



رویکرد دینی به مدیریت

دکتر ابوالفضل گائینی

دکتر سمیه زارعی

مریم احمدی فرد



پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

بهار ۱۴۰۴

گائینی، ابوالفضل، ۱۳۴۴-
 رویکرد دینی به مدیریت / ابوالفضل گائینی، سمیه زارعی، مریم احمدی فرد؛ ویراستار سلمان احمدوند -
 قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۴۰۴.
 ۲۹۰ص. --- (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه: ۷۷۷؛ مدیریت: ۵۸)
 ISBN: 978-600-298-552-1
 بها: ۲۴۵۰۰۰۰ ریال
 فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.
 کتابنامه. همچنین به صورت زیرنویس.
 نمایه.
 ۱. مدیریت (اسلام). ۲. Management -- Religious aspects -- Islam. ۳. مدیریت -- جنبه‌های اخلاقی.
 ۴. Management -- Moral and ethical aspects. ۵. اخلاق اسلامی. ۶. Islamic ethics. ۷. نیروی انسانی -- مدیریت.
 ۸. Manpower planning. ۹. مدیریت. ۱۰. Management. ۱۱. نیروی انسانی -- مدیریت -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام.
 ۱۲. Manpower planning -- Religious aspects -- Islam. الف. زاعی، سمیه، ۱۳۶۰ فروردین.
 ب. احمدی فرد، مریم، ۱۳۶۲. ج. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
 BP۲۳۲/۶۷ ۲۹۷/۶۵۸
 شماره کتابشناسی ملی ۱۰۰۳۵۲۳۸



رویکرد دینی به مدیریت

مؤلفان: دکتر ابوالفضل گائینی (عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه)،

دکتر سمیه زارعی (عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور) و مریم احمدی فرد

ناشر: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

ویراستار: سلمان احمدوند

صفحه‌آرایی: تحریر اندیشه

چاپ اول: بهار ۱۴۰۴

تعداد: ۳۰۰ نسخه

لیتوگرافی: سعیدی

چاپ: قم-سبحان

قیمت: ۲۴۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۹۸-۵۵۲-۱

کلیه حقوق برای پژوهشگاه حوزه و دانشگاه محفوظ و نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

قم: ابتدای شهرک پردیسان، بلوار دانشگاه، نبش میدان علوم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تلفن: ۰۲۵-۳۲۱۱۱۱۰۰

(انتشارات ۳۲۱۱۱۳۰۰) نمابر: ۳۲۸۰۳۰۹۰، ص.پ. ۳۱۵۱-۳۷۱۸۵

تهران: خ انقلاب، بین وصال و قدس، کوی اُسکو، پلاک ۴، تلفن: ۶۶۴۰۲۶۰۰

www.rihu.ac.ir

info@rihu.ac.ir

فروشگاه اینترنتی: https://shop.rihu.ac.ir

مرکز پخش: قم، خیابان معلم، مجتمع ناشران، طبقه همکف، پلاک ۲۷، تلفن: ۰۲۵-۳۷۸۴۲۶۳۵-۶

سخن پژوهشگاه

پژوهش در علوم انسانی به منظور شناخت، برنامه‌ریزی و ضبط و هدایت پدیده‌های انسانی در راستای سعادت واقعی بشر ضرورتی انکارناپذیر است و استفاده از عقل و آموزه‌های وحیانی در کنار داده‌های تجربی و در نظر گرفتن واقعیت‌های عینی، فرهنگ و ارزش‌های اصیل جوامع شرط اساسی پویایی، واقع‌نمایی و کارایی این‌گونه پژوهش‌ها در هر جامعه است.

پژوهش کارآمد در جامعه ایران اسلامی در گرو شناخت واقعیت‌های جامعه از یک‌سو و اسلام به‌عنوان متقن‌ترین آموزه‌های وحیانی و اساسی‌ترین مؤلفه فرهنگ ایرانی از سوی دیگر است؛ از این‌رو، آگاهی دقیق و عمیق از معارف اسلامی و بهره‌گیری از آن در پژوهش، بازنگری و بومی‌سازی مبانی و مسائل علوم انسانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

توجه به این حقیقت راهبردی از سوی امام خمینی رحمته‌الله، بنیان‌گذار جمهوری اسلامی، زمینه شکل‌گیری «دفتر همکاری حوزه و دانشگاه» را در سال ۱۳۶۱ فراهم کرد و با راهنمایی و عنایت ایشان و همت استادان حوزه و دانشگاه، این نهاد علمی شکل گرفت. تجربه موفق این نهاد، زمینه را برای گسترش فعالیت‌های آن فراهم آورد و با تصویب شورای گسترش آموزش عالی در سال ۱۳۷۷ «پژوهشکده حوزه و دانشگاه» تأسیس شد و در سال ۱۳۸۲ به «مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه» و در سال ۱۳۸۳ به «پژوهشگاه حوزه و دانشگاه» ارتقا یافت.

پژوهشگاه حوزه و دانشگاه تاکنون در ایفای رسالت سنگین خود خدمات فراوانی به جامعه علمی ارائه نموده است که از آن جمله می‌توان به تهیه، تألیف، ترجمه و انتشار بیش از ۷۷۰ عنوان کتاب و ۹ نشریه علمی اشاره کرد.

این اثر به عنوان متن درسی مدیریت دینی برای دانشجویان رشته مدیریت در مقطع کارشناسی، و نیز مدیران و کارکنانی که دغدغه مند جمع بین دانش مدیریت و دین هستند تألیف شده است.

از استادان و صاحب نظران ارجمند تقاضا می شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این پژوهشگاه را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی یاری دهند.

در پایان پژوهشگاه لازم می داند از تلاش های مؤلفان محترم اثر، دکتر ابوالفضل گائینی، دکتر سمیه زارعی و مریم احمدی فرد و نیز از ناظر محترم، دکتر شمس السادات زاهدی سپاسگزاری کند.

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
---------------	---

فصل نخست: مدخلی بر رویکرد دینی به مدیریت

مقدمه.....	۳
بحران‌های ناشی از نظریه‌های مدیریت کنونی.....	۴
معرفی اجمالی زمینه دین و مدیریت.....	۷
گروه‌ها و مراکز مطالعاتی تخصصی در زمینه دین و مدیریت.....	۸
گروه مدیریت، معنویت و دین در آکادمی مدیریت (MSR).....	۹
مرکز مطالعه ایمان و معنویت در محیط کار در دانشگاه آرکانزاس امریکا.....	۹
معرفی نظریه‌پردازان تأثیرگذار در زمینه مدیریت دینی.....	۱۰
نظریه‌های مبتنی بر وجودشناسی ادیان.....	۱۶
نظریه‌های مبتنی بر انسان‌شناسی ادیان.....	۲۲
اخلاق کسب‌وکار اسلامی.....	۲۴
انسان‌شناسی اسلامی و مدیریت منابع انسانی.....	۲۵
نظریه‌های مبتنی بر معرفت‌شناسی ادیان (معرفت شهودی و حکمت عملی).....	۲۶
نظریه‌های مبتنی بر ارزش‌شناسی ادیان.....	۳۳
الف) نظریه‌های مبتنی بر ارزش‌های مسیحیت.....	۳۳
ب) ارزش‌های اسلامی، اخلاق کسب‌وکار و مدیریت منابع انسانی.....	۳۵
ج) نظریه‌های مبتنی بر ارزش‌های مشترک ادیان.....	۳۵
خلاصه و جمع‌بندی فصل نخست.....	۳۶

فصل دوم: فلسفه مدیریت دینی

مقدمه.....	۴۱
رابطه دین و معارف بشری.....	۴۲

۴۴	زدودن عقاید باطل و خرافی از جوامع انسانی
۴۶	رابطه معرفت دینی و معرفت بشری
۴۹	فلسفه پیاده‌سازی مدیریت دینی
۵۲	رابطه اسلام با مدیریت
۵۵	اعمال مدیریت دینی
۵۸	خلاصه و جمع‌بندی فصل دوم

فصل سوم: امکان و وجوب فلسفی مدیریت اسلامی

۶۱	مقدمه
۶۱	ارزیابی امکان تحقق دانش مدیریت اسلامی
۶۴	ارزیابی وجوب تحقق دانش مدیریت اسلامی
۶۵	مروری انتقادی بر مکتب اثبات‌گرایی
۷۲	ارزیابی و نقد رئالیسم انتقادی
۷۵	خلاصه و جمع‌بندی فصل سوم

