

### مهندسی فرهنگ در سازمانهای ایرانی بر مبنای ارزشهای اسلامی

فرشاد نادری نیا

دانشجوی دکتری رشته مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان  
و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران شمال - دانشکده مدیریت و علوم اجتماعی

عباسعلی قیومی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران شمال - دانشکده مدیریت و علوم اجتماعی

#### چکیده

ریشه فرهنگ هر سازمان را باید در باورها، هنجارها و ارزش های آن جستجو نمود. وجود اشتراک در باورها و هنجارها و ارزش های اعضای سازمان باعث انسجام در رفتارهای منجر به وصول به هدف در رفتارهای آنان شده و در نتیجه موفقیت سازمان حاصل می گردد. نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت نشان می دهد که فرهنگ سازمانی بر تمام جنبه های سازمان تاثیر گذار است و امروزه اهمیت آن به حدی است که دانشمندان مدیریت وظیفه اصلی و اساسی رهبران سازمان را تغییر و تحول و وضع ارزش های فرهنگی مناسب می دانند. از سوی دیگر فرهنگ سازمانی وسیله ای است که برخورد ما با مسائل سازمانی را تسهیل کرده و نحوه تعبیر و تفسیر از رویدادهای اطرافمان را شکل می دهد. فرهنگ آنچنان با روح و اندیشه ما عجین می گردد که هر رفتار و گفتاری از آن رنگ و جهت می پذیرد. (الوانی، ۱۳۷۸: ۴۸) در این مقاله در راستای تبیین مهندسی فرهنگ در سازمان های ایرانی بر اساس فرهنگ اسلامی و به منظور رسیدن به این هدف، نخست چارچوب نظری تحقیق که بر مبنای دیدگاه ادگار شاین می باشد مطرح و سپس مولفه های مربوط به سطح ارزشها در دیدگاه شاین و اسلام مشخص و با یکدیگر مقایسه شده است. و سپس ضمن استفاده از اطلاعات جمع آوری شده از چندین سازمان بزرگ و مهم کشور و بررسی فرهنگ سازمانی هریک و مسائل و مشکلات موجود در آنها و نیز نظریه های موجود در این زمینه، سعی گردیده است تا با توجه به ارزشهای اسلامی، سطح ارزشها در فرهنگ سازمانی سازمانهای ایرانی مهندسی و متناسب با ارزشها و مؤلفه های فرهنگی اسلامی افراد تبیین گردد.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ سازمانی - بالندگی سازمانی - ارزشها - ارزشهای اسلامی

#### مقدمه:

فرهنگ روح سازمان است که می تواند باعث پیشرفت و یا پس رفت حرکت سازمان گردد. چرا که فرهنگ هر سازمان تاثیری ژرف بر رفتار کارکنان آن دارد.

«عناصر فرهنگی و روابط آنها الگویی را خلق می کند که یک سازمان را از سازمان های دیگر متمایز می سازد.» (مقیم،

۱۳۸۳: ۱۶۵)

رهبری واقعی در بنیادیترین معنا، گفتمان درباره ارزشهاست. آینده هر سازمانی بر پایه تبیین ارزشها، استعارهها، نمادها و مفاهیمی که فعالیتهای روزانه مولد ارزشها را هدایت می کند و همچنین به وسیله کارکنان در همه سطوح و بخشهای وظیفه ای سازمان شکل می گیرد. به بیان دیگر، باید برای آرمان استراتژیک و بنیادی سازمان تفسیری "انسان دوستانه" فراهم ساخت که این خود برای بقا و رشد و همچنین دستیابی به سود خوب، بسیار موثر واقع می شود.

ارزشها تدریجاً به شکل چارچوبی کلان برای بازآفرینی دوباره و مستمر فرهنگ سازمانی در می آید و به وسیله این فرهنگ نو تعهد جمعی برای نوآوری به وجود می آید. اگر قرار است که نیروی انسانی متخصص، عملکردی با کیفیت بالا داشته باشد، باید برای عوامل کیفی یا ارزشهایی همچون اعتماد، خلاقیت یا صداقت اهمیت یکسان و شاید بیشتری در مقایسه با مفاهیم سنتی اقتصادی مانند کارآیی یا نرخ بازگشت سرمایه قائل شویم.

