

An Analysis of Social and Cultural Components Influencing Employee Behavior from the Perspective of Islam

Mohsen Manteghi 

Associate Professor, Department of Management, Imam Khomeini Education and
Research Institute, Qom, Iran. manteghi@iki.ac.ir

Abstract

This study aims to examine the social and cultural components influencing employee behavior from an Islamic perspective. The research focuses on three types of implications derived from the narrations of the Ma'sūmīn (peace be upon them): direct implication (*dalālat al-mu'ābaqa*), included implication (*dalālat al-taḍammun*), and necessary implication (*dalālat al-iltizām*). The research method was analytical-inferential. The findings reveal that the mindset of Islamic managers reflects a belief in the human dependency on Allah as the Creator of the universe and the necessity of aligning life plans with divine teachings. Beliefs and convictions are fundamental elements in shaping the cultural behavior of employees. Accepted norms among Muslim employees form the framework for their cultural and social behavior. By adhering to values, employees exhibit acceptable behaviors. Islamic ethics and customs can also contribute to enhancing organizational effectiveness through the transformation and correction of employee behaviors. This is achieved through moral training, improving interpersonal interactions, and preserving and reforming proper traditions within society. Muslim employees, guided by Islamic social and cultural teachings, should strive to avoid influences from famous individuals whose behaviors conflict with religious standards and should adopt Islamic behavioral models. Building organizations aligned with Islamic society requires attention to the social and cultural components emphasized in Islamic teachings. Managers in an Islamic society can strengthen "beliefs" and "values" through enhancing "cognition" and effectively fulfill their "social responsibilities" by observing "Islamic ethics" and "manners," thereby influencing worthy individuals in "social interactions." In this state, the organization will successfully achieve its valuable objectives.

Keywords: Employees, Managers, Organizational Behavior, Organizational Culture, Social Behavior.

Received: 2024/04/01 ; Revised:2024/05/04 ; Accepted: 2024/05/24 ; Published online: 2024/09/26

© The Author(s).


Article type: Research Article

<https://doi.org/10.22081/scs.2023.64937.1186>

Published by: The Scientific Association for Social Studies of the Seminary



تحلیلی از مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در رفتار کارکنان از منظر اسلام

محسن منطقی 

دانشیار، گروه مدیریت، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، قم، ایران. manteghi@iki.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در رفتار کارکنان از منظر اسلام است. در این مطالعه سه نوع دلالت و تحلیل مدنظر قرار داشته است که عبارتند از: دلالت مطابقی، دلالت تضمینی و دلالت التزامی نسبت به روایات معصومین^{علیهم‌السلام}. روش پژوهش تحلیلی - استنتاجی بوده و نتایج نشان داد، ذهنیت مدیران اسلامی گویای اعتقاد به وابستگی انسان به خداوند به منزله خالق نظام هستی و ضرورت تطبیق برنامه زندگی بر پایه آموزه‌های وحیانی است. ذهنیت باورها و اعتقادات از عوامل ساخت فرهنگی رفتار کارکنان محسوب می‌شود. هنجارهای پذیرفته شده کارکنان مسلمان چارچوب رفتارهای فرهنگی و اجتماعی آنان را می‌سازد. کارکنان با پایبندی به ارزش‌ها، رفتارهای پذیرفته شده را از خود بروز می‌دهند. اخلاق و آداب و رسوم اسلامی نیز می‌توانند با دگرگونی و اصلاح رفتارهای کارکنان سازمان‌ها، به سودمندی فعالیت‌های آنان کمک کنند. این مهم با تربیت اخلاقی، بهبود تعامل با دیگران، اصلاح و پایداری سنت‌های درست در جامعه صورت می‌گیرد. کارکنان مسلمان با توجه به آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام باید تلاش کنند از تأثیرپذیری‌های افراد مشهور که رفتار آنان با ملاک‌های دینی ناسازگار است، پرهیز کرده و سبک رفتار اسلامی را در پیش بگیرند. ساخت سازمان‌های متناسب با جامعه اسلامی نیازمند توجه به مؤلفه‌های اجتماعی فرهنگی است که در آموزه‌های اسلامی مورد توجه قرار گرفته است. مدیران جامعه اسلامی با تقویت «باورها» و «ارزش‌ها» از طریق تقویت «شناخت» می‌توانند با «رعایت اخلاق» و «آداب اسلامی»، «مسئولیت اجتماعی» خود را به خوبی انجام داده و در «تعاملات اجتماعی» از افراد شایسته «تأثیرپذیر» باشند. در این وضعیت سازمان به اهداف ارزشمند خود دست خواهد یافت.

کلیدواژه‌ها: کارکنان، مدیران، رفتار سازمانی، فرهنگ سازمانی، رفتار اجتماعی.

استناد به این مقاله: منطقی، محسن (۱۴۰۳). تحلیلی از مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در رفتار کارکنان از منظر اسلام. مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه، ۸(۲)، ص ۲۰۷-۲۲۸.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۲/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۴؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۷/۰۵

<https://doi.org/10.22081/scs.2023.64937.1186>

ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



۱. مقدمه

شناخت عوامل فرهنگی و اجتماعی، رفتارهای کارکنان براساس آموزه‌های اسلامی می‌تواند تحلیل آن را پسندیده‌تر و موجه‌تر سازد. مؤلفه‌های رفتاری کارکنان اعم از فرهنگی و اجتماعی، به گونه‌ای درهم تنیدگی دارد که تفکیک آنها، موجب ناآگاهی نسبت به همه زوایای رفتار انسانی می‌شود. شاید بتوان مؤلفه‌های رفتاری بی‌شماری را برشمرد؛ اما در پژوهش حاضر برخی از این مؤلفه‌ها که سهم بیشتری در بهبود و اصلاح رفتار کارکنان دارند، مورد بررسی قرار می‌گیرند. همچنین نشان داده می‌شود که تحلیل این مؤلفه‌ها از منظر اسلام، می‌تواند سهم شایسته‌ای برای درک بهتر این مؤلفه‌ها و در نهایت بهبود رفتار کارکنان داشته باشد. در مطالعه پدیده سازمان، شناخت برخی از بنیادهای ثابت و مبانی اساسی، در روند پژوهش کارساز است. انسان، محور مطالعه و تحقیق در مطالعات سازمانی است. انسان به عنوان یک موجود صاحب فکر و اندیشه و به عنوان عنصر اصلی سازمان، مورد توجه اندیشمندان مدیریت بوده است. موضوع شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار انسان، در دانش مدیریت، در موضوع رفتار سازمانی و منابع انسانی بیشتر مورد توجه بوده است. تحقیقات مختلف در این حوزه و انسان سازمانی در صدد شناخت توانایی‌ها و ظرفیت‌های انسانی می‌باشد. به این منظور با طرح موضوع انگیزش، یادگیری، شخصیت، و دیگر مسائل مطرح در رفتار، در صدد شناخت این عنصر اصلی سازمان هستند. تحقیقات گسترده‌ای به منظور شناخت بیشتر انسان و چگونگی تعامل او در سازمان باید صورت گیرد. درک کامل حقیقت انسانیت، عرصه مطالعاتی جذابی را برای محققین فراهم کرده است (پالوتزیان و دیگران،^۱ ۲۰۰۵، ص ۱۱۴).

امروزه مفهوم جدیدی از انسانی کردن سازمان‌ها مطرح شده است. این مفهوم جدید مبتنی بر دانش گسترده‌ای از نیازها و شرایط متعدد و پیچیده بوده که جایگزین ایده‌های بیش از حد ساده، پیرامون ماهیت رفتار انسانی شده است. نگرش جدید خواستار نگاه جامع به انسان است (مولینس،^۲ ۲۰۱۶، ص ۲۶). محیط در سطح کلان به سمت حکمرانی و مدیریت روابط اجتماعی و سازمانی در حرکت است و حتی با معرفی کدهای رفتاری و اقدامات شفاف‌ساز، بر رفتارهای کارکنان در سازمان تأثیر می‌گذارد (لارنتیس و دیگران،^۳ ۲۰۱۹، ص ۴۲). هنگام مطالعه ماهیت رفتار سازمانی، رفتار کارکنان را باید در یک بافت سازمانی و اجتماعی، مورد مطالعه قرار داد (مولینس،^۲ ۲۰۱۶، ص ۲۶). برخی از رفتارهای کارکنان در سازمان، برخاسته از عوامل تربیتی و صفات ذاتی آنها نیست، بلکه ریشه در عوامل گوناگون اجتماعی، فرهنگی، محیطی، و فراسازمانی دارد. به

1. Paloutzian
2. Mullins
3. Larentis



عبارت دیگر، برخی از رفتارها و افعال اختیاری انسان، از سوی عوامل بیرونی به فرد القا می‌شوند و رفتار فرد تحت تأثیر این عوامل قرار می‌گیرد. شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتضانات سازمانی، انتظارات اطرافیان، عملکرد سازمان‌های رقیب و... می‌توانند مؤلفه‌های متعدد شکل‌گیری رفتار انسانی باشند. در مطالعه حاضر بر این نکته توجه شده که برخی از این مؤلفه‌ها همانند مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی، در تجزیه و تحلیل نظری، تفکیک‌پذیرند، اما در وضعیت‌های عینی با یکدیگر درهم آمیخته‌اند و اثرات مشابهی دارند. بنابراین، نمی‌توان برای آنها مرز دقیقی معین کرد. ترکیب عوامل اجتماعی - فرهنگی به دلیل نزدیک بودن این دو مفهوم و همپوشانی آنها با یکدیگر است. تأکید بر رعایت عرف اجتماعی و هنجارهای اجتماعی در سازمان‌ها (نیچلسون و همکاران، ۲۰۰۵، ص ۴) و مراحل تربیتی انسان‌ها، نمونه‌ای از عوامل تأثیرگذار اجتماعی - فرهنگی است. همانطور که وضع قوانین و اعمال جرائم برای خطاکنندگان، از عوامل بازدارنده و تسهیل‌کننده برخی از رفتارها، به پشتوانه عوامل اجتماعی - فرهنگی صورت می‌گیرد.

