

نقد روشمند مطالعات «دین و مدیریت» در غرب و ارائه یک طرح تحقیقاتی برای بررسی پیشینه تحقیق در این حوزه

حسن عابدی جعفری *

عبدالرحیم نوه ابراهیم **

اکبر حسن‌پور ***

پویا پیرملکی ****

چکیده

هدف این مقاله افزون بر آشنایی خواننده با پژوهش‌های «دین و مدیریت» در غرب، ارائه یک مدل روشمند برای نقد مطالب علمی و به‌کارگیری این مدل برای نقد و توسعه اثرِ پروفیسور تریسی با عنوان «دین و سازمان» است. مدل نقد روشمند می‌تواند شیوه مطالعه و بررسی مطالب علمی را بهبود دهد.

موضوع «دین و رفتار سازمانی» بخشی از مقاله تریسی است که در این مقاله، سه زیر شاخه از آن با استفاده از مدل نقد روشمند، به‌لحاظ روش و محتوا نقد شده است: «دین و رفتار فردی»، «دین و اخلاق کسب و کار» و «معنویت در محیط کار». عمده نقدهای مطرح شده در خصوص «نحوه جستجوی مطالعات اولیه»، «فلسفه اخلاق»، «ریشه مفهوم معنویت»، «ارتباط بین دین و معنویت»، و «سطح تحلیل مطالعات اولیه» است. در پایان نیز یک طرح تحقیق بر مبنای روش شناسی فرامطالعه (ژائو، ۱۹۹۱؛ پترسون، ۲۰۰۱؛ و ادواردز، ۲۰۱۰) برای توسعه کار تریسی و مطالعه پیشینه تحقیق در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» پیشنهاد شده است.

واژگان کلیدی: نقد روشمند، دین، مدیریت، اخلاق کسب و کار، روش‌شناسی فرامطالعه

h_abedijafari@yahoo.com

naveh1954@yahoo.com

a.hassanpoor@khu.ac.ir

pooyapirmaleki@gmail.com

* عضو هیئت علمی (بازنشسته) دانشگاه تهران؛ رایانامه

** استاد گروه مدیریت آموزشی دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی؛ رایانامه

*** استادیار گروه مدیریت منابع انسانی دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی؛ رایانامه

**** دانشجوی دکترای مدیریت منابع انسانی دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول)؛ رایانامه

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۹ تاریخ پذیرش: ۹۶/۳/۲۱

مقدمه^۱

در یک تقسیم‌بندی کلی پژوهش‌ها را می‌توان به دو نوع دسته اول (مطالعات اولیه) و دسته دوم (پیشینه تحقیق) تقسیم کرد. داده‌های مطالعات دسته اول از محیط واقعی سازمان و از طریق پرسشنامه، مصاحبه و یا مشاهده رفتار افراد جمع‌آوری، تحلیل و به-عنوان خروجی تحقیق گزارش می‌شوند. داده‌های مطالعات دسته دوم همان خروجی مطالعات دسته اول هستند. به عنوان مثال، داده‌های یک مطالعه دسته دوم (پیشینه تحقیق) می‌تواند شامل مجموعه مقاله‌ها، کتاب‌ها و یا پایان‌نامه‌های دکتری در یک حوزه پژوهشی خاص باشد.

در سال‌های اخیر مطالعات اولیه زیادی در حوزه «دین و مدیریت» در غرب انجام شده (گوندولف^۲ و فیلسر^۳، ۲۰۱۳)، اما تعداد مطالعات دسته دوم در این حوزه بسیار اندک هستند. از مطالعات دسته دومی که بر حوزه دین و رفتار سازمانی متمرکز شده‌اند می‌توان به اینها اشاره کرد: ویور و استنسبوری^۴ (۲۰۱۴)، گوندولف و فیلسر^۳ (۲۰۱۳)، تریسی^۵ (۲۰۱۲)، وایتل^۶ (۲۰۰۹)، برادریج و لی^۷ (۲۰۰۷)، دی^۸ (۲۰۰۵).

در این مقاله، به شرح و نقد روشمند یکی از این مطالعات دسته دوم (پیشینه تحقیق) با عنوان «دین و سازمان: نقدی بر اندیشه‌های کنونی و جهت‌گیری‌های آینده»^۹ پرداخته می‌شود که در سال ۲۰۱۲ با استفاده از بودجه تحقیقاتی موسسه تحقیقات اجتماعی و اقتصادی در انگلستان^{۱۰} توسط پروفیسور پاول تریسی^{۱۱} استاد دانشگاه کمبریج^{۱۲} انجام شده، در تأثیرگذارترین مجله مدیریتی جهان^{۱۳} به چاپ رسیده و تا این

۱- لازم به ذکر است که نتایج مقالات مورد استناد در اینجا بر محور ادیان غیر اسلام بوده است.

2 Katherine Gundolf

3 Matthias Filser

4 Weaver and Stansbury

5 Tracey

6 Vitell

7 And Lee Brotheridge

8 Day

9 Religion and Organization: A Critical Review of Current Trends and Future Directions

10 grant number 60354

11 Economic and Social Research Council

12 Paul Tracey

13 University of Cambridge

لحظه در گوگل اسکولار ۱۲۰ بار به آن ارجاع شده است. اچ ایندکس این نویسنده ۲۹ و مجموع ارجاعات او در گوگل اسکولار ۴۷۶۵ است. این نویسنده در سال ۲۰۱۴ نیز مقاله‌ای را با عنوان «دین را در مطالعات سازمان جدی بگیرید» در مجله «تحقیقات جامعه‌شناسی»^۲ به چاپ رسانده است. در مقاله‌ای که قصد نقد آن را داریم، پاول تریسی پیشنهادی تحقیق دین و سازمان را بررسی می‌کند. جامعه آماری او شامل ۸۶ مقاله مرتبط با این حوزه است (اعداد و ارقام مربوط به میزان ارجاعات مربوط به خردادماه ۱۳۹۶ است).