فصل چهارم: ویژگی‌های مدیریت دینی

۷۷	مقدمه
۷۸	تعریف مدیریت دینی
۷۸	مبانی مدیریت دینی
۸۰	تقابل مدیریت دینی و عقلانی
۸۱	ویژگی‌های مدیریت در تعالیم اسلام
۸۴	وجوه کلی تفاوت مدیریت دینی و غیردینی
۸۶	پیش‌فرض‌های مدیریت اسلامی
۸۸	نکات مهم مدیریتی و ویژگی‌های مهم مدیران از دیدگاه امام علی
۹۳	هدف از مدیریت دینی
۹۵	خلاصه و جمع‌بندی فصل چهارم

فصل پنجم: رهبری سازمان از منظر دینی

۹۷	مقدمه
۹۷	تعریف رهبری
۹۹	رهبری در مدیریت اسلامی
۱۰۰	مبنای انسان‌شناسی رهبری
۱۰۰	انسان در قرآن
۱۰۲	ابتنای شیوه رهبری بر مبنای انسان‌شناسی
۱۰۶	مقوله‌های رهبری دین‌محور

۱۰۶	نرمش و رفق.....
۱۰۹	شدت عمل.....
۱۰۹	مبانی عملی رهبری دین محور.....
۱۱۰	عمومیت سبک رهبری دین محور.....
۱۱۱	مواضع شدت عمل در رهبری دین محور.....
۱۱۲	قدرت و رهبری دین محور.....
۱۱۳	سبک‌های رهبری دین محور.....
۱۱۵	تأثیر سبک رهبری دین محور بر دیگر وظایف مدیریت.....
۱۱۵	خلاصه و جمع‌بندی فصل پنجم.....

فصل ششم: مدیریت بر مبنای معنویت

۱۱۷	مقدمه.....
۱۱۸	مفهوم معنویت.....
۱۲۱	گرایش معنوی در سازمان.....
۱۲۳	پیامدهای معنویت.....
۱۲۵	نظریهٔ سازمان و معنویت.....
۱۲۶	رهبری معنوی.....
۱۲۸	معنویت در محیط کار.....
۱۳۱	شاخص‌های کار معنوی.....
۱۳۱	الف) دل‌سوزی.....
۱۳۱	ب) خدمت خالصانه.....
۱۳۱	ج) زندگی سالم و کار.....
۱۳۲	خلاصه و جمع‌بندی فصل ششم.....

فصل هفتم: اخلاق در مدیریت دینی

۱۳۳	مقدمه.....
۱۳۴	مفهوم اخلاق.....
۱۳۵	الف) اخلاق توصیفی.....
۱۳۵	ب) اخلاق هنجاری.....
۱۳۶	اخلاق حرفه‌ای.....
۱۳۸	اخلاق کسب‌وکار.....
۱۴۱	مدیریت اخلاق محور.....
۱۴۲	قدرت روحی.....
۱۴۳	وجدان کاری.....
۱۴۴	انضباط اداری.....

۱۴۵	تغافل.....
۱۴۵	قدرشناسی و ارج‌گزاری.....
۱۴۶	روابط صمیمانه انسانی.....
۱۴۸	نظریه‌های مدیریت اخلاقی.....
۱۴۸	نظریه اخلاقی ارسطو.....
۱۴۹	نظریه اخلاقی کانت.....
۱۴۹	نظریه اخلاقی راس.....
۱۴۹	نظریه اخلاقی لاکزنیاک.....
۱۵۰	نظریه اخلاقی ریبورن و پاین.....
۱۵۰	مؤلفه‌های مدیریت اخلاقی انجمن بازاریابی آمریکا.....
۱۵۱	مؤلفه‌های مدیریت اخلاقی استول.....
۱۵۱	ارزش‌های اخلاقی.....
۱۵۲	الف) اخلاق فردی.....
۱۵۲	۱. ایمان.....
۱۵۲	۲. تقوا و اطاعت از فرامین الهی.....
۱۵۳	۳. اخلاص.....
۱۵۴	۴. خداترسی در آشکار و پنهان.....
۱۵۴	۵. توکل بر خدا.....
۱۵۴	۶. توسل و استمداد از خدای متعال.....
۱۵۵	سبک رهبری اخلاقی.....
۱۵۸	ابعاد رهبری اخلاقی.....
۱۵۸	الف) اخلاق و انصاف.....
۱۵۹	ب) تسهیم قدرت.....
۱۶۱	ج) شفاف‌سازی نقش.....
۱۶۲	خلاصه و جمع‌بندی فصل هفتم.....

فصل هشتم: مدیریت منابع انسانی با رویکرد دینی

۱۶۳	مقدمه.....
۱۶۳	انسان‌شناسی دینی.....
۱۶۴	دلایل اهمیت انسان‌شناسی دینی در ابتدا.....
۱۶۵	تغییرات و گسترش حوزه مطالعاتی.....
۱۶۵	نظریه‌های اولیه در انسان‌شناسی دینی.....
۱۶۵	تطورگرایی.....
۱۶۶	اشاعه‌گرایی.....
۱۶۷	کارکردگرایی.....

۱۶۷	 رویکردهای تفسیری و نمادگرایی
۱۶۸	 طلال اسد و رویکرد تاریخی
۱۶۸	 مدیریت منابع انسانی
۱۷۱	 ضرورت شرح شغل
۱۷۱	 برنامه‌ریزی نیروی انسانی
۱۷۲	 ۱. اهمیت برنامه‌ریزی
۱۷۲	 ۲. فواید برنامه‌ریزی
۱۷۲	 الف) پیشگیری از پشیمانی
۱۷۲	 ب) استفاده بهینه از امکانات
۱۷۳	 ج) برنامه‌ریزی حلال مشکلات
۱۷۳	 ۳. لوازم برنامه‌ریزی
۱۷۳	 الف) اعتقاد به امکان رفع مشکل
۱۷۳	 ب) استفاده از روند گذشته
۱۷۳	 ج) تفکر و اندیشیدن
۱۷۴	 ۱. ایجاد انگیزه
۱۷۴	 ۲. تقویت حس تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان
۱۷۴	 ۳. تکریم نیروی انسانی
۱۷۵	 ۴. اقامه قسط و عدل سازمانی
۱۷۵	 ۵. توجه به اصل امانت‌دار بودن انسان
۱۷۶	 تأمین رفاه کارکنان
۱۷۹	 انگیزش و شخصیت کارکنان از منظر دین
۱۸۰	 نیروی انسانی کارآمد از منظر دین
۱۸۰	 تخصص و امانت‌داری
۱۸۱	 پرهیز از تبلی و تن‌پروری
۱۸۱	 نکوهش کم‌کاری در احادیث
۱۸۲	 قبول مسئولیت در حد توان
۱۸۳	 رها نگذاشتن منابع تولید
۱۸۳	 وجدان کاری
۱۸۳	 انضباط داشتن
۱۸۴	 گزینش کارگزاران شایسته
۱۸۶	 خلاصه و جمع‌بندی فصل هشتم

فصل نهم: مدیریت بر مبنای ارزش‌ها

۱۸۷	 مقدمه
۱۸۷	 مفهوم ارزش

۱۹۲	مفهوم ارزش‌های سازمانی.....
۱۹۴	مدیریت ارزش‌محور.....
۱۹۵	رابطه ارزش‌های سازمانی با برنامه‌ریزی.....
۱۹۷	هم‌سو کردن کارها با ارزش‌ها.....
۱۹۸	الف) کارهای ساختاری.....
۱۹۸	ب) کارهای گروهی.....
۱۹۹	ج) کارهای فردی.....
۲۰۰	ارزش‌های اسلامی در مدیریت سازمان.....
۲۰۲	مبنای ارزش‌های اجتماعی.....
۲۰۲	اصول ارزش‌های سازمانی.....
۲۰۲	اصل اول.....
۲۰۳	اصل دوم.....
۲۰۳	اصل سوم.....
۲۰۵	خلاصه و جمع‌بندی فصل نهم.....

