۱۳۸۷).



- عدالت:

از عدالت با عنوان منشأ تمام فضایل (ام الفضائل) یاد می‌شود (همان). عدل اسلامی در قرآن ریشه دارد و قرآن، بذر عدل را در جامعه اسلامی پراکنده است؛ برای مثال، خداوند در قرآن می‌فرماید: ﴿اعْدُوا لَهُمْ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى﴾؛ عدالت پیشه کنید تا شما را به تقوا نزدیک کند» (مائده: ۸). همچنین، امام خمینی رحمته الله علیه درباره عدالت می‌فرماید:

«ملت عدالت می‌خواهد، مهم‌ترین چیز تقواست که قرآن و حدیث در آن، آن‌قدر پافشاری کردند که انسان متقی باشد، مواظب خودش باشد که مبادا با زیانش، با چشمش، با گوشش به مردم ظلم کند. عدالت را برای دیگران نخواهید؛ خودتان هم بخواهید در رفتار، عدالت داشته باشید، در گفتار عدالت داشته باشید، تشریفات را کم کنید و این ملت را خدمت‌گزار باشید (جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۳۸۲).

- اعتماد به عملکرد خود:

در آیات و روایات و کتاب‌های اخلاقی، مفهومی که به‌طور کامل بر اعتماد به عملکرد خود یا همان اعتماد به نفس منطبق باشد، وجود ندارد. از این‌رو، بعضی از صاحب‌نظران، اعتماد به نفس را صفتی ضد اخلاقی و به تعبیر دینی، ناسازگار با یکتاپرستی دانسته و مؤمنان را از آن پرهیز داده‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، جواد آملی، ۱۳۷۷).

۳-۷- برآوردن حاجت دیگران

مردم با وجود استقرار نظم و امنیت قادرند به هر نوع فعالیت‌های مشروع اقتصادی، صنعتی، فرهنگی، اجتماعی و شغلی که تمایل داشته باشند، اشتغال ورزند و زمینه شکوفایی و پیشرفت آن‌ها نیز فراهم است (ولیدی، ۱۳۷۸).





در دنیای امروز، رابطه انسان با خدا، از رابطه تکلیفی و تعبدی به رابطه اختیاری و رمانتیک تحول یافته است و دین نیز به گونه‌ای تعریف شده است که با برآوردن حاجت دیگران تضادی نداشته باشد. دین‌داری تحت حاکمیت فرهنگ توجه به دیگران و ایثار، ممکن است دین را به ابزاری آسایش‌زا تبدیل کند.

از نظر تصور ذهنی، امکان بقای ایمان به خدای نادیدنی و حفظ توکل و توسل و اموری از این دست، در عین افزایش توجه به دیگران و رفع حاجات ایشان کاملاً وجود دارد (مثلاً براهین متقن فلسفی و عرفان در الهیات اسلامی (نظیر برهان امکان فقری)، وجود خداوند و توحید فعلی را برای شخص مؤمن به اثبات یقینی می‌رسانند، چه او در مخاطر و موقعیت‌های ناپایدار گرفتار باشد و چه در امنیت و ثبات به سر برد) (علمی و حمیدیه، ۱۳۸۹).

در تمام موارد یادشده می‌توان این مطلب را استنباط کرد که اخلاق اسلامی در سایه دین‌داری و اعتقاد به آن، هیچ منافاتی با فرهنگ ایثار و توجه به هم‌نوعان ندارد. در هیچ شریعتی داشتن آسایش در سایه بی‌اخلاقی صحیح نیست. در محیط سازمان‌ها و زندگی فردی نیز داشتن اخلاق اسلامی در سایه دین و شریعت اسلام به ایجاد و توسعه آسایش و رفاه کمک می‌کند.

مؤلفه‌های برآوردن حاجت دیگران

❖ امید به ماندگاری در شغل:

یعنی خرسندی از داشتن یک شغل مناسب و اطمینان از تداوم آن در آینده و فقدان عوامل تهدیدکننده شرایط مناسب کاری در آن شغل (الوانی، ۱۳۸۹).

- محیط کاری امن:

حضور در محیط کار، بخش زیادی از اوقات زندگی هر فرد شاغل را به خود اختصاص می‌دهد و جامعه برای تداوم حیات فرد به کار اعضای خود نیاز دارد (شفیع آبادی، ۱۳۷۴).

- پرداخت اجرت کار:

یعنی ارتباط میان انواع فرایندهای مدیریت پرداخت اجرت و راهبردهای سازمان؛ از این رو، راهبردهای سازمان از راهبردهای مدیریت منابع انسانی سرچشمه می‌گیرد و راهبردهای مدیریت منابع انسانی نیز به سهم خود از راهبردهای سازمان متأثر است. از محل همین راهبردهای سازمانی و مدیریت منابع انسانی می‌توان فرایندهای پرداخت اجرت و حقالزحمه را که باید به عملکرد بهتر منجر شود، تعیین کرد.

- کار و زندگی در حد متعادل:

کار بخشی از زندگی است و نمی‌توان بین کار و زندگی مرز کشید و این دو را از هم جدا کرد؛ بلکه باید زندگی را شاداب و لذت‌بخش کرد و یکی از راه‌های لذت‌بخش کردن زندگی انجام کار کیفی، با انرژی و مفید است (سلطانی، ۱۳۹۱). طبق نظر مک‌دونالد (mcdonald) و برادلی (bradley) (۲۰۰۵) تعادل کار و زندگی در مفهوم گسترده آن، با عبارت «سطحی از رضایت‌مندی در مشغله‌ها یا تناسب بین نقش‌های چندگانه در زندگی» تعریف می‌شود. در تعریف دیگر، به روش‌های کاری که نیازهای کارکنان را جهت‌دهی یا حمایت می‌کنند تا به تعادلی بین زندگی و کار خود دست یابند، تعادل کار و زندگی می‌گویند (HEBS¹, 2002).