مفهوم فرهنگ با مفهوم انسانیت عجین شده است. هیچ موجود دیگری شایستگی ندارد به عنوان موجود فرهنگی قلمداد گردد. فقط انسان است که به عنوان موجود فرهنگی شناخته می‌شود. انسان‌ها توانایی دارند که تفکر کرده و پدیده‌ها و مسائل را تحلیل کنند. قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل، برای انسان، «مفاهیم» را ساخته است. باورها، ارزش‌ها، هنجارها، و نمادها، که اجزای فرهنگ هستند، در پی این قدرت انسانی معنا پیدا می‌کنند. انسان با قدرت فرهنگی خود می‌تواند تمدن بشری را رقم بزند. همه حیوانات و نباتات، زندگی‌شان در سیر طبیعی و تغییرناپذیر خود قرار دارد. اما انسان به برکت فرهنگی بودن، مراحل رشد و نمو خود را رقم می‌زند و هر روز به سوی روزآمدسازی و تکامل در حرکت است و می‌تواند زندگی متفاوت از دیروز بسازد. انسان در سایه فرهنگ، «زبان» را رشد داد. با ساخت واژه‌ها، بستر تفکر و تعقل را بوجود آورد. شعر و نثر فاخر، در پرتوی فرهنگ، احساسات، عواطف، و تفکر را بارور کرده و تحولات اجتماعی را رقم می‌زنند.

مطالعه رفتار انسان بسیار پیچیده است. بخشی از پیچیدگی برخاسته از عوامل مختلف و متعدد اجتماعی - فرهنگی است (سامووار و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۳۹). سیستم‌های مختلف اجتماعی، قالب‌های رفتاری معینی برای مردم تعریف می‌کنند. این سیستم‌ها نیز به شدت تحت تأثیر عوامل فرهنگی هستند. سیستم‌های اجتماعی بستر کارکردهای متعددی را در رفتارهای کارکنان به وجود می‌آورند. هنگامی که

1. Nicholson, Audia & Pillutla

۲. فرهنگ در لغت به معنای تعلیم و تربیت، علم و دانش و ادب، مجموعه آداب و رسوم و مجموعه علوم و معارف و هنرهای یک قوم، بیان شده است (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۰، ص ۱۵۱۰۹).

3. Samovar

سازمان به یک کارمند پاداش می‌دهد، سیستم اجتماعی سازمان، این عمل را تفسیر می‌کند، در نتیجه مشخص می‌شود این پاداش کارکرد انگیزشی دارد یا نه؟ تشخیص اینکه آیا این پاداش موجب افزایش کارایی و بهره‌وری می‌شود یا نه؛ به وسیله سیستم اجتماعی صورت می‌گیرد (کوندالکار، ۲۰۰۷، ص ۴۵). به طور کلی، انسان‌ها در برابر پدیده‌های سازمانی واکنش‌های متفاوتی از خود بروز می‌دهند و این موضوع اهمیت شناخت و جایگاه عوامل اجتماعی - فرهنگی را دوچندان می‌کند. فرهنگ به طور مداوم با پدیده‌های اجتماعی تعامل دارد و گروه‌هایی از مردم بر اساس روابط اجتماعی، تعامل فرهنگی دارند و انسجام بین افراد در سازمان‌ها نشان داده می‌شود. هرچه فراوانی و درجه ارتباط در روابط اجتماعی بیشتر باشد، احتمال ادغام و یا شکل‌گیری فرهنگ بیشتر می‌شود. هرچه درک فرهنگی در میان کارکنان بیشتر باشد، کیفیت روابط اجتماعی بهبود خواهد یافت (لارنتیس، ۲۰۱۹، ص ۷).

کنش‌های انسانی با ویژگی‌هایی مثل آگاهانه، ارادی، هدف‌دار و معنادار بودن و همچنین تناسب با موقعیت‌های زمانی و مکانی و پیامدهای ارادی و غیرارادی، شناخته می‌شود و شکل رفتار اجتماعی پیدا می‌کند (پارسانیا، ۱۳۹۱، ص ۲۷-۲۴). فرهنگ عبارت است از خصوصیات معنوی، مادی، فکری، و عاطفی که به یک گروه اجتماعی و یا به یک جامعه هویت می‌بخشد (کوئن، ۱۳۷۲، ص ۴۵). فرهنگ یکی از مؤلفه‌های اصلی زندگی است که از ظرفیت گسترده‌ای برخوردار است که می‌تواند به اقدامات و رفتارها، شکل و سازمان دهد. فرهنگ عامل منظم شدن رفتار افراد یک جامعه است و ابزاری برای هم‌نوایی اجزای یک جامعه می‌باشد. فرهنگ در واقع بیان‌کننده ارزش‌ها، هنجارها، و نظام اعتقادات یک جامعه است که مشتمل بر سنت‌ها، آداب و رسوم، مذهب، زبان و کلیه عادت‌ها یا دیدگاه‌های مشترک است. به بیان دیگر، فرهنگ مجموعه‌ای پیچیده از باورها، ارزش‌ها، و مفاهیم مشترک است که گروهی را قادر می‌سازد درکی از زندگی داشته باشند (فی، ۱۳۸۱، ص ۱۰۱). اجتماع نیز به معنای نظامی از عناصر کنشی است که در مجموعه‌ای از اجزاء وابسته و متقابل قرار دارند (روشه، ۱۳۷۰، ص ۱۴۶).

اهمیت و کارکردهای فرهنگ از جمله انسجام‌بخشی، قالب‌ریزی شخصیت، سازگاری با محیط و هویت‌بخشی آن موجب شده تا بسیاری از کشورها، برنامه‌هایی برای مدیریت فرهنگ داشته باشند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۲۵). همچنین می‌توان به مقوله فرهنگ به عنوان پدیده‌ای مرکب نگرست که کم و بیش هماهنگ و سازگار با ارزش‌ها، نگرش‌ها، گرایش‌ها، و الگوهای رفتاری مشترک است و در میان یک

1. Kondalkar

2. Larentis



واحد اجتماعی با برخورداری از ریشه‌های تاریخی، بدست می‌آید و فرآیند جامعه‌پذیری و هویت‌بخشی افراد جامعه را شکل می‌دهد (صالحی امیری، ۱۳۸۷، ص ۲۸). با شناخت مؤلفه‌های رفتار انسان می‌توان به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های وی پی‌برد و از نتایج این اطلاعات برای بهبود اقدامات کارکنان در سازمان بهره‌گرفت. انسان یک موجود اجتماعی و فرهنگی است، هنگامی که در سازمان به فعالیت می‌پردازد، مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی بر رفتار او اثرگذار خواهند بود. به عبارت دیگر، برخی از رفتارها در شرایط اجتماعی و فرهنگی بروز می‌کند، در حالی که در شرایط دیگر تحقق پیدا نمی‌کند. شناخت سازه‌های ساخت این رفتار، تحلیل رفتار را روان‌تر کرده و می‌تواند در کنترل و هدایت رفتارهای کارکنان مؤثر باشد. در این راستا، تحقیق حاضر درصدد است با شناخت مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی، بستر مناسبی برای شناخت و تحلیل اقدامات انسان سازمانی فراهم کرده و از سوی دیگر، تلاش دارد نشان دهد توجه به دیدگاه اسلامی می‌تواند تحلیل رفتار انسانی در سازمان را روان‌تر و مفهوم‌تر سازد. به عبارت دیگر، سؤال اساسی پژوهش این است که مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار بر رفتار کارکنان از منظر اسلامی کدامند؟ بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی برای شناسایی مؤلفه‌های بنیادی رفتار سازمانی، برای مدیران جامعه اسلامی مفید است. رفتارهای انسان‌ها تحت تأثیر پدیده‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. از این‌رو رفتار کارکنان در بستر اجتماعی قابل درک است. البته این سخن به معنای ناکارآمدی اختیار انسانی نیست، بلکه به معنای امکان تأثیرپذیری انسان از جامعه است. درک کلیت مؤلفه‌های اجتماعی و تعامل آنها با یکدیگر، شناخت بهتر و کامل‌تری از محیط به دست خواهد داد. بدین جهت، سازمان‌ها تلاش می‌کنند چهره مطلوبی از خود در جامعه منعکس کنند؛ تا بتوانند با دریافت بازخورد مناسب، از منافع جامعه بهره‌مند گردند.

۲. پیشینه پژوهش

در سالیان اخیر محققین حوزه رفتارشناسی درصدد بوده‌اند با نگاه جامع، به شناسایی ابعاد و عوامل مؤثر بر رفتار کارکنان در سازمان بپردازند، از جمله:

دهدشتی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در رفتار خرید مصرف‌کنندگان در شبکه‌های اجتماعی را بررسی کرده‌اند. یافته‌ها نشان داد عوامل متعدد اجتماعی - فرهنگی مانند توصیه دوستان، تأیید دیگران و شرایط اجتماعی تأثیر معناداری بر اعتماد افراد در اقدامات خود دارد.