تجزیه و تحلیل فرهنگی، پویایی های خرده فرهنگی را در سازمان ها روشن می سازد. یکی از دلایل عمده توجه و علاقه نسبت به مطالعه فرهنگ آن است که مفهوم فرهنگ نه تنها با تحلیل سازمان مرتبط است بلکه به ما کمک می کند تا بدانیم در سازمان، جایی که خرده فرهنگ ها و گروه های کاری باید با هم کار کنند، چه می گذرد مشکلاتی که در گذشته در سازمان به نام «شکست های ارتباطی» و یا «فقدان کار گروهی» شناخته می شدند، امروزه کوتاهی در روابط بین فرهنگی محسوب می شوند. (شاین، ۱۳۸۳: ۶)

بی گمان باید پذیرفت که انسان فرهنگ را می آفریند و فرهنگ هم انسان را می سازد فرهنگ به انسان یاد می دهد تا اندیشه های ثابت و پایداری را بیاموزد و در قالب گروه های پیچیده ای که وظایف جداگانه و ویژه دارند، سامان یابد. ریشه فرهنگ هر سازمان را باید در باورها، هنجارها و ارزش های آن جستجو نمود. وجود اشتراک در باورها و هنجارها و ارزش های اعضای سازمان باعث انسجام در رفتارهای منجر به وصول به هدف در رفتارهای آنان شده و در نتیجه موفقیت سازمان حاصل می گردد.

این واژه مفاهیمی را در بر دارد که از یک سو تاثیرات عمیقی بر زندگی افراد و جوامع گذارده و از سوی دیگر اندیشه و عملکرد کارکنان سازمان را تا حدودی زیادی متأثر از خود ساخته است. نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت نشان می دهد که فرهنگ سازمانی بر تمام جنبه های سازمان تاثیر گذار است و امروزه اهمیت آن به حدی است که دانشمندان مدیریت وظیفه اصلی و اساسی رهبران سازمان را تغییر و تحول و وضع ارزش های فرهنگی مناسب می دانند.

### بیان مساله

فرهنگ سازمانی سابقه طولانی دارد و پدیده ای واقعی و محکم است که تغییر آن در سازمان بسیار دشوار می باشد. صاحب نظران بر این باورند که اگر قرار است در سازمانی تغییراتی ایجاد کرد که موثر و پایدار باشند، باید فرهنگ آن سازمان را دچار تحول و تغییر نمود. از این رو مدیران عالی سازمانها، ناگزیرند به فرهنگ آن سازمان توجه نمایند.

فرهنگ سازمانی به سیستمی از معانی مشترک به وسیله اعضای یک سازمان حفظ می شود و یک سازمان را از سازمانهای دیگر جدا می کند، اطلاق می شود. این سیستم از معانی مشترک و مجموعه ای از ویژگی های کلیدی تشکیل شده است که سازمان برای آن ارزش قائل است. (رایبیز ۶۰۲: ۱۹۹۳،)

فرهنگ سازمانی به عنوان ارزشهای غالب که به وسیله یک سازمان حمایت می شود توصیف شده است. یا فلسفه ای که خط مشی سازمان را به سمت کارکنان و مشتریان هدایت می کند یا ارزشهایی که به کمک آنها کارها و امور روزمره سازمان انجام می پذیرد، یا مفروضات و باورهای بنیادی که بین اعضا سازمان مشترک می باشند. با نگاهی دقیق به تعاریف پی می بریم که زمینه

اصلی در فرهنگ سازمان وجود سیستمی از معانی و مفاهیم مشترک در میان اعضا سازمان است. در هر سازمانی الگوهایی از باورها، سمبلها، شعائر، داستانها و آداب و رسوم وجود دارند که به مرور زمان به وجود آمدهاند. این الگوها باعث می شوند که در خصوص اینکه سازمان چیست و چگونه اعضا باید رفتار خود را ابراز کنند، درک مشترک و یکسانی به وجود آید. (راینر، ۱۳۷۸: ۳۸۱)

«شاین»<sup>۱</sup> در تعریف فرهنگ سازمانی می گوید: «فرهنگ سازمانی الگویی از مفروضات است که توسط گروه معینی کشف و اختراع شده یا توسعه یافته به طوری که انطباق با محیط خارجی و انسجام درونی به آنها می آموزد. اگر این الگو در طی زمان کارآیی خوبی داشته باشد اعتبار می یابد به طوری که شیوه صحیح ادراک، اندیشه و احساس اعضای جدید را درباره مشکلاتشان شکل می دهد. (شاین، ۱۳۸۳: ۹)

ماله مهم در این بحث این است که علیرغم وجود منابع غنی فرهنگی و ادبی در ایران که قدمت دیرینه نیز دارند و منطبق با شرایط بومی نیز می باشند اکثر سازمانهای ایرانی یا بی توجه به موضوع فرهنگ سازمانی به راحتی از کنار آن گذشته اند و یا اگر سازمانهایی به آن توجه کرده اند اکثرا بر مبنای دیدگاههای غربی و غیر بومی به این موضوع پرداخته و در سازمانهای خود پیاده نموده اند. و هیچیک از این دو به ارزشها، باورها و مفروضات اساسی ایرانی اسلامی که ملهم از فرهنگ حاکم بر جامعه باشد توجهی ننموده اند. این مقاله سعی می نماید برخی از زوایای این مباحث را روشن سازد.