۳-۸- مدارا با مردم

یعنی هر نوع رفتاری که موجب نزدیک شدن مردم یا زیردستان با مدیر شود؛ به گونه‌ای که انس و الفت میان آنان را زیاد کند (اسماعیلی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۱). همچنین، می‌توان گفت مدارا با مردم از بزرگ‌ترین توصیه‌های دینی و اصول اخلاق مسلمانی است. مدارا با مردم یعنی با مردم بودن، در خدمت بندگان خدا و شریک درد و رنج و غم ایشان بودن، با آنان همراهی و هم‌دردی کردن و خلاصه خدمت‌گزار و غم‌خوار عیال خداوند (الناس عیال الله) بودن. این نشانه، نشانی و راز حیات هر مسلمان و فرهنگ و جامعه اسلامی است (ندیمی، ۱۳۸۶).

۳-۸-۱- مؤلفه‌های مدارا با مردم

- احترام به مردم حاجتمند:

حاجتمند کسی است که برای مطالبه حقی به سازمان یا اداره مراجعه می‌کند. حق او ممکن است سؤال درباره موضوعی یا گرفتن معرفی‌نامه و یا امتیاز معینی باشد. بنابراین، فرقی نمی‌کند حاجتمند برای دریافت خدمت در برابر زحمت، پرداخت پول، عضویت در جامعه و یا... به سازمان یا اداره مراجعه کند و توانایی بالفعل یا بالقوه دریافت خدمت، قوه تشخیص کیفیت و کمیت خدمت و میزان آن را دارا باشد، بلکه آنچه مهم است، ارائه خدمت صادقانه و برگزیدن رفتار مناسب و درخور شأن وی است (کلهر، ۱۳۸۳). مسئله حاجتمندان و رضایت ایشان، امروزه جزء مباحث پایه‌ای هر سازمان خدماتی یا تولیدی است. این فرد، عضوی از سازمان تلقی می‌شود که رضایت او مستقیماً منجر به توسعه، پایداری و خوش‌نامی سازمان می‌شود؛ به شکلی که تأثیرگذاری نظر حاجتمند در تصمیمات سازمان و برقراری نظام پیشنهادی و نظرسنجی از مراجعان موجب افزایش اثربخشی خدمات موردانتظار وی و حتی باعث پاسخ‌گویی بیشتر، خلاقیت در تصمیمات و تحقق عدالت خواهد شد (Osborn & plastrik, 1997).



- کار جمعی:

گروه‌ها شالوده بهبود در عملکرد سازمان‌ها هستند. امروزه کار جمعی در سازمان‌ها جنبه اجتناب‌ناپذیری از زندگی سازمانی به حساب می‌آیند و سازمان‌های مولد با وجود جمع‌های کاری می‌توانند به حیات خود تداوم بخشند. تعاریف بسیاری از جمع‌های کاری شده است. جمع را می‌توان بر اساس ادراکات افراد تعریف کرد؛ یعنی اگر افراد، خود را در جمع ببینند، جمعی وجود خواهد داشت (Gounaris, 2010). جمع به مجموعه‌ای از افراد گفته می‌شود که هدف یا مقصد مشترک و احساس تعلق به یکدیگر دارند و سعی می‌کنند در یکدیگر تغییر ایجاد کنند (مقدم، ۱۳۸۷).

۳-۹- معیارهای مردم‌داری در مدیریت اسلامی

- حسن خلق:

اخلاق خوب با زیردستان از مهم‌ترین معیارهای مردم‌داری در مدیریت اسلامی است. در اهمیت این معیار، همین بس که رسول خدا ﷺ می‌فرماید: «اجر خوش‌خوی همانند اجر روزه‌دار شب‌زنده‌دار است». امام محمد باقر علیه السلام نیز می‌فرماید: «باایمان‌ترین مردم خوش‌خوی‌ترین آنهاست». مدیر می‌تواند با اخلاق خوب خود، مردم را گرد خود جمع کند و در رفع بسیاری از مشکلات، از آنان بهره‌مند شود؛ چنانکه خداوند درباره پیامبر به همین مطلب اشاره کرده، می‌فرماید: «حسن خلق و مهربانی با مردم، رحمتی است از جانب خداوند و اگر تندخو و سخت‌دل بودی، مردم از اطرافت پراکنده می‌شدند». بدخلقی مدیر موجب وحشت مردم و سبب از بین رفتن انس و الفت میان آنان می‌گردد. مدیر باید با اخلاق خوب خود، الگویی برای زیردستان و مراجعه‌کنندگان باشد.

- توجه به زیردستان و خدمت به آنان:

از دیگر معیارهای مردم‌داری، توجه به زیردستان و خدمت به آنان است. پیامبر گرامی صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید: «رئیس گروه خدمت‌گزار آنهاست». مدیر باید با خدمت و توجه به مردم، هزینه‌های آنان را سبک کند؛ زیرا این کار آثار مثبتی بر جای خواهد گذاشت، همان‌گونه که حضرت علی عَلَيْهِ السَّلَام به مالک اشتر چنین توصیه کرد:

«وقتی هزینه‌های مردم را سبک می‌گردانی، این کار نباید برایت گران آید؛ زیرا آن اندوخته‌ای است که مردم با آباد کردن شهرها و آراستن آبادی‌ها به تو بازمی‌گردانند. همچنین، ستایش آنان را به خود جلب کرده‌ای و از آنکه در میانشان عدالت گسترانیده‌ای، شادمانی».