بیان مسئله و ضرورت آن

کتاب «مشرق زمین گاهواره تمدن» اولین جلد از مجموعه تاریخ تمدن اثر معروف ویل دورانت است. او در قسمتی از کتاب با عنوان سهم خاور نزدیک در تمدن غرب می‌نویسد: «فرهنگ اروپایی و امریکایی ما، در طی قرون، از راه یونان از فرهنگ خاور نزدیک گرفته شده است و یونان نیز در واقع همچون وارثی است که ذخایر سه هزار ساله علم و هنر را از خاور زمین به ارث برده است». پرچم‌داری علم و فرهنگ در طی تمدن چند هزار ساله بشر بین شرق و غرب و اقوام و ملل گوناگون دست به دست شده و کلید رشد و شکوفایی آن، تبادل و تعامل فرهنگی و علمی است (ویل دورانت، ۱۳۷۸، ص ۱۴۱).

تاریخ تمدن بشری نشان‌دهنده تأثیر مثبت ارتباطات و تعاملات علمی بر پیشبرد دانش است و انزوا و عدم ارتباط نتیجه‌ای جز رکود علمی ندارد. با وجود اینکه در سال‌های اخیر هم در ایران و هم در کشورهای انگلیسی‌زبان پژوهش‌های زیادی در حوزه دین و مدیریت انجام شده است؛ اما یکی از مسائل اصلی در این حوزه تحقیقاتی، همین عدم تبادل و تعامل بین پژوهشگران داخل ایران و خارج از آن و یا به عبارت دیگر، بین غرب اروپا و شمال امریکا با دیگر مناطق جهان است؛ بدین معنا که از یک طرف تقریباً هیچ اثری از پژوهش‌های مدیریت اسلامی که در ایران انجام شده در مجلات معتبر انگلیسی زبان مشاهده نمی‌شود و از طرف دیگر با نگاهی به ارجاعات مقاله‌ها و کتاب‌های این حوزه در ایران به‌راحتی متوجه می‌شویم که پژوهشگران داخلی

۱- مجله *Academy of Management Annals* با ضریب تأثیر (ایمپکت فاکتور) ۷,۷۶۹

2 Taking Religion Seriously in the Study of Organizations

3 Research in the Sociology of Organizations, Vol. 41

هم از مطالعات گسترده‌ای که در سال‌های اخیر به زبان انگلیسی انجام شده تقریباً بی‌اطلاع هستند.

بنابراین، مسئله اول ما نبود تعامل و ارتباط علمی در حوزه دین و مدیریت است که مانع اساسی در جهت پیشبرد دانش در این حوزه می‌باشد. قسمت اول این مقاله کمکی در جهت حل این مسئله است. این قسمت در واقع خلاصه قسمت‌هایی از پژوهش پاوول تریسی در خصوص پیشینه تحقیقات دین و رفتار سازمانی در غرب است که با هدف آشنایی پژوهشگران مدیریت و سازمان و به‌طور خاص مدیریت اسلامی با مضامین و یافته‌های حاصل از مطالعات دین و رفتار سازمانی در غرب انجام شده است. مسئله دوم عدم وجود یک روش نظام‌مند برای نقد مطالب علمی است که بخش دوم مقاله، پاسخی به این مسئله است. از این‌رو، در بخش دوم، مدلی روشمند برای نقد مطالب علمی معرفی می‌شود. برای معرفی این مدل، ابتدا مراحل آن را شرح داده و سپس به صورت کاربردی، از این مدل برای نقد پژوهش پاوول تریسی استفاده شده است. ارائه چنین مدلی می‌تواند مرزی واضح و آشکار بین نقد علمی روشمند از یک طرف و ایرادگیری و هرج و مرج فکری از طرف دیگر، ایجاد کند.

سومین هدف این مقاله پیشنهادهایی برای توسعه پژوهش تریسی از طریق ارائه یک طرح تحقیقاتی برای انجام یک مطالعه دسته دوم در حوزه دین و اخلاق کسب و کار است، طرح تحقیقی متناسب با ویژگی‌ها و مسائل این حوزه تحقیقاتی.

روش تحقیق

شرح مراحل مدل نقد روشمند به قرار زیر است:

- ۱- تلخیص مطلب مورد نقد: این خلاصه باید حاوی نکات مهم اثر باشد؛
- ۲- بیان نقاط قوت اثر و کمک آن به پیشبرد علم و یا حل مسئله؛
- ۳- فرضیه‌های اصلی نویسنده اصلی باید تشریح شود. این پیش‌فرض‌ها ممکن است به‌صورتی صریح توسط نویسنده اصلی بیان نشده باشد؛ اما باید با ارائه شواهد و طرح استدلال‌های لازم این فرضیه‌ها از متن استخراج شود؛
- ۴- نقد بیرونی: بدون پذیرفتن فرضیه‌های نویسنده اصلی، روش و محتوای اثر نقد و نقاط ضعف آن بیان می‌شود. در اینجا می‌توان با طرح پیش‌فرض‌های جایگزین،