فصل دهم: روش‌های تبلیغات از منظر دین

۲۰۷	مقدمه.....
۲۰۷	تبلیغ در اسلام.....
۲۰۹	مؤلفه‌های تبلیغ در اسلام.....
۲۰۹	۱. ارزش مکان تبلیغ.....
۲۱۰	۲. زمان تبلیغ.....
۲۱۰	۳. شروع با نام خدا.....
۲۱۱	۴. اتصال به وحی الهی.....
۲۱۱	۵. استفاده از مطالب مستدل و منطقی و پرهیز از مطالب سست و بی‌پایه و خلاف ادب و انسانیت....
۲۱۱	۶. بشارت و تشویق.....
۲۱۲	۷. هشدار.....
۲۱۲	۸. ترس نداشتن در تبلیغ آموزه‌های دینی.....
۲۱۲	اصول تبلیغات اسلامی.....
۲۱۷	قاعده «لاضرر» درباره تبلیغات بازرگانی.....
۲۱۸	فریب و دروغ در تبلیغات.....
۲۱۹	تبلیغات بازرگانی و دنیاگرایی.....
۲۲۱	جاذبه‌های تبلیغاتی از منظر اسلام.....
۲۲۲	جاذبه ترس.....
۲۲۲	جاذبه جنسی.....
۲۲۳	جاذبه منطقی.....

۲۲۴	تبلیغات بازرگانی و عدالت اجتماعی.....
۲۲۶	اخلاق در تبلیغات.....
۲۲۹	خلاصه و جمع‌بندی فصل دهم.....

تکمله: جایگاه خدا در مدیریت سازمان

۲۳۱	مقدمه.....
۲۳۳	مضامین مشترک در سراسر تحقیق: 2*2a چهارچوب مفهومی.....
۲۳۶	روش.....
۲۳۹	ربع تقویت کتاب مقدس.....
۲۳۹	بودیسم.....
۲۴۰	مسیحیت.....
۲۴۲	کنفوسیوس گرایی.....
۲۴۲	هندوئیسم.....
۲۴۳	اسلام.....
۲۴۵	خلاصه.....
۲۴۶	ربع آزادی از کتاب مقدس.....
۲۴۶	بودیسم.....
۲۴۷	مسیحیت.....
۲۴۸	کنفوسیوس گرایی.....
۲۴۹	هندوئیسم.....
۲۵۰	اسلام.....
۲۵۱	خلاصه و جمع‌بندی.....
۲۵۱	ربع آزادی — معنویت.....
۲۵۲	بودیسم.....
۲۵۳	مسیحیت.....
۲۵۹	کنفوسیوس گرایی.....
۲۵۹	اسلام.....
۲۶۰	خلاصه.....
۲۶۰	ربع تقویت معنوی.....
۲۶۱	نتیجه‌گیری و رویه‌های آینده.....
۲۶۱	وجه الهیات و اعمال معنوی.....
۲۶۳	وجه الهیات و توسعه نظریه مدیریت رادیکال.....
۲۶۴	وجه الهیاتی و فرااخلاق.....
۲۶۵	جمع‌بندی و مقایسه ادیان.....
۲۷۱	فهرست منابع.....

۲۷۷	 نمایه ها
۲۷۷	 نمایه اصطلاحات

پیشگفتار

نظریه سازمان و مدیریت از زمان پیدایش خود دستخوش تحولات بسیاری گردیده و فراز و فرودهای زیادی را تجربه کرده است. در این مسیر دو نکته حائز اهمیت است: نخست آنکه نوع نگاه به مدیریت به زمینه پیدایش و تکوین آن بستگی زیادی دارد. برای نمونه در آثار کلاسیک مدیریت، نگاه وبر به مدیریت جامعه‌شناسانه و نگاه تیلور مبتنی بر مهندسی بوده است. دیگر اینکه در تمامی این مسیر، نظریه‌های مدیریت فرگشتی کمال‌گرایانه را پیموده‌اند. کتاب حاضر براساس همین دو محور با نگاهی به زمینه سازمان و مدیریت در بافت و زمینه اسلامی تألیف شده است و هدف از نگارش آن تعالی و کمال نظریه‌های موجود است. نمی‌توان دین را بر اصول مدیریت در سازمان‌ها مقدم پنداشت یا نظریه‌های کلاسیک را جایگزین بلامنازع دین در عرصه سازمانی دانست. دین به موازات دانش عقلانی و تجربی با سرچشمه گرفتن از عالم و حیانی می‌تواند در توجیه چرایی نظریه‌ها کمک شایانی کند. به دیگر سخن نظریه‌های مدیریت ناظر به چگونگی انجام امور و آموزه‌های دینی ناظر به چرایی انجام آنها هستند. آموزه‌های دینی همچنین ناظر به چگونگی انجام امورند. به عبارت دیگر آموزه‌هایی دینی هم چگونگی انجام امور و هم چرایی انجام آنها را شرح می‌دهند. به همین دلیل می‌توان مفاهیم مدیریت را که همان چگونگی انجام امور است از دل آن استخراج کرد. هدف از رویکرد دینی به مدیریت، معنابخشی به فلسفه سازمان و مدیریت آن است. در رابطه با مدیریت دینی مطالب بسیاری تألیف شده است؛ اما ارائه تعریفی دقیق از مدیریت دینی و مهم‌تر از آن، تبیین تفاوت مدیریت دینی و غیردینی همچنان یک مسئله حل نشده است. نویسندگان اعتقاد دارند که تفاوت اصلی مدیریت دینی و غیردینی به تفاوت در «ارزش‌ها»، «معرف‌شناسی»، «انسان‌شناسی» و «هستی‌شناسی»

بازمی‌گردد. در مدیریت غربی و شرقی، در محیط کار و در جایی که مدیر و کارمندان وجود دارند، برخی ارزش‌های ویژه مطرح است. در هر مکتبی، اصول مدیریت و ارزش‌های حاکم بر مدیریت از بینش‌های ویژه همان مکتب ناشی می‌شود و اعتبار می‌گیرد. اگر کتاب‌هایی را که درباره مدیریت نوشته شده و بحث‌هایی را که در این باره مطرح گردیده است – مواردی که اصول روان‌شناسی را در رابطه با مدیریت مطرح می‌کنند – ارزیابی کنیم، می‌بینیم که در همه آنها هدف این است که نیازهای اقتصادی و سیاسی جامعه به‌نحو احسن تأمین شود. این همه دستور برای مدیران صادر می‌شود، راهنمایی‌ها، فنون و دستورهای پیچیده در اختیار آنها قرار می‌گیرد تا عملکرد کارخانه بهبود یابد، بهره‌وری بیشتری داشته باشد و در نهایت سود بیشتری عاید صاحبان کارخانه شود؛ خواه صاحب کارخانه یک نفر سرمایه‌دار باشد یا همه کارگران و نظام حاکم کاپیتالیستی باشد یا سوسیالیستی. اما ارزش‌های حاکم بر مدیریت دینی کاملاً متفاوت است که این امر ناشی از ماهیت و جهان‌بینی ویژه مدیریت دینی است. در این کتاب تلفیقی از رویکردهای کلامی و مصداقی برای درک مفهوم مدیریت دینی ارائه شده است.

فصل نخست

مدخلی بر رویکرد دینی به مدیریت

مقدمه

هدف از این فصل ارائه شواهدی ناظر به ظهور پارادایمی جدید در دانش مدیریت است: پارادایم دینی مدیریت. از منظر فلسفه علم، هر پارادایم علمی چهار مؤلفه اصلی دارد: وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی. در این فصل به این سؤال‌ها پاسخ داده می‌شود که آیا در زمینه مدیریت و سازمان، مبتنی بر وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی دینی نظریه‌هایی پردازش شده‌اند؟ اگر پاسخ مثبت است، ویژگی این نظریه‌ها و تفاوت آنها با نظریه‌های کنونی و حاکم در مدیریت چیست؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها، از روش مطالعه سیستماتیک استفاده شد و با انجام یک جست‌وجوی گسترده، مطالعات درج‌شده در انتشارات معتبر بین‌المللی در زمینه «دین و مدیریت» استخراج شدند. این مطالعات براساس چهار مؤلفه اصلی یک پارادایم علمی تفکیک و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که در نظریه‌های دینی رهبری، برخلاف نظریه‌های کنونی که وجود را منحصر در جهان فیزیکی می‌دانند وجود و در نتیجه انسان دارای پنج گام متکامل است و ایجاد تحول در سبک رهبری و رهایی از بحران‌های فزاینده در سازمان‌های امروزی را منوط به سیر و سلوک رهبران سازمان‌ها در این عوالم وجودی و حرکت در جهت رسیدن به گام فنای مطلق در ذات احدیت (توحید) می‌دانند. به لحاظ معرفت‌شناختی نیز، نظریه‌های دینی مدیریت، افزون بر تجربه حسی و عقل تحلیل‌گر، آگاهی شهودی (و حکمت عملی) را نیز از منابع مهم کسب معرفت برای رهبران و مدیران می‌دانند. به لحاظ ارزش‌شناسی، نظریه‌های دینی مدیریت برخلاف نظریه‌های کنونی، به جای فردگرایی بر توحید، به جای پیشینه‌سازی سود سازمان بر خدمت به جامعه و به جای عقل تحلیل‌گر بر آگاهی شهودی تأکید دارند. نتیجه تحلیل پارادایمی نظریه‌های دینی

مدیریت، نشان داد که این نظریه‌ها در هر چهار مؤلفه اصلی یک پارادایم علمی گسترش یافته‌اند و به تدریج شاهد ظهور یک پارادایم جدید در دانش مدیریت و سازمان هستیم.