- در دسترس حاجتمندان بودن:

مدیر باید برنامه‌های خود را طوری تنظیم کند که مردم بتوانند در صورت نیاز، به نزد او بردند و مشکلاتشان را مطرح کنند؛ یعنی مدیر باید همیشه در دسترس حاجتمندان باشد. به عبارت دیگر، حاجتمندان باید بتوانند صدای خود را به گوش مدیر برسانند. از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نقل شده است: «کسی که در مسئولیت کارگشایی مسلمانان، در به روی بیچاره و ستم‌دیده و حاجتمند ببندد، خداوند نیز هنگام حاجتمندی درهای رحمت خود را به روی او می‌بندد» (اسماعیلی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۱).

۳-۱۰- تلاش و ارتقای سطح کار:

یعنی مدام به دنبال پیشرفت بودن و تلاش کردن در راستای آن.



۳-۱۰-۱- مؤلفه‌های تلاش و ارتقای سطح کار

- مشورت:

دین اسلام به نظرخواهی از دیگران و مشورت اهتمام خاصی دارد. وجود آیاتی در باب مشورت و سوره‌ای به نام «شوری» در قرآن، دال بر اهمیت این امر است. خداوند در آیه ۱۵۹ آل عمران می‌فرماید:

«ای پیامبر، از رحمت خداست که با مسلمانان نرم‌خو بوده و هستی. اگر خشن و سخت‌دل بودی از اطراف تو پراکنده می‌شدند. خطاکاران آنان را عفو کن و برایشان آموزش بخواه و در کارها با آن‌ها مشورت کن.»

از این آیه به‌خوبی استفاده می‌شود که مشورت در اسلام مهم است و حتی رهبران امت هم باید برای اداره امور کشور با امت بر اساس شرایطی مشورت کنند (غفاری هاشجین و علیزاده، ۱۳۹۰). همچنین، در دیدگاه امام خمینی علیه السلام، مشورت از سازکارهای بیرونی مهار قدرت به شمار می‌آید (اخوان کاظمی، ۱۳۸۶).

- داشتن فکر نیکو:

اندیشه به معنی «تلاش ذهنی برای شناخت» است (انوری، ۱۳۸۷). داشتن فکر نیکو یا خردورزی یا عقل‌گرایی به معنی به رسمیت شناختن عقل بشری برای رسیدن به شناخت و معرفت است. خرد انسان، ملاک تمایز او با جانداران دیگر است و این اصالت عقل به معنی تکیه بر اصول عقلی و منطقی است (بیات، ۱۳۸۱؛ پارکینسن، ۱۳۸۱؛ فولیکه، ۱۳۷۰؛ نوربخش گلپایگانی، ۱۳۸۰). خردورز یعنی عاقل، آگاه و هوشیار (دهخدا، ۱۳۷۲). یکی از ابعاد نظام تربیتی اسلام و در رأس آن، تعلیمات قرآن کریم، دعوت به اندیشیدن و بهره‌مندی از نیروی فکر است (ملکی، ۱۳۸۲). این آیین الهی که نخستین پیامش با فعل امر «بخوان» آغاز شده و نام کتاب مقدس و آسمانی‌اش قرآن (به معنی خواندنی) است، بارها پیروانش را



مصرا نه به خواندن، دیدن، شنیدن و سیروسفر کاوشگرانه در زمین دعوت کرده و به انسان هشدار داده است که علت اصلی کفر و انحراف، عدم اندیشه‌ورزی و تفکر است. در این باره همین بس که در آیه ۱۰۰ سوره یونس می‌فرماید: ﴿وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ﴾. آنچه در دنیای کنونی انسان را قادر می‌سازد خود را با سلاح علم، هنر، اخلاق و معنویت مجهز کند، قدرت فکری اوست (شریعتمداری، ۱۳۸۲).

- فکر بکر داشتن:

از نظر وبر، فکر بکر یعنی ظرفیت دیدن روابط جدید، پدیدآوردن اندیشه‌های غیرمعمول و فاصله‌گرفتن از الگوی سنتی تفکر. در واقع، افراد دارای فکر بکر، افراد توانایی هستند که می‌توانند مسئله را از جنبه‌های مختلف بررسی و در مدت کوتاهی ایده‌ها و راه‌حل‌های متعددی پیشنهاد کنند که بسیاری از آنها تازگی دارند و قبلاً برای حل این مسئله به کار نرفته‌اند (Calanton, 2002).

- بهبود عملکرد:

یعنی ایجاد تغییر نسبتاً دائم بر اثر تجربه. این کار را می‌توان از راه تجربه مستقیم (اجرای عمل) یا غیرمستقیم (مشاهده) انجام داد، صرف‌نظر از وسایلی که بهبود عملکرد به وسیله آنها صورت می‌گیرد (موسوی، ۱۳۸۴). لازمه تحقق اهداف آموزشی، یادگیری مطلوب است و برای رسیدن به این مهم بهتر است از اصول آن پیروی کنیم:

- ایجاد انگیزه بهبود عملکرد در فراگیران؛
- توجه به این اصل که بهبود عملکرد فرایندی است فعال نه انفعالی؛
- راهنمایی و تشویق فراگیران؛
- تأمین مواد و منابع آموزشی مناسب با اهداف آموزش؛



- فرصت‌دادن برای ممارست و مرور مطالب؛
- ایجاد تنوع در روش‌های آموزشی؛
- تشویق و تقویت صحیح فراگیران؛
- تفهیم و شفاف‌سازی استانداردهای عملکرد و انتظارات (ahadian, 2011).