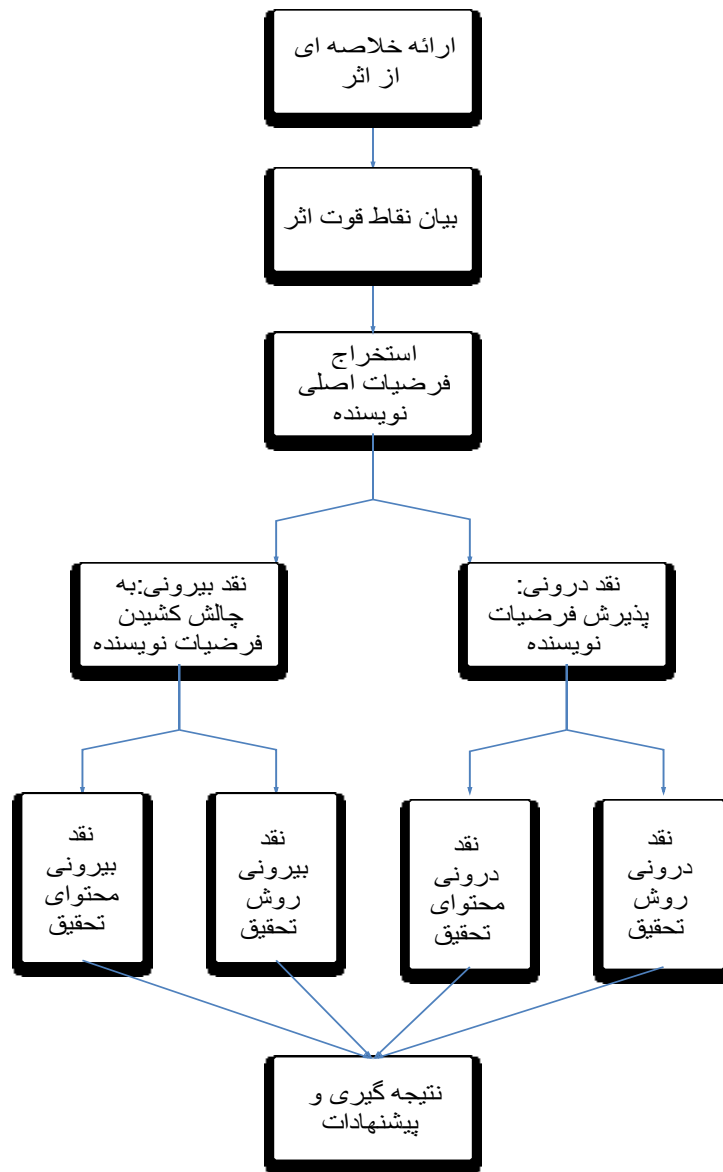
فرضیه‌های نویسنده اصلی را به چالش کشید که به‌طور مثال، این کار می‌تواند به پیشنهاد روش تحقیق و در نتیجه یافته‌ها و نتایج متفاوتی ختم شود. منابع بیرونی برای نقد شامل سه منبع هستند: دیگر نویسندگان، مبانی فلسفی و نظری جایگزین، واقعیت‌های بیرونی.

بنابراین، نقد بیرونی از سه مرحله تشکیل می‌شود: الف- مقایسه مطالب نویسنده اثر با دیگر مطالب مشابه (نویسندگان دیگر) که در خصوص همین موضوع به نگارش درآمده‌اند (به‌لحاظ روشی و محتوایی)؛ ب- بررسی خاستگاه‌های فکری نویسنده و کتاب‌هایی که منابع الهام او بوده‌اند و یا مبانی فلسفی یا نظری که نویسنده پذیرفته؛ ج- مطالب نویسنده با واقعیت‌های بیرونی مطابقت داده شود.

۵- نقد درونی: با پذیرش فرضیه‌های نویسنده، ابتدا روش تحقیق او و سپس محتوای اثر او نقد شده و نقاط ضعف آن بیان می‌شود. در نقد درونی خود را فقط به مطالب موجود در اثری که قصد نقد آن را داریم، محدود می‌کنیم و هیچ مقایسه‌ای بین این اثر و آثار دیگران انجام نمی‌شود. نقد درونی از سه قسمت تشکیل می‌شود: الف- بررسی سازگاری! اجزای اثر را از لحاظ سازگاری باید بررسی کنیم و در صورتی که یکی از انواع سه‌گانه ناسازگاری (تناقض^۱، تضاد^۲ و تعارض^۳) در اثر وجود داشته باشد، آنها را گزارش دهیم؛ ب- بررسی اینکه آیا نتایج از درون مقدمات برمی‌آید؛ ج- بررسی اینکه آیا نویسنده به نتایج مطالب اثر خود توجه داشته است.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد: در نهایت باید برای رفع نقاط ضعف مطرح شده در دو مرحله قبلی، و توسعه پژوهش مورد نظر پیشنهادهایی ارائه شود. مراحل شش‌گانه‌ای که شرح آن گذشت در نمودار زیر نشان داده شده است:

1 consistency
2 paradox
3 contradiction
4 conflict



نمودار یک: مدل شش مرحله‌ای نقد روشمند^۱

۱- کلیت این مدل برگرفته از کلاس درس فلسفه‌های مدیریت از منظر اسلام (حسن عابدی جعفری) است. در توضیح مدل از قسمت‌هایی از سخنرانی تفکر انتقادی (مصطفی ملکیان) نیز استفاده شده است.

تریسی با جستجوی کلیدواژه‌های دینی در ۲۱ مجله مدیریتی، ۸۶ مقاله مرتبط با موضوع دین و مدیریت را در ۱۱ مضمون دسته‌بندی کرده است. در مقاله حاضر، سه مضمون از میان این ۱۱ مضمون انتخاب و نقد شده‌اند: «دین و رفتارهای فردی»، «دین و اخلاق کسب و کار» و «معنویت در محیط کار»، که تریسی آنها را ذیل مضمون کلان «دین و رفتار سازمانی» قرار داده و پیشینه تحقیق آنها را بررسی کرده است. در ادامه، این سه قسمت از اثر تریسی در قالب مدل شش مرحله‌ای نقد روشمند (نمودار یک) نقد می‌شود:

۱ - خلاصه‌ای از محتوای اثر پاول تریسی با تاکید بر موضوع «رفتار سازمانی»!

در مرحله اول، خلاصه‌ای از سه مضمون «دین و رفتارهای فردی»، «دین و اخلاق کسب و کار» و «معنویت در محیط کار» ارائه می‌شود:

۱ - ۱ - **دین و رفتار فردی در سازمان‌ها:** یازده مقاله‌ای که این بخش از مقاله تریسی را تشکیل می‌دهند، به‌طور کلی به دنبال بررسی رابطه میان اعتقادات دینی و ارزش‌های شخصی، نگرش‌ها و رفتار در سازمان‌ها می‌باشند؛ گرچه در برخی از آنها دین فقط به عنوان یکی از متغیرهای تاثیرگذار در نظر گرفته شده است. ریشه فکری این‌گونه مقاله‌ها به تحقیقات ماکس وبر^۲ (۱۹۰۴-۱۹۶۵) باز می‌گردد که معتقد بود هر دینی سیستم باورها و اعتقادات و نظام اخلاقی خاص خود را دارد که با گونه‌های خاصی از رفتار مرتبط است.