بحران‌های ناشی از نظریه‌های مدیریت کنونی

بسیاری از سازمان‌ها با به کارگیری منطق «کسب سود به هر قیمتی»، ناهنجاری‌های اخلاقی جدی، بی‌نظمی‌ها، فسادها و تبعیض‌های شدیدی را در سازمان و به دنبال آن در جامعه ایجاد کرده‌اند (Keung, Ip, 2011). ارزش‌های غالب در پارادایم کنونی مدیریت عبارت‌اند از: فردگرایی، بیشینه‌سازی سود سازمان و عقل تحلیل‌گر. بحران‌های سازمانی و مدیریتی در جهان امروز (جدول ۱) در درون پارادایم کنونی مدیریت در حال تشدید هستند. اگر مسائلی در قالب یک پارادایم علمی ویژه قابل حل نباشند و به نوعی زاییده مبانی آن پارادایم باشند، برای حل آن مسائل به تغییر پارادایم نیاز است. از این رو، برخی از نظریه‌پردازان مدیریت و سازمان که تعداد آنها در سال‌های اخیر روبه‌فزونی بوده است، به صورت جدی به دنبال پردازش نظریه‌های دینی مدیریت هستند. ایده آنها این است که «دین می‌تواند نظریه‌های مدیریت کنونی را متحول کند» و به تبع آن به ایجاد تحولی مثبت در جامعه کمک نماید (ر.ک: Dyck, 2009; Fry & Kriger, 2013; Habisch & Bachmann, 2016).

جدول ۱: بحران‌های ناشی از نظریه‌های مدیریت کنونی

سطح	بحران
سطح اجتماعی	اختلاف فزاینده غنی و فقیر، مصرف بی‌رویه منابع بیوفیزیکی که برای ادامه حیات نسل‌های آینده ضروری هستند، گرمایش زمین، نابودی محیط‌زیست، رفتارهای مخرب اجتماعی و جنگ‌های ویرانگر (دنیلز، ۲۰۱۴، صص ۷۹۷-۷۹۸):
سطح سازمانی	رعایت نکردن کرامت انسانی کارکنان - ضعف در شیوه ایجاد انگیزه در آنان - نبود اعتماد و استفاده ابزاری از کارکنان - روابط بین سازمان‌ها بر مبنای کسب قدرت بیشتر و نه خدمت به جامعه - مدیریت سرمایه در سازمان بر مبنای بیشینه‌سازی سود و زبونی میاست (استفاده از پول برای کسب پول بیشتر) - بیشینه‌سازی منافع بلندمدت جامعه در نظر گرفته نمی‌شود (دایک، ۲۰۱۳، صص ۳۶ و ۱۶۳). کاهش اعتماد ذی‌نفعان به سازمان - کاهش مشارکت کارکنان در سازمان (پیرسون و دیگران، ۲۰۱۳، ص ۶).
سطح فردی	بحران‌های روان‌شناختی در اثر افزایش مادی‌گرایی و میل به ثروت‌اندوزی (کاسر، ۲۰۰۳). فردگرایی افراطی، خودخواهی، رقابت ناسالم، بی‌توجهی به اخلاق، کالاینگاری دیگران (مسیلا، ۲۰۱۵).

1. Daniels

2. Msila

از منظر فلسفه علم، هر پارادایم علمی چهار مؤلفه اصلی دارد: وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی.^۱ اگر در زمینه مدیریت و سازمان، نظریه‌هایی مبتنی بر وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی ادیان توسعه یافته باشند، می‌توان ادعا کرد که یک پارادایم دینی در زمینه مدیریت و سازمان در حال ظهور است. در اینجا به این سؤال‌ها پاسخ داده می‌شود که آیا پارادایم دینی در مدیریت در حال ظهور است؟ اگر چنین است، گسترش این پارادایم به چه میزان است؟ از این رو، در این بخش، پس از معرفی اجمالی زمینه دین و مدیریت، نظریه‌های دینی در زمینه مدیریت و سازمان براساس مؤلفه‌های اصلی یک پارادایم علمی تحلیل و به این سؤال‌ها پاسخ داده شده است:

۱. کدام نظریه‌های سازمان و مدیریت براساس وجودشناسی ادیان توسعه یافته‌اند؟
 ۲. کدام نظریه‌های سازمان و مدیریت براساس انسان‌شناسی ادیان توسعه یافته‌اند؟
 ۳. کدام نظریه‌های سازمان و مدیریت براساس معرفت‌شناسی ادیان توسعه یافته‌اند؟
 ۴. کدام نظریه‌های سازمان و مدیریت براساس ارزش‌شناسی ادیان توسعه یافته‌اند؟
 ۵. تفاوت این نظریه‌ها با نظریه‌های کنونی و حاکم در مدیریت چیست؟
- برای غلبه بر بحران‌های مدیریتی و ایجاد سازمان‌هایی که بتوانند هم‌زمان با کارایی و عملکرد بالا، به مسئولیت‌های اجتماعی خود نیز عمل کنند، نیاز است مبانی فلسفی دانش مدیریت بازسازی شود {پارادایم جدیدی در مدیریت ایجاد شود}. یکی از منابعی که می‌تواند برای این منظور استفاده شود، الهیات^۲ است (Hamel, 2009). ارزیابی تاریخی ریشه‌های نظریه‌های مدیریت کنونی، عاری از ارزش بودن آنها را رد می‌کند (Benefiel, Fry, & Geigle, 2014). ارزش‌هایی که پارادایم کنونی مدیریت بر آنها مبتنی است (فردگرایی، بیشینه‌سازی سود یا مادی‌گرایی و عقل‌تحلیل‌گر یا ابزاری)، زاده اخلاق پروتستانی هستند و در سده‌های اخیر به تدریج ایجاد و تقویت شده‌اند. این ارزش‌ها در ابتدا به عنوان ارزش‌های ابزاری مطرح شدند، اما به تدریج به هدف اصلی تبدیل گشتند. ماکس وبر (۱۹۵۸)، در کتاب معروف خود، اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، این ارزش‌ها را معرفی کرد. از نظر او، ریشه مفهوم فردگرایی در