### نوع مطالعه، روش و نحوه اجرای تحقیق

با توجه به اینکه در این تحقیق سعی شده است فرهنگ های سازمانی موجود مورد بررسی قرار گیرد و سپس بر مبنای مباحث اسلامی مولفه های ارزشها در فرهنگ سازمانی شناسایی و تبیین گردند، لذا روش این تحقیق از نوع اسنادی یا کتابخانه ای می باشد. و با فرمها و فیش هایی که تهیه گردیده بود اطلاعات لازم جمع آوری و تجزیه و تحلیل شده است.

### ویژگی های فرهنگ سازمانی

«پتینگر»<sup>۲</sup> ویژگی های ذیل را برای فرهنگ سازمانی بر شمرده است:

فرهنگ امری آموختنی است، فرهنگ امری مشترک است. فرهنگ امری مستمر است، فرهنگ امری نمادین است. فرهنگ امری یکپارچه است. فرهنگ امری سازگار است. فرهنگ امری با قاعده است ، فرهنگ امری «هنجاری» است ، فرهنگ دارای «ارزش های برجسته» است، حمایت شده توسط سازمان و مورد انتظار کارکنان است، فرهنگ امری فلسفه مند است، فرهنگ امری قانون مند است؛ جو سازمانی به وسیله فضای فیزیکی، روش های تعامل کارکنان با یکدیگر و ارتباطات سازمان با محیط خارجی ایجاد می شوند. (پتینگر ۱۹۹۶: ۳۹۳)

### عناصر و مولفه های فرهنگ سازمانی

برخی از صاحب نظران بر این باورند که ترکیب و هماهنگی ویژه دهگانه زیر اساس فرهنگ سازمانی را تشکیل می دهد. ابتکار فردی، خطرپذیری، هدایت و سرپرستی، انسجام، حمایت مدیریتی، کنترل، هویت، نظام تشویق، تحمل اختلاف سلیقه، الگوی ارتباطی (ایران زاده، ۴۵)

<sup>۱</sup> . Shein

<sup>۲</sup> . Pettinger

### انواع ارزشها

ارزشها مجموعه آرمانی در باره آنچه که درست یا نادرست، شایسته یا ناشایست، مطلوب یا نامطلوب، خوب یا بد هستند، می باشند. به عبارتی هر چه برای جامعه ای مورد نیاز، محترم، مقدس، خواستنی و مطلوب تلقی شود جزو ارزشهاست مانند نجابت و تقوی. (میرسپاسی، ۳۳)

دسته بندی کلی از ارزشها از دیدگاههای مختلف:

#### ارزشها در فرهنگ لائیک:

- چیزی که فرد یا گروهی به آن علاقه دارند
- چیزی که کم و بیش در بین عده ای از مردم مورد توجه و احترام باشد
- اهدای افراد پس از رسیدن به اهداف
- ارزش اقتصادی کالا

#### ارزشها در علوم اجتماعی و فرهنگی:

- سطح فردی
- سطح گروهی
- سطح ملی
- سطح فراملی

#### ارزشها در علوم:

- در اقتصاد: ارزش کالاها و خدمات
- در روانشناسی: ارزشهای فردی
- در سیاست: ارزشهای قومی و ملی و...

#### ارزشهای فرهنگی:

- ارزش زیبایی شناختی
- ارزش اصالت
- ارزش نهادین
- ارزش اجتماعی
- ارزش تاریخی
- ارزش هنوی