در این رابطه، این مقاله‌ها شواهد متنوعی را از تاثیر دین بر رفتار ارائه می‌دهند. برخی از آنها به این نتیجه رسیده‌اند که دین تاثیر چندانی بر رفتار ندارد. برای مثال، **چاسمیر و کوبرگ^۳ (۱۹۸۸)** در مورد ارتباط بین ۱- تعلق به یک دین خاص و ۲- اعتقاد راسخ به دین، با نگرش‌های شغلی مختلف همچون انگیزش، رضایت شغلی و تعهد سازمانی پژوهش کردند و به این نتیجه رسیدند که ارتباط بین آنها معنادار نیست و جالب این است که آنها دریافتند که بین اعتقاد قوی دینی و رتبه و جایگاه فرد در سازمان رابطه وجود دارد و مدیران نسبت به کارکنان دیگر اعتقادات دینی ضعیف‌تری

^۱ - قسمت‌هایی از متن این مقاله که ترجمه خلاصه‌ای از محتوای اثر پاول تریسی است با قلم ایتالیک مشخص شده است.

^۲ Max Weber

^۳ - Chusmir and Koberg

دارند. آنها همچنین دریافته‌اند که افراد غیر مذهبی یعنی افراد غیر کاتولیک، غیر پروتستان و کسانی که به ادیان غربی دلبستگی نداشتند، دارای نیاز به قدرت بیشتری نسبت به افراد مذهبی بوده‌اند.

برخی دیگر از پژوهش‌ها نشان‌دهنده تاثیر دینداری بر نگرش‌ها و رفتارهای کاری هستند، مثلاً: [سنگر \(۱۹۷۰\)](#) در اولین مقاله خود در مجله انجمن مدیریت با تمرکز بر دین، به این نکته اشاره کرد که بین عقاید دینی و رفتارها و نگرش‌های کاری رابطه وجود دارد. او در نمونه‌ای از مدیران امریکایی ارتباط بین درجه مذهبی بودن آنها را با برخی ویژگی‌ها و رفتارهای آنها سنجید. نتایج پژوهش او نشان داد که مدیران مذهبی روحیه رقابتی کمتری دارند؛ بنابراین، نویسنده این‌طور استنباط کرد که آنها کمتر خودشکوفای هستند؛ اما اگر مجموع شایستگی‌ها را در نظر بگیریم، مدیران مذهبی از رتبه بالاتری نسبت به دیگر مدیران برخوردارند؛ ولی احتمال اینکه به مناصب ارشد سازمان ارتقا یابند کمتر است.

بر مبنای یافته‌های این پژوهش، سنگر این‌طور استنباط می‌کند که مدیران مذهبی آثار مثبتی را بر محیط کار می‌گذارند؛ چرا که آنها بیشتر به دنبال تحقق اهداف اجتماعی در محیط کار و بهبود شرایط تمامی اعضای سازمان هستند. دیگر پژوهشگران به وجود رابطه بین عقاید مذهبی و نقشی که افراد تمایل به ایفای آن دارند، سبک زندگی افراد و میزان خوش‌بین بودن آنها پی بردند.

تریسی در پایان این بخش این‌طور نتیجه می‌گیرد که یک توافق و اجماع همه‌گیر در مورد چگونگی تاثیر عقاید دینی بر ارزش‌های شخصی، نگرش‌ها و رفتارها در سازمان وجود ندارد و نیاز است که پژوهشگران مدیریت در خصوص اینکه دینداری افراد چگونه می‌تواند بر رفتار آنها تاثیرگذار باشد، تحقیقات بیشتری انجام دهند، این‌گونه تحقیقات می‌تواند به افزایش دانش ما در موضوعات کلیدی در مدیریت همچون رهبری، قدرت، سیاست و تصمیم‌گیری بینجامد.

۱ - ۲ - اخلاق کسب و کار؛ خلاصه‌ای از دو مقاله ای که تریسی در این

قسمت بررسی کرده در ادامه آورده شده است:

1- Senger

۲ - نقد این قسمت از مقاله تریسی به صورت اختصاصی در قسمت «نقد بیرونی محتوا» آورده شده است.

موضوع اخلاق کسب و کار بسیار نزدیک و مرتبط به موضوع قبلی یعنی رفتار فردی است. هسته اصلی این گونه پژوهش‌ها به پاسخ دادن به این سوال می‌پردازد که آیا رفتارهای اخلاقی در افراد با اعتقادات مذهبی از افراد غیر مذهبی بیشتر است یا کمتر؟ برخی شواهد بیشتر بودن رفتارهای اخلاقی را در افراد مذهبی و برخی کمتر بودن آن را تایید کرده‌اند. با توجه به اینکه برخی از افراد و سازمان‌های خاص به بحران اقتصادی اخیر سرعت بخشیده‌اند، این رفتار آنها باعث شده که توجه به رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها دوباره به موضوعی مهم تبدیل شود و شایسته است که مجله‌های پیشرو مدیریت به نقش دین در رفتارهای اخلاقی و فهم ابعاد گوناگون آن پردازند. مقاله [بولینگ^۱ \(۲۰۰۲\)](#) به این موضوع می‌پردازد که رویکرد خداپرستانه حاکم به اخلاق کسب و کار که بر اصول اخلاق مسیحی-یهودی تاکید دارد، در سازمان‌های پیچیده امروزی کافی نمی‌باشد و نیاز به قراردادهای اخلاقی مشارکتی بیشتری می‌باشد تا بدین وسیله بتوان تولید و مدیریت بهره‌ور را محقق کرد.

[بل^۲ \(۲۰۱۲\)](#)، با یک دید انتقادی به موضوع نگریسته و ادعا کرده‌اند که اخلاق کسب و کار در امریکا ریشه در سنت‌های فرهنگی ناشی از ادیان الهی دارد که برای سازمان‌های امروزی کافی نیستند؛ چرا که اعضای سازمان را در به چالش کشیدن هنجارها و فعالیت‌هایی که با آنها روبه‌رو می‌شوند تشویق نمی‌کنند. آنها چنین مطرح می‌کنند که ایده ویلیام جیمز^۳، فیلسوف، روان‌شناس و پزشک قرن نوزدهم در خصوص روح سازمانی بیمار دارای ظرفیت خوبی برای ارائه یک چارچوب اخلاقی بسیار محکم‌تر برای کسب‌وکار است؛ چرا که شکاکیت و نسبیت اخلاقی را در فعالیت‌های سازمانی تشویق می‌کند.