1. Ontology, human's nature, epistemology, axiology

2. Theology

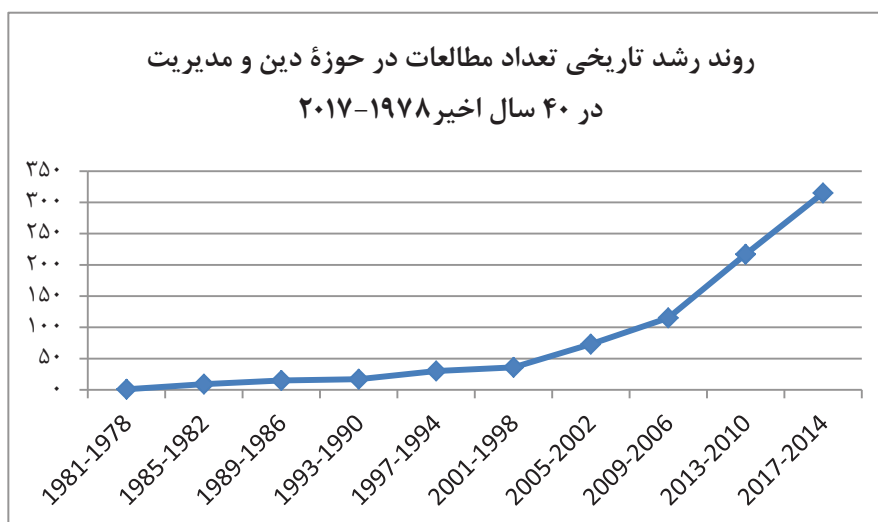
عصر مدرن به ایده «کار به عنوان یک رسالت قدسی»^۱ باز می‌گردد. کار به عنوان رسالت یا تکلیف فقط به این معنا نیست که خداوند از فرد بخواهد که کارش را با سخت‌کوشی انجام دهد، بلکه افزون‌بر این، تنها راه رستگاری فرد از نظر خداوند انجام این تکلیف مهم و منحصر به فرد است. و بر چنین برداشتی از کار را ریشه فردگرایی می‌داند و آن را از منظر اخلاق پروتستانی معرفی می‌کند، که تفاوت آشکاری با اخلاق کاتولیک دارد. در اخلاق کاتولیک، خدمت به جامعه ارزش اصلی محسوب می‌شود. مادی‌گرایی دومین مؤلفه اصلی نظریه‌های مدیریت کنونی است. این مفهوم به این معناست که هدف اصلی در مدیریت، بیشینه‌سازی بهره‌وری و کارایی و در نتیجه سودآوری سازمان است. و بر ناخشنودی خود را از ارزشمند شدن مادی‌گرایی در استعاره معروف «قفس آهنین» نشان می‌دهد و این ایده را که تولید ثروت به عنوان هدف، به فعالیتی مشروع تبدیل گردد و اخلاقی و عامل رستگاری غایی قلمداد شود، نتیجه موعظه‌ها و تبلیغات اصلاح‌گران دینی {مبلغان پروتستان}، می‌داند و آن را عامل ایجاد وحشت و سلب آرامش انسان‌ها برمی‌شمرد. و بر توضیح می‌دهد که چگونه فردگرایی و مادی‌گرایی به تدریج از ریشه‌های اخلاقی و دینی خود جدا و به مفاهیمی طبیعی و آزاد از اخلاق تبدیل شدند و اکنون فراموش شده است که این دو در ابتدا مفاهیمی دینی و برگرفته از اخلاق پروتستان بودند، {و قرار بر این نبود که به ضد ریشه‌های خود تبدیل شوند، بلکه در آغاز فقط وسیله‌ای برای کسب رضایت خداوند محسوب می‌شدند} (دایک، ۲۰۰۵، ص ۷۱۱-۷۰۹). کتاب ثروت ملل^۲ نوشته آدام اسمیت نیز در مشروعیت بخشیدن به فردگرایی و تبدیل آن از یک مفهوم غیرقابل پذیرش {اگر نگوئیم غیراخلاقی} در مسیحیت و بیشتر جوامع سنتی، به یک مفهوم اخلاقی، بسیار تأثیرگذار بوده است (و بر، ۱۹۵۸؛ به نقل از دایک، ۲۰۰۵، ص ۷۰۸-۷۰۹). نظریات اخلاقی مک اینتایر نیز می‌تواند مبنایی برای نظریه‌های دینی مدیریت قرار گیرد. از نظر او به جای محور قرار دادن عقل ابزاری {تحلیل‌گر} و مادی‌گرایی {بیشینه‌سازی سود سازمان}، نیاز است که از نظام ارزشی پیامبران ادیان برای ایجاد یک نظام اخلاقی بهینه استفاده شود (مک اینتایر، ۱۹۸۱؛ به نقل از دایک، استارک و دوک، ۲۰۰۹، ص ۱۸۷).

1. Calling

2. Wealth of Nations

معرفی اجمالی زمینه دین و مدیریت

در نمودار ۱ روند رشد تاریخی این مطالعات در ۴۰ سال اخیر نشان داده شده است. حدود ۹۳ درصد مطالعات در چهل سال اخیر انجام شده‌اند. البته مطالعات انجام شده در نیمه نخست سال ۲۰۱۸ معادل ۴۶ مطالعه بوده است که در نمودار نشان داده نشده است. همان‌طور که از این نمودار پیداست، دو بار و در سال‌های حدوداً ۲۰۰۰ و ۲۰۰۸ شیب رشد مطالعات تغییر کرده است و به عبارت بهتر، سرعت تعداد مطالعات افزایش یافته است و افزون‌بر سرعت رشد با شتاب در رشد نیز مواجه شده‌ایم. بیش از ۶۵ درصد مطالعات (۵۸۰ مطالعه) پس از سال ۲۰۱۰ (و تا اواسط سال ۲۰۱۸) و بیش از ۴۰ درصد مطالعات در چهار و نیم سال اخیر (از ابتدای ۲۰۱۴ تا اواسط ۲۰۱۸) چاپ شده‌اند.



نمودار ۱: ارزیابی روند رشد مطالعات و معرفی پژوهشگران برجسته و مجلات پیشرو

۲۰ مجله‌ای که بیشترین مطالعات را در زمینه دین و مدیریت چاپ کرده‌اند در جدول ۲ معرفی شده‌اند. حدود نیمی از مجموع این مطالعات (۴۴۰ مقاله از مجموع ۸۹۱ مطالعه) در این ۲۰ مجله چاپ شده‌اند.

جدول ۲: بیست مجله‌ای که بیشترین مقالات را در زمینه دین و مدیریت چاپ کرده‌اند

شماره	نام مجله	تعداد مقالات
۱	Journal of Business Ethics	۱۵۷
۲	Journal of Management, Spirituality & Religion	۵۰
۳	Journal of Religion and Business Ethics	۲۹
۴	Journal of Management Development	۲۶
۵	Journal of Islamic Marketing	۲۶
۶	Journal of Macromarketing	۱۷
۷	Journal of Business Research	۱۴
۸	International Journal of Consumer Studies	۱۳
۹	Journal of Vocational Behavior	۱۱
۱۰	Human Relations	۱۱
۱۱	Public Administration Review	۱۰
۱۲	Journal for the Scientific Study of Religion	۱۰
۱۳	Journal of Economic Behavior and Organization	۱۰
۱۴	Business and Society	۱۰
۱۵	Journal of Career Assessment	۹
۱۶	Business Ethics Quarterly	۹
۱۷	Academy of Management Proceedings	۸
۱۸	Journal of Common Market Studies	۸
۱۹	Journal of Consumer Marketing	۶
۲۰	The Career Development Quarterly	۶
	مجموع	۴۴۰

گروه‌ها و مراکز مطالعاتی تخصصی در زمینه دین و مدیریت

در سال‌های اخیر دو گروه و مرکز مطالعاتی در زمینه دین و مدیریت فعالیت خود را آغاز و در بین‌المللی کردن و توسعه این حوزه پژوهشی بسیار موفق عمل کرده‌اند. در ادامه، تاریخچه، مأموریت، راهبرد، چشم‌انداز و مهم‌ترین کوشش‌های آنها تشریح می‌شود.

گروه مدیریت، معنویت و دین در آکادمی مدیریت (MSR)

این گروه در سال ۲۰۰۱ در آکادمی مدیریت تأسیس شد. هم‌اکنون بیش از ۶۰۰ نفر از پنج قاره جهان در آن عضویت دارند. بیشتر این افراد اعضای هیئت علمی دانشکده‌های مدیریت و کسب‌وکار در جهان هستند. برخی دانشجویان مدیریت و برخی مدیران یا پژوهشگران آزاد و علاقه‌مندان به این زمینه‌اند. مهم‌ترین مأموریت‌های گروه عبارت‌اند از: ۱. تمرکز بر آموزش و پژوهش نظری و کاربردی در ارتباط بین دین و معنویت با مدیریت و زندگی سازمانی؛ ۲. کشف چگونگی تأثیرگذاری دین و معنویت بر متغیرهای سازمانی و خروجی‌های مدیریتی؛ و ۳. نظریه‌سازی و انجام پژوهش‌های تجربی برای تبیین چگونگی تأثیر دین و معنویت بر نظریه‌ها و کاربردهای مدیریت.