۳-۱۱- نیروی معنوی کار:

از جمله عوامل موفقیت در کار، نیرو و نیت الهی است. به هر میزان که این نیروی کاری قوی‌تر باشد آثاری که کار در بعد تکامل فردی و اجتماعی انسان می‌گذارد، وسیع‌تر و عمیق‌تر است. عوامل ایجاد نیروی معنوی در کار عبارت‌اند از: (۱) علاقه‌مندی به نوع کار؛ (۲) ایجاد علاقه به کار؛ (۳) کار را از خود دانستن؛ (۴) کار را برای خدا انجام‌دادن؛ (۵) واگذار کردن نتیجه کار به خدا؛ (۶) متعادل کردن انتظارات خود از کار و صاحب کار؛ (۷) متعادل کردن آرمان‌گرایی؛ (۸) انجام‌دادن کار به بهترین نحو؛ (۹) فراگیری مهارت‌های همکاری با دیگران؛ (۱۰) رعایت اصول اخلاقی در کار (مرتضایی، ۱۳۹۱).

۳-۱۱-۱- مؤلفه‌های نیروی معنوی در کار

- توجه به ارزشمندی اخلاق کار: از دیگر عواملی که باعث ایجاد انگیزه در کار می‌شود، توجه به ارزشمندی اصل اخلاق کار است. از پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله سؤال شد:

«محبوب‌ترین مردم پیش خدا چه کسی است؟» پیامبر فرمود: «کسی که بیشترین سود و خدمت را به مردم ارائه دهد». باز آن حضرت فرمود: «والله لقصاء حاجة المؤمن خیر من صیام شهر و اعتکافه؛ به خدا قسم، برآوردن حاجت مردم از روزه و اعتکاف یک ماه بهتر است». بنابراین، احساس ارزشمندی از کار باعث ایجاد انگیزه در اصل کار می‌شود (همان).

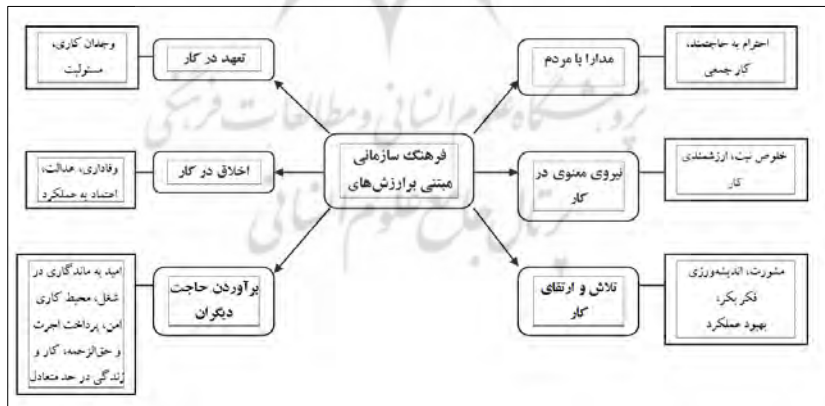




- خلوص نیت در کار:

تمام فعالیت‌های یک مسلمان می‌تواند نوعی ارتباط با آفریدگار جهان محسوب شود که موجب می‌شود انسان علاوه بر ارزش اقتصادی و دنیوی، از پاداش‌های معنوی در جهان آخرت نیز برخوردار گردد. کار برای خدا، نقش مهمی در شکل دادن به رفتار اقتصادی انسان دارد. به علاوه، این انگیزه می‌تواند قوای جسمی و روحی وی را در فعالیت‌های اقتصادی چند برابر کند؛ به خاطر هدف والای او، کارش نیز مقدس خواهد شد. رسول اکرم بر این باور بود که «عبادت خداوند هفتاد جزء است و بهترین آن‌ها طلب روزی حلال است». آن حضرت اشتغال به کارهای حلال را مانند دیگر عبادات، برای زن و مرد مسلمان ضروری دانسته، می‌فرماید: «به سراغ درآمد حلال رفتن، بر هر مرد و زن مسلمان لازم است» (همان). به‌طور خلاصه مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی در قالب شکل زیر ارائه می‌شود:

شکل ۱: مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاق‌گرایانه اسلام



نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف طراحی و تدوین الگویی جامع برای فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی اسلام انجام گرفت.

در این مقاله، مفاهیم فرهنگ، فرهنگ سازمانی، فرهنگ اخلاق اسلامی، ابعاد فرهنگ اسلامی، ارزش‌های اسلامی، انواع و ملاک ارزش‌ها در نظام ارزشی اسلام، اصول و پایه‌های اساسی فرهنگ اسلامی، تفاوت فرهنگ اسلامی با دیگر فرهنگ‌ها و در نهایت، عوامل مؤثر بر تقویت فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی مرور شد.

نتایج تحقیق نشان داد که مدیران سازمان‌ها برای داشتن محیط کاری سالم و مبتنی بر فرهنگ اسلامی باید ابعادی را در نظر بگیرند. در حوزه تعهد در کار، خودنظارتی و مسئولیت، ارکانی هستند که باید به کارکنان آموزش داده شوند یا در وجود آن‌ها تقویت گردند. برای داشتن محیطی اخلاقی در سازمان لازم است وفاداری، عدالت‌محوری و اعتماد به نفس در کارکنان تقویت شود. همچنین، برای ایجاد رفاه و آسایش کارکنان نباید از عناصری همچون امنیت شغلی، محیط کار مناسب، حقوق و دستمزد و تعادل بین کار و زندگی غافل شد. مردم‌گرایی در کار یعنی تکریم ارباب رجوع و کار گروهی.

رضایت کارکنان از عناصر فوق از جمله حقوق و دستمزد، فضای مناسب کاری، عدالت در سازمان و... نشان‌دهنده این است که فضای سازمانی بر اساس ارزش‌های اسلامی و الهی تنظیم شده و هدایت می‌شود.