از نظر ویلیام جیمز ملاک و معیار اخلاق، پیامدهای عملی آن است و به عبارت بهتر منظور بل و همکاران این بوده که برای رسیدن به اهداف کسب و کار که همان افزایش بهره‌وری و سود است، نظام اخلاقی دینی کفایت نمی‌کند و نیاز به ایجاد معیارهای اخلاقی جدیدی متناسب با شرایط امروزی سازمان‌هاست.

1- Boling

2- Bell

3 William James

همان‌طور که شرح داده شد، تریسی نتایج مطالعات در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» را متناقض دانسته و نیز هر دوی مقالاتی که در این بخش بررسی کرده، اخلاق را ابزاری برای افزایش بهره‌وری سازمان در نظر گرفته‌اند. پژوهش‌های قابل توجهی در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» در دو مجله تخصصی «فصلنامه اخلاق کسب و کار» و «اخلاق کسب و کار» به چاپ رسیده‌اند که تریسی به آنها پرداخته است.

۱- ۳- معنویت در محیط کار: تریسی به موضوع معنویت در محیط کار در قالب نه مقاله پرداخته است. او مفهوم معنویت، نسبت آن با دین، و مشکلات موجود در تحقیقات حوزه معنویت و عدم اجماع در خصوص تعریف معنویت را از منظر نویسندگان مختلف بررسی کرده است که در ادامه خلاصه‌ای از آن آورده شده است: به‌عنوان یک مفهوم، ریشه معنویت در روان‌شناسی است؛ توافق اندکی در پیشینه پژوهش‌های مدیریت بر روی چیستی معنویت و ارائه یک تعریف واضح از مفهوم آن وجود دارد. اما بر اساس ترکیب ادبیات این حوزه، [اشفورث و پرات](#)^۳ (۲۰۰۳) ادعا کردند که معنویت از سه بعد اساسی تشکیل شده است: ۱- تعالی خود (اعتقاد به اینکه فرد به دیگر انسان‌ها، طبیعت و نیروی برتر متصل است)؛ ۲- کلی‌نگری و هماهنگی (تلفیق ابعاد گوناگون انسان در یک وجود و مفهوم منسجم به نام خود)؛ ۳- رشد (کندوکاو برای آنچه برای انسان شدن و خود شکوفایی مورد نیاز است).

[لیو و رابرتسون](#)^۴ (۲۰۱۱)، سه مشکل اصلی را که در تحقیقات معنویت در محیط کار وجود دارد چنین عنوان کرده‌اند: ۱- اول اینکه اکثر پژوهش‌ها توصیفی و بر مبنای نظریه‌های ضعیف و سطحی هستند و در نتیجه قدرت تفسیری و تشریحی محدودی دارند؛ ۲- ابهام زیادی در خصوص طبیعت مفهوم معنویت وجود دارد و بخش بزرگ این محدودیت به نقشی است که دین در این میان بازی می‌کند. برای بسیاری از پژوهشگران، اعتقادات دینی در موضوع معنویت نقشی محوری دارد؛ اما برخی دیگر از آنها نیازی به ایجاد ارتباط بین معنویت و دین نمی‌بینند. در واقع ابعاد سه‌گانه معنویت از نظر اشفورث و پرات (۲۰۰۳) را می‌توان مستقل از دین در نظر گرفت؛ ۳- پژوهش‌های تجربی در مورد معنویت دقت و وضوح کافی ندارند. این موضوع به ابهام

1 Business Ethics Quarterly

2 Journal of Business Ethics

3 Ashforth and Pratt

4 Liu & Robertson

موجود در مفهوم معنویت بر می‌گردد و چالش‌های واضحی که در اندازه‌گیری مفاهیم غیر ملموس وجود دارد. در نهایت اینکه، یک روش واضح و قابل اعتماد و مورد توافق برای اندازه‌گیری و بررسی معنویت وجود ندارد و این یکی از عواملی است که به موضوع معنویت در مجله‌های برتر کمتر پرداخته می‌شود. در نتیجه، در حالی که نیاز واضحی به ایجاد یک فهم پیچیده‌تر از موضوع ارتباط دین و محیط کار وجود دارد، اینکه معنویت در محیط کار و مفاهیم مرتبط با آن بتوانند یک ابزار مفهومی موثر را برای این امر ارائه دهند بسیار دور از انتظار است.

۲- ارزیابی نقاط قوت اثر

آن دسته از پژوهشگران مدیریت و سازمان که به مطالعه دین علاقه‌مند هستند و قصد انجام پژوهش در حوزه «دین و مدیریت» را دارند، با خواندن مقاله «دین و سازمان» از پاول تریسی، به یک نقشه مفید دسترسی پیدا می‌کنند که همچون یک چراغ راهنما آنان را با مضامین خرد و کلان در این حوزه آشنا می‌کند و برخی جنبه‌های مبهم و تاریک شروع مسیر پژوهش را برای آنها روشن می‌کند.

این پژوهشگران ضمن آشنایی با مجله‌های معتبر مدیریت و سازمان که مقاله‌های حوزه «دین و سازمان» را به چاپ رسانده‌اند، می‌توانند با نویسندگان و پژوهشگران قدیمی این حوزه نیز آشنا شوند و به یک فهرست ۸۶ تایی از مقالات مرتبط با حوزه پژوهشی دین و سازمان دسترسی پیدا کنند. در واقع، پهنانگر بودن و ارائه مجموعه‌ای نسبتاً کامل از مضامین و زیرشاخه‌های حوزه «دین و مدیریت» نقطه قوت اصلی مقاله تریسی محسوب می‌شود. تریسی در بخش پایانی مقاله خود به طرح جهت‌گیری‌های آینده در مطالعات دین و سازمان می‌پردازد. طرح این قلمروهای پژوهشی پرتانسیل، برای تحقیقات آتی دین و سازمان ضمن روشن ساختن شکاف‌های موجود در این حوزه پژوهشی می‌تواند پژوهشگران را در انتخاب قلمرو پژوهشی مورد علاقه خود یاری رساند.