صادقی جقه (۱۳۹۴)، در بررسی عوامل اجتماعی مؤثر در رفتار انتخاباتی ایرانیان نشان داد که رفتار مردم تحت تأثیر عوامل متعددی مانند پایگاه طبقاتی، هویت قومی، سن و جنسیت افراد و شرایط اجتماعی سیاسی قرار دارد.

عبادپور و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، و روانی بر رفتار سرمایه‌گذاران حقیقی بورس اوراق بهادار»، نشان دادند که افراد در فعالیت‌های اجتماعی خود تحت تأثیر عوامل فرهنگی (مانند سطح تحصیلات، ریسک‌پذیری، مناسبات مذهبی، سن، و جنسیت) هستند. همانطور که تحت تأثیر عوامل اجتماعی (مانند گسترش شبکه‌های اجتماعی، اثر طبقه اجتماعی سرمایه‌گذار، جغرافیای مکانی، و باورهای بومی) قرار دارند. همچنین عوامل روانی (شایعات، توصیه دوستان، تقلید از دیگران، آثار روانی تغییرات گذشته، اخبار غیررسمی، و حرکت توده‌وار) نیز بر رفتار آنها تأثیر دارد.

مقیمی (۱۳۸۴)، در پژوهشی با عنوان «رفتار شهروندی سازمانی از تئوری تا عمل»، بیان می‌کند که آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی، نزاکت، و هماهنگی متقابل شخصی از عوامل مؤثر بر رفتار افراد در سازمان هستند.

کازمی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار بر تعهد به نظم اجتماعی در شهر تهران»، نشان دادند که مؤلفه‌هایی مانند باورهای دینی، باورهای اخلاقی، احساس ناامنی، مشارکت اجتماعی، احساس بی‌عدالتی، جنسیت، تحصیلات و سن از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رفتار متعهدانه مردم می‌باشند.

مطالعه حاضر علاوه بر جامع‌نگری، از نگاه دینی نیز برخوردار است. به عبارت دیگر، کاربرد این پژوهش در عرصه‌های مختلف سازمانی اعم از تولیدی و خدماتی ممکن است. در این پژوهش موضوع تحقیق از منظر آموزه‌های اسلامی نیز مورد توجه جدی قرار گرفته که می‌تواند برای سازمان‌های اسلامی کارساز باشد.

۳. روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیلی - استنتاجی استفاده شده است. در این روش بعد از شناسایی مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی رفتار کارکنان، به شناسایی داده‌های منابع اسلامی پرداخته شده است. مؤلفه‌های فرهنگ و جامعه را می‌توان در منابع اسلامی، پژوهش‌های قرآن کریم و کتب معتبر روایی از سیره معصومین^ع یافت. در فرآیند این روش، ابتدا با مراجعه به نرم‌افزارهای جست‌وجوگر تفسیری و روایی، آیات و روایات بسیاری شناسایی شدند. براساس تناسب آیات و روایات با محتوای پژوهش، مضامین تکراری حذف گردید و با مطالعه مجدد، دسته‌بندی پالایش شده صورت گرفت. سپس منابع شمارش شده براساس آموزه‌های دانش اصول فقه (مطلق مقید، جامد مشتق و...)، بازبینی مجدد شد (مظفر، ۱۳۷۴، ص ۷۵) و با ملاک مفهوم و منطوق به تحلیل و استنتاج این منابع پرداخته شد. منطوق معنایی است که به دلالت مطابقی یا به دلالت تضمینی از لفظ فهمیده می‌شود. مفهوم معنایی است که در ظاهر



جمله نیامده، ولی به دلالت التزامی از لفظ فهمیده می‌شود. در واقع سه نوع دلالت و تحلیل مد نظر قرار گرفت: ۱. دلالت مطابقی؛ دلالت لفظ بر تمام معنا، ۲. دلالت تضمنی؛ دلالت لفظ بر بخشی از معنا، ۳. دلالت التزامی؛ دلالت لفظ بر لوازم معنا (مظفر، ۱۴۰۲ق، ص ۴۲). در نهایت با بازخوانی مجدد منابع دینی شمارش شده، عناوین جامع‌تر و کلی‌تر مبنای تحلیل و مطالعه قرار گرفته و محورهای اصلی و فرعی استخراج و تبیین شدند. ترکیب مفهوم و منطوق می‌تواند در فهم مراد متکلم کارساز باشد. در تحلیل استنتاجی، یافته‌های تحقیق متناسب با مسئله تحقیق، در فرآیند خطی رفت و برگشتی، کامل‌تر شده و با توجه به گستردگی منابع دینی، امکان ترمیم نقاط ابهام با استفاده از منابع وجود دارد. این شرایط این امکان را فراهم می‌سازد که یافته‌های تحقیق کامل‌تر و جامع‌تر شوند.

۴. یافته‌های پژوهش

انسان موجودی اجتماعی است. زندگی غیراجتماعی نقص‌های فراوانی در انسان به وجود خواهد آورد؛ به گونه‌ای که انسانیت او نیز در معرض تهدید قرار می‌گیرد. انسان در اجتماع سخن گفتن و آداب و اخلاق می‌آموزد، با علم و دانش آشنا می‌شود، و هزاران فایده دیگر را از زندگی اجتماعی می‌برد. تحقق هدف بنیادی و اساسی در خلقت انسان، تنها در سایه زندگی اجتماعی بدست خواهد آمد (طباطبائی، ۱۳۷۷، ج ۱۲، ص ۲۹۲). به بیان دیگر، کمال انسانی هنگامی برای او دست‌یافتنی خواهد بود که به زندگی اجتماعی و تشریح مساعی با دیگران رو آورد. انسان در اجتماع می‌تواند به تأمین نیازهای جسمی و روحی خود پرداخته، نواقص خود را رفع کرده و بستر تکامل خود را پیش بگیرد. علامه طباطبائی معتقد است اسلام تنها دینی است که با صراحت پایه بنای خود را بر اجتماع گذاشته و در هیچ‌یک از شئون خود، امر جامعه را رها نکرده است (طباطبائی، ۱۳۷۷، ج ۱۲، ص ۵۴). توجه به اجتماع، پایه اساسی برای شناخت و تکامل انسان محسوب می‌شود. زندگی در اجتماع نعمتی الهی است، که سه دسته عوامل طبیعی، عاطفی و عقلی، آن را تأیید می‌کنند. هر یک از این سه دسته در جای خود می‌توانند در شکل‌گیری رفتار انسان نقش ایفا کنند.

الف. عوامل طبیعی: خداوند درباره عوامل طبیعی زندگی اجتماعی می‌فرماید: «خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً» (نساء، ۱)، «همه شما را از یک تن - آدم - آفرید و جفت او را از [جنس] او آفرید و از آن دو، مردان و زنان بسیار بیراکند». کوچک‌ترین هسته زندگی اجتماعی به منظور تأمین نیاز طبیعی (نیاز جنسی) مرد و زن، آغاز می‌گردد و مفهوم ازدواج شکل گرفته و در پی آن جمعیت انسانی رشد پیدا می‌کند.

ب. عوامل عاطفی: خداوند انسان را به گونه‌ای آفریده است که پس از ازدواج و بچه‌دار شدن، نسبت به فرزندان خود علاقه فراوانی پیدا کرده و نسبت به او محبت فراوانی بذل می‌کند. نبی گرامی اسلام ﷺ فرمودند:

«مَنْ كَانَ عِنْدَهُ صَبِيٌّ فَلْيَتَصَابَ لَهُ» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۴۸۴)، «هر کسی که کودکی نزد او است، با او مانند کودکان رفتار کند». رفتار متناسب با کودکان موجب تقویت روابط عاطفی و تأثیرپذیری از والدین می‌شود. عاطفه و محبت پدر و مادر، زمینه پایداری و استمرار زندگی اجتماعی را فراهم می‌سازد. چنانکه، علاقه برادران و خواهران نیز به یکدیگر بر پایداری این زندگی اجتماعی قوت بیشتری می‌بخشد.