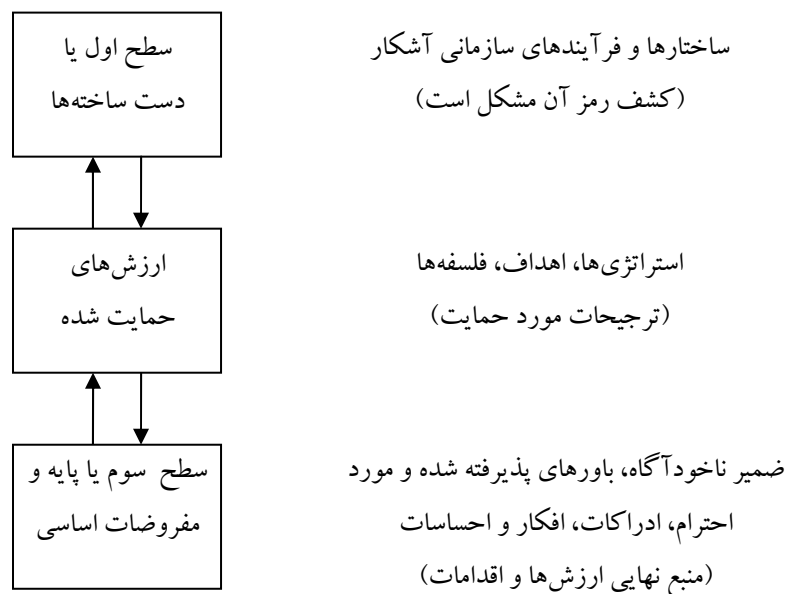
### چارچوب نظری و مدل مورد استفاده

گرچه در خصوص فرهنگ سازمانی نظریه ها و تئوریهای زیادی وجود دارد که هر یک مزایا و معایبی نیز دارند ولی به دلیل سطح بندی و استفاده از یک الگوی به نسبت مناسب از سوی ادگار شاین خصوصا در سطح ارزشها در این مقاله از این تئوری جهت تبیین مسایل استفاده می گردد. این الگو حاصل سالها مطالعه، بررسی و تجزیه و تحلیل فرهنگ سازمانی توسط ادگار شاین می باشد. وی ضمن ارائه الگوی نظری به روش منحصر به فرد خود (کلینیکی) موفق به آزمودن آن در شرکتها و سازمانهای چندی گردیده است. جامعیت الگوی فرهنگ سازمانی «شاین» به اندازه ای است که امروزه هر اندیشمند و پژوهشگری که در حوزه فرهنگ سازمانی و مشخصاً مدیریت و رهبری فرهنگ سازمانی به جستجو و پژوهش می پردازد، ناگزیر از بهره گیری از آن است. در حقیقت الگوی ارائه شده توسط ایشان چارچوب تحلیلی بسیار دقیقی را جهت هر نوع تجزیه و تحلیل فرهنگی و در نتیجه مدیریت و رهبری فرهنگ در مواجهه با تغییر و تحولات محیطی پیش روی مدیران و رهبران، مشاوران و پژوهشگران سازمانی قرار

داده است. این مدل دارای سه سطح است، بیرونی ترین سطح، به سطح آشکار فرهنگ معروف است و تحت عنوان سطح اول نامگذاری شده است. نمود عینی این سطح در نحوه ابراز احساسات، گفتار استفاده از اشیاء، اعمال و کردار مراسم، تشریفات و مظاهر عملکردی تجلی پیدا می کند به عبارت دیگر هر آنچه ما مشاهده می کنیم، رفتار می کنیم، نشان می دهیم، گونه ای که صحبت می کنیم، نحوه دکوراسیون اتاق معماری ساختمان و ... نشانگر بخش پیدایی فرهنگی است که در آن زندگی می کنیم.

سطح دوم فرهنگ اشاره به معیار ارزش گذاری شده از جمله زشت و زیبا، خوب و بد و باید و نباید و ... دارد. مولفه های سطح سوم مبنای کلیه ارزش ها و در نتیجه اعمال و رفتار سازمانی خواهد بود. مفروضات نسبت به حقیقت و واقعیت، ماهیت طبیعت و فعالیت های انسان، ماهیت زمان، فضا، که مبنای شکل گیری رفتار افراد و تعاملات اجتماعی آنان می گردد.

تحلیلگر فرهنگ سازمانی در یک فرآیند دو سویه از بیرونی ترین مولفه های سطح فرهنگ به عمیق ترین مولفه های سطح رفته و بالعکس از عمیق ترین مولفه های سطح به بیرونی ترین مولفه های سطح فرهنگی حرکت می کند. در حقیقت برای درک و تبیین علت هر رفتار و عملی به سراغ مولفه های سطح سوم سازمان رفته و دلیل هر رفتاری را استخراج و تفسیر می کند. همینطور نیز نمود عینی هر باور و اعتقاد و مفروض را در اعمال و رفتار افراد سازمانی جستجو می کند. سطوحی که فرهنگ می تواند از رهگذر آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد در شکل نشان داده شده است.



شکل شماره ۱: سطوح فرهنگ

مأخذ: شاین، ۱۳۸۲: ۳۸

### دیدگاه شاین در مورد مفروض های یک فرهنگ

همانگونه که ذکر شد از نظر شاین، فرهنگ دارای لایه های گوناگونی است که بنیادی ترین بخش آن - که مبنای رفتارهای عینی می باشد - لایه مفروض ها است که با بر شمردن شش مفروض: ماهیت واقعیت و حقیقت، ماهیت زمان، ماهیت فضا و مکان، ماهیت طبع انسان، ماهیت فعالیت انسان و ماهیت روابط انسانی به این موارد پرداخته است..