۳ - فرضیه‌های اساسی نویسنده:

اگر با پذیرفتن فرضیه‌های اساسی نویسنده اثر او را نقد کنیم، نقد درونی انجام داده‌ایم و نقد بیرونی زمانی است که فرضیه‌های نویسنده را به چالش می‌کشیم. از جمله فرضیه‌های اساسی نویسنده عبارتند از:

- ✓ اولین فرض نویسنده این است که با جستجوی کلیدواژه‌های عمومی مرتبط به دین (مانند: دین، دینداری، کلیسا، مسجد و ...) در ۲۱ مجله مدیریتی که توسط خود نویسنده انتخاب شده‌اند می‌توان به مقاله‌های مرتبط به حوزه دین و سازمان دسترسی پیدا کرد.
- ✓ هدف سازمان افزایش بهره‌وری و سود است و برای رسیدن به این هدف، بهتر این است که اخلاق کسب و کار مبتنی بر فلسفه اخلاق پیامدگرا باشد.
- ✓ مفهوم معنویت ریشه در روانشناسی دارد و اجماعی در خصوص ارائه یک تعریف واحد از آن وجود ندارد.
- ✓ مطالعات اولیه به لحاظ ارتباط بین دین و معنویت به دو دسته تقسیم می‌شوند: نقش محوری دین در معنویت و معنویت بدون دین.
- ✓ سطح تحلیل مطالعات در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» سطح خرد یا فردی است.

۴ - نقد بیرونی محتوا

در این قسمت، چهار پیش‌فرض از پیش‌فرض‌های تریسی در مورد ریشه معنویت، ارتباط بین دین و معنویت، زیربنای فلسفی مطالعات اخلاق کسب و کار، و سطح تحلیل مطالعات در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» نقد می‌شوند:

۴-۱- ریشه معنویت

تریسی ریشه مفهوم معنویت را در روانشناسی می‌داند؛ اما رویکردهای فلسفی و دینی به معنویت از نظر او مغفول مانده‌اند. به‌عنوان مثال، [کریشناکومار و نک \(۲۰۰۲\)](#)، و در

تکمیل کار آنها، [هاقتون، کریشناکومار و نک \(۲۰۱۶\)](#) با مطالعه گسترده ادبیات تحقیق در خصوص مفهوم‌سازی‌های انجام شده برای معنویت در محیط کار، تمامی آنها را در قالب سه نوع جای دادند: معنویت درون‌بنیاد، معنویت وجودگرا و معنویت دینی.

معنویت در هر یک از فلسفه‌های علم (پارادایم‌های علمی) تعریف خاص خود را دارد. از این رو، [ال ارکوبی، \(۲۰۱۳\)](#) شش تعریف متفاوت از معنویت ارائه کرده است: معنویت وجودگرا، اخلاقی، مدرن/کارکردگرا، انسان‌گرا/ محیط زیست‌گرا، پست مدرن، و دینی (ال ارکوبی، ۲۰۱۳، ص ۱۰۵). وجودگراها معنویت را جستجویی برای هدف و روشی برای معنابخشی به کار و فعالیت انسان می‌دانند. در حوزه مدیریت، تئوری رهبری معنوی فیرهالم^۴ (۱۹۹۶، ۲۰۰۰) نمونه‌ای از این رویکرد به معنویت است. رویکرد اخلاقی به معنویت، پارادایمی است که معنویت را منبع اخلاق، مسئولیت اجتماعی سازمان و بهزیستی کارکنان می‌داند و تئوری رهبری معنوی [فرای \(۲۰۰۳\)](#) را می‌توان نمونه‌ای از این رویکرد به معنویت دانست.

در پارادایم انسان‌گرا/ محیط زیست‌گرا معنویت بر هماهنگی فرد با دیگر انسان‌ها، طبیعت و محیط زیست تاکید دارد. رویکرد [آشموس \(۲۰۰۹\)](#)، به معنویت در محیط کار را می‌توان نمونه‌ای از این پارادایم دانست. معنویت در پارادایم پست مدرن بر پذیرش تنوع در محیط کار تاکید دارد؛ به این معنا که هر یک از کارکنان حق دارند ارزش‌ها و باورهای معنوی خود را در محیط کار ابراز کنند. در این پارادایم، استفاده ابزاری از معنویت به چالش کشیده شده و نسبت به استفاده از معنویت به عنوان راهی برای ایجاد سلطه هشدار داده می‌شود. گرچه معنویت مفهومی ضد مادی‌گرایی است؛ اما در پارادایم مدرن/کارکردگرا (پارادایم کنونی حاکم بر مدیریت)، مادی‌گرایی معنوی و یا سرمایه‌داری معنوی مطرح است و رهبران در این پارادایم از معنویت به عنوان ابزاری برای افزایش عملکرد، کنترل، و بهره‌وری در محیط کار استفاده می‌کنند (ال ارکوبی، ۲۰۱۳، ص ۱۰۵-۱۰۷). معنویت دینی نیز رویکردی است که مختص به یک دین خاص است. به عبارت بهتر معنویت را که ریشه در یک دین خاص داشته باشد، معنویت دینی

1 Houghton

2 Al Arkoubi

3 Fairholm

4 Fry

5 Ashmos

اطلاق می‌شود. از نظر هاقتون، کریشناکومار و نک (۲۰۱۶)، رویکرد معنویت دینی از زمانی که توسط کریشناکومار و نک (۲۰۰۲)، مفهوم‌سازی شد، به صورت گسترده‌ای در حوزه معنویت در محیط کار، نادیده گرفته شده است؛ اما توسعه حوزه معنویت در محیط کار، نیازمند توجه بیشتر به رویکرد معنویت دینی است.