به علاوه، باید محیط سازمان را برای ایجاد و پرورش انگیزه کارکنان تقویت کرد. خلوص نیت مدیران و کارکنان و نیز ارزشمندی کار به تقویت انگیزه کارکنان کمک می‌کند. همچنین، امروزه سازمانی موفق است که مدام به دنبال بهبود مستمر باشد، به جایگاه خود مغرور نشود و عملکرد سازمانی خود را بر اساس یک شعار مدیریتی با مضمون «هر روز بهتر از دیروز» قرار دهد.



بهبود مستمر ایجاد نمی شود مگر در فرهنگی که اندیشه و خرد سنگ بنای هر جزء آن و مشورت از اصول اساسی آن باشد تا از این رهگذر خلاقیت کارکنان ارتقا یافته، یادگیری مبنای عملکرد بهتر قرار گیرد.

در این راستا، به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می شود علاوه بر توجه به مؤلفه‌های الگوی جامع تحقیق حاضر، موارد زیر را نیز در نظر بگیرند:

▪ توجه به فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی برای نیل به اهداف سازمان؛

▪ افزایش میزان توجه به فرهنگ اخلاق گرایانه اسلام و ارتقای آن در نظام ارزشیابی کارکنان سازمان‌ها؛

▪ آشنایی کارکنان با مفهوم فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاق اسلامی و کسب مهارت لازم برای تشخیص و ایجاد محیط سالم؛

▪ ارتقای فرهنگ اخلاق گرایانه اسلام از طریق برنامه‌های آموزشی و فرهنگی با هدف رشد و تعالی فکر و ذهن کارکنان؛

▪ توجه به جنبه‌های اجتماعی ارزش‌های اخلاقی اسلامی؛

▪ پرورش تفکر مثبت در ارتباط با تأثیر آموزه‌های دین اسلام بر تعالی و سرآمدی سازمان؛

▪ پیشگام شدن مدیران ارشد در زمینه تقویت ارزش‌های اخلاقی اسلام.



کتاب‌نامه

۱. قرآن کریم.
۲. احمدی، فریدون، فرانک مفاخری‌نیا، و بهیه فرجی (۱۳۹۱)، «ترویج فرهنگ کارآفرینی با رویکرد اسلامی در دانشگاه‌های استان کردستان»، مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۳، سال اول، ش ۳، ص ۴۸۵-۵۰۲.
۳. اخوان کاظمی، بهرام (۱۳۸۶)، «شخصیت و شیوه رهبری امام خمینی علیه السلام و کرامت انسانی»، فصلنامه حضور، ص ۱۳۷-۱۶۰.
۴. اسماعیلی، رفیع‌الدین و حسن یوسف‌زاده (۱۳۹۱)، «اصل مردم‌داری در مدیریت اسلامی و معیارهای آن»، مجله اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، سال اول، ش ۴، ص ۱۳۱-۱۴۸.
۵. الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۹)، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
۶. انور چندی (۱۳۷۹)، اسلام و جهان معاصر، ترجمه حمیدرضا آژیر، مشهد: آستان قدس رضوی.
۷. انوری، حسن (۱۳۸۷)، فرهنگ بزرگ سخن، تهران: سخن.
۸. ایروانی، جواد (۱۳۹۰)، «اصل صداقت در قرآن و تحلیل جواز کذب»، آموزه‌های قرآنی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ش ۱۳، ص ۱-۳۰.
۹. بیات، عبدالرسول (۱۳۸۱)، فرهنگ واژه‌ها، قم: بنیاد فرهنگی و اندیشه دینی.
۱۰. پارکینسن، جرج و هنری ردکلیف (۱۳۸۱)، عقل و تجربه از نظر اسپینوزا، ترجمه محمدعلی عبداللهی، قم: بوستان کتاب.
۱۱. توکلی، عبدالله (۱۳۹۱)، «تحلیل جایگاه ارزش‌ها در مدیریت؛ گامی در نظریه پردازی مدیریت اسلامی»، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، سال هجدهم، ش ۷۱، ص ۹۹-۱۷۷.
۱۲. جامعه مدرسین حوزه علمیه قم (۱۳۸۲)، اخلاق کارگزاران در کلام و پیام امام خمینی علیه السلام، نشر دفتر انتشارات اسلامی.





۱۳. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۷)، تفسیر موضوعی قرآن کریم، ج ۱۱ (مراحل اخلاق در قرآن)، قم: مرکز نشر اسرا.
۱۴. _____ (۱۳۸۷)، «جستجوی وسیله برای تقرب به خدا»، مجله پاسدار اسلام، ش ۳۲۴، ص ۶-۱۱.
۱۵. حسین پور محمدآبای، زهره و محمدعلی نادری (۱۳۹۵)، «رابطه بین فرهنگ اخلاق سازمانی و تصمیم‌های اخلاقی مدیران و کارکنان»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال یازدهم، ش ۲، ص ۹۵-۱۰۴.
۱۶. خاکی، غلامرضا (۱۳۸۶)، «نقش وجدان کاری بر افزایش بهره‌وری سازمانی»، مجله زمانه، سال پنجم، ص ۱۷-۳۲.
۱۷. خرم‌دل، سکینه (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه بین عزت نفس، خودمختاری و انصاف و مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان»، پایگاه مجلات تخصصی نور، ش ۳۸۹، ص ۲۵-۲۹.
۱۸. دارایی، اسماعیل و زهره اسماعیلی (۱۳۸۸)، «اصول حاکم بر پرورش فرهنگ اسلامی (به‌عنوان مهم‌ترین پیش‌نیاز مهندسی مجدد فرهنگی)»، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال سیزدهم، ش ۲، ص ۱۶۳-۱۹۱.
۱۹. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۲)، دایرة المعارف‌ها و واژه‌نامه‌ها، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۲۰. رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۴)، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه علی پاریسیان و محمد اعرابی، تهران: انتشارت دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲۱. راشدی، وحید، صفر شمس‌والا و علی حیدری (۱۳۹۱)، «فرهنگ سازمانی دانشگاه علوم پزشکی همدان بر اساس مدل هافستد؛ دیدگاه اعضای هیئت علمی»، مجله علمی و پژوهشی پژوهان، دوره ۱۱، ش ۲، ص ۱۵-۱۹.
۲۲. رشیدی‌پور، علی و فرشاد نادری‌نیا (۱۳۸۹)، «بهره‌وری در آیینة فرهنگ اسلامی- ایرانی»، مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم، ش ۸، ص ۳۰-۴۵.