در تعریف رسمی ارایه شده توسط شاین از فرهنگ آمده است: فرهنگ عبارت است از الگویی از مفروض های مشترک که گروه فرا می گیرد؛ به طوری که مشکل های انطباق پذیری خارجی و هماهنگی داخلی آن را حل می کند و به سبب عملکرد و تاثیر خویش، معتبر دانسته می شود و از این جهت به مثابه روش درست ادراک، تفکر و احساس در خصوص آن مشکل ها، به اعضای جدید گروه، آموزش و یاد داده می شود (شاین: ۳۰).

از نظر شاین، فرهنگ دارای سه سطح است که عبارتند از:

۱- مصنوع ها یا دست ساخته ها (که آشکارند اما کشف رمز آن ها مشکل است).

۲- ارزش های حمایت شده (که ترجیح های مورد حمایت را بیان می کنند).

۳- مفروض های اساسی و زیربنایی (که منبع نهایی ارزش ها و اقدام ها هستند).

در بحث مفروض های اساسی و زیربنایی، شاین، شش دسته مفروض را به شرح زیر بر شمرده است:

۱- «مفروض های مشترک راجع به ماهیت حقیقت و واقعیت» که به چستی حقیقت و چگونگی معین شدن آن در نظر یک گروه مربوط است.

۲- «مفروض های مشترک مربوط به زمان»: «زمان» مقوله مفهومی و بنیادینی است که برای سخن گفتن از نظم و حیات اجتماعی خود، آن را به کار می بریم.

۱-۲ «جهت گیری اساسی زمان، ۲-۲ زمان تک بعدی ۳ و زمان چند بعدی ۴، ۳-۲ زمان برنامه ریزی و زمان توسعه ۵، ۴-۲ افق های تشخیص زمان ۶

۳- «مفروض های مشترک در مورد فضا و مکان»: معنای فضا و مکان از نظر فرهنگی مربوط می شود به حدود افراد و نحوه روبروشدن با هم. این مفروض شامل رویکردهای زیر می شود:

۱-۳ فاصله و قرار گرفتن نسبی، ۲-۳ کاربردهای نمادین فضا و مکان (شاین، ۱۳۸۳: ۱۸۵)، ۳-۳ زبان بدن

۴- «مفروض ها در مورد ماهیت طبع انسان یا ماهیت وجودی انسان»: در هر فرهنگ، مفروض های مشترکی وجود دارد در مورد اینکه «انسان بودن یعنی چه؟»، «غریزه های اساسی چیستند؟» و «چه نوع رفتاری غیرانسانی تلقی شده، باعث اخراج فرد از گروه می شود؟».

۵ «مفروض ها در مورد ماهیت فعالیت انسان»: در این مفروض نحوه ی ارتباط فرد با محیطی که در آن به سر می برد مطرح می شود و از این رو این مفروض بسیار نزدیک است به روش مناسب عمل انسان ها در رابطه با محیط. در این زمینه رویکردهای زیر مطرح هستند:

۱-۵ جهت گیری انجام عمل

۲-۵ جهت گیری در بودن

۳-۵ جهت گیری بودن در شدن

۴-۵ جهت گیری فعالیت و تعریف نقش

۵-۵ روابط سازمانی / محیط (همان: ۲۰۵).

۱. Monochronic Time

۲. Polychronic Time.

۵. Planning Time and Development Time

۶. Discretionary Time Horizons

۶- «مفروض های مشترک در مورد ماهیت روابط انسانی»: این مفروض ها باید بتوانند دو مورد زیر را حل و فصل کنند:

قدرت، نفوذ و سلسله مراتب. صمیمیت، عشق و روابط با همکاران

در رابطه با این مفروض ها نیز رویکردهای زیر مطرح می شوند:

۱-۶- فردگرایی و جمع گرایی

۲-۶- مشارکت و درگیر کردن

۳-۶- ویژگی های رابطه های میان نقش ها (شاین، ۳۵)

با توجه به نظریه فوق و جهت مشخص نمودن سطوح فرهنگ سازمانی از جمله سطح ارزشها که یکی از سه سطح بسیار مهم فرهنگ سازمانی می باشد لازم است ابتدا ارزشهای انسانی از دیدگاه غربی و اسلامی مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان با مقایسه آنها به مدلی مناسب دست یافت:

### الف) ارزشهای انسان از دیدگاه تئوری پردازان غربی

ارزشهای انسان از دیدگاه نظریه پردازان غربی تئوری فرهنگ سازمانی عبارتند از: ناسازشکاری، جاه طلبی، خود محوری، وفاداری به خود، بالابردن کیفیت زندگی، سود محوری، افزون طلبی مادیات، جدا از علائق گروهی رهایی از قید و بند اخلاق سنتی و روی آوردن به اخلاق سنتی، موفقیت، کنترل و... و از نظر آنها انسانی ایده آل و کارمندی مفید کسی است که:

دارای قدرت جسمانی بالا و رشد فکری اندک باشد (تیلور)

خود محور و دارای دیدگاه ماتریالیستی باشد.