۴-۲- ارتباط بین دین و معنویت

از نظر تریسی، برای بسیاری از پژوهشگران، اعتقادات دینی در موضوع معنویت نقشی محوری دارد؛ اما برخی دیگر از آنها نیازی به ایجاد ارتباط بین معنویت و دین نمی‌بینند. در ادامه، با ارائه شواهد کافی، ارتباط بین دین و معنویت به سه نوع تقسیم و شرح داده شده است؛

مطالعاتی که در حوزه «دین و معنویت در محیط کار» انجام شده‌اند، سه رویکرد متفاوت نسبت به رابطه بین دین و معنویت داشته‌اند و بر اساس این می‌توان آنها را به سه گروه تقسیم کرد:

الف- مطالعاتی که دین و معنویت را از هم جدا کرده و تمرکز خود را بر مطالعه دین در سازمان گذاشته‌اند، با این ادعا که به دلیل شهودی و فردی بودن معنویت و پررنگ بودن جنبه‌های اجتماعی و نهادی دین، ظرفیت‌های نظریه‌سازی در حوزه دین بالاتر از معنویت است (به عنوان مثال: [ویور و اگل؛ ۲۰۰۲](#)؛ دی، ۲۰۰۵؛ تریسی، ۲۰۱۲؛ ویور و استنسبوری، ۲۰۱۴). این عقیده برخی پژوهشگران و طرفداران رهبری معنوی مبنی بر اینکه معنویت متفق و دین منشعب است، بحث برانگیز و غامض می‌باشد؛ چرا که مفاهیم متصف به معنویت بسیار گوناگون و گسترده‌اند و از این رو قابلیت معنویت برای انسجام بسیار ناچیز است و پذیرش این مطلب که معنویت (همچون دین)، پتانسیل‌های زیادی برای ساختن یک واحد مشترک و مورد اجماع عمومی در محیط کار دارد، بسیار دشوار است ([هیکس؛ ۲۰۰۳](#)؛ به نقل از [بنفیل؛ ۲۰۱۴](#)).

1 Weaver and Agle

2 Hicks

3 Benefiel

نتیجه‌گیری تریسی از بررسی نه مقاله در حوزه معنویت در محیط کار نیز بیشتر همین رویکرد به معنویت را تأیید می‌کند؛ اما دو رویکرد دیگر هم وجود دارد که در ادامه بررسی می‌شوند:

ب- مطالعاتی که دین و معنویت را تلفیق کرده‌اند، با اعتقاد به اینکه، در عین تفاوت‌هایی که این دو با هم دارند، اصولاً جداکردن آنها ممکن نیست (به‌عنوان مثال: [میلر، ۲۰۰۷؛ اکسلاین و برایت، ۲۰۱۱؛ جودی نیل، ۲۰۱۳؛ میلر و ایوست، ۲۰۱۳](#)؛ و [مارگارت بنفیل، ۲۰۱۴](#)). بحث‌های غیر سازنده‌ای در آکادمی مدیریت با تأکید بر تقابل بین دین و معنویت انجام شده است و بدتر آنکه، برخی دین را به صورتی منفی و معنویت را مثبت ارزیابی کرده‌اند (میلر و ایوست، ۲۰۱۳). برای افرادی که زندگی را در تمامیت آن، امری متعالی و فرامادی می‌دانند، تفاوت اندکی بین دین و معنویت وجود دارد و از این رو، پیشنهاد می‌شود برای فرا رفتن از بحث‌های خسته‌کننده تقابل بین دین و معنویت، از اصطلاح «ایمان» استفاده شود که در واقع هم عمومیت و فردیت موجود در معنویت را پوشش می‌دهد و هم اختصاصی بودن و نهادی و مدون بودن دین را در بردارد (میلر، ۲۰۰۷). در واقع سازه معنویت، نوعی از ایمان است که بیانی غیر رسمی‌تر، تعریفی مبهم‌تر و فردی‌تر دارد و سازه دین نیز نوعی از ایمان است که تعریفی واضح‌تر و رسمی‌تر دارد (میلر و ایوست، ۲۰۱۳).

ج- مطالعاتی که دین و معنویت را از هم جدا کرده و تمرکز خود را بر مطالعه معنویت در محیط کار گذاشته‌اند. این مطالعات معمولاً موضعی منفی نسبت به دین اتخاذ کرده‌اند، با این ادعا که اغلب ادیان، خود را به‌عنوان تنها راه رسیدن به خدا و رستگاری معرفی می‌کنند و در صدد حذف دیگرانی هستند که در مذهب و یا فرقه آنها نیستند و این باعث ایجاد تفرقه و تضاد در محیط کار خواهد شد (به‌عنوان مثال: [میتروف، ۲۰۰۳؛ بیبرمن و تیسچلر، ۲۰۰۸؛ و کاراکاس، ۲۰۱۰](#)).

1 Miller

2 Exline and Bright

3 Neal

4 Miller and Ewest

5 faith

6 Mitroff

7 Biberman & Tischler

8 Karakas

از نظر این دسته از افراد، دین مجموعه‌ای مدون از باورهاست که برخی اوقات به - عنوان عاملی که انسان‌ها (دین‌باوران و دین‌ناباوران) را از طریق مناسک منحصر بفرد و تعالیم و ساختارهای رسمی که در هر دین وجود دارد، از یکدیگر جدا می‌کند و غیر منعطف، ناگشاده نسبت به تجربه‌ها و ایده‌های جدید و عاملی برای افتراق و نه اتحاد، بین دین‌باوران و دین‌ناباوران در نظر گرفته می‌شود.

از نظر این افراد، معنویت را می‌توان هم شخصی و هم جهانی در نظر گرفت که می‌تواند خارج از چارچوب‌های سنتی و ادیان نهادینه توسعه یابد؛ به طوری که می‌توان آن را منعطف نسبت به تنوع و گشوده نسبت به تجربه‌ها و ایده‌های جدید دانست (بالوگ، باکر و والکر؛ ۲۰۱۴). اما برخی مطالعات نشان می‌دهند که معنویت هسته اصلی ادیان هستند. به طور مثال، مارک گانتر^۱ (۲۰۰۱)، در مقاله معروف خود «خدا و کسب و کار»^۲ که در مجله فورچون^۳ چاپ شده، نشان داده، ریشه و پشتوانه معنویت در بسیاری از رهبران معنوی در سازمان‌ها، دین آنها می‌باشد.