۲۳. رضایی، حسین و اسماعیل سبزی کاران (۱۳۹۱)، «بررسی اثر فرهنگ اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی مورد کاوی دفاتر پلیس +۱۰ شهر تهران»، فصلنامه نظم و امنیت/انتظامی، سال چهارم، ش ۳، ص ۱۷۳-۲۰۸.
۲۴. سلطانی، ایرج (۱۳۹۱)، «ارائه راهکارهای ایجاد تعادل بین کار و زندگی در سازمان‌های تولیدی و صنعتی»، انتشارات تدبیر، ش ۲۴۳، ص ۲۹-۳۳.
۲۵. شاین، ادگار (۱۳۸۳)، فرهنگ سازمانی، ترجمه محمدابراهیم محجوب، تهران: انتشارات فرا.
۲۶. شریعتمداری، علی (۱۳۸۲)، پرورش تفکر، تهران: فراشناختی اندیشه.
۲۷. شفیع آبادی، عبدالله (۱۳۷۴)، نظریه‌های راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل، تهران: رشد.
۲۸. صدر، سیدموسی (۱۳۷۹)، «اسلام و فرهنگ قرن بیستم»، مجله درس‌هایی از مکتب اسلام، سال ۸، ش ۵، ص ۳۰۵-۳۰۸.
۲۹. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن الکریم، قم: جامعه مدرسین قم.
۳۰. عسکری وزیری، علی، حسن زارعی متین و علی نقی امیری (۱۳۹۱)، «ارائه الگوی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با رویکرد اسلامی و مبتنی بر نهج البلاغه»، مجله مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال اول، ش ۳، ص ۴۰۱-۴۲۲.
۳۱. علمی، محمود، کامران صداقت و علی اصغر، چاوشی (۱۳۸۶)، «بررسی ارتباط بین تعهد کاری با رضایت شغلی کارکنان شرکت سهامی بیمه ایران استان آذربایجان شرقی»، ش ۱، ص ۱۰۵-۱۲۰.
۳۲. علمی، قربان و بهزاد حمیدیه (۱۳۸۹)، «پیامدهای فرهنگ رفاه برای دین‌داری»، مجله فلسفه و کلام اسلامی، ش ۲، سال ۴۳، ص ۸۳-۱۰۱.
۳۳. علی اکبری، حسن و حسین رضانی (۱۳۹۱)، «بررسی پایه‌های نظری موضوع تصمیم‌گیری مبتنی بر اخلاق اسلامی»، دوفصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۰، ش ۱، ص ۱۷۴-۱۴۹.





۳۴. عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۶)، «فرهنگ اسلامی؛ مفاهیم، ویژگی‌ها و اصول»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ش ۵۸، ص ۱۸-۲۸.
۳۵. غفاری هاشجین، زاهد و قدسی علیزاده سیلاب (۱۳۹۰)، «جایگاه و ابعاد مشورت در سیره عملی امام خمینی علیه السلام»، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال اول، ش ۱، ص ۱۲۵-۱۴۹.
۳۶. فولیکه، پل (۱۳۷۰)، *ما بعد الطبیعه*، ترجمه یحیی مهدوی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳۷. فهیم‌نیا، محمدحسین (۱۳۸۹)، *مبانی و مفاهیم اخلاق اسلامی*، تهران: بوستان.
۳۸. فیاض، حمیده (۱۳۹۰)، «نقش حضرت زهرا علیها السلام در تعالی مؤلفه‌های فرهنگ اسلامی»، فصلنامه‌ای در عرصه مطالعات زنان و خانواده، ش ۹، ص ۱۳-۴۰.
۳۹. کارگروه تدوین شاخص‌های فرهنگی زیر نظر شورای انقلاب فرهنگی (۱۳۸۹)، *شاخص‌های راهبردی، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی*، ویرایش سوم، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۴۰. کلهر، منوچهر (۱۳۸۳)، *مقدمات رفتار اداری (تکریم ارباب رجوع)*، حدیث امروز.
۴۱. محسنی، منوچهر (۱۳۷۴)، *جامعه‌شناسی عمومی*، تهران: کتابخانه طهوری.
۴۲. مرتضایی، بهزاد (۱۳۹۱)، «قرآن از نگاه دیگر: انگیزه در کار از منظر آیات و روایات»، انتشارات بینات، ش ۷۳، ص ۱۴۶-۱۶۴.
۴۳. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۵)، «ارزش‌های اسلامی در مدیریت»، نشریه معرفت، ش ۱۷، ص ۳۰-۴۲.
۴۴. مقدم، علی‌رضا (۱۳۸۷)، «بررسی عوامل مؤثر بر اثربخشی کار گروهی»، چهارمین کنفرانس توسعه منابع انسانی، تهران.
۴۵. ملکی، حسن (۱۳۸۲)، *دین و برنامه درسی*، تهران: انجمن اولیا و مربیان.