ناسازشکار، جاه طلب، وفادار به خود و ... باشد.

مطیع و فرمانبردار صرف بدون تعقل باشد.

همچون یک ماشین عمل نماید.

استقلال طلب باشد.

در جهت بهتر کردن کار خود تلاش نماید.

به مسیرهای شغلی خود وفادار باشد.

از راه صنعت به کشور خود خدمت نماید.

مسیرهای ترقی را بشناسد و سعی در طی آنها داشته باشد.

برای سازمان اثر بخشی و کارآیی داشته باشد.

به اصول و ارزشهای اخلاقی توجه ننماید.

سکولار باشد.

### ب) دیدگاههای اسلامی در خصوص ارزشهای انسانی و فرهنگ سازمانی

با توجه به اینکه هدف اسلام ساخته شدن انسانها و تاسیس حکومت الله و خلقت انسان می باشد لذا بحث ارزشها بسیار اهمیت خواهد داشت. اصولاً انسانها دارای دو بعد مادی و معنوی هستند و اهمیت بعد معنوی نه تنها کمتر از بعد مادی نیست بلکه با توجه به هدف اعلای حیات همه انسانها بعد معنوی اهمیت بیشتری دارد.

در اسلام تمام انسانها برابر و هیچ یک در این خصوص ترجیحی بر دیگری ندارند. یعنی هیچ تفاوتی از برخورداری از حیات معقول بین یک مدیر و یک عضو دیگر سازمانی وجود ندارد و چنان نیست که مدیر یک مجموعه از حیات معقول بهره مند باشد ولی یک عضو عادی تا حد یک گوریل باهوش که امثال تیلور درباره کارگران تعبیر نموده اند تنزل نماید. این بزرگترین ظلم و تعدی



بر شرف و حیثیت انسان است. بنابراین از دیدگاه اسلامی منافع مادی در جهت مصالح انسانی و مقدمه ای برای توسعه بینشهای الهی و ترویج ارزشهای معنوی قرار می گیرد.

البته اگر ارزشهای عالی فرهنگ سازمانی در سازمانها توسعه پیدا کند، خود منجر به کاهش هزینه و افزایش سود آوری نیز می شود زیرا در فرهنگ اسلامی با تقویت روحیه تقوا، عامل کنترل کننده درونی در افراد بوجود می آید و این مهم، ضمن رشد و تعالی معنوی انسانها، منجر به کاهش هزینه های مربوط می گردد. لذا با توجه به این موضوع در فرهنگ اسلامی مدیر نقش تربیتی نیز به عهده دارد و تأثیری که مدیر بر روح و روان همکاران خود دارد موقعیت تربیتی آنها را هر چه بیشتر می سازد. (زارعی متین، ۵۶)

### ارتباط علوم کاربردی و ادیان

مهمترین ارتباطی که میان علوم (بویژه علوم کاربردی) و میان ادیان (بویژه دین اسلام) وجود دارد و طبعاً در مورد مدیریت هم صدق می کند، رابطه جهان بینی اسلامی و نظام ارزشی اسلام با علوم انسانی است. رابطه اول از راه تاثیر نظریات اسلامی پیرامون هستی شناسی و انسان شناسی به عنوان اصول موضوعه در علوم انسانی و از جمله مدیریت تجلی می کند و رابطه دوم از راه تاثیر ارزشهای اسلامی در تعیین اهداف و خط مشی ها و روشهای عملی ظاهر می شود.

لذا لازم است در ابتدا مبانی فکری و جهان بینی اسلام مورد توجه قرار گیرد و سیره اولیاء دین خصوصاً شخص رسول اکرم (ص) و امیرالمومنین (ع)، مورد توجه جهت بررسی ارزشهای اسلامی قرار گیرد. (شریعتی، ۶)

در اینجا فرهنگ سازمانی شامل سه سطح، ۱- اعتقادات و باورهای اساسی ۲- ارزشها ۳- الگوهای اساسی رفتار در سازمان در نظر گرفته شده که ارزشها از اعتقادات و باورهای اساسی ریشه گرفته و بر الگوهای رفتاری در سازمان تاثیر می گذارند.