مهم‌ترین کوشش‌هایی که در این گروه انجام می‌شود از این قرار است: ایجاد ارتباط شبکه‌ای بین‌المللی بین اعضای گروه؛ تألیف کتاب و انجام کار پژوهشی گروهی؛ حمایت علمی و مالی از رساله‌های دکتری در زمینه دین و مدیریت؛ برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی سالیانه در زمینه دین، معنویت و مدیریت؛ انتشار خبرنامه و یک مجله علمی، پژوهشی، تخصصی به نام «مدیریت، معنویت و دین»^۱ (برگرفته از وبسایت گروه).^۲

مرکز مطالعه ایمان و معنویت در محیط کار در دانشگاه آرکانزاس امریکا

این مرکز در سال ۲۰۰۷ با حمایت مالی شرکت بین‌المللی تیسون (فعال در صنایع غذایی) در دانشگاه آرکانزاس (ایالات متحده) راه‌اندازی شد. اصلی‌ترین مأموریت‌های این مرکز مطالعاتی عبارت‌اند از: ۱. گردآوری رهبران و مدیران اجرایی توانمند برای توسعه پژوهش‌هایی که تأثیر ایمان و معنویت را در محیط کار ارزیابی می‌کنند؛ ۲. تلفیق پژوهش‌ها و بهترین تجربه‌ها در زمینه استفاده از دین و معنویت در مدل کسب‌وکار، به‌طوری که همه ذی‌نفعان (کارکنان، سازمان و جامعه) از آن بهره ببرند. چشم‌انداز ترسیم‌شده برای این مرکز مطالعاتی عبارت است از تسهیل در ایجاد تحول در محیط کار مدرن، از طریق به‌کارگیری ایمان و معنویت در مدل‌های کسب‌وکار و آموزشی، که در نهایت می‌تواند به داشتن یک زیست برتر فردی و

1. Journal of Management, Spirituality & Religion(JMSR)

2. <http://msr.aom.org/home>

منافع پایدار و تشویق رهبران به توسعه مدل کسب و کار منجر شود، به نحوی که با کاربست ایمان و معنویت در محیط کار زمینه تحول افراد، سازمان‌ها، جامعه و جهان را فراهم کنند. برای رسیدن به این مهم از این راهبردها استفاده می‌شود: ۱. راهبرد نخست آموزش: تهیه منابع آموزشی برای دوره‌های آموزش تلفیق ایمان و معنویت در محیط کار؛ ۲. تهیه منابع لازم و ارائه خدمات مناسب به رهبران برای ایجاد محیط کاری سازگار با ایمان و معنویت. مثلاً: برنامه‌های توسعه رهبری، مربی‌گری، توسعه تیم، برنامه‌ریزی و پایش سازمانی؛ ۳. ایجاد مرکز منابع پژوهشی، کمک علمی، مالی و مدیریتی برای پژوهش در این زمینه (برگرفته از وبسایت مرکز مطالعه ایمان و معنویت در محیط کار در دانشگاه آرکانزاس).^۱

معرفی نظریه پردازان تأثیرگذار در زمینه مدیریت دینی

نظریه‌پردازانی که پرتأثیرترین و بیشترین آثار را در زمینه مدیریت دینی منتشر کرده‌اند در جداول زیر معرفی شده‌اند. برای انتخاب این افراد به این ترتیب عمل شد که ابتدا ۹۰۰ مطالعه در زمینه دین و مدیریت براساس نویسنده مرتب شدند، سپس چهار نفری که بیشترین آثار را در زمینه مدیریت دینی چاپ کرده بودند و در آثار خود نظریه‌های جدیدی را در مدیریت، مبتنی بر وجودشناسی، انسان‌شناسی یا ارزش‌ها و مفاهیم اصیل دینی ارائه داده بودند، انتخاب شدند. در ادامه، این نظریه‌پردازان به اختصار معرفی شدند و ۵۴ اثری که در زمینه مدیریت دینی به چاپ رسانده‌اند تحلیل مضمون شد. پنج مضمون اصلی مستخرج از این ۵۴ مقاله و کتاب عبارت‌اند از: رهبری سازمانی توحیدی (رهبری مبتنی بر وجودشناسی ادیان)؛ خرد عملی دینی در مدیریت؛ اخلاق کسب و کار اسلامی؛ مدیریت منابع انسانی اسلامی؛ نظریه‌های مدیریت تحول‌گرا مبتنی بر مسیحیت.

1. <https://tfsu.uark.edu/about.php>

جدول ۳: معرفی نظریه‌ها و نظریه‌پردازان زمینه دین و مدیریت

ردیف	نام نظریه‌پرداز	نام دانشگاه	کشور	تعداد آثار	نوع دین	تأکید بر...	زمینه تخصصی
۱	Abbas J. Ali	University of Pennsylvania	امریکا	۱۸	اسلام	انسان‌شناسی	اخلاق کسب‌وکار و مدیریت منابع انسانی اسلامی
۳	André Habisch	Catholic University of Eichstätt – Ingolstadt	آلمان	۲۱	همه ادیان	معرفت‌شناسی	حکمت (خرد) دینی در مدیریت
۲	Bruno Dyck	University of Manitoba	کانادا	۹	مسیحیت	ارزش‌شناسی	نظریه‌های مسیحی در مدیریت
۴	Mark Kriger	Norwegian School of Management	نروژ	۶	همه ادیان	وجودشناسی	نظریه رهبری (توحیدی) مبتنی بر وجودشناسی ادیان

(مجموع مطالعات: ۵۴)

پروفسور عباس علی استاد دانشگاه پنسیلوانیا در امریکا است و از سال ۱۹۸۸ تاکنون (۲۰۱۸)، ۱۸ مقاله و کتاب در زمینه‌های مختلف مدیریت اسلامی در انتشارات معتبر جهان به چاپ رسانده است. آثار او در مدیریت اسلامی، بیشتر در زمینه‌های اخلاق کسب‌وکار اسلامی (علی و گیس، ۱۹۹۸؛ علی، ۲۰۰۱؛ علی و الکاظمی، ۲۰۰۷؛ علی و الاویهان، ۲۰۰۸؛ علی و همکاران، ۲۰۱۳؛ علی و العلی، ۲۰۱۵؛ و علی، ۲۰۱۵)؛ و مدیریت منابع انسانی (علی، گیس و کمپ، ۲۰۰۰؛ علی، ۲۰۰۹؛ علی، ۲۰۱۰؛ سید و علی، ۲۰۱۰)؛ هستند.

جدول ۴: ارزش‌شناسی و انسان‌شناسی در مطالعات دینی

شرح	محور	سال	لاتین
استفاده از ده دستور اخلاقی در ادیان ابراهیمی به عنوان مبنای برای اخلاق کسب‌وکار	ارزش‌شناسی	۱۹۹۸	Foundation of business ethics in contemporary religious thought
استفاده از ده دستور اخلاقی در ادیان ابراهیمی به عنوان مبنای برای راهبردهای منابع انسانی	ارزش‌شناسی	۲۰۰۰	Human resource strategy : the Ten Commandments perspective
ماهیت انسان از منظر ادیان ابراهیمی و ارزیابی تأثیر آن بر راهبردهای منابع انسانی	انسان‌شناسی	۲۰۰۵	The Concept of "Free Agency" in Monotheistic Religions : Implications for Global Business

شرح	محور	سال	لاتین
رویکرد اسلامی به مدیریت و سازمان (کتاب)	—	۲۰۰۵	Islamic Perspectives on Management and Organization
استخراج معیارهای اخلاق کار اسلامی	ارزش‌شناسی	۲۰۰۸	Islamic work ethic : a critical review
مراتب وجودی انسان از منظر اسلام و ارتباط آن با شیوه ایجاد انگیزش در او در محیط کار	انسان‌شناسی	۲۰۰۹	Levels of existence and motivation in Islam
طراحی سیاست‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی	ارزش‌شناسی	۲۰۱۰	Islamic challenges to HR in modern organizations
اصول روابط کارکنان از منظر اسلام	ارزش‌شناسی	۲۰۱۰	Principles of employment relations in Islam : a normative view
مدل رهبری اسلامی	ارزش‌شناسی	۲۰۱۱	Leadership and Islam
رویکرد اسلامی به بیشینه‌سازی سود در سازمان	ارزش‌شناسی	۲۰۱۳	Islamic Perspectives on Profit Maximization
استفاده از آموزه‌های اسلام در حل چالش‌های اخلاقی در کسب‌وکار	ارزش‌شناسی	۲۰۱۵	Marketing and Ethics : What Islamic Ethics Have Contributed and the Challenges Ahead
مقایسه اخلاق کار پروتستان با اخلاق کار اسلامی	ارزش‌شناسی	۲۰۱۵	Islamic Work Ethic in a Dynamic World

پروفسور برونو دایک، نظریه‌پرداز مدیریت و سازمان و استاد دانشگاه مانیتوبا^۱ در کانادا است و درس نظریه سازمان را در سطح دکتری تدریس می‌کند. مقالات او در مجلات ممتاز مدیریت^۲ در جهان به چاپ رسیده‌اند (وبسایت دانشگاه مانیتوبا).^۳ او از جمله افرادی است که به پیشنهاد ماکس وبر درباره ضرورت ایجاد نظریه‌های مدیریت مبتنی بر ادیان، جامعه عمل پوشانده و به صورت پیوسته و هدفمند از سال ۲۰۰۵ ایده ساخت نظریه‌های مدیریت مبتنی بر دین (عمدتاً مسیحیت) را دنبال کرده است و تا سال ۲۰۱۸ تعداد ۶ مقاله و کتاب در این زمینه نگاشته است.

1. Bruno Dyck is a management and organization theorist (*University of Manitoba*)

2. Academy of Management Perspectives, *Administrative Science Quarterly*, *Academy of Management Review*, and *Journal of Management Studies*.

3. http://umanitoba.ca/faculties/management/faculty_staff/academic_professors/bruno_dyck.html

جدول ۵: مروری بر آثار برونو دایک

عنوان	زمینه	سال	لاتین
توسعه نظریه‌های تحول‌گرا در مدیریت مبتنی بر ارزش‌های ادیان با هدف کاهش تأکید بر بیشینه‌سازی سود و فردگرایی و توجه به منافع اجتماعی	ارزش‌شناسی	2005	Management, Theology and Moral Points of View : Towards an Alternative to the Conventional Materialist—Individualist Ideal—Type of Management
اخلاق پروتستانی روایت اغنیا از مسیحیت است و با ارزش‌های مسیح، که مورد پذیرش فقر است، هم‌خوانی ندارد	ارزش‌شناسی	۲۰۱۲	Toward understanding management in first century Palestine
ارزیابی تاریخی ارتباط بین مفهوم رستگاری و کوشش‌های سازمانی	ارزش‌شناسی	۲۰۱۲	Salvation, theology and organizational practices across the centuries
ارزیابی تطبیقی نظریه‌های کنونی و نظریه مدیریت مسیحی، در ارتباط بین کارکنان، ارتباط بین سازمان‌ها و مدیریت پول	ارزش‌شناسی	۲۰۱۳	Management and the Gospel : Luke's radical message for the first and twenty—first centuries
به‌کارگیری آموزه‌های مذهب کاتولیک در اخلاق کسب‌وکار	ارزش‌شناسی	۲۰۱۴	Nature is Prior to Us: Applying Catholic Social Thought and Anabaptist—Mennonite Theology to the Ethics of Stakeholder Prioritization for the Natural Environment
ارزیابی چستی و چگونگی تأثیر باورها و تجربه‌های دینی بر نظریه و عمل مدیریت و سازمان	---	۲۰۱۴	God on management : The world's largest religions, the "theological turn," and organization and management theory and practice
ارزیابی چگونگی تأثیر تجربه‌های دینی نظریه‌پرداز سازمان بر نظریه‌های او	معرفت‌شناسی	۲۰۱۸	FAITH, THEORIA AND OMT : A CHRISTIAN AND A BUDDHIST WALK INTO A BUSINESS SCHOOL

پروفسور آندره هابیسچ استاد دانشگاه کاتولیک در آلمان است که از سال ۲۰۰۹ پروژه خرد عملی^۱ از منظر ادیان در مدیریت را راه‌اندازی کرده است. او نویسنده (یا ویراستار ۲۱ مقاله و کتاب در این زمینه است. «خرد عملی در مدیریت از منظر دین اسلام» (ال‌گارا و همکاران، ۲۰۱۲)، «مسیحیت» «هندوئیسم و بودیسم» برخی از این مقالات‌اند.

1. phronesis

جدول ۶: مروری بر آثار آندره هابیسچ

حکمت	سال	لاتین
حکمت عملی در مدیریت از منظر مذهب کاتولیک	۲۰۱۱	Practical Wisdom in Management : A Catholic Perspective
حکمت عملی در مدیریت از منظر ادیان شرقی و غربی	۲۰۱۱	Compassion : Chinese and western perspectives on practical wisdom in management
حکمت عملی در مدیریت از منظر اسلام	۲۰۱۲	Practical wisdom for management from the Islamic tradition
حکمت عملی در مدیریت از منظر بودیسم	۲۰۱۴	The theoretical foundation of Buddhist management practices
حکمت عملی از منظر بودیسم و کاربرد آن در مدیریت سازمان‌های (پایدار) سازگار با محیط‌زیست	۲۰۱۴	Practical wisdom for managing sustainable enterprises — synthesizing Buddhism and ecological economics
حکمت عملی از منظر هندوئیسم و کاربرد آن در تصمیم‌گیری رهبران در بحران‌ها	۲۰۱۴	Making wise decisions : leadership lessons from Mahabharata
احیای حکمت عملی از طریق آموزش مبتنی بر هندوئیسم و استفاده از آن در آموزش مدیران	۲۰۱۴	Vedic learning and management education
حکمت عملی در مدیریت از منظر بودیسم و هندوئیسم	۲۰۱۴	Practical wisdom for management from the Buddhist and Indian traditions
حکمت عملی از منظر بودیسم و کاربرد آن در تصمیم‌گیری فردی، گروهی و سازمانی	۲۰۱۴	Buddhism and decision making at individual, group and organizational levels
حکمت عملی از منظر بودیسم برای بهبود عملکرد سازمان	۲۰۱۴	The contribution of Buddhist wisdom to management development
تقویت حکمت عملی (و در نتیجه مدیریت پایدار) از طریق نصوص مقدس ادیان (رویکردی هرمنوتیک)	۲۰۱۶	Empowering practical wisdom from religious traditions : a ricoeurian approach
حکمت عملی در مدیریت، فلسفه، روان‌شناسی و دین	۲۰۱۷	Practical Wisdom : Management's No Longer Forgotten Virtue
حکمت عملی عامل خلاقیت اجتماعی. چگونه کارآفرینان مسیحی، آموزه‌های اجتماعی کاتولیک را در اروپا زنده کرده‌اند؟	۲۰۱۷	Practical Wisdom for Social Innovation. How Christian Entrepreneurs Triggered the Emergence of the Catholic Social Tradition in Europe

مارک کریجر فارغ‌التحصیل دانشگاه هاروارد و استاد دانشکده کسب‌وکار دانشگاه ای بی در نروژ، ازجمله نظریه‌پردازان در زمینه رهبری سازمانی است که از ارزش‌ها و مبانی وجودشناسی و معرفت‌شناسی ادیان برای ساخت نظریه‌های دینی در زمینه‌های رهبری و سازمان بهره‌برده است. او در نخستین مقاله خود، مجموعه‌ای از ارزش‌های ادیان پیشروی جهان را برای ایجاد

سازمان‌های سالم در جهان مدرن پیشنهاد داده است (کریجر و هانسون، ۱۹۹۹). کریجر و سنگ (۲۰۰۵)، فرای و کریجر (۲۰۰۹) و دهیمان و کریجر (۲۰۱۸)، بر روی وجودشناسی و معرفت‌شناسی ادیان پیش‌روی دنیا (اسلام، مسیحیت، یهودیت، هندوئیسم و بودیسم و...) مطالعه کرده‌اند و ارتباط بین مراتب وجود را با نظریه‌های رهبری و سازمان نشان داده‌اند.

جدول ۷: مروری بر آثار مارک کریجر

سال	شرح
۱۹۹۳	Shifting paradigms : the valuing of personal knowledge, wisdom, and other invisible processes in organizations
۱۹۹۹	A value-based paradigm for creating truly healthy organizations
۲۰۰۵	Leadership with inner meaning : A contingency theory of leadership based on the worldviews of five religions
۲۰۰۹	Towards a theory of being—centered leadership : Multiple levels of being as context for effective leadership
۲۰۱۳	Wise leadership in organizations : Integrating Eastern and Western paradigms
۲۰۱۸	A Buddhist Theory of Organizational Leadership
۲۰۱۸	Eastern Approaches to Organizational Well—Being : Ontological Levels of Leadership in Hinduism, Buddhism, and Taoism

پیش از ارائه یافته‌ها و پاسخ به سؤال‌ها تحقیق، نیاز است ابتدا چارچوب تحلیل استفاده‌شده در این مقاله (۴ مؤلفه اصلی یک پارادایم علمی) تشریح شود.

چارچوب تحلیل مطالعات: وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی، ارزش‌شناسی و روش‌شناسی ازجمله مفاهیم اصلی هر پارادایم علمی هستند (Heron & Reason, 1997) و ایمان، ۱۳۹۲، ص ۴۶۳). در وجودشناسی (و انسان‌شناسی) به این پرسش پاسخ داده می‌شود که ماهیت واقعیت (و انسان) چیست؟ معرفت‌شناسی به این پرسش پاسخ می‌دهد که منابع معرفتی در انسان برای شناخت این واقعیت کدام‌اند؟ و انسان چگونه می‌تواند صحیح را از اشتباه تشخیص دهد؟ (بوریل و مورگان، ص ۱۰) و در ارزش‌شناسی به این پرسش پاسخ داده می‌شود که چه ارزش‌هایی در زندگی انسانی غایت و هدف‌اند؟ (Heron & Reason, 1997). چگونگی پاسخ دادن به این پرسش‌ها، {و نیز روش گردآوری و تحلیل داده‌ها} فرایند تولید و توسعه معرفت (روش‌شناسی) را مشخص می‌کند (ایمان، ۱۳۹۲، ص ۴۶۳). در ادامه، بر مبنای

تحلیل مطالعات مدیریت دینی، نظریه‌های مبتنی بر وجودشناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی ادیان تشریح می‌شوند. در واقع نشان داده می‌شود که از منظر پارادایم دینی، ماهیت واقعیت (و انسان) چیست؟ با کدام منابع معرفتی انسان می‌تواند نسبت به آن واقعیت شناخت حاصل کند؟ و ارزش‌های اصلی کدام‌اند؟ پاسخ‌های ادیان به این سؤال‌ها، مبنای نظریه‌های دینی در مدیریت هستند.

نظریه‌های مبتنی بر وجودشناسی ادیان

نظریه‌پردازان رهبری سازمانی به تدریج به این نتیجه رسیده‌اند که ابعادی از رهبری، پنهان و پیچیده است و نمی‌توان آنها را از طریق علوم رفتاری و مطالعات تجربی (تجربه حسی) شناخت، بنابراین نیاز است در نظریه‌های رهبری نقش عوامل مشاهده‌ناپذیر نیز در نظر گرفته شود (Kriger, 1993). تاکنون بیشتر نظریه‌های رهبری مبتنی بر این بوده‌اند که رهبر چه کارهایی باید انجام دهد و چه ویژگی‌هایی داشته باشد. به بیان بهتر، این نظریه‌ها مبتنی بر «رفتار و داشتن»^۱ هستند و این موضوع که رهبر به لحاظ وجودی در چه مرتبه‌ای قرار دارد در این نظریه‌ها مغفول مانده است. در سال‌های اخیر باب جدیدی در نظریه‌های رهبری گشوده شده است: نظریه‌های رهبری مبتنی بر وجودشناسی ادیان. نتایج جست‌وجوها در مجلات مدیریتی نشان داد که چهار مقاله در زمینه مدیریت و سازمان، مبتنی بر وجودشناسی ادیان تألیف شده است (جدول ۶).

جدول ۸: نظریه‌های مدیریت مبتنی بر وجودشناسی ادیان

ردیف	نویسنده	سال	مضمون اصلی	ادیان	یافته اصلی
۱	Kriger	۲۰۰۵	رهبری	ادیان ابراهیمی و شرقی	تبیین فرایند تأثیر رشد وجودی رهبر سازمانی بر تعهد کارکنان و اهداف سازمان و در نتیجه تحقق هم‌زمان عملکرد بالا و منفعت‌رسانی اجتماعی سازمان

ردیف	نویسنده	سال	مضمون اصلی	ادیان	یافته اصلی
۲	Fry	۲۰۰۹	رهبری	ادیان ابراهیمی و شرقی	متناظر با هریک از مراحل ۵ گانه وجودی، سبک رهبری و اثربخشی عبارت‌اند از: رهبری اقتضایی/سودآوری؛ رهبری کاریزماتیک/سازگاری با چشم‌انداز؛ رهبری اصیل یا اخلاقی/عمل به ارزش‌ها؛ رهبری خدمت‌گذار/خدمت به همه ذی‌نفعان؛ رهبری توحیدی/عشق غیرمشروط به دیگران و گذر از توهم جدا دیدن خود از دیگران.
۳۱	Richardson	۲۰۱۴	رهبری	اسلام و هندوئیسم	توحید به‌عنوان پایه‌ای‌ترین اصل متافیزیکی در اسلام و هندوئیسم، می‌تواند مبنای محکمی برای سه ارزش عدالت، خیرخواهی و اعتماد در محیط‌کار باشد.
۴	Dhiman	۲۰۱۸	رهبری	ادیان شرقی	جهان بینی توحیدی می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای اخلاق و معنویت در محیط‌کار قرار گرفته و در طولانی‌مدت به ایجاد سازمان‌هایی سالم، رهبری اثربخش، رضایت درونی از شغل، اصالت و ایجاد توازن بین کار و زندگی منجر شود.

براساس جدول بالا، پژوهشگران دو دلیل را برای توجه بیشتر به دین اسلام در این مقاله، ذکر

کرده‌اند:

۱. در غرب، دین اسلام نسبت به ادیان دیگر، به‌درستی شناخته نشده است. عده اندکی تروریست و تندرو را نمی‌توان نماینده جمعیت ۱/۲ میلیاردی مسلمان در دنیا دانست (این عدد مربوط به سال ۲۰۰۵ است)؛

۲. فلسفه اسلامی، از یک هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی بسیار تکامل‌یافته و غنی برخوردار است که ریشه‌های واژگانی مشابهی نیز با دیگر ادیان دارد.

در نخستین مقاله کریگر^۱ ابتدا با مطالعه منابع شاخص و نصوص مقدس ادیان (اسلام، مسیحیت، یهودیت، هندوئیسم و بودیسم)، نشان داده شده است که از منظر ادیان وجود (ماهیت آنچه واقعیت دارد) و در نتیجه انسان، منحصر به عالم فیزیکی و محسوسات نیست،

۱. پروفیسور مارک کریگر دانش‌آموخته دانشگاه هاروارد و شاگرد مک کللند است. زمینه تخصصی ایشان رهبری راهبردی و حکمت مدیریتی است و تا سال ۲۰۱۸ چهار مقاله درباره سبک رهبری توحیدی و رهبری خردمندانه از منظر ادیان، در مجلات ممتاز مدیریتی در جهان به چاپ رسانده است.

بلکه دارای پنج مرتبه متکامل است: مرتبه حواس پنج‌گانه (جهان فیزیکی)، نمونه (خیال، شکل‌ها و تصورات)، نفس، روح و توحید (این مراتب وجودی در هریک از ادیان با واژگان خاصی معرفی شده‌اند). سپس، نظریه رهبری سازمانی مبتنی بر وجودشناسی ادیان ارائه شده است. در این نظریه، فرایندی تبیین شده که نشان می‌دهد، رشد وجودی رهبر سازمانی (در عالی‌ترین گام رشد وجودی، فرد حقیقت توحید را ادراک می‌کند)، آن چنان بر تعهد کارکنان و اهداف سازمان تأثیرگذار است، که در نهایت به عملکرد بالای سازمان و مهم‌تر از آن، بیشینه شدن منفعت‌رسانی اجتماعی سازمان منجر می‌شود. ارتباط با خدا، عبادت همراه با تأمل و مراقبه، از طریق یک فرایند تأثیرگذاری پیوسته و پویا، سبب رشد وجودی رهبر می‌شوند (Kriger & Seng, 2005).

نویسندگان حدود ۸ صفحه از مقاله را به ارزیابی ژرف نصوص مقدس، فلسفه و عرفان اسلامی پیرامون ارتباط بین وجودشناسی، توحید و رهبری اختصاص داده‌اند و از منابعی چون: قرآن، احادیث پیامبر ﷺ و امام علی (علیه السلام)، مثنوی معنوی، ابن خلدون، ابن عربی، بحارالانوار علامه مجلسی، غزالی و ... استفاده کرده‌اند و چنین نتیجه گرفته‌اند که رهبری از منظر دین اسلام هم در بردارنده مفاهیم موجود در رهبری معنوی و هم رهبری عمل‌گرا (پراگماتیسم) است. آنها با مطالعه ژرف بر روی پنج دین پیشروی دنیا (اسلام، مسیحیت، یهودیت، هندوئیسم و بودیسم) نظریه رهبری سازمانی مبتنی بر مفاهیم مشترک این ادیان را ارائه داده‌اند. بر پایه این مطالعه، «خالق یکتا» مفهومی مشترک در میان ادیان پنج‌گانه است که البته در هر دین با نام‌های گوناگونی معرفی می‌شود. اصل اساسی در همه این ادیان، جهان‌بینی توحیدی^۱ است و هریک از آنها قائل به ۵ مرتبه متکامل برای وجود یا هستی‌اند و فقط این مراتب را با نام‌های مختلفی بیان کرده‌اند.