ج. عوامل عقلانی: انسان‌ها این را دریافته‌اند که اگر با دیگران محبت، همراهی و همکاری داشته باشند بهتر می‌توانند نیازهای خود را تأمین کنند و بهتر می‌توانند در برابر مشکلات و سختی‌های زندگی مقاومت نمایند. امام رضا^ع یکی از ویژگی‌های رسول خدا^ص را چنین بیان می‌کنند: «يَسْأَلُ النَّاسَ عَمَّا فِي النَّاسِ وَ يُحَسِّنُ الْحَسَنَ وَ يُقْوِيهِ» (مجلسی، ۱۴۱۲ق، ج ۱۶، ص ۱۵۰). «از آنچه در میان مردم می‌گذشت، می‌پرسید و کار نیکورا تحسین و تقویت می‌کرد». تقویت کارهای مثبت، تثبیت و تداوم آنها را بدنبال خواهد داشت. خداوند این قدرت عقلی را به انسان داده که مزایای زندگی اجتماعی را به خوبی درک کند و آن را بر زندگی انفرادی ترجیح دهد.^۱

بنابراین، عوامل اجتماعی - فرهنگی، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار فرد است. این موضوع با استفاده از منابع متعدد دینی به دلالت منطوق یا دلالت تضمنی قابل استدلال است. بر این اساس، افراد هنگامی که به دنیا می‌آیند، تحت تأثیر فرهنگ خاص و در اجتماع معینی قرار می‌گیرند. یعنی هنجارها و نگرش‌های خاصی را تحت تأثیر خانواده و جامعه از نسل قبل دریافت کرده و براساس آنها رشد و نمو می‌کنند. فرد در زمان رشد خود، تحت تأثیر هنجارهای خانوادگی و گروه‌های اجتماعی می‌آموزد که چگونه به کنش‌های پیرامونی و به پدیده‌های اجتماعی واکنش نشان دهد و رفتار کند. در مطالعه رفتار کارکنان، شناخت این مؤلفه‌ها می‌تواند نقش تأثیرگذاری برای هدایت، پیش‌بینی، کنترل، و ارزشیابی داشته باشد. نادیده گرفتن این عوامل، تحلیل رفتار کارکنان را با مشکل مواجه خواهد کرد. مهم‌ترین مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی را می‌توان در چند دسته مورد مطالعه قرار داد:

۱-۴. باورها و اعتقادات

مفروضات و باورهای کارکنان، امکان تفسیر و درک تجربیات پدیده‌ها را فراهم می‌کند (هارتل و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۴۰). باورها و اعتقادات مجموعه دانشی است که بیان‌کننده ذهنیت مدیران اسلامی در تعامل با پدیده‌های هستی است. اعتقاد مدیران اسلامی به وابستگی انسان به خداوند به منزله خالق نظام هستی و ضرورت تطبیق برنامه زندگی بر پایه آموزه‌های وحیانی، یکی از عوامل فرهنگی رفتار کارکنان محسوب

۱. برای توضیح بیشتر ر.ک.: پایگاه اطلاع‌رسانی علامه محمدتقی مصباح یزدی، درس اخلاق مورخ ۱۳۹۸/۷/۱۰.

2. Hartel



می‌شود (منطقی، ۱۴۰۰، ص ۷). «باورها» به عنوان مهم‌ترین مؤلفه فرهنگ برای انسان مسیر تعقل را ترسیم می‌کنند و ذهن انسانی بر این اساس «ارزش‌ها» را درک کرده و تلاش می‌کند چارچوب ارزش‌ها را در کنش‌ها و واکنش‌های خود حفظ کرده و در محدوده ارزش‌ها فعالیت و رفتار کند.

باورهای کاری در سازمان به تناسب شرایط سازمانی در طول زمان ممکن است در معرض دگرگونی و تغییر قرار گیرد (گریپ و هانسن، ۲۰۲۰^۱، ص ۱۳). ذهن فرهنگی انسان این توانایی را به انسان می‌دهد که برای سهولت ارتباطات، «نمادها» را بسازد و با استفاده از نمادها معناهای عمیق را با سرعت بالا به مخاطب منتقل کند. نمادها نقش مهمی در رفتارهای اجتماعی انسان دارند و معناهای متعددی را به مخاطب منتقل می‌کنند. انسان با فرهنگ‌سازی، گذر از تحولات پیچیده اجتماعی را سهل و آسان کرده است.

مهم‌ترین باورها و اعتقادات مسلمانان خداباوری، دین‌باوری، و معادباوری است که می‌توانند ذهنیت مردم را در رفتارهای اجتماعی شکل دهند. در ادامه به نمونه‌هایی از این باورها که با دلالت مفهومی قابل استناد است، اشاره می‌شود:

الف. از نظر مسلمانان خداوند متعال در همه مراحل زندگی ناظر رفتارهای انسانی است. حضور خداوند متعال سبب می‌شود یک مسلمان در رفتارهای خود درنگ کرده و به گونه‌ای رفتار کند که شرمنده خالق و شاهد عالم نباشد. در واقع خداوند می‌فرماید: «أَلَمْ يَعْلَم بِأَنَّ اللَّهَ يَرِي» (علق، ۱۴)، «آیا او ندانسته که خداوند همه اعمالش را می‌بیند». همه اعمال انسان‌ها نزد خداوند برای محاسبه ثبت می‌شود.

ب. مسلمانان بر این باورند که تنها دین شایسته برای پذیرش، در حال حاضر دین اسلام است. همانطور که خداوند متعال می‌فرماید: «وَمَنْ يَتَّبِعْ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ» (آل عمران، ۸۵)، «و هر کس جز اسلام (و تسلیم در برابر فرمان حق) آیینی برای خود انتخاب کند، از او پذیرفته نخواهد شد و او در آخرت از زیانکاران است». این اعتقاد راسخ مسلمانان سبب می‌شود نظام رفتارهای خود را براساس دستورات دینی استوار کنند و به واجبات و نواهی الهی عمل نمایند.

ج. اعتقاد به معاد برای انسان‌های عادی یکی از عوامل مؤثر برای زدودن زنگارهای معصیت و دوری از نابینایی معنوی است. مسلمانان با انجام محاسبات معمولی، رفتارهای خود را تنظیم می‌کنند. آنان با محاسبه اقدامات مثبت و منفی خود در قیامت و تخمین پاداش و مجازات در قیامت، رفتار می‌کنند. با اعتقاد به معاد میل و رغبت به کارهای متناسب با آن در دل و ذهن انسان تشدید می‌شود و انسان به صفای دل آراسته شده و آمادگی برای پذیرش حقایق را پیدا می‌کنند. همانطور که روی‌گردانی از دستورات الهی و تمکین شهوات،

1. Griep & Hansen

زمینه محرومیت انسان از برکات الهی را در پی خواهد داشت. خداوند متعال می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا وَ اسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تُفَتَّحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ وَلَا يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى يَلِجَ الْجَمَلُ فِي سَمِّ الْخِيَاطِ وَ كَذَلِكَ نَجْزِي الْمُجْرِمِينَ» (اعراف، ۴۰)، «کسانی که آیات ما را تکذیب کردند و در برابر آن تکبر ورزیدند (هرگز) درهای آسمان به روی‌شان گشوده نمی‌شود و (هیچ‌گاه) داخل بهشت نخواهند شد، مگر اینکه شتر از سوراخ سوزن بگذرد! اینگونه گنهکاران را جزا می‌دهیم!». به هر میزان که فرد به معاد باور داشته باشد، ذهنیت او رفتارهایش را شکل می‌دهد.

۲-۴. ارزش‌ها و هنجارها

ارزش‌ها و هنجارها ارتباط وثیقی با یکدیگر دارند؛ این دو فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهند (لارنتیس، ۲۰۱۹، ص ۹)؛ زیرا ارزش‌ها مبنای هنجارها قلمداد می‌شوند. به عبارت دیگر، هر هنجار اجتماعی پذیرفته شده به دلیل مستند بودن به یک یا چند ارزش، موجودیت یافته و توجیه‌پذیر می‌شود. هنجارها شکل نمایان ارزش‌ها محسوب می‌شوند. ارزش‌ها مفاهیم کلی و مجرد و هنجارها قواعد رفتاری و رهنمودهای عملی در موقعیت‌های مختلف هستند (شرف‌الدین، ۱۳۹۶، ص ۶۰). برای ارزش تعاریف مختلفی بیان شده است. ارزش‌ها احساساتی ریشه‌دار و عمیق‌اند که اعضای جامعه در آن شریک‌اند. این ارزش‌ها اعمال و رفتار جامعه را تعیین می‌کنند. هر جامعه‌ای برای زندگی خانوادگی، حفظ موازین دینی، رعایت حقوق والدین، حفظ ادب و احترام به بزرگ‌ترها بسیار ارزش قائل است؛ هرچند از این ارزش‌ها تعابیر و تفسیرهای متفاوتی عرضه می‌شود و به‌صورتی گسترده در جامعه رواج می‌یابد (کوهن، ۱۳۷۲، ص ۶۲). ارزش شیوه‌ای از بودن یا عمل است که یک شخص یا جمع به آن احترام می‌گذارند و دارای مطلوبیت است. پای‌بندی به ارزش‌ها مسیر تحقق اهداف نهایی را ضمانت می‌کنند. در سازمان‌ها برای عبور از هنجارها، به‌ویژه هنجارهای قانون‌مند شده، با تردید نسبت به ارزش‌ها اقدام می‌کنند. هنگامی که ارزش‌ها از قداست بیفتند، نفوذ هنجارها نیز کاهش یافته و هنجارها در معرض دگرگونی و تغییر قرار خواهند گرفت. در آموزه‌های اسلامی درک درست از ارزش‌های اسلامی و تقید به آن، مورد تأکید فراوانی است. با استناد به روایات متعدد این موضوع قابل اثبات بوده و در ادامه به چند مورد که با ملاک مفهوم و منطوق قابل استناد است، اشاره می‌شود.

الف. فهم مناسب از ارزش‌ها زمینه اصلاح رفتارهای کارکنان را فراهم می‌سازد. پیامبر اکرم ﷺ تلاش داشتند در آموزه‌های خود به تقویت ارزش‌ها بپردازند. از این‌رو فرمودند: «خصلتان لیس فوقهما من البر



شیء: الایمان بالله و النفع لعباد الله» (مجلسی، ۱۴۱۲ق، ج ۷۴، ص ۱۳۷)، «دو خصلت نیکوست که برتر از آن چیزی نیست: ایمان به خدا و نفع رساندن به بندگان او».

ب. در منابع دینی خدمت به مردم و سود رساندن به آنها یک ارزش قلمداد شده است؛ زیرا خدمت‌رسانی به یکدیگر موجب افزایش محبت و الفت بین مردم می‌شود. یکی از یاران امام صادق^ع می‌گوید: از آن حضرت شنیدم که فرمود: «المؤمنون خدم بعضهم لبعض قلت: و کیف یكون خدماً بعضهم لبعض؟ قال: یفید بعضهم بعضاً» (کلینی، ۱۳۷۲، ج ۲، ص ۱۶۷)، «مؤمنان خدمتگذار یکدیگرند. گفتم: چگونه؟ فرمودند: به یکدیگر فایده می‌رسانند».

۳-۴. دانش و شناخت

دانش مجموعه شناخت‌ها و مهارت‌هایی است که افراد آن را برای حل مسائل زندگی و سازمانی به کار می‌برند. امروزه سازمان‌های موفق سازمان‌هایی هستند که به وسیله کارگران دانشی اداره می‌شوند (مولینس، ۲۰۱۶، ص ۴۴). دانش ابزاری برای شناخت پدیده‌های هستی و خودشناسی است. دانش از منظر اسلام نوری است که دنیای درون و بیرون انسان را روشنی می‌بخشد^۱ و باعث تعالی روحی و کمال حقیقی وی می‌گردد. آموزه‌های اسلامی نقش مهمی برای دانش و شناخت مسلمانان قائل است؛ به گونه‌ای که می‌تواند چارچوب‌های ذهنی مسلمانان را شکل داده و زمینه بهبود رفتارهای آنان را فراهم کند. برخی از این توصیه‌های دینی که با دلالت مطابقی و دلالت تضمینی قابل اثبات است، عبارتند از:

الف. دانش و شناخت هنگامی که با دقت و تأمل صورت گیرد، می‌تواند استعداد‌های انسانی را شکوفا سازد. امام صادق^ع فرمودند: «مطالعه و دقت زیاد در مسائل علمی، عقل انسان را شکوفا می‌کند».^۲ همچنین امیرالمؤمنین^ع فرمودند: «هر که در آموخته‌هایش زیاد بیندیشد، دانش خود را استوار گرداند و آنچه را نمی‌فهمیده است، خواهد فهمید».^۳ یعنی تفکر در آموخته‌ها هم موجب تثبیت دانش شده و هم می‌تواند دریچه‌های تازه و جدیدی را پیش روی یادگیرنده قرار دهد.

ب. در فرهنگ اسلامی شناخت و یادگیری مراتب متعددی دارد. از آنجاکه هر یک از این مراتب می‌توانند بر رفتار انسانی تأثیر خاصی داشته باشند، توصیه شده که افراد سعی کنند خود را به مراتب بالاتر برسانند. امیرالمؤمنین^ع فرمودند: «أَوْضَعُ الْعِلْمَ مَا وَفَّقَ عَلَى اللِّسَانِ، وَ أَرْفَعُهُ مَا ظَهَرَ فِي الْجَوَارِحِ وَ الْأَرْكَانِ» (نهج البلاغه، حکمت ۹۲)، «پست‌ترین دانش آن است که تنها بر سر زبان است و والاترین دانش

۱. امام صادق^ع فرمودند: «الْعِلْمُ نُورٌ يَقْذِفُهُ اللَّهُ فِي قَلْبِ مَنْ يَشَاءُ» (گیلانی، ۱۳۷۷، ص ۱۶)

۲. قال الصادق^ع: «كَثْرَةُ النَّظَرِ فِي الْعِلْمِ يَفْتَحُ الْعَقْلَ» (راوندی، ۱۳۸۰، ص ۲۲۱، ۶۰۳)

۳. قال علی^ع: «مَنْ أَكْثَرَ الْفِكْرَ فِيمَا تَعَلَّمَ اتَّقَنَ عِلْمَهُ، وَ فَهَمَ مَا لَمْ يَكُنْ يَفْهَمُ» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۰، ص ۸۹۱۷).

آن است که در اعضای بدن فراگیر آشکار گردد». یعنی علمی که به کار گرفته نمی‌شود و فقط در ذهن جا گرفته است، به مرور زمان به فراموشی سپرده می‌شود و در واقع موجب تغییر رفتار نمی‌شود. اما یادگیری ارزشمند هنگامی است که در عمل خود را نشان دهد و به کار گرفته شود.

دانش در واقع سرمایه فکری - معنوی است که در مقابل سرمایه فیزیکی - مادی قرار می‌گیرد و انسان‌ها با استفاده از آن می‌توانند به تحقق اهداف مادی و معنوی امیدوار باشند. انسان علاوه بر منابع عقلی و تجربی، می‌تواند از منابع شهودی و وحیانی نیز برای تکمیل و توسعه دانش و شناخت خود استفاده کند و این سودمندی در پرتو آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام بدست می‌آید.

۴-۴. اخلاق

مفهوم «اخلاق» در لغت به معنای «سرشت و سجیه» است؛ خواه سجایای نیکو و پسندیده مانند راستگویی و پاکدامنی یا سجایای زشت و ناپسند مانند دروغگویی و تهمت باشد (ابن منظور، ۱۴۰۸ق، ج ۱۰، ص ۸۷). در اصطلاح، دانشمندان معانی و کاربردهای فراوانی نیز برای آن بیان کرده‌اند. علامه مجلسی معتقد است که اخلاق ملکه‌ای نفسانی است که کار به آسانی از آن صادر می‌شود و برخی از این ملکات فطری و ذاتی‌اند و پاره‌ای از آنها با تفکر و تلاش و تمرین و عادت دادن نفس به آنها به دست می‌آیند (مجلسی، ۱۴۱۲ق، ج ۶۷، باب ۵۹، ص ۳۷۲). در جایی دیگر اخلاق را چنین تعریف کرده‌اند: اخلاق سیستمی است استوار و راسخ در جان که کارها به آسانی و بدون نیاز به تفکر و اندیشه از آن صادر می‌شوند. اگر این سیستم به گونه‌ای باشد که افعال زیبا و پسندیده از نظر عقل و شرع از آن صادر شود، آن را اخلاق نیک نامند و اگر افعال زشت و ناپسند از آن صادر شود، آن را اخلاق بد گویند (فیض کاشانی، ۱۳۷۸ق، ج ۵، ص ۹۵).

اهمیت اخلاق به‌ویژه بعد از بحران‌های اقتصادی گسترده سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۷ میلادی به شدت مورد توجه اندیشمندان سازمانی قرار گرفت (مولینس، ۲۰۱۶، ص ۵۱۷). امروزه سازمان‌ها خود را مقید به اصول اخلاقی معرفی می‌کنند و تصمیمات خود را در چارچوب منشورهای اخلاقی اخذ می‌کنند (پلیسنر، ۲۰۰۸، ص ۲۴۵). فلسفه اخلاق که زیربنای ارزش‌گذاری رفتارهای اخلاقی است، هنوز به اندازه کافی در بین اندیشمندان سازمان و مدیریت رشد نکرده است. از این‌رو مشاهده می‌شود که برخی از آنها بر این باورند که هیچ دیدگاه واضح و روشنی در مورد چگونگی قضاوت خوب و بد وجود ندارد (مولینس، ۲۰۱۶، ص ۵۱۸). این در حالی است که دیدگاه‌های فلسفی متعددی در غرب و شرق به ثبات اخلاق و استدلال‌پذیر بودن آن پرداخته‌اند.

در آموزه‌های اسلامی تأکید فراوانی بر تربیت اخلاقی و تزکیه نفس شده است. جوامع با تربیت اخلاقی شایسته، ارتقا یافته و میزان رفتارهای ناهنجار کاهش خواهد یافت. تقید به اخلاق اسلامی و کسب رضایت



خداوند در رفتارها، سلامت جامعه اسلامی را در پی خواهد داشت. نمونه‌هایی از مستندات این حوزه عبارتند از:

الف. تربیت اخلاقی نیازمند پرورش نفس است. برخی آیات با تعبیر گوناگون دلالت تضمینی دارند بر اینکه، انگیزه‌های نفسانی سبب سقوط انسان می‌شوند: «وَإِنْ تَبَدُّوا مَا فِي أَنْفُسِكُمْ أَوْ تُخَفُّوهُ يَحَاسِبْكُمْ بِهِ اللَّهُ» (بقره، ۲۸۴)، «و اگر اظهار کنید آنچه را در دل دارید، یا پنهانش سازید، خداوند شما را به آن مؤاخذه می‌کند». ب. انسان متخلِّق، در همه حالات و در مواجهه‌های اجتماعی با همه اقشار جامعه، اخلاق شایسته از خود بروز می‌دهد. امام حسن عسکری علیه السلام فرمودند: «با همه مردم، چه مؤمن و چه مخالف، به زبان خوش سخن بگویند. مؤمن به هم‌کیشان خود روی خوش نشان می‌دهد و با مخالفان با مدارا سخن می‌گوید، تا به ایمان جذب شوند و حتی اگر نشدند، با این رفتار از بدی‌های مخالفین در حق خود و برادران مؤمنش پیشگیری کرده است».^۱ این فرمایش به دلالت تضمینی و التزامی نشان می‌دهد که سخن گفتن محبت‌آمیز با دیگران، تأثیرات روحی و روانی مطلوبی در اطرافیان می‌گذارد.

۵-۴. آداب و رسوم

برخی از رفتارها و افعال اختیاری انسان برخاسته از صفات نفسانی نیست، بلکه رفتارهایی است که انسان‌ها در برابر یکدیگر انجام می‌دهند و متأثر از شرایط محیطی و اجتماعی است (وب، ۲۰۲۰^۲، ص ۱۳). از این رفتارها با عنوان «ادب» یا «آداب» یاد می‌کنند. آداب بر مبنای مصلحت‌ها و قراردادهای اجتماعی و الزامات قانونی شکل می‌گیرد. نحوه لباس پوشیدن، شیوه احترام گذاشتن به یکدیگر، رعایت مقررات راهنمایی و رانندگی و...، نمونه‌هایی از آداب هر جامعه است که اگر افراد جامعه آن را رعایت کنند، کار آن افراد ارزشمند شمرده می‌شود. خانواده‌ها بیشترین نقش را در پایداری آداب و رسوم برعهده دارند و می‌توانند آداب و فرهنگ را انعطاف‌ناپذیر و مقاوم در برابر تغییرات قرار دهند (هارتل و دیگران، ۲۰۱۵، ص ۱۸۳). انسان‌ها می‌توانند با فرهنگ‌سازی و اصلاح آداب و رسوم جامعه، مسیر حرکت تمدن را اصلاح کنند. توصیه‌های فراوانی از معصومین علیهم السلام در این خصوص وجود دارد.

الف. پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله هنگامی که نماینده خود (معاذ بن جبل) را به سرزمین یمن اعزام می‌کردند، به او دستور دادند که: «وَ أَمْرَ الْجَاهِلِيَّةِ مَا سَنَّهُ الْإِسْلَامُ» (ابن شعبه حرانی، ۱۳۸۴ق، ص ۲۵)، «سنت‌های

۱. امام حسن عسکری علیه السلام: «فِي تَفْسِيرِ قَوْلِهِ تَعَالَى «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا» قَالَ: قُولُوا لِلنَّاسِ كُلِّهِمْ حُسْنًا مُؤْمِنِهِمْ وَ مُخَالِفِهِمْ، أَمَّا الْمُؤْمِنُونَ فَيَسْبُطُ لَهُمْ وَجْهَهُ وَ أَمَّا الْمُخَالِفُونَ فَيَكَلِّمُهُمْ بِالْمُدَارَاةِ لِاجْتِنَابِهِمْ إِلَى الْإِيمَانِ. فَإِنَّ اسْتِرَّ مِنْ ذَلِكَ بِكَمْسَرٍ وَرِهِمْ عَنْ نَفْسِهِ وَ عَنْ إِخْوَانِهِ الْمُؤْمِنِينَ» (نوری طبرسی، ۱۴۰۸ق، ج ۱۲، ص ۲۶۱).

دوران جاهلیت را از میان ببر، مگر آنچه را که اسلام امضا کرده است». حضرت از وی می‌خواهند با شناخت دقیق فرهنگ، نسبت به اصلاح آن همت بنمایند و از سقوط جامعه جلوگیری کنند.

ب. امیر مؤمنان علی علیه السلام برای برپایی جامعه اسلامی، پایداری سنت‌های ارزشمند را وظیفه حاکم اسلامی می‌دانند و می‌فرمایند: «فَاعْلَمْ أَنَّ أَفْضَلَ عِبَادِ اللَّهِ إِمَامٌ عَادِلٌ، هُدًى وَهَدًى، فَأَقَامَ سُنَّةَ مَعْلُومَةٍ، وَأَمَاتَ بَدْعَةً مَجْهُولَةً، وَإِنَّ السُّنَنَ لَنَبِيٍّ، لَهَا أَعْلَامٌ، وَإِنَّ الْبِدْعَ لظَاهِرَةٌ، لَهَا أَعْلَامٌ»، «پس بدان که برترین بندگان خدا در نزد او رهبر عادل است که خود هدایت شده و دیگران را هدایت می‌کند، سنت شناخته شده را برپا دارد، و بدعت ناشناخته شده را بمیراند. سنت‌ها روشن و نشانه‌هایش آشکار است؛ بدعت‌ها آشکار و نشانه‌هایش برپاست» (نهج البلاغه، خطبه ۱۶۴).

۴-۶. مسئولیت اجتماعی

بقای سازمان به مجموعه‌ای از تعاملات و مبادلات مستمر بین سازمان و محیط آن بستگی دارد که به‌طور کلی مسئولیت‌های گسترده‌تری را برای جامعه ایجاد می‌کند. این مسئولیت‌های گسترده‌تر که هم در داخل و هم در خارج سازمان شکل می‌گیرند، معمولاً به عنوان مسئولیت اجتماعی^۱ شناخته می‌شوند (مولینس، ۲۰۱۶، ص ۵۱۳). سازمان‌ها تلاش می‌کنند که با برگزاری دوره‌های آموزشی و کارورزی، بستر تقویت مسئولیت اجتماعی کارکنان خود را ارتقا دهند (لیا وان، ۲۰۱۶^۲، ص ۱۹۹). انسان همانگونه که نسبت به خود مسئولیت دارد و باید برای بهبود زندگی خود تلاش کند، نسبت به دیگران در جامعه نیز مسئولیت دارد. افراد جامعه با احساس مسئولیت نسبت به یکدیگر، جامعه را حفاظت می‌کنند و اهداف جامعه تحقق می‌یابد. به‌طور طبیعی انسان‌ها در زمان وقوع زلزله، سیل، جنگ، شیوع بیماری مسری و... به یکدیگر یاری می‌رسانند و رفتارهای خود را متناسب با شرایط اجتماعی تنظیم می‌کنند (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۲۴). مسئولیت‌پذیری اجتماعی یادآور این نکته است که هر کس در هر مرتبه‌ای که هست، باید نسبت به تمام کارهای خود پاسخ‌گو باشد و هیچ کس حق کوچک‌ترین کوتاهی در انجام وظیفه نسبت به دیگران و یا بی‌احترامی به دیگران را ندارد. پذیرش این تفکر در رفتار کارکنان بسیار مؤثر است. به گونه‌ای که با احساس مسئولیت کارکنان در سازمان‌ها، نیاز به بخشی از قوانین و مقررات و سیستم‌های برنامه‌ای و نظارتی کاهش خواهد یافت و افراد براساس احساس مسئولیت و لزوم پاسخ‌گویی به خداوند متعال، بخش مهمی از کارهای سازمان را پیش خواهند برد. روحیه مسئولیت‌پذیری می‌تواند تعامل و ارتباط کارکنان در سازمان را

1. Social responsibility

2. Lai Wan



تلطیف کرده و حس هم‌نوعی و برادری را در آنها ترویج نماید. در منابع اسلامی، مستندات فراوانی می‌توان در این زمینه یافت. در ادامه به دو مورد که با ملاک مفهوم و منطوق قابل استدلال است، اشاره می‌شود.

الف. به منظور تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری، خداوند متعال از مردم می‌خواهد در کارهای مفید اجتماعی با یکدیگر مشارکت کنند: «تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَ التَّقْوَىٰ وَّ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَ الْعُدْوَانِ» (مانده، ۲)، «در نیکوکاری و پرهیزکاری یکدیگر را یاری کنید و در گناه و تجاوز به یکدیگر یاری نرسانید». توصیه به مشارکت در کارهای نیک و پرهیز از همکاری در کارهای شرّ بیان‌کننده مسئولیت اجتماعی است که هر انسانی برعهده دارد.

ب. حیطه مسئولیت‌های اجتماعی تنها به روابط بین انسان‌ها نیست؛ بلکه شامل تعامل انسان با محیط زیست هم می‌شود. امیر مؤمنان علیؑ از مدیران خود می‌خواهند که نسبت به تمام کارها و اقدامات خویش مسئولیت‌پذیر باشند. حتی نسبت به حیوانات و طبیعت بی‌جان: «اتَّقُوا اللَّهَ فِي عِبَادِهِ وَ بِلَادِهِ فَإِنَّكُمْ مَسْئُولُونَ حَتَّىٰ عَنِ الْبَقَاعِ وَ الْبَهَائِمِ» (نهج البلاغه، خطبه ۱۶۷)، «از خدا بترسید و تقوا پیشه کنید؛ زیرا شما در پیشگاه خداوند مسئول بندگان خدا و شهرها و خانه‌ها و حیوانات هستید».

۷-۴. توصیه دوستان و تعاملات اجتماعی

انسان‌ها موجوداتی عاطفی و اجتماعی هستند. عواطف و روابط اجتماعی برای انسان‌ها لذت‌بخش است. حضور در جمع دوستان و اقتباس از رفتارها و تفکرات دوستان، به‌طور معمول در طول زمان اتفاق می‌افتد. هم‌رنگ شدن افراد و تأثیرپذیری از یکدیگر امری است متداول که رفتارهای افراد را دگرگون می‌سازد. حضور در جمع دوستان، رابطه مثبتی با نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، و فضیلت مدنی دارد. تعامل با دوستان ارزش‌ها و مسئولیت اجتماعی را ترویج می‌کند (لیاوان، ۲۰۱۶، ص ۱۹۹). شور و اشتیاق نیروهای جوان به هنگام ورود به سازمان بعد از مدتی تحت تأثیر همکاران و تعاملات اجتماعی به سردی می‌گراید (گریپ و هانسن،^۱ ۲۰۲۰، ص ۱۸۳). همکاران و تعاملات اجتماعی می‌تواند تأثیر فراوانی بر رفتار افراد و تصمیم‌گیری‌های آنان داشته باشد. در آموزه‌های اسلامی تأکید فراوانی بر گرفتن دوستان خوب و پرهیز از دوستانی که همراه با فرهنگ دینی نیستند و یا در جرگه دشمنان به حساب می‌آیند، شده است. در ادامه به نمونه‌هایی در این زمینه اشاره می‌شود.

الف. در اهمیت تأثیر دوستان و تأثیر متقابل آن امام علی بن ابی طالبؑ فرمودند: «مَجَالَسَةُ الْأَشْرَارِ تَوْرَثُ سُوءَ الظَّنِّ بِالْأَخْيَارِ، وَ مَجَالَسَةُ الْفَجَّارِ لِلْأَبْرَارِ تَلْحِقُ الْفَجَّارَ

1. Griep & Hansen

بِالْأَبْرَارِ» (مجلسی، ۱۴۱۲ق، ج ۳۱، ص ۹۷)، «همنشینی با بدکاران، بدبینی به نیکان را پدید می‌آورد؛ و همنشینی با نیکان، بدکاران را به نیکان می‌پیوندد. انسان‌ها تحت تأثیر دوستان خود به مرور رنگ و لعاب آنها را به خود می‌گیرند».

ب. معاشرت با افراد آلوده، انسان را در هیجانات کنترل نشده قرار داده و مسیر سعادت انسان را با ناهمواری مواجه می‌سازد. خداوند در قرآن کریم نمونه‌ای از تأثیرگذاری دوستان را بیان می‌کند. فردی به دست پیامبر اکرم ﷺ مسلمان شد، اما به توصیه دوست صمیمی خود دست از اسلام کشید. در آیات ۲۹ - ۲۷ سوره فرقان خداوند وضعیت این شخص را در قیامت بازگو می‌کند که انگشت خود را از شدت حسرت به دندان گرفته و خود را ملامت می‌کند که کاش تحت تأثیر دوست ناباب خود قرار نگرفته بود و به خاطر عواطف نسبت به دوست، از مسیر سعادت بخش اسلام بازنگشته بود.

۸-۴. تأثیر پذیری از افراد مشهور

افراد مشهور ورزشی، سینمایی یا تلویزیونی اغلب تأثیر زیادی بر ادراک، ارتباطات و رفتار افراد در محل کار نسبت به هر کتاب درسی، مدیر یا دوره آموزشی دارند (مولینس، ۲۰۱۶، ص ۱۹۴). جوانان منبع شور و هیجان هستند. هنگامی که جوانان از شناخت کافی نسبت به مسائل هستی برخوردار نبوده و تابع هیجانات رسانه‌ای باشند؛ ناخودآگاه تحت تأثیر هنرپیشگان، ورزشکاران، قهرمانان، و به عبارتی دیگر افراد مشهور^۱ قرار می‌گیرند. این افراد با آرایش مو، شکل لباس، تبیین علائق خود و... می‌توانند دیگران را تحت تأثیر قرار داده و جامعه را به سمت فخرفروشی و اهداف شیطانی سوق دهند. این افراد معروف از آن جهت دارای اهمیت هستند که اقدامات آنان اثرات عاطفی قابل توجهی بر بخشی از مردم برجای می‌گذارد. آنها نقش فرهنگی در نظام معنایی جوامع امروز بازی می‌کنند (اسدزاده شهیر و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۹۱). شهرت برای افراد مشهور یک سرمایه است که در جامعه تولید شده و مورد توجه مردم قرار گرفته است. با استناد به منابع دینی و سیره معصومین ﷺ می‌توان به چند مورد که با ملاک مفهوم و منطوق استنباط شده و حاوی نکات ارزشمندی است، اشاره کرد.

الف. در جنگ خندق که مسلمانان با حفر خندق مانع عبور لشگر قریش شدند، عمرو بن عبدود، از جنگجویان نام‌آور عرب که او را مساوی با هزار جنگجو می‌دانستند، توانست از خندق عبور کند. این جنگجوی مشهور عرب مبارز طلبید. موفقیت او به منزله موفقیت لشگر کفر بود. هیچ یک از سرداران سپاه اسلام خود را هماورد او ندیدند. امیرالمؤمنین ﷺ که یک رزمنده جوان بود، با اجازه پیامبر ﷺ به میدان رفت و

1. Celebrities



او را بر خاک زد (طبری، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۵۷۳). در حقیقت نماد قهرمانی لشگر کفار شکست خورد و نماد جدیدی برای لشگر اسلام شکل گرفت. به همین دلیل نبی گرامی اسلام ﷺ این اقدام را برتر از عبادت جنّ و انس دانست.^۱ آن حضرت در واقع شاخصه جدیدی برای افراد مشهور تعیین کردند که عبارت بود از فداکاری و اخلاص در عمل.

ب. «شهرت» یکی از ویژگی‌های افراد مشهور و عامل تأثیرگذار آنان در جامعه است. در فرهنگ دینی شهرت در صورتی که در مسیر حق طلبی و احیای کلام الهی نباشد، فاقد ارزش است. عبدالله بن عباس می‌گوید: در «ذی قار» به امیرالمؤمنین ﷺ وارد شدم، او مشغول پینه زدن نعلین خود بود، از من سؤال کردند قیمت این نعلین چقدر است؟ عرض کردم قیمتی ندارد. فرمودند: به خدا سوگند این کفش نزد من از فرمانروایی بر شما محبوب‌تر است، مگر آنکه حقی را بر یا سازم یا باطلی را براندام» (نهج البلاغه، خطبه ۳۳). ج. اسلام از افراد مشهور می‌خواهد که مسئولیت خود را نسبت به جامعه ادا کنند. آنان همانطور که در بستر جامعه شهرت و اعتبار پیدا می‌کنند، باید در کارهای شایسته پیش قدم بوده و از کارهای ناشایست جلوگیری کنند. در این مورد می‌توان توصیه‌های فراوانی از حضرات معصومین ﷺ یافت که نسبت به تقویت سنت‌های حسنه و مخالفت با سنت‌های سینه در جامعه تلاش کرده‌اند.^۲

۵. نتیجه‌گیری

بررسی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در رفتار کارکنان با استناد به منابع اسلامی نشان داد که:

۱. انسان موجودی اجتماعی و فرهنگی بوده و توجه به اجتماعی بودن انسان پایه اساسی در تکامل انسان است. اجتماعی بودن انسان به عنوان نعمت الهی بر اساس عوامل طبیعی، عاطفی، و عقلی قابل اثبات است. این موضوع سبب می‌شود که کارکنان در تعاملات سازمانی خود به جنبه‌های اجتماعی اقدامات خود توجه بیشتری کنند.

۲. ذهنیت مدیران اسلامی گویای اعتقاد به وابستگی انسان به خداوند به منزله خالق نظام هستی و ضرورت تطبیق برنامه زندگی بر پایه آموزه‌های وحیانی است. ذهنیت باورها و اعتقادات از عوامل ساخت فرهنگی رفتار کارکنان محسوب می‌شود. آنان بر این باورند خداوند ناظر اعمال انسانی می‌باشد و سرمشق

۱. برای مطالعه بیشتر مراجعه کنید به: ابن ابی الحدید، ۱۹۵۹م، ج ۱۹، ص ۲۶

۲. پیامبر اکرم ﷺ فرمودند: «کسی که سنت و روش نیکویی را بنیاد نهد، پاداش و ثواب آن سنت و کسی که به آن عمل می‌کند، برای اوست، و کسی که سنت و روش بدی را بنیاد می‌نهد، کیفر آن روش ناپسند و کیفر کسانی که به آن عمل می‌کنند، برای او خواهد بود» (مجلسی، ۱۴۱۲ق، ج ۷۴، ص ۲۰۴)

زندگی براساس آموزه‌های اسلامی است. از سوی دیگر، باورمندی به قیامت موجب می‌شود رفتارهای انسانی در چارچوب فرهنگ اسلامی صورت گیرد.

۳. هنجارهای پذیرفته شده کارکنان مسلمان چارچوب رفتارهای فرهنگی و اجتماعی آنان را می‌سازد. کارکنان با پایبندی به ارزش‌ها، رفتارهای پذیرفته شده را از خود بروز می‌دهند. کارکنان مسلمان آموخته‌اند که خدمت به مردم و سود رساندن به جامعه، یک ارزش قابل تقدیر است. به همین دلیل خدمت‌رسانی کارکنانی که درک مناسبی از ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی دارند، بیشتر خواهد بود.

۴. دانش و شناخت می‌توانند به تحقق اهداف مادی و معنوی سازمان کمک شایانی بکنند. آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام می‌تواند به غنای دانش و شناخت کارکنان مسلمان کمک کند.

۵. اخلاق و آداب و رسوم اسلامی نیز می‌توانند با دگرگونی و اصلاح رفتارهای کارکنان سازمان‌ها، به سودمندی فعالیت‌های آنان کمک کنند. این مهم با تربیت اخلاقی، بهبود تعامل با دیگران، اصلاح و پایداری سنت‌های درست در جامعه صورت می‌گیرد.

۶. همه انسان‌ها در برابر جامعه احساس مسئولیت اجتماعی دارند، اما آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام دایره این مسئولیت را گسترده‌تر و هدفمندتر قرار داده است. به گونه‌ای که روحیه همدلی و نوع‌دوستی را ترویج کرده و انسان را حتی نسبت به محیط زیست خود مسئول قرار داده است.