### واقعیت انسان در جهان بینی اسلامی و قرآن

در این جهان بینی، انسان تنها یک حیوان راست قامت دو پای سخنگو نیست و از نظر اسلام و قرآن بسیار ژرف تر و مرموزتر است. در قرآن عالیتین مدحها و بزرگترین نکوهشها در باره انسان آورده شده است او از آسمان و زمین و فرشته برتر در عین حال از دیو و چهار پایان پست تر شمرده شده است. از نظر قرآن انسان موجودی است که توانایی دارد جهان را مسخر خویش سازد و فرشتگان را به خدمت خود بگمارد و هم می تواند به اسفل سافلین سقوط کند و این خود انسان است که باید درباره خود تصمیم بگیرد و سرنوشت خویش را نهایی نماید.

### ارزشهای انسان از نظر قرآن

انسان خلیفه خدا در زمین است (انعام/۱۶۵)، (منظور این نیست که خدا نیاز به جانشین داشته باشد منظور این است که انسان می تواند آنقدر ارزش وجودی پیدا کند که مقامش هم رتبه جانشین خدا شود) این امر مهم باید مانند یک باور راهنما جهت دهنده باورهای روز مره باشد.

ظرفیت علمی انسان، بزرگترین ظرفیتی است که یک مخلوق ممکن است داشته باشد. (بقره/۳۱ و علم آدم الاسماء کلها)

انسان فطرتی خدا آشنا دارد، در عمق وجدان خویش به خداوند آگاهی دارد.

در سرشت انسان ترکیبی از ماده و معنی و جسم و جان وجود دارد. (خدا انسان را از گل آفرید و از روح خود در آن دمید)

انسان شخصیتی مستقل و آزاد دارد، امانتدار است و .... سوره احزاب آیه ۸ خداوند امانت خود را بر آسمانها، کوهها و زمین عرضه کرد نپذیرفتند اما انسان بار امانت را به دوش کشید.

انسان جز با یاد خدا با چیز دیگری آرام نمی گیرد. (رعد/۲۸) الا بذکر... تطمئن القلوب "اهمیت والای این موضوع در انگیزه" خداوند انسان را آفرید تا با شناخت تنها خدا را بپرستد و فرمان او را بپذیرد در اسلام فلسفه اساسی خلقت انسان رسیدن به کمال به واسطه شناخت حقیقی و نیایش به مقام خداوند است. (تمامی اعمال و کارهای انسان می تواند نوعی عبادت باشد)



انسان جز با پرستش خدای خویش خود را نمی یابد و اگر خدا را فراموش کند خود را فراموش می کند. از طرفی در قرآن انسان با مشخصات فوق مورد بزرگترین نکوهشها و ملامتها قرار گرفته است: او بسیار ستمگر و نادان است (احزاب/۷۲)، او ناسپاس است (حج/۶۴). وقتی بی نیاز باشد طغیان می کند (علق/۷۰) عجول و شتابگر است (اسراء/۱۱) حریص آفریده شده است (معراج / ۱۹) چشم تنگ است (اسراء/۱۰۰) به نظر قرآن مجید انسان همه کمالات بالقوه را داراست و باید آنها را به فضیلت برساند و این خود انسان است که باید سازنده و معمار خود باشد. شرط اصلی وصول انسان به کمالات ایمان است که از آن تقوا، عمل صالح و کوشش در راه خدا بر می خیزد (اعراف/۱۷۹).

### مقایسه ارزشهای فرهنگی سازمانی از دیدگاه اسلام و نظریه پردازان مدیریت

الگوی فرهنگ سازمانی در هر جامعه به طور کلی تابع جهان بینی حاکم در جامعه و متکی بر نوعی اعتقاد و ارزیابی در مورد جهان و هستی و هدف از خلقت جهان و انسان است.

بنابراین در این فضاهای ذکر شده اندیشمندان مدیریت و فرهنگ با ذهنیت های خود به بحث فرهنگ سازمانی پرداختند غافل از اینکه به ارزشها واقعی انسان توجه نمایند. و همین باعث شد که این فرهنگهای سازمانی علیرغم اینکه در پاره ای موارد در کشورهای خاص با جهان بینی های منطبق بر آنها موفق بود در سایر کشورها خصوصاً کشورهای مذهبی و سنتی علی الخصوص در کشورهای آسیایی کاربرد مفید نداشته باشد. جدول زیر نشان دهنده و تایید کننده موضوع فوق می باشد. توجه سازمانهای ایرانی و سازمانهای کشورهای اسلامی به مولفه های فرهنگی بومی آنها از جمله توجه به مولفه های اسلامی زیر در تعریف و تبیین فرهنگ سازمانی خود به نحو بسیار موثری می تواند در توانمند سازی و پیشرفت آنها نقش داشته باشد. نمونه بسیار عینی که می توان نام برد سازمانهای برخی از کشورهای جنوب شرقی آسیا مانند ژاپن می باشند که توانسته اند ضمن حفظ مولفه های سنتی، مذهبی خود به سوی نوآوری و توانمندی حرکت نموده و موفق شوند.