۴ - ۳ - اخلاق کسب و کار بر چه فلسفه‌ای از اخلاق استوار شود؟

دو مقاله‌ای که در حوزه دین و اخلاق کسب و کار توسط تریسی بررسی شده، از منظر پارادایم مدرن کارکردگرا به اخلاق کسب و کار نگریسته‌اند؛ در حالی که عمده مطالعات تجربی در این حوزه در مجله اخلاق کسب و کار چاپ شده‌اند و در مقاله تریسی به آنها پرداخته نشده است. ریشه انسان‌شناسی و فلسفه اخلاق در بیشتر این مطالعات از ایمانوئل کانت^۵ گرفته شده است (اخلاق فضیلت‌گرا) و ابزارهای اندازه‌گیری و مبانی نظری اخلاق کسب و کار در آنها ریشه در نظریه اخلاقی / شناختی کوهلبرگ^۶ (۱۹۷۱) و (۱۹۷۶) دارد.

برخی از دانشمندان مدیریت و سازمان (برای مثال: هانت و وایتل^۷، ۱۹۸۶، و ویور و اگل، ۲۰۰۲) نظریه کوهلبرگ و نیز نئوکوهلبرگی‌ها مانند رست^۸، ۱۹۸۶ و شاگردانش

1 Balog, Baker and Walker

2 Marc Gunther

3 God and Business

4 FORTUNE

5 Immanuel Kant

6 Kohlberg

7 Hunt and Vitell

8 Rest

را توسعه داده و وارد رشته مدیریت کرده‌اند. مطالعات تجربی در حوزه دین و اخلاق کسب و کار به نوعی قصد دارند تاثیر دینداری را بر تصمیم‌گیری‌های اخلاقی مدیران بررسی کنند و تفاوت مدیران دیندار و بی دین را در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی نشان دهند (بر مبنای فلسفه اخلاق کانت). پیازه، کوهلبرگ، رست و به دنبال آنها وایتل و ویور، مفهوم انسان خودمختار به عنوان انسان اخلاقی، در برابر انسان دیگرمختار به عنوان انسان رشد نیافته و غیراخلاقی، را از ایمانوئل کانت گرفته‌اند و به عبارتی، مبنای انسان‌شناسی و فلسفه اخلاق این مطالعات کانت است؛ اما دو مقاله‌ای که تریسی در حوزه دین و اخلاق کسب و کار بررسی کرده نسبت‌گرایی اخلاقی را پیشنهاد داده‌اند (اخلاق پیامدگرا) و در فضای پارادایم مدرن کارکردگرا سیر می‌کنند و به عبارت دیگر هدف آنها استفاده از اخلاق برای کسب بهره‌وری بالاتر است.

نقد استفاده ابزاری از اخلاق در مدیریت: در سال‌های اخیر شاهد افزایش انتقادات به استفاده ابزاری از معنویت، اخلاق، دین و به‌طور کلی ارزش‌ها می‌باشیم و پارادایم مدرن کارکردگرا به عنوان پارادایمی که عمده مطالعات مدیریت و سازمان بر مبنای پیش‌فرض‌های آن (مادی‌گرایی، حداکثرسازی سود سازمان، فردگرایی و عقل ابزاری) انجام می‌گیرند، به ویژه بعد از بحران اقتصادی اخیر و رسوایی‌های اخلاقی روزافزون در سازمان‌ها به شدت مورد انتقاد قرار گرفته است.

ماکس وبر ریشه‌های پیدایش این پارادایم در مدیریت را به پروتستانتیسم نسبت می‌دهد که البته به تدریج و با مرور زمان این پارادایم از ریشه‌های دینی خود فاصله گرفته و اکنون به عنوان پارادایمی کاملاً جدا از دین در نظر گرفته می‌شود. در این پارادایم، مدیران بر فردگرایی، مادی‌گرایی، حداکثر کردن تولید، کارایی، مزیت رقابتی و سودآوری تمرکز دارند. ماکس وبر در حدود یک قرن پیش، زمانی که هنوز آثار مخرب اجتماعی و محیط زیستی چنین رویکردی به مدیریت، نمایان نشده بود، نظریه پردازان مدیریت و سازمان را به تغییر پیش‌فرض‌های این پارادایم و ایجاد یک پارادایم جایگزین دعوت کرد. وبر نام این پارادایم جایگزین را پارادایم (نظریه‌های) تحول‌گرا^۱ نامید.

در پارادایم تحول‌گرا، بهزیستی اجتماعی، معنوی، زیبایی‌شناختی، ذهنی و محیط زیستی، فدای افزایش کارایی و سودآوری مالی نخواهد شد (دایک و وبر، ۲۰۰۶، ص ۴۲۹-۴۳۰؛ دایک و اسچرودر، ۲۰۰۵). انتقادهای به استفاده ابزاری از ارزش‌ها و اخلاق، در حوزه فلسفه، توسط الول (۱۹۵۴/۱۹۶۴) مطرح شد (به نقل از دریسکول، ۲۰۰۷). مطالعات در حوزه معنویت نیز برخلاف گذشته که پیامد تمایل انسان به گذر از جهان پست مادی^۵ بوده‌اند، هم اکنون به طور عمده به‌عنوان ابزاری برای کسب منافع مادی درآمده‌اند (فنونیک، ۱۹۹۸ به نقل از تیلور، ۱۹۹۶).

در حوزه مدیریت و سازمان دریسکول، (۲۰۰۷)، بل،^۸ (۲۰۰۳)؛ و فنونیک، (۱۹۹۸)، به ابزاری شدن بیشتر مطالعات حوزه معنویت در محیط کار اذعان کرده و بر لزوم تغییر رویکرد ابزاری تاکید کرده‌اند. از طرف دیگر، برخی نیز در حمایت از رویکرد ابزاری به معنویت، استدلال‌هایی را اقامه کرده‌اند، مثلاً مدیران سازمان در مقابل حفظ منافع سهامداران، به طور اخلاقی و قانