

روش‌شناسی هرمنوتیک و فرهنگ سازمانی

ابوالفضل گائینی*

چکیده

فرهنگ سازمانی از مهم‌ترین عناصر سازمانی است که بُعد معنایی را شکل می‌دهد. رفتار انسانی در سازمان در پرتو چنین عنصری تفسیر و شناخته می‌گردد، فرهنگ سازمانی، خود تحت پارادایم‌های روش‌شناختی متعددی تجزیه و تحلیل گردیده است، از پارادایم کارکردی - ساختی گرفته تا پدیدارشناسی و هرمنوتیکی که به دنبال فهم معنایی و تاریخی از آن است. این مقاله سعی کرده تا در ابتدا تأثیر روش‌شناسی هرمنوتیک را در دانش سازمانی نشان دهد، آنگاه با نگاه تاریخی به موضوع فرهنگ سازمانی از دریچه روش‌های مذکور و با تأکید بر روش‌های معناکاوانه و تفسیری به تجزیه و تحلیل آن بپردازد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ سازمانی، روش هرمنوتیک، روش معناکاوی، فرهنگ‌سازی اسلامی.

مقدمه

شناخت پدیده سازمان و دیگر پدیده‌های مرتبط به آن در گرو روش‌شناسی فهم آن پدیده‌ها می‌باشد، عناصر پدیده سازمانی زنجیره‌ای از عناصر فیزیکی تا معنایی است. سرمایه پولی، ابزار و تجهیزات مادی به کار گرفته شده در سازمان، جزء عناصر فیزیکی آن شناخته می‌شود و انسان نیز به عنوان عنصر اصلی سازمان امتزاجی از عناصر فیزیکی و معنایی سازمان تعریف می‌گردد. رفتار انسانی نمادی عینی و فیزیکی از سرمایه انسانی بوده و قصد و نیتی که عامل بروز آن رفتار گردیده است، چتر معنایی است که رفتار را قابل تعریف می‌سازد و در نهایت عینیت رفتار را به ذهنیت تحویل می‌نماید و عنصر معنایی آن را آشکار می‌کند. چنین تفسیری از عنصر انسانی سازمان که آن را امتزاجی از عینیت و ذهنیت می‌یابد و در آخر با عینیت رفتار آدمی را به ذهنیت فرو می‌کاهد، ایجاب می‌کند که روش فهم و شناخت آن هم به گونه‌ای اساسی با روش فهم دیگر پدیده‌های سازمانی که صرفاً از عینیت فیزیکی برخوردارند؛ تفاوت داشته باشد. این ضرورت سبب گردید تا پژوهشگران علوم اجتماعی و نظریه‌پردازان حوزه روش‌شناختی با ناکارآمد یافتن روش‌های تجربی پوزیتیویستی در شناخت پدیده‌های مرتبط به انسان، به عنوان کنش‌گر اجتماعی، دست به ابداع روش‌های پژوهشی دیگری بزنند تا از این طریق به فهم و شناخت بهتر و جامع‌تری از آن برآیند. روش پدیدارشناختی^۱ و هرمنوتیک^۲ از روش‌های مهم و اساسی در پژوهش‌های علوم اجتماعی است که به دلیل برجسته شدن عنصر معنایی و تاریخی رفتارهای فردی و اجتماعی انسانی هدف پژوهش را از تبیین^۳ پدیده به تفسیر^۴ آن جهت‌دهی کردند (پالمر، ۱۳۷۷، ص ۱۱۵).

در این مقاله سعی شده، پدیده فرهنگ سازمانی به عنوان عنصری از عناصر سازمانی بنا بر تقریر پوزیتیویستی و یا به عنوان خود سازمان بنا بر تقریر پدیدارشناسی (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۷۴) مورد بحث قرار گیرند و تا حدودی از رویکرد دو روش مذکور (هرمنوتیک و پدیدارشناسی) در چگونگی تبیین و تفسیر این پدیده گفت و گو شود و سرانجام با الهام از این گفت و گو توضیحی جهت تنقیح شناخت و تفسیر از فرهنگ

1. phenomenology

2. hermeneutics

3. explanation

4. in terpretation

سازمانی در سازمان‌هایی با صبغه فرهنگ اسلامی و شیعی ارایه شود. اما در ابتدا مناسب است، بحثی کوتاه از روش هرمنوتیک و ارتباط آن با دانش سازمانی صورت گیرد و آنگاه به بررسی رویکرد معناکاوی در مطالعات فرهنگ سازمانی پرداخته شود.

روش هرمنوتیک و دانش سازمانی

هرمنوتیک رشته علمی است که در آغاز به دنبال فهم و تفسیری از کتب مقدس بود، اما در قرن نوزدهم و بیستم به موازات ایده پدیدارشناسی وارد حوزه فلسفه گردید و به معنی مطلق درک و فهم معنا به کار گرفته شد (گریسری، ۲۰۰۲، ص ۱۳۴). تفاوت آشکاری بین هرمنوتیک و پدیدارشناسی وجود دارد. پدیدارشناسی رویکردی فردگرایانه است، در حالی که، هرمنوتیک ناشی از نگاه خاص به ایده زبان به عنوان یک پدیده اجتماعی است. هرمنوتیک در شکل مدرن آن، سرچشمه دانش اجتماعی را در پیچیدگی حوادث اجتماعی می‌بیند. ترجیحاً به عنوان یک مترجم، مورخ و یا تفسیرکننده جهان، معنا را از یک متن که در یک زبان غیر مأنوسی تولید شده، اخذ می‌کند. در چارچوب علم هرمنوتیک، حوادثی مانند تضاد در محیط کار، تلقی به متنی می‌شود که برای فهم آن نیاز به مترجم است و ترجمه، تفسیری است که شخص تفسیر کننده در قالب واژگانی، نیت و انتظاراتی که کنش‌گر اجتماعی از ایجاد این کنش منظور دارد، بیان می‌کند. ترسیم برداشت از حادثه سازمانی به عنوان یک متن، این پیش‌فرض را به دنبال دارد که همه پدیده‌های سازمانی متون و یا شبه متونی‌اند که نیاز به تفسیر دارند و روش فهم و تفسیر این پدیده‌ها نظیر فهم و تفسیر از یک متن به زبان خارجی است. فهمیدن یک متن در زبان خارجی عبارت از ربط دادن آن متن به زنجیره کلی از تفسیر ابتدایی و اولیه از آن متن و سپس آزمون و تجدید آزمون آن تفسیر در چشم‌اندازی از روشن‌ترین مفاهیم زبان مورد ترجمه می‌باشد. بگونه‌ای مشابه، فهمیدن رفتار کارکنان در سازمان به معنای متفاوت از آن رفتار و سرانجام آزمون آن فهم در پرتو حوادث دیگر و ادراک افراد تأثیرگذار درون سازمان می‌باشد (گریسری، ۲۰۰۲، ۱۳۵)

کاربرد کلیدی رویکرد هرمنوتیکی برای دانش سازمانی در این است که هیچ تبیین مستقلی از واقعیت وجود ندارد. دقیقاً همانگونه که یافتن هر گزاره اولیه‌ای نیاز به تفسیر دارد (حتی زمانی که خودش برای تفسیر برخی پدیده‌های دیگر تولید شده باشد)، هر

مرحله‌ای از زنجیره پژوهش نیز، پدیده‌ای است که نیاز به تفسیر دارد. گادامر می‌گوید: فهمیدن، بازسازی از واقعیت نیست، بلکه خود واسطه‌ای است که نیاز به تفسیر دارد. به عبارت دیگر، این ایده که یک گزاره به‌کار گرفته شده در تئوری اجتماعی بازسازی یا انعکاسی از ساختار واقعیت است، ایده‌ای کاملاً اشتباه است. از دیدگاه هرمنوتیک، یک گزاره درباره واقعیت اجتماعی عبارت از ربط بین واقعیت و شخصی است که آن گزاره را تولید کرده و تنها می‌تواند در چارچوب واژه‌ها و شرایطی که گزاره در آن ساخته شده فهم گردد. ایده واسط در اینجا به معنای ترجمانی از واقعیت در چارچوب فرمی است که شخص محقق واقعیت را در آن چارچوب و در قالب گزاره‌ای قابل فهم و تفسیر می‌یابد (بلای‌کای، ۱۹۹۳، ص ۶۴). واقعیت به لباس یک مدل و یا عباراتی آورده می‌شود، به‌گونه‌ای که فرد می‌تواند معنایی را از آن واقعیت در چارچوب مفهومی خود ایجاد نماید. بنابراین وقتی شخصی اینگونه گزارش می‌دهد که برگزاری جلسه بدون داشتن هرگونه صورت جلسه‌ای، منجر به هرج و مرج می‌شود؛ صرفاً اعلام یک خبر نیست، بلکه گزاره‌ای از گوینده است که معنایی را از تجربه شخصی خود منتقل می‌کند و در قالب واژگانی و عباراتی آورده می‌شود که با دیگر ادراکات و عقاید گوینده ارتباط برقرار می‌کند. از دیدگاه هرمنوتیک و برخلاف دیدگاه پدیدارشناسی، این تفسیر نمی‌تواند صرفاً یک نگرش ذهنی باشد، بلکه در اینجا یک دور هرمنوتیکی نیاز است؛ به‌گونه‌ای که زنجیره‌ای از متون مرتبط به عنوان شبکه حمایتی از دیده‌ها عمل می‌کند. سهم این متون می‌تواند در فراهم نمودن شرایط زمینه‌ای باشد که فرد در درون آن شرایط گزاره‌ای را درباره واقعیت اجتماعی ایجاد می‌کند. این زمینه به خوبی روشن می‌کند که چرا گوینده به جای اینکه تنها احساس مشاهده‌ی خود را از تلازم بین فقدان صورت جلسه و بروز هرج و مرج در قالب یک گزاره شخصی بیان کند؛ ترجیح می‌دهد آن را در قالب یک گزاره عام مطرح سازد.

دور هرمنوتیک بر این است که برای فهم پدیده‌های اجتماعی، پژوهشگر باید یک هماهنگی زیربنایی را جهت معنادگی به انواع علائم و سنبل‌هایی که می‌بیند مفروض و یا ایجاد نماید. محقق سعی می‌کند تفسیر زیرین را از پدیده‌های اجتماعی که مشاهده می‌کند به دست آورد تا از طریق آن یک شبکه معنایی و یک چرخه خود حمایتی از متون که به یکدیگر ربط داده شده به وجود آورد. تحصیل دور هرمنوتیکی وابسته به

دسترسی به احساس یک گروه یا اعضا یک شرکت می‌باشد. یعنی اینکه پدیده را آنگونه فهمیدن که اعضاء آن شرکت و یا گروه آن را انجام می‌دهند. برای انجام این کار نیازمند به هماهنگی و نظم دادن به موضوعات متنوع متنی و شبه‌متنی می‌باشد. منابع بالقوه این متون و شبه‌متون متنوعند. آنها محدود به یک شخص نیستند؛ بلکه شامل اظهار نظر افراد دیگر، منابع متنی دیگر و حتی مصنوعات بشری می‌باشد.

دور هرمنوتیک به‌گونه‌ای مستمر برای ارائه تفاسیر مجدد مفتوح است. بنابر دیدگاه هرمنوتیکی مفاهیم، نقش‌هایی از واقعیت نیستند. مفاهیم، کاربردهایشان را از پیش برای تمامی موقعیت‌های ممکن‌الوقوع مشخص نمی‌کنند؛ بلکه عنصری از خلاقیت لازم است تا مشخص نماید چگونه یک مفهوم ممکن است در موقعیت جدید به‌کار گرفته شود. یک قانون^۱ نمی‌تواند از پیش مشخص نماید که چگونه در کاربردهای محقق‌الوقوع آنی، به‌کار گرفته می‌شود. محقق نمی‌تواند قبل از تجربه، تحلیل قاطعی از یک مفهوم ارائه نماید تا بر تمام نمونه‌های قابل تصور که در آینده ممکن‌الوقوع‌اند تطبیق شود؛ زیرا نمونه‌های جدید در آینده ممکن است ابعاد جدیدی را پدیده آورده و به‌گونه‌ای خلاقانه از عمل موجود فاصله بگیرد و از این طریق باعث بسط و گسترش فهم محقق از مفهوم گردد. محقق نمی‌تواند این نمونه‌ها را در قالب مفاهیمی برنامه‌ریزی نماید که تغییر پدیده آن مفاهیم به عنوان یک امر عادی در جهان واقعی پذیرفته شده است (گریسری، ۲۰۰۲، ص ۱۳۶) به‌گونه‌ای مسلم دور هرمنوتیکی، تفسیری شخصی از پدیده اجتماعی نیست؛ بلکه چرخه‌ای است که قابلیت خودگشودگی در برابر نقد، گفتگو و در نتیجه تفسیرهای جدیدتر را دارد و برای یک تحقیق بین‌الذهانی همیشه گشوده است. از طریق دور هرمنوتیک می‌توان پدیده‌های اجتماعی را به صورت تشریح مساعی در فهم مورد بررسی قرار داد. نگرش هرمنوتیک همواره با این عبارت که: من این را به‌گونه‌ای مطمئن می‌دانم مشکل دارد، اما البته این را می‌پذیرد که تحقیق ممکن است منجر به این شود که محقق لحظه به لحظه به واقعیت نزدیک‌تر شده هرچند که احتمال این هست که این نزدیکی کامل صورت نگیرد.

هر دو دسته نگرش پوزیتیویستی واقع‌گرا و هرمنوتیکی، پژوهش را به عنوان یک فرایند اعتراف می‌کنند، اما تفاوت این دو در بیان مقصد این فرایند است. برای واقع‌گرا،

1. rule

هدف تحقیق تمایل به یک نوع همگرایی است (به گونه‌ای آهسته، محقق به یک حقیقت مستقل نزدیک می‌شود)، اما برای یک نظریه پرداز هرمنوتیک مانند گادامر، هیچ گونه همگرایی در تحقیقات اجتماعی وجود ندارد؛ بلکه دانش عبارت از ربطی بین پژوهشگر و آن متونی است که سعی در اصطیاری معنا از آن می‌شود (گادامر، ۱۹۶۰). در این هیچ گونه حقیقت مستقل از آدمی وجود ندارد و در بهترین حالت حقیقت عبارت از ایده‌هایی است که به یکدیگر و به گونه‌ای هماهنگ ربط پیدا کرده‌اند. در این میان فرایند تفسیر، پدیده‌ها را کمی بیشتر معقول می‌سازد، اما نمی‌توان ادعا داشت که فرایند تفسیر، محقق را به واقعیات مستقل نزدیک می‌کند. آزمون و سنجش یک تفسیر این نیست که تا چه اندازه آن تفسیر می‌تواند واقعیت مستقل را منعکس سازد؛ زیرا چیزی به نام واقعیت مستقل وجود ندارد بلکه آزمون برای این است که مشخص سازد تفسیر تا کجا می‌تواند معنا را از تکه‌های متنوع مدارک و شواهد در دسترس پژوهشگر اتخاذ نماید. شاید وجه تمایز جدی بین هرمنوتیک و پدیدارشناسی در این نکته نیز ظاهر شود؛ زیرا دیدگاه پدیدارشناسی مفروض می‌گیرد که یک واقعیت درونی در افراد وجود دارد که به رفتار آنان معنا می‌دهد، اما هرمنوتیک این ادعا را انکار می‌کند و بر این باور است که تنها یک متن وجود دارد و تفسیری که از آن ساخته می‌شود.

با نگاهی عمل‌گرایانه ممکن است برای هر شخص این سؤال مطرح می‌شود که اگر روش هرمنوتیک به عنوان بهترین روش پذیرفته شود، باید از وصول به نتایج عام مأیوس شد. از این روی مطابق با این روش هیچ محلی برای اینکه مشخص کند بهترین تفسیر برای یک پدیده چیست وجود ندارد. یک پاسخ محتمل به این اشکال این است که پژوهشگر نمی‌تواند خودش را از پژوهش مشترک کنار بکشد و اظهار نماید که تفسیر او بهترین تفسیر است. هرمنوتیک هیچ جایگاهی برای نتایج غیرقابل قبول ارائه نمی‌دهد. در حالی که ویژگی مهم علوم طبیعی در این است که گهگاه نتایجی را به دست می‌آورد که به سرعت به صورت یک نظریه کیش سختی مطرح می‌گردد. تا آنجا که نگرش به علوم طبیعی، که به وسیله کوهن ارائه شده و در شک‌گرایی معرفتی به هرمنوتیک نزدیک است، مبتنی بر ایده انقلاب در دانش مطرح شده است. در مقایسه، روشن نیست که چنین انقلاب‌هایی چگونه می‌تواند براساس نگرش هرمنوتیک تحقق یابد.

تجربه هائورن نمونه مناسبی است برای تبیین از نوع آنچه در علوم طبیعی و نیز

برای تفسیر پدیدارشناختی انجام گرفته است در تبیین از واقعه به سبک علوم طبیعی تمام شواهد تجربی جمع‌آوری شده بود و تجربه به‌گونه‌ای روشن تعریف و طراحی شد، اما نتایج دور از انتظار بود. سؤالات جدیدی طرح گردید و بر آن اساس اطلاعات جدیدی گردآوری شد و زنجیره وسیعی از ایده‌ها و احتمالات جدید را برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد کرد. از منظر پدیدارشناسی علت موفق نبودن تبیین، به دلیل تمرکز محض روی رفتارهای فیزیکی بود و تبیین از این منظر زمانی می‌توانست موفق باشد که عمل را همراه با نیت و قصد عامل تفسیر می‌کرد. اما رویکرد هرمنوتیکی این مشکل را به‌گونه‌ای جالب بررسی می‌کند. شاید این‌گونه به ذهن تبادر کند که بین رویکرد هرمنوتیک و پدیدارشناسی در حل این مشکل مشابهت باشد، اما تفاوت مهمی در اینجا باید ملاحظه گردد و آن اینکه پدیدارشناسی تمایل دارد که یک تفسیر درونی برای فهم کامل‌تر از رفتار ضروری است، اما هرمنوتیک چنین تمایلی ندارد. ترجیحاً نگرش هرمنوتیکی به دنبال این است که تفسیری ارائه دهد تا بتواند بیان و اظهارنظر هماهنگی را از پدیده مورد نظر ارائه دهد رخنه‌ای که در اینجا مشاهده می‌شود این است که هرمنوتیک باید مشخص نماید چه اطلاعاتی برای این هماهنگی لازم و مرتبط است و اینکه چه تبیینی هماهنگ‌تر تلقی می‌شود؟

در علوم طبیعی ترجیحی برای تبیین‌های ساده‌تر وجود دارد. گرچه مفهوم سادگی خود از ابهام برخوردار است و روشن نیست معیار سادگی چیست؟ سادگی ریاضی؟ یا کوچکترین زنجیره از قواعد و اصول؟ زمانی که پژوهشگر در صدد بر می‌آید معیاری را برای تمیز تبیین اجتماعی هماهنگ‌تر از پدیده مورد مطالعه ارائه دهد، دچار مشکل بغرنجی می‌گردد؛ به‌ویژه در حوزه مطالعات اجتماعی که دارای مفاهیم متنوعی می‌باشد. پیچیدگی مفاهیم، ارزش‌ها و عقاید انسانی به‌گونه‌ای است که هرگاه پژوهشگر می‌پندارد به بیان هماهنگ‌تری رسیده است، همواره عمق بیشتری از مفاهیم برای ورود به آن در برابر خود احساس می‌کند (گرسیری، ۲۰۰۲، ص ۱۴۰) از دریچه تئوری انتقادی، اما، طرح روشنی براساس هرمنوتیک در مطالعات اجتماعی وجود دارد. هابرماس به عنوان نظریه‌پرداز انتقادی معتقد است که رضایت‌مندی یا هر چیز دیگری از تبیین شناختی به نوع آن علاقه‌ای که هر تبیین شناختی به خاطر آن به کار برده شده باشد بستگی دارد (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۰، ص ۲۱۱). مطالعات هائورن،

به گونه‌ای روشن مناسب است با علاقه‌ای که هابرماس آن را تحقیق تکنولوژی تجربی می‌نامد. بنابراین با توجه به چنین علاقه‌ای اطلاعات جمع‌آوری شده نمی‌توانست پاسخ مناسبی برای تبیین تجربی از آن واقعه تلقی شود.

خلاصه آن که هرمنوتیک روش چگونه سفر کردن به سوی دانش را نشان می‌دهد، اما توضیح نمی‌دهد که چگونه باید بین موج‌های رضایت‌بخش و غیر رضایت‌بخش از تبیین و تفسیر شنا کرد و یا مشخص نمی‌کند هدف تحقیق چگونه چیزی و یا شبیه با چیست؟ هرمنوتیک بر این پیش‌فرض استوار است که تمامی اطلاعات زائد و به ظاهر بی‌مصرف ممکن است برای تفسیر مفید و کارآمد باشد؛ بنابراین کلمه به کلمه در یک گزاره یا متنی باید در تفسیر ملاحظه شود. هرمنوتیک برای تصمیم درباره اینکه چه اطلاعاتی می‌تواند مرتبط و یا نامرتب باشد هیچ پاسخی ندارد. آیا اجماع ملاک است؟ آیا ملاکی در اختیار هست که مشخص نماید آن اجماع مرتبط یا نامرتب است؟ می‌توان نتیجه گرفت که هرمنوتیک نوع پیشرفته از پدیدارشناسی است که درصدد توصیف عامی از فعالیت به منظور فهم معنایی و تاریخی از حوادث اجتماعی می‌باشد. در ادامه به تحلیل پدیده فرهنگ سازمانی و تأثیر رویکردهای معناکاوی در شناخت آن پرداخته می‌شود.

رویکردهای معناکاوی و فرهنگ سازمانی

مطالعه فرهنگ سازمانی به معنای افسانه‌ها و اسطوره‌هایی که سازمان‌ها ایجاد می‌کنند و تشریفات و رسومی که به کار می‌گیرند و سمبل‌هایی که سازمان‌ها از طریق آن اداره می‌شوند، امری شایع و متداول است (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۶۳) به نظر می‌رسد که بیشترین کاربرد فرهنگ به عنوان یک مفهوم یکپارچه‌ای که از طرفی بیان‌کننده همبستگی و نظم اجتماعی است و از طرف دیگر اثربخش سازمان، نتیجه انتقال این مفهوم فرهنگ از تئوری‌های شناختی و جامعه‌شناختی مانند پارادایم نظری کارکردی - ساختی به تجزیه و تحلیل سازمانی می‌باشد (همان، ص ۳۶۴). بسیاری از محققان در مطالعات فرهنگ سازمانی، فرهنگ را پدیده‌ای مرتبط با مدیریت دانسته‌اند و آن را وجدان جمعی سازمان تحت ملکیت و کنترل و اداره مدیریت تعریف کرده‌اند. برخی نظریه‌پردازان سازمانی به ویژه آنانی که مرتبط به مکاتب روابط انسانی‌اند. مفهوم فرهنگ را از سنت

مردم‌شناسی کارکردی - ساختی وام گرفته‌اند. البته در فرایند به کارگیری آن در سازمان تغییرات را در این مفهوم ایجاد کردند (تورنر، ۱۹۸۶). بنابراین برابر دانستن فرهنگ سازمانی با نیروی طبیعی برای نظم اجتماعی در درون سازمان به این معنا که فرهنگ، عبارت از وجدان جمعی سازمان که قابلیت سنجش و اداره دارد در واقع تلقی است که نشأت یافته از نگرش سنت کارکردی - ساختی به مقوله فرهنگ است. در ۲۵ سال گذشته انتقادهای زیادی به تئوری کارکردی - ساختی شده است که عمدتاً به دلیل اتکاء این تئوری به استعاره زیستی، موضوع پوزیتیویستی آن، و اصرار آن بر این که نظم‌های اجتماعی از طریق افرادی که به درونی سازی هنجارها و ارزش‌های مسلط اجتماعی پرداخته‌اند ایجاد و نگهداری می‌شوند و به دلیل تلقی‌شان از افرادی که هنجارهای بدیهی را پذیرفته‌اند به عنوان موجودات منحرف اجتماعی و به دلیل فرض‌شان بر این نظریه که پاره‌هایی از یک موجود اجتماعی وقتی در یک وضعیت متعادل طبیعی قرار می‌گیرد به صورت کارا عمل می‌کند به گونه‌ای که عامل حفظ اثربخشی کل ساختار اجتماعی می‌گردند مورد نقد قرار گرفته‌اند (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۶۶).

پیامدهای نامطلوب اقتباس از تلقی سنت کارکردی - ساختی نسبت به فرهنگ سازمانی موجب نادیده انگاشتن واقعیت‌های موجود سازمانی مانند تضادهای ذاتی و ویژگی‌های ساختاری مهم سازمان مانند ساختار قدرت و تضاد و نیز نابرابری‌های ساختاری و تن دادن به ساختار فرهنگ طبقاتی در سازمان مطالعات فرهنگ سازمانی مبتنی بر چنین نگرش پوزیتیویستی مفروض می‌گیرد که فرهنگ یک نیروی وحدت‌آفرینی در سازمان است که سبب همگرایی در سازمان گردیده و وظیفه پژوهشگر کشف آن فرهنگ است. برخی تعاریف از فرهنگ، مفروض فوق را به ذهن متبادر می‌کند، مانند «فرهنگ عبارت از خواسته جمعی اعضاء و یا اینکه آن چیزی است که سازمان واقعا طالب آن است و یا آنچه که واقعا به منظور رسیدن به پیشرفت در نظر می‌گیرد» (کلیمان، ۱۹۸۲، ص ۱۱). تعریف فرهنگ تأکید دارد، بر درونی شدن هنجارها، نظم و ثبات اجتماعی که فرهنگ را با تمایلات مدیریت ربط می‌دهد و یا اینکه فرهنگ به عنوان خواست یا وجدان جمعی سازمان تعریف شده است و نیز فرهنگ را نیروی نامحسوسی تعریف کرده‌اند که پدیده‌های ملموس و مشهود در هر سازمانی را پشتیبانی تفسیری می‌کند و سرانجام اینکه فرهنگ به عنوان فلسفه‌ها، ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها،

مفروضات، عقاید، انتظارات، نگرش‌ها و هنجارهایی که پیوند اجتماعی را به یکدیگر استحکام می‌بخشد، تعریف شده است (شاین، ۱۳۸۳، ص ۱۷). در هر زمانی، فرهنگ از طریق فلسفه‌های مدیریت عالی توسعه داده می‌شود و از طریق پذیرش آن فلسفه‌ها به وسیله اعضا سازمان نگه‌داری می‌شود. برای فهم روح و جوهره سازمان لازم است که شخص پژوهش‌گر در درون لایه‌های زیرین فرهنگ سازمان که چارته‌ها، قوانین، مکتوبات، ماشین‌ها و ساختمان سازمان بر آن بنا شده، حرکت نماید.

اما از دیدگاه مجریانی که تئوری‌های فرهنگی را در سطح سازمان به کار می‌گیرند، نقش فرهنگ را چیزی بیش از آنچه که تئوری پردازان صرفاً گزاره‌های مدیریتی تلقی می‌کنند، ملاحظه می‌نماید. آنان به این فرض تکیه می‌کنند که هنجارها، ارزش‌ها و عقاید اعضای سازمان عواملی‌اند که ایجاد اتفاق و وحدت در سازمان و نیز رفتارها را پیش‌بینی می‌کنند (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۶۸). پیامد چنین ملاحظه‌ای ایجاد مسئولیت به منظور تشویق رفتار و نگرش‌های مثبت، پرورش اعتماد به نفس اعضای سازمان، تشویق به وفاداری نسبت به اهداف و مأموریت‌های سازمان، آگاه کردن افراد و نیاز به تغییر، زمانی که احساس شود، سرانجام ایجاد یک حس صمیمیت در درون سازمان مطالعات فرهنگ سازمانی مفهوم فرهنگ را از سازوکاری برای نظم و یکپارچگی به عنوان ابزاری برای کنترل اجتماعی که به وسیله مدیریت ایجاد و اداره شده توسعه داده‌اند. برخی نویسندگان سعی کرده‌اند، کیفیت ایجاد مطلوب فرهنگ سازمانی را ترسیم نمایند و یکی از وظایف مهم و مسلم رهبران سازمانی را ایجاد، مدیریت و در صورت نیاز از بین بردن فرهنگ سازمانی برشمرده‌اند (شاین، ۱۳۸۳، ص ۳۳۷).

اکثر مردم شناسان، این عقیده را که رهبران، فرهنگ را به وجود می‌آورند غیرمعقول دانسته‌اند. به اعتقاد آنها رهبران فرهنگ‌ساز نیستند، بلکه فرهنگ، ناشی شده از تعامل جمعی گروه‌ها و اجتماعات است. ارتباط بین فرهنگ مدیریت و کنترل صرفاً مربوط به تئوری کارکردی - ساختی نمی‌باشد، بلکه تطبیق این نظریه است، بر تمایل مدیرانی که به دنبال حمایت از ایده کنترل و مدیریت فرهنگ می‌باشند تا از طریق فرهنگ، کارکنان را در مسیر رسیدن به اهداف سازمانی کنترل نمایند.

قبلاً نیز بیان شد که یکی از نقاط ضعف تئوری کارکردی - ساختی تکیه بر استعاره زیستی است. مطابق با این استعاره این تئوری مفروض می‌گیرد که یک سازمان به

عنوان یک ارگانیزم زنده بسیار بزرگ می‌تواند فهمیده شود. از این‌رو، فرهنگ از کنشگران فردی که آن را به وجود می‌آورند و یا بازآفرینی می‌کنند به سازمان به عنوان یک مجموعه کلی منتقل می‌گردد. از آنجا که سازمان یک ارگانیک واجد فرهنگ است و فرهنگ هنجارها، ارزش‌ها و عقاید اعضا را دربر دارد، ضروری است که سازوکاری اتخاذ گردد تا وحدت و یکپارچگی سازمانی را ایجاد نماید، زیرا اجزای یک موجود زنده سالم نمی‌تواند در تقابل با یکدیگر قرار گیرند (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۷۰).

مکتب روابط انسانی علم مدیریت به دلیل اینکه اولین تئوری در زمینه توسعه روابط اجتماعی غیررسمی در سازمان بود و نیز به مفهوم فرهنگ سازمانی به صورت جدی توجه نمود؛ از اهمیت بسیار زیادی در مطالعات فرهنگ سازمانی برخوردار است. این مکتب، نگرش خود را به فرهنگ سازمانی از چارچوب مطالعات روان‌شناسی رفتارگرا اخذ نمود. زبانی را که نظریه‌پردازان روابط انسانی در تبیین مقوله فرهنگ در سازمان به کار گرفتند، مبتنی بر استعاره پزشکی مربوط به موجود زنده است. این نظریه‌پردازان از فرهنگ سازمانی سالم و ناسالم و بهداشت سازمانی صحبت می‌کنند. نظریه‌پردازان روابط انسانی، فرهنگ را به عنوان چیزی که سازمان دارد و می‌تواند برای خدمت به اهداف مدیریت اداره شود، تعریف می‌کنند.

مدیران حرفه‌ای مانند محققان دانشگاهی علاقمندند که بتوانند به سازوکاری دست یابند که از آن طریق، فرهنگ سازمانی سالمی را در سازمان پیدا کنند. مدیران شرکت‌های بزرگ در این اندیشه‌اند که چگونه می‌توانند موفقیت‌های اقتصادی سازمان خود را با ایجاد فرهنگ سازمانی سالم به دست آورند، هم‌چنین بر این باورند که چگونه یک فرهنگ سازمانی مطلوب می‌تواند ایجاد شود و از طریق آنان اداره شود و برای رسیدن به چنین فرهنگی آماده‌اند تا برای آن هزینه کنند (اسمیریچ، ۱۹۸۳، ص ۳۷۱). این فرض که فرهنگ سازمانی می‌تواند به گونه‌ای طراحی و اداره شود تا از این طریق اعضای سازمان با یک وحدت و یکپارچگی برای رسیدن کارا و اثربخش به اهداف سازمانی نایل آیند، در تقابل جدی با تجربه غالب اشخاص از فرهنگ سازمانی است. سازمان‌ها اغلب محلی برای ستیز و تضاد می‌باشند و یکی از عناصر اصلی در ایجاد تضاد، ارزش‌ها هستند. سازمان‌ها دارای یک فرهنگ سازگار نیستند، بلکه مجموعه‌ای چندفرهنگی‌اند و فرهنگ می‌تواند یک منبع برای تضاد باشد. تضاد فرهنگی اغلب در

سازمان‌های حرفه‌ای مشاهده می‌شود. از این جهت، فرهنگ سازمانی نیرویی برای ایجاد نظم اجتماعی نیست، بلکه پدیده‌ای است که احتمال تولید ضد فرهنگ را نیز دارد. به‌طور کلی، می‌توان تئوری‌های فرهنگی را به دو دسته عمده تقسیم کرد. دسته‌ای که فرهنگ را به عنوان یک متغیر تلقی می‌کند. به عبارت دیگر، فرهنگ را چیزی می‌داند که یک سازمان دارد و دسته دوم فرهنگ معتقد است که یک سازمان است (میک، ۱۹۸۸، ص ۳۷۴). دسته دوم بیش‌تر هم‌سو با تلقی مردم‌شناسان از فرهنگ است. این نظریه‌پردازان معتقدند که فرهنگ محصولی از نمادها و معانی مشترک است. فرهنگ ناشی از تعاملات اجتماعی است. در این رویکرد به فرهنگ، پژوهشگر به تجزیه و تحلیل برخی از ابعاد غیرمعمول و بیگانه در زندگی سازمانی نمی‌پردازد. تفسیر فرهنگ سازمانی باید به گونه‌ای عمیق ریشه در انباشت زمینه‌ای زندگی اجتماعی اعضای سازمانی داشته باشد. فرهنگ نمی‌تواند به عنوان موجود فرعی یا خارج از اهداف سازمان تعریف شود.

اگر به فرهنگ به عنوان ریشه تعاملات اجتماعی توجه شود، به این معنا که فرهنگ چیزی است که به گونه‌ای اجتماعی در طول زمان تولید و بازتولید شده؛ بنابراین، نمی‌تواند کشف و یا به گونه‌ای مکانیکی اداره شود، بلکه تنها می‌تواند توصیف و تفسیر شود. پژوهشگر درحوزه فرهنگ سازمانی براساس این نوع تحلیل اجتماعی از فرهنگ نمی‌تواند طرحی پیشنهاد دهد که براساس آن مشخص نماید چگونه فرهنگ ایجاد و یا نابود می‌شود. آن محقق تنها می‌تواند تلاشی برای رمزگشایی و تبیین این‌که چگونه فرهنگ ممکن است، در فرایندهای اجتماعی بازتولید و تغییر داده شود؛ انجام دهد (همان، ص ۳۷۴).

فرهنگ‌ها پدیده‌های عینی و ملموس نیستند، بلکه مفاهیم انتزاعی هستند که برای تفسیر رفتارها به کار برده می‌شوند. هم‌چنان که ماکس وبر می‌گوید: انسان یک حیوانی است که در بافته‌هایی که خود تنیده، پیچیده شده است. فرهنگ به منزله بافته‌هاست و تجزیه و تحلیل آن یک علم تجربی نیست که به دنبال کشف از قانون باشد؛ بلکه یک تفسیری است که در پی به‌دست آوردن معنایی از رفتار می‌باشد و سنبل‌ها، رمزهای مشترکی از معانی هستند که دربردارنده تنوعی از عناصر مانند کلمه‌ها، داستان‌ها، تصاویر سازمانی یا پرچم‌های ملی که معانی را ایجاد می‌کنند، هستند. و نیز احساسات را برمی‌انگیزاد و مردان و زنان را مجبور به فعالیت می‌کند. بنابراین، سازمان چیزی بیش‌تر

یا کم‌تر از الگوهایی از گفت و گوی نمادین تعریف نشده است. سازمان‌ها تصوراتی از مشارکت و تفسیری از تجربه‌های سازمانی هستند آن‌ها هیچ واقعیت بیرونی ندارند، بلکه صرفاً وجودی اجتماعی هستند که نشأت گرفته از کنشگرانی هستند که معانی را از چشمه‌های مستمر عمل و تفسیر به وجود می‌آورند. بنابر نظریه پارادایم تفسیری، سازمان‌ها وجود خارجی ندارند (گیرتز، ۱۹۷۳، ص ۹).

رویکرد هرمنوتیک به عنوان یکی از رویکردهای معناکاوی در مطالعات سازمانی بیشترین تأثیر را در فرهنگ سازمانی می‌گذارد. فرهنگ سازمانی تبیینی است بر چگونگی فعالیت و موفقیت سازمان، جدای از ساختار اداری و فرایندهایی که به وسیله مدیران آگاهانه به کار گرفته می‌شوند. استعاره هرمنوتیک، رفتار اعضای سازمان را به عنوان متن‌هایی ترسیم می‌کند که حامل معانی خاص‌اند و وظیفه پژوهشگری که به مطالعه فرهنگ سازمانی و رفتارهای اعضای سازمان می‌پردازد، از دیدگاه هرمنوتیک لازم است، حسی را از معانی آن فرهنگ و رفتارها به دست آورد. حوادث و پدیده‌های سازمانی در درون الگوهای عام، معنا و به نظم کشیده می‌شوند. الگوهای رفتاری مانند رفتار مطلوب در مواجهه با بحران در سازمان، یا نارضایتی مشتریان و یا هنگام بروز تضاد در سازمان از مواردی است که همچون یک متن، افراد سعی می‌کنند، به‌طور هماهنگ خود را با آن تطبیق داده و تفسیرشان را از واقعیت سازمان، متناسب با آن الگوهای رفتاری، ایجاد و یا اصلاح نمایند. هرمنوتیک نه تنها سعی بر آن دارد که با استفاده از روش‌های منظم، ایده‌ای روشن از برخی ابعاد درونی فرهنگ سازمان فراهم کند، بلکه به دنبال ارایه ایده کلی از فرهنگ سازمانی نیز می‌باشد. زیرا فرهنگ سازمانی مفهوم عامی است که می‌تواند معنایی عام را به پدیده‌ها و حوادث سازمانی ارایه دهد. فرهنگ ایده‌ای است که زنجیره‌ای از مفاهیم به ظاهر غیرمرتبط را به هم ربط می‌دهد. در زمانی خاص ممکن است، زنجیره‌ای از نتایج مجزا و مستقل مانند قدرت مدیران ارشد، مدیریت تضاد و اهمیت مشتریان به وجود آید. آنچه سبب اتصال این زنجیره حوادث در دور هرمنوتیک می‌گردد، پیدایش آن حوادث در فرهنگ خاص است. به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی حوادث و فرایندهایی را که جدا از هم متصور می‌شوند، به هم ربط می‌دهد. فرهنگ سازمانی حلقه اتصال را نشان می‌دهد که به وسیله آن ارتباط شبکه‌ای از پدیده‌های وسیع و متنوع را پشتیبانی می‌کند (گریسری، ۲۰۰۲، ص ۱۳۷).

کاربرد روش‌های معناکاوانه در فهم فرهنگ سازمان اسلامی

کارکنانی که به منظور رساندن سازمان به اهدافش دست به تولید رفتارهایی می‌زنند، با تأثیرپذیری از آنچه درباره هستی می‌اندیشند، تلقی خاصی از معنای رفتار خود دارند. فرهنگ سازمانی در ایجاد این تلقی سهم مهمی دارد. فرهنگ سازمانی، خرده فرهنگی از فرهنگ ملی است. فرهنگ دین‌مدارانه یا غیر دین‌مدارانه در جامعه، فرهنگ سازمانی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. باورهای دینی کارکنان سازمان، جهت‌دهی دینی را برای رفتار آنان به دنبال خواهد داشت. معناداری رفتار چنین کارکنانی قابل تأویل و تقلیل به ایجاد مهارت‌های شغلی و یا درک اهمیت وظیفه و جایگاه شغل در چارچوب اهداف تولیدی و یا سودآوری سازمان نیست. شغل نمی‌تواند برای کارکنان این سازمان ایجاد حالت معناداری کند. البته شناخت عمیق حالت‌های انسانی حتی در سازمان‌های غیردینی، حداقل در بلندمدت، نیز اجازه پیش‌بینی معناداری رفتار کارکنان با فروکاستن عوامل آن به جنبه‌های شغلی و وظیفه‌ای سازمان را نمی‌دهد. شاید تنوع تئوری‌ها در پیشنهاد بر عامل‌های انگیزه‌ای و ایجاد معنا در رفتار کارکنان را به دلیل محدودیت در چنین فروکاهشی در پیشنهاد بر عامل‌های انگیزه‌ای و ایجاد معنا در رفتار کارکنان را به دلیل محدودیت مرتبط دانست. رویکردهای جدید در مطالعات سازمانی این نوید را می‌دهد که تأمل در فرهنگ معنوی سازمان می‌تواند جایگاه مهمی در ارتقای کیفی رفتار کارکنان و در نتیجه، رساندن سازمان به اهدافش داشته باشد.

لایه‌های بنیادین در تفکرات و تمایلات انسانی مکانیزم‌های اساسی‌تری را برای ایجاد انگیزه و معنا در تولید رفتاری‌های اثربخش، طلب می‌کند. تجربه زندگی مدرن نشان داده است که درک نادرست از جایگاه اصیل انسانی در زنجیره هستی و نیز فقدان اهداف متعالی، موجب می‌گردد، روزه‌های معنادار حقیقی انسان مسدود شود، هرچند باور کنیم که جهان امروز به پیشرفت قابل توجهی در زمینه تکنولوژی در مطالعات رفتاری رسیده باشد. باورها و آموزه‌های دینی چنین القا می‌کنند که انسان موجودی مادی کنار سایر موجودات نیست، بلکه او از دالان «هست‌های» متنوع گذر کرده (جوادی آملی، ۱۳۷۹، ص ۵۰) و همراه با تصورات از هستی عالم مجرد گرفته تا پایین‌ترین آن، یعنی هستی مادی، متطور و متحول شده است؛ از این‌رو تمایلات و تعلقات او به سیاق این تحول هستی‌گرایانه از تنوع برخوردار است؛ بنابراین معناداری

برای چنین انسانی با لحاظ این تطورات است و نمی‌توان تنها او را با تجهیز و تأمین امکانات مادی از پوچی و سردرگمی رهانید و به او معنا بخشید. تأمین امکانات مادی برای پاسخ‌گویی به برخی از خواسته‌های جسمانی او معنادار است، اما به دلیل زودگذر و زمان‌دار بودن خصایص جسمانی، پاسخ‌گویی به خواسته‌های آن نمی‌تواند هدفی معنادار برای تولید رفتار باشد و شاید به همین دلیل است که نظریه‌پردازانی مانند چارلز هندی درصدد بر آمدند تا با ایجاد چشم‌اندازی وسیع‌تر از جهان، در قالب مفاهیمی چون پیوستگی و تداوم، بتوانند معناداری رفتار کارکنان را از حدوث زمانی برهانند و آن را با بعد روانی انسان که خواهان استمرار و آینده‌نگری است، پیوند دهند. اما این دسته از نظریه‌پردازان از این نکته مهم غفلت ورزیدند که تصور پیوستگی و استمرار در محدوده جهان مادی، تصویری متناقض‌نماست؛ زیرا انسان ابتدا پیوستگی و تداوم را نسبت به خود فهم و تعریف می‌کند و اگر نتواند آن را در خود بیابد، برای محیط پیرامون نیز امیدی به استمرار و پیوستگی نمی‌بیند. در این میان با ارایه تعریفی از انسان، ابعاد جاودانه او را نشان می‌دهد و در سایه این تعریف، انسان می‌تواند پیوستگی و استمرار هستی را در آینه جاودانگی خود ببیند. در سازمان‌هایی که در جوامع با شاخص‌های اسلامی به وجود آمده‌اند، می‌توان با روش پژوهشی هرمنوتیکی و پدیدارشناسانه، آن‌گونه که وبر در جوامع سرمایه‌داری غرب انجام داد، به وضوح عامل‌های معنادار را در پیدایش رفتار کارکنان مشاهده کرد و از همین روش، ابتدا به تئوریزه کردن عوامل انگیزشی در این جوامع، سپس به آسیب‌شناسی آن پرداخت. گونه‌هایی از این آسیب‌شناسی در سازمان‌های جمهوری اسلامی قابل بررسی است. خصوصاً در ابعاد اخلاقی، تأثیرگذاری فرهنگ شیعی در باور به نوعی اخلاق متمایل به دنیاگریزی سبب شده است، کارکنان، مدیرانی را که توانایی اخلاقی در بروز رفتارهایی مانند تواضع، کارمندگرایی، عدالت و... ندارند، سرزنش نمایند. خوی و مرام علوی موجود در پیروان و علاقه‌مندان خاندان نبوی، به گونه‌ای ریشه‌دار و استوار گردیده است که هر رفتاری در سطح سازمان که شائبه قدرت و ثروت در آن برود، بلافاصله با آموزه‌های سلوک پیشوایان دینی، مقایسه و با آن ملاک، ارزش‌گذاری و طرد می‌شود. به تعبیری، معناداری رفتار سازمانی به خصوص در سطح کسانی که به دایره قدرت و ثروت نزدیک‌ترند، براساس نظام ارزشی توصیه شده از سوی پیشوایان دینی تفسیر

می‌گردد. جایگاه ارزشی هر فردی در سازمان، به میزان دوری‌گزینی از رفتارهای متمایل به قدرت و ثروت ارزش‌یابی می‌شود. هوشیاری شیعی سبب گردیده که آسیب‌شناسی رفتار سازمانی به آسانی و ظرافت خاصی صورت پذیرد و انتظار رفتار عادلانه و پرهیز از تفاخر و دنیازدگی در برابر یکدیگر، سبب کنترل جمعی گردیده است. نامه امام علی(ع) به مالک اشتر تابلوی زیبایی از توصیه‌های ارزشی است که تفسیر معنادار رفتار، به خوب و بد بودن با مراجعه به آن صورت می‌گیرد. با مراجعه به نوشته‌هایی در زمینه مدیریت اسلامی مشخص می‌شود که یکی از دغدغه‌های مؤلفان، عملیاتی کردن این نامه در سطح سازمان است. گرچه تناسب شخص مالک‌اشتر به عنوان یکی از اصحاب خاص حضرت و موقعیت سازمانی او باید موجب احتیاط بیش‌تر در برداشت از توصیه‌های حضرت و تعمیم آن به همه رفتارهای سازمانی شود، اما این تعمیم‌یافتگی در نوشته‌های مدیریت اسلامی نشان‌دهنده حساسیت جامعه اسلامی به نحوه خاص از رفتار و سلوک کارکنان سازمان به ویژه مدیران مسلمان است.