۴۶. موسوی، سیدعباس (۱۳۸۴)، «یادگیری و یادگیری سازمانی»، کنفرانس ملی آموزش و توسعه منابع انسانی، ص ۳۶-۴۰.
۴۷. «میزگرد فرهنگ و تمدن اسلامی»، (۱۳۷۲)، نامه فرهنگ، ش ۲۱، ص ۱۲-۱۳.
۴۸. ندیمی، ایرج (۱۳۸۶)، «مردم‌داری»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ش ۶۰، ص ۲۲-۲۵.
۴۹. نوربخش گلپایگانی، مرتضی (۱۳۸۰)، واژگان علوم اجتماعی، تهران: بهینه.
۵۰. ولیدی، محمدصالح (۱۳۷۸)، «بررسی و تبیین مفاهیم نظم، امنیت و آسایش عمومی و فردی»، مجله دانش انتظامی، ش ۲، ص ۵۰-۶۵.
۵۱. هافستد، گرت (۱۳۸۷)، فرهنگ‌ها و سازمان‌ها: برنامه‌ریزی ذهن، ترجمه علی اکبر فرهنگی و همکاران، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
52. Ahadian, M. (2011), *Educational Technology*, 38rd, Tehran: Bashiri.
53. Calantone, R.J., Cavusgil, S.T. and Zhao, Y. (2002), "Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance", *Industrial Marketing Management*, Vol. 30, No. 6, P. 515-24.
54. Gounaris, S. (2010), "Intenal-Market Orientation Amisconceived Aspect of Marketing Theory", *Europen Journal of Marketing*, 44(2), P.160-169.
55. HEBS (Harvard Extension Business Society), (2002), "Work-life Balance Policies: A Simple Guide", *Health Education Board for Scotland*.
56. Osborn, D. & plastrik, P. (1997), "Banishing Bureaucrcy: the five strategies for reinventing government", No.3, Vol.56.



57. Shiuan, C. B., yu, J. D. & Relley, J. H. (2003), “organizational commitment, supervisory commitment and employee put comes in the shinese contex proximal phyothsis or global hypothesis”, *journal of organization behavior*, vol. 24, No. 3.



References

1. *Thr Holy Quran*.
2. Ahadian, M. (2011), *Educational Technology*, 38rd, Tehran: Bashiri, pp502-485
3. Ahmadi, F., Mafakherinia, F. & Faraji, B. (2012), "Promoting Entrepreneurial Culture with Islamic Approach in Universities of Kurdistan Province", *Management in Islamic University* 3, First Year, No. 3, p.485-502.
4. Akhavan Kazemi, B. (2007), "the personality and leadership style of Imam Khomeini and human dignity", *Attendance Quarterly*, Islam and Management Research, First Year, Vol. 4, p. 137-160.
5. Aliakbari, H., Ramezani. H. (2012), "A Study of Theoretical Foundations of Decision Making Based on Islamic Ethics", *Journal of Islamic Management*, Volume 20, No. 1.
6. Alwani, S. M. (2010), *General Management*, Tehran: Ney Publishing.
7. Anvar Chandi (1992), *Islam and the Contemporary World*, translated by Hamid Reza Azhir, Mashhad: Astan Quds Razavi.
8. Anwari, H., (2008), *Farhang Bozorg Sokhan*, Tehran: Sokhan.
9. Askari Vaziri, A., Zarei Matin, H., Amiri, A. (2012), "Presenting the model of components of organizational culture with Islamic approach and based on Nahjul Balagha", *Journal of Management at Islamic University*, first year, No. 3, p.401-422.
10. Bayat, A. (2002), *Dictionary of Words*, Qom: Cultural Foundation and Religious Thought.
11. Calantone, R.J., Cavusgil, S.T. and Zhao, Y. (2002), "Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance", *Industrial Marketing Management*, Vol. 30, No. 6, P. 515-24.
12. Daraei, A. & Ismaili, Z. (2009), "Principles Governing the Cultivation of Islamic Culture (as an Important Prerequisite for Cultural Reengineering)", *Culture at Islamic University* 42, Year 13, No. 2, P. 163-191.
13. Dehkoda, Ali Akbar (1993), *Encyclopedias and Dictionaries*, Institute of Publishing and Printing, University of Tehran
14. Eayvazi, M. R. (2007), "Islamic Culture; Concepts, Features and Principles", *Quarterly Journal of Educational Leadership and Management*, No. 58, P. 18-28.
15. Elmi, M., Sedaqat. K., Chavoshi. A. (2007), "The study of the relationship between work commitment and job satisfaction of employees of Iran Insurance Company of East Azerbaijan Province", No. 1, P. 105-120.
16. Elmi, Q. & Hamidiyeh, B. (2010), "Consequences of welfare culture for religiosity", *Journal of Islamic Philosophy and Theology*, Vol. 2, Vol. 43, p. 83-101.
17. Fahimnia, M. H. (2010), *Principles and Concepts of Islamic Ethics*, Tehran: Bustan.
18. Fayyaz, H. (2011), "The role of Hazrat Zahra in the transcendence of the components of Islamic culture", *Quarterly Journal of Women and Family Studies*, No. 9, p. 13-40.
19. Folike, P. (1991), *Metaphysic*, translated by Yahya Mahdavi, Tehran: University of Tehran Press.
20. Ghaffari Hashjin, Z., Alizadeh, Q. (2010), "The position and dimensions of consultation in the practical life of Imam Khomeini", *Journal of the Islamic Revolution*, First Year, No. 1, P. 125-149.
21. Gounaris, S. (2010), "Intenal-Market Orientation Amisconceived Aspect of Marketing Theory", *Europen Journal of Marketing*, 44(2), P.160-169.
22. HEBS (Harvard Extension Business Society) (2002), "Work-life Balance Policies: A Simple Guide", *Health Education Board for Scotland*.
23. Hofstede, Garrett (2008), *Cultures and Organizations Mind Planning*, Translated by Ali Akbar Farhangi et al, Tehran: Expediency Discernment Strategic Research Center Publications.
24. Hosseinpur mohammadabay, Z., and Nadi, M. (2016), "The relationship between the culture of organizational ethics and ethical decisions of managers and employees", *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, Year 11, Vol. 2, p. 95-104.