۷. روابط اجتماعی برای انسان‌ها لذت‌بخش است. از این‌رو آموزه‌های اسلامی با توصیه‌های فراوانی، سفارش به گزینش دوستان و همنشینان شایسته کرده است. آنان می‌توانند سرنوشت نیک و بد انسان را رقم بزنند. بنابراین، کارکنان باید در معاشرت خود دقت کنند، تا رفتارهای آنان از مسیر حق فاصله نگیرند.

۸. امروزه با توسعه فضای مجازی و سرعت خبررسانی، افراد مشهور توانسته‌اند نقش شایسته‌ای در الگوسازی رفتاری مردم در جامعه داشته باشند. کارکنان مسلمان با توجه به آموزه‌های فرهنگی و اجتماعی اسلام باید تلاش کنند از تأثیرپذیری‌های افراد مشهور که رفتار آنان با ملاک‌های دینی ناسازگار است، پرهیز کرده و سبک رفتار اسلامی را در پیش بگیرند.

۹. مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی همانند یک سیستم عمل می‌کنند و عناصر این سیستم ضمن برخورداری از ارتباطات کنشی و واکنشی، از نظم و سازمان خاصی پیروی می‌کنند. از این‌رو است که در رفتارهای اجتماعی توصیه شده که معاشرت و تعامل مناسب با دیگران منجر به افزایش محبوبیت خواهد شد.^۱

۱. امیرالمؤمنین علیه السلام فرمودند: «حُسْنُ الصُّحْبَةِ يَزِيدُ فِي مَحَبَةِ الْقُلُوبِ»، «معاشرت نیکو موجب افزایش محبت در دل‌هاست» (لیثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۲۲۸).



۱۰. ساخت سازمان‌های متناسب با جامعه اسلامی نیازمند توجه به مؤلفه‌های اجتماعی فرهنگی است که در آموزه‌های اسلامی مورد توجه قرار گرفته است. مدیران جامعه اسلامی با تقویت «باورها» و «ارزش‌ها» از طریق تقویت «شناخت» می‌توانند با «رعایت اخلاق» و «آداب اسلامی»، «مسئولیت اجتماعی» خود را به خوبی انجام داده و در «تعاملات اجتماعی» از افراد شایسته «تأثیرپذیر» باشند. در این وضعیت سازمان به اهداف ارزشمند خود دست خواهد یافت.

منابع

- قرآن کریم.
 نهج البلاغه.
 ابن ابی الحدید، عبدالحمید بن هبه‌الله (۱۹۵۹م). شرح نهج البلاغه. بیروت: دار احیاء الکتب العربیه، ج ۱۹.
 ابن شعبه حرانی، حسن بن علی (۱۳۸۴ق). تحف العقول عن آل الرسول. قم: کتابفروشی اسلامیة.
 ابن منظور (۱۴۰۸ق). لسان العرب. به کوشش علی شیری. بیروت: دار احیاء التراث العربی، ج ۱۰.
 اسدزاده شهیر، حسن و همکاران (۱۴۰۰). مطالعه دغدغه‌های سلبریتی‌ها در اینستاگرام و پیامدهای آن بر هواداران. مطالعات میان فرهنگی، شماره ۴۷، ص ۸۹-۱۱۶.
 پارسانیا، حمید (۱۳۹۱). جهان‌های اجتماعی. قم: کتاب فردا.
 تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۶۰). غرر الحکم و درر الکلم. ترجمه و شرح آقاجمال خوانساری. تهران: دانشگاه تهران.
 دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳). لغت‌نامه. تهران: دانشگاه تهران، ج ۱۰.
 دهدشتی شاهرخ، زهره؛ ناصحی فر، وحید؛ خاشعی، وحید؛ دانش‌پور، میترا (۱۳۹۸). نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در رفتار خرید مصرف‌کنندگان در شبکه‌های اجتماعی. مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، شماره ۲۸.
 راوندی، قطب‌الدین (۱۳۸۰). الدعوات (شفابخش و مشکل‌گشا). ترجمه حسین قهستانی. قم: نهان‌ندی.
 روشه، گی (۱۳۷۰). کنش اجتماعی. ترجمه هما زنجانی‌زاده. مشهد: دانشگاه فردوسی.
 شرف‌الدین، حسین (۱۳۹۶). ارزش‌های اجتماعی از منظر قرآن کریم. قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه.
 صادقی جقه، سعید (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر در رفتار انتخاباتی ایرانیان. مطالعات راهبردی، شماره ۶۹.
 صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۷). مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: پژوهشکده استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
 صدوق، محمدبن علی (۱۴۱۳ق). من لایحضره الفقیه. قم: انتشارات جامعه مدرسین حوزه علمیه، ج ۳.
 طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۷۷). المیزان فی تفسیر القرآن. قم: دفتر انتشارات اسلامی، ج ۱۲.
 طبری، محمد بن جریر (۱۳۸۳). تاریخ طبری. تهران: اساطیر، ج ۲.
 عبادپور، بهرام؛ ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن؛ باباجانی، جعفر؛ حنفی‌زاده، پیام (۱۳۹۸). بررسی تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، و روانی بر رفتار سرمایه‌گذاران حقیقی بورس اوراق بهادار. مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۳.
 فی، برایان (۱۳۸۱). فلسفه امروزی علوم اجتماعی. ترجمه خشایار دیهیمی. تهران: طرح نو.
 فیض کاشانی، محسن (۱۳۷۸ق). الحقایق فی محاسن الاخلاق قرآنی العیون فی المعارف و الحکم و یلیه مصباح الانظار. تحقیق السید ابراهیم المیانجی. تهران: مکتبه الاسلامیه، ج ۵.
 کاظمی پور، شهلا؛ انصاری، حمید؛ گودرزی، علیرضا (۱۳۹۷). شناسایی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار بر تعهد به نظم اجتماعی در شهر تهران. مطالعات جامعه‌شناختی، شماره ۵۲.
 کریمی، محمدحسن و همکاران (۱۳۹۷). الزامات فرهنگی از منظر رویکرد بازسازی اجتماعی آینده‌نگر. معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۳۶، ص ۴۳-۲۵.



- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۷۲). اصول کافی. قم: اسوه، ج ۲.
- کوهن، توماس (۱۳۷۲). ساختار انقلاب‌های علمی. ترجمه علی جوادزاده. تهران: فرهنگ نشر نو.
- کوئن، بروس (۱۳۷۲). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه غلام‌عباس توسلی. تهران: سمت.
- گیلانی، عبدالرزاق (۱۳۷۷). مصباح الشریعة و مفتاح الحقیقة منسوب به امام جعفر صادق علیه السلام. تصحیح رضا مرندی. تهران: پیام حق.
- لیثی واسطی، ابوالحسن (۱۳۷۶). عیون الحکم و المواعظ. قم: مؤسسه علمی - فرهنگی دار الحدیث و سازمان چاپ و نشر، ج ۱.
- مجلسی، محمدتقی (۱۴۱۲ق). بحار الانوار. بیروت: دار احیاء التراث العربی، ج ۱۶، ۷۴، ۶۷، ۳۱.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۹۱). بزرگ‌ترین فریضه. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- مظفر، محمدرضا (۱۳۷۴). اصول الفقه. قم: اسماعیلیان.
- مظفر، محمدرضا (۱۴۰۲ق). المنطق. بیروت: دار التعارف للمطبوعات.
- مقیم، سید محمد (۱۳۸۴). رفتار شهروندی سازمانی از تئوری تا عمل. فرهنگ مدیریت، شماره ۱۱.
- منطقی، محسن (۱۴۰۰). درآمدی بر مدیریت اسلامی: مبانی و مسائل. قم: انتشارات دانشگاه امام حسین علیه السلام و مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- نوری طبرسی، میرزا حسین (۱۴۰۸ق). مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل. بیروت: مؤسسه آل‌البت علیهم السلام الاحیاء التراث، ج ۱۲.

- Griep, Y. & Hansen, S.D. (2020). *Handbook on the Temporal Dynamics of Organizational Behavior*. Armando Castillejos on Unsplash.
- Hartel, Ch.E., Zerbe, W.J. & Ashkanasy, N.M. (2015). *New Ways Of Studying Emotions in organizations*. J. Emerald Group Publishing Limited, North America.
- Kondalkar, V.G. (2007). *Organizational behavior*. New Age International (P) Ltd.
- Lai Wan, H. (2016). *Organisational Justice and Citizenship Behaviour in Malaysia*. The University of Nottingham, Darul Ehsan, Malaysia.
- Larentis, F., Antonello, C.S. & Slongo, L.A. (2019). *Inter-Organizational Culture*. Springer, Nature Switzerland.
- Mullins, L.J. (2016). *Management & Organisational Behaviour*. Pearson, New York.
- Nicholson, N., Audia, P.G. & Pillutl, M.M. & Fryer, D. (2005). *The Blackwell Encyclopedia of Management. Organizational Behavior*. Blackwell Publishing Ltd.
- Paloutzian, R.F. & Park, C.L. (2005). *Handbook of the psychology of religion and spirituality*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Plessner, H. (2008). *Intuition in judgment and decision making*. Cornelia Betsch, Tilmann Betsch.
- Samovar, L.A., Porter, R.E. & Stefani, L.A. (2010). *Communication Between Cultures*. Senior Publisher, Boston, USA.
- Webb, J. (2020). *Hiring for Fit A Key Leadership Skill*. Business Expert Press, LLC, New York.