بنابراین، معناکاوای رفتار کارکنان در سازمان‌هایی که فرهنگ عام آن اسلامی است، با فهم و شناخت ارزش‌های ناظر به جهان مابعدالطبیعه محقق می‌گردد. جایگاه و ارزش انسان در چنین فرهنگی ریشه در باورهای متافیزیکی دارد؛ بنابراین گستره رفتارهای او محصور به جهان مادی نیست. عامل‌های انگیزشی که در چنین بستری از معناداری پیشنهاد می‌شود، لزوماً هم‌سنخ با عامل‌های انگیزش در بستری متفاوت با آن نیست. تقویت عامل‌های قدرت و ثروت که پارامتر تعیین‌کننده در برانگیزاندگی رفتارها در دنیای مدرن است، در این‌جا باعث تحریک در بروز رفتارها نمی‌شود، بلکه عواملی همچون پرهیز از دایره قدرت و ثروت و تمایل بیش‌تر به مسایل معنوی نقش اساسی در این زمینه ایفا می‌کنند. متأسفانه، شواهد نشان می‌دهد، آنچه در سازمان‌های کنونی با فرهنگ اسلامی رخ می‌دهد، گرایش به تقویت ذائقه‌های مادی در برانگیزاندگی افراد به سوی رفتارهای مطلوب سازمانی است و این ناشی از گرت‌برداری مستقیم از مدل‌های انگیزش جهان مدرن است. فهم هرمنوتیکی جوامع با فرهنگ اسلامی، این‌گونه گرایش را ناکارآمد تفسیر می‌کند. معنای زندگی افرادی که با فرهنگ اسلامی رشد یافته‌اند، این نوع گرایش‌ها را با تلقی به دنیازدگی، برنمی‌تابد و آن را نوعی تقلیل معناداری زندگی به ارزش‌های مادی تفسیر می‌کند.

معنویت‌گرایی به عنوان جوهرهٔ دینداری، تقریری نزدیک به قرائت رسمی دین اسلام از آن است، امروزه رویکردی مهم در مطالعات سازمانی شمرده می‌شود (گریبر، ۲۰۰۱). تلقی بسیاری از مدیران و کارکنان معنویت‌گرا بر این است که به هم پیوستگی معنویت و کار باعث معناداری شغل آنان می‌گردد. برخی نویسندگان، چندین شاخص رفتاری برای فرد معنویت‌گرا برشمرده و آن را معیاری برای تفسیر و معناکاوی صحیح از رفتار آنان دانسته‌اند. شاخص‌های مانند بخشندگی، غم‌خواری، عدالت، احترام به دیگران و خیرخواهی (آکادمیک، ۱۹۹۴). بروز این نوع رفتارها در سازمان‌هایی که صرفاً در پی تلاش کارکنان برای کسب سود و کارایی بیش‌تر سازمان هستند، تعارض ایجاد می‌کند. غم‌خواری نوعی احساس همدردی با دیگران است و فرهنگ سازمانی که برای رسیدن به اهداف صرفاً مادی تشویق به سنگدلی می‌کند، به گونه‌ای منطقی در تفسیر و فهم چنین احساسی عاجز است و از این‌رو، فردی با احساس غم‌خواری در چنین سازمانی دچار تناقض در نقش می‌شود.

کارمند معنویت‌گرا، پیشرفت و رشد خود را تنها در طی کردن مسیر شغلی نمی‌بیند، بلکه همواره مترصد است تا ساحت‌های وجودی خود را نیز با استفاده از فرصت‌های معنوی که زندگی پیش‌روی او می‌گذارد، دچار تحول سازد. فرد و یا واحدی که مسؤول برنامه‌ریزی ارتقای نیروی انسانی است، با فهم همدلانه از این ویژگی، باید هماهنگی مناسبی بین ارتقای شغلی و تعالی وجودی کارکنان ایجاد نماید. این هماهنگی سبب افزایش رضایت شغلی می‌گردد و معنادار بودن شغل را در پی خواهد داشت.

داشتن نیت صالح در کار، یکی دیگر از ویژگی‌های فرد معنویت‌گراست. این نیت از خصایص انفسی فرد است و در تقابل با دیگر اغراض قرار می‌گیرد که صرفاً انجام کار را به نیت وابستگی متقابل^۱ و یا اعتیادکاری^۲ معطوف می‌کند (همان). نیت صالح، انگیزهٔ کار را نه ترس یا نیاز، بلکه صرفاً خیرخواهی و رغبت معنوی قرار می‌دهد. با تأملات و مطالعات تجربی بیش‌تر می‌توان به فهرست تفاوت شاخص‌های رفتاری افراد معنویت‌گرا و غیرمعنویت‌گرا در درون سازمان افزود تا از این طریق در تفسیر و معناکاوی هر دو سنخ رفتار، ملاحظات بیش‌تری مدنظر قرار گیرد.

1. Co - defendency

2. workaholism

فهرست منابع و مآخذ

۱. جوادی آملی، عبدالله؛ صورت و سیرت انسان در قرآن. قم: مرکز نشر اسراء، ۱۳۷۹.
۲. شاین، ادگار؛ فرهنگ مدیریت سازمانی و رهبری. ترجمه برزو فرهی و شمس‌الدین نوری - انتشارات سیمای جوان، تهران، ۱۳۷۳.
۳. مک کارمیک، دونالد؛ معنویت و مدیریت. ترجمه علی رستگار، مجله هفت آسمان، شماره بیست و دوم، سال ششم، ۱۳۸۳.
۴. الوانی، سیدمهدی و حسن دانایی فرد؛ گفتارهایی در فلسفه تئوری‌های سازمان دولتی. انتشارات صفار - اشراقی تهران، ۱۳۸۰.
5. Blaikie, N. (1993) "Approaches to Social Enquiry", Polity Press.
6. David R. Graber, Jame A. Johnson, Keith D. Hornberger (2001). Journal of Health Care management. Chicago
7. Griseri. Paul. (2002) "Management Knowledge". PALGRAVE Gadamer, H. - G (1960) "truth and method", Continuum.
8. Kilmann, Ralph H (1986). "Getting Control of the Corporate Culture". Managing.
9. Meek V. Lynn (1998). Organization Culture. Source: Organization Study. Editor: War Wick Organizational Behaviour Staff.
10. Turner, Barrya (1986). "Sociological Aspects of Organizational". Organizaion Studies.
11. Mook, Lumn. Organization studies. University of Queensland press.
12. Geertz, Clifford (1973). The interpretation of culture London: Hutchinson.
13. Gadamer, H. G (1960). "truth and method", Continuum.