25. Irvani, Javad (2011), "The principle of honesty in the Qur'an and analysis of the permissibility of lies", *Quranic teachings*, Razavi University of Islamic Sciences, Vol. 13, p. 1-30.
26. Ismaili, R., Yousefzadeh. H. (2012), "The Principle of Democracy in Islamic Management and Its Criteria", *Journal of Islam and Management Research*, First Year, No. 4, p. 131-148.
27. Javadi Amoli, A. (1998), *Thematic Interpretation of the Holy Quran*, Vol. 11 (Stages of Ethics in the Quran), Qom: Esra Publishing Center.
28. Javadi Amoli, A. (2008), "Seeking the means to draw closer to God", *Islamic Revolutionary Guards Magazine* No. 324, p. 6-11.
29. Kalhor, M. (2004), *Introduction to administrative behavior (honoring the client)*, Hadith Today.
30. Khaki, G. R. (2007), "The role of work conscience on increasing organizational productivity", *Zamaneh Magazine*, Year 5, p. 17-32.
31. Khoramdel, S. (2011), "A Study of the Relationship between Autonomy Self-Esteem and Students' Fairness and Responsibility", *Noor specialized magazines database*, No. 389, pp. 25-29.
32. Maleki, H. (2003), *Religion and Curriculum*, Tehran: Publications of the Association of Parents and Educators.
33. Mesbah Yazdi, M. T. (1996), "Islamic values in management", *Journal of Knowledge*, No. 17, p. 30-42.
34. Mohseni, M. (1995), *General Sociology*, Tehran: Tahoori Library.
35. Moqadam, A. R. (2008), "A Study of Factors Affecting the Effectiveness of a Working in Group", *Fourth Human Resources Development Conference*, Tehran.
36. Mortazaei, B. (2012), "Quran from another perspective: Motivation in work from the perspective of verses and narrations", *Bayanat Publications*, No. 73, P. 146-164.
37. Mousavi, S. A. (2005), "Organizational Learning and Learning", *National Conference on Education and Human Resources*, No. 48, P. 36-40.
38. Nadimi, N. (2007), "Democracy", *Islamic Consultative Assembly Research Center*, No. 60, p. 22-25.
39. Noorbakhsh Golpayegani, M. (2001), *Vocabulary of Social Sciences*, Tehran: Behineh.
40. Osborn, D. & plastrik, P. (1997), "Banishing Bureaucracy: the five strategies for reinventing government", No. 3, Vol. 56.
41. Parkinson, G. R. (2002), *Wisdom and Experience according to Spinoza*, translated by Mohammad Ali Abdollahi, Qom: Bustan Ketab.
42. Qom Seminary Teachers Association, *the Ethics of Brokers in the Word and Message of Imam Khomeini*.
43. Rashedi, W., Shams Vala, S., Heidari, A. (2012), "Organizational culture of Hamadan University of Medical Sciences based on Hofstede model: Faculty members' views", *Scientific and Research Journal of Researchers*, Vol. 11, No. 2, p. 15-19.
44. Rashidipour, A., Naderinia, F. (2010), "Productivity in the Mirror of Islamic-Iranian Culture", *Journal of Cultural Management*, Fourth Year, No. 8, p. 30-45.
45. Rezaei, H. & Sabzikaran A. (2012), "Investigating the Effect of Islamic Culture on Organizational Citizenship Behavior Covered by Tehran + 10 Police Offices", *Quarterly Journal of Law Enforcement and Security*, Year 4, No. 3, p. 173-208.
46. Robbins, Stephen P. (2005), *Fundamentals of Organizational Behavior*, translated by Ali Parsian and Mohammad Aarabi, Tehran: Published in Cultural Research Office.
47. Round Table on Islamic Culture and Civilization (1993), *Farhang Letter*, No. 21, P. 12-13.
48. Sadr, Seyyed Musa (2000), "Islam and the culture of the twentieth century", *Journal of Lessons in the School of Islam*, Year 8, No.5, p. 305-308.
49. Shafiabadi, A. (1995), *Theories of career and professional guidance and counseling and theories of job selection*, Tehran: Roshd.
50. Shariatmadari, A. (2003), *Cultivation of Thought*, Tehran: Farashenakhti Andishe.
51. Shine, Edgar. (2004), *Organizational Culture*, translated by Mohammad Ebrahim Mahjoub, Tehran: Fara Publications.
52. Shiuan, C. B., yu, J. D. & Relley, J. H. (2003), "organizational commitment, supervisory commitment and employee put comes in the shinese contex proximal phyothsis or global hypothesis", *journal of organization behavior*, vol. 24, No. 3.

53. Soltani, A. (2012), "Presenting solutions to create a balance between work and life in production and industrial organizations", Tadbir Publications, No. 243, P. 29-33.
54. Tabatabai, M. H. (1417 AH), *al-Mizan Fi Tafsir al-Quran al-Karim*, Qom: Qom Teachers Association.
55. Tavakoli, A. (2012), "Analysis of the position of values in management; A step in the theorizing of Islamic management", *Journal of Humanities Methodology*, Year 18, No. 71, p. 99-177
56. Walidi, M. S. (1999), "Study and explanation of the concepts of order, security and public and personal comfort", *Journal of Law Enforcement Knowledge*, No. 2, P. 50-65.
57. Work of the Cultural Indicators Development Group under the supervision of the Cultural Revolution Council (2010), *Strategic Indicators, Cultural Dimensions and Components*, Third Edition, Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution.