مقایسه ارزشهای فرهنگی در اسلام و سایر مکاتب

ارزشهای سایر مکاتب (ژاپنی-اروپایی-آمریکایی)	ارزشها در اسلام
تعهد به کارکنان، ارزیابی، مسیره های ترقی، کنترل تصمیم گیری، مسئولیت، توجه به افراد، خدمت ملی از راه صنعت، انصاف، همنوایی و همکاری، تلاش برای بهتر کردن، ادب و افتادگی، سازگاری و جذب، حق شناسی در سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰: عملگرایی، موفقیت، جاه طلبی، سخت کوشی وفادار به خود و مسیر شغلی	تقوی الهی- امر به معروف و نهی از منکر، برگزاری و شرکت در نماز جماعت، عدالت و انصاف، وفای به عهد، صداقت، توکل به خدا، اخلاص، تنظیم ایام شور و مشورت، هدایت و حمایت مدیریتی، احساس مسئولیت، تعاون و همکاری، سعه صدر، متعهد به اهداف، تخصص، خودنظارتی، سخت کوشی، روابط صمیمی، حسن خلق، نظام تشویق خلاقیت، نظم، انضباط
	در نهج البلاغه: واقع نگری، حق مداری، کمال جوئی، خدا محوری، انسان مداری. که شاخصه ی تمام رفتارهای فکری و عملی امام علی (ع) است

### نتیجه گیری:

با توجه به مباحث ذکر شده در فوق و مقایسه های انجام شده ملاحظه می گردد که در ارزشهای فرهنگ سازمانی مکاتب و مورد استفاده سازمانهای کنونی کمتر از مولفه های ارزشهای اسلامی استفاده شده است و این در حالی است که مولفه های دیگر موجود نیز همین وضعیت را دارند. جهت داشتن مدلی مناسب و موثر برای سازمانهای ایرانی بایستی ضمن استفاده از مولفه های مثبت مطرح در سایر دیدگاهها و بومی سازی آنها مولفه ها و شاخص های فرهنگ اسلامی نیز مد نظر قرار گیرند. در غیر اینصورت تناقضات و تضادهای موجود میان ارزشها و باورهای رایج در سازمان و فرهنگ سازمانی حاکم نه تنها منجر به دگرگشت و تحول نخواهد شد بلکه پیامدهای منفی نیز بدنبال خواهند داشت.

### منابع

- ۱) ایران زاده، سلیمان- مدیریت فرهنگ سازمان -انتشارات مدیریت دولتی - چاپ اول -۱۳۷۷
- ۲) بابایی، محمد باقر، مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه امام علی (ع)، ۱۳۸۴، ص ۲۴۸
- ۳) جاسبی، عبدالله - مدیریت اسلامی - جلد اول - ص ۴۴-انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
- ۴) - زارعی متین، حسن، مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۰
- ۵) دیویس، مدیریت فرهنگ سازمان- ترجمه دکتر ناصر میرسپاسی-انتشارات مروارید-چاپ دوم-۱۳۷۶-۱۳۸۱
- ۶) شفریتز و استیون اوت، تئوری های سازمان: اسطوره ها، ترجمه دکتر علی پارسائیان، جلد ۲ ص ۹۴۵-انتشارات آژنگ-
- ۷) طوسی، محمد علی، فرهنگ سازمانی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۲- چاپ اول
- ۸) علی، شریعتی، جهان بینی و ایدئولوژی، مجموعه آثار شماره ۲۳- چاپ اول، ۱۳۶۱-ص ۶
- ۹) قرآن کریم سوره های مائده، نساء، نحل، آل عمران
- ۱۰) کاظمی، علی اصغر- بحران جامعه مدرن -انتشارات دفتر نشر فرهنگ -۱۳۷۷
- ۱۱) مطهری، مرتضی، مقدمه ای بر جهان بینی اسلامی، انتشارات صدرا، ص ۶۳
- ۱۲) مصباح یزدی، محمد تقی، تبیین مفهوم مدیریت اسلامی- مقاله ارائه شده در چهارمین سمینار بین المللی مدیریت اسلامی-مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۳
- ۱۳) نقش فرهنگ سازمانی در پیشگیری از بروز فساد اداری، مقاله، مهدی محمودی- آموزش نیروی انسانی شده
- ۱۴) نهج البلاغه - نامه ۳۳، حکمت ۴۴، حکمت ص ۱۵۲- نامه ۵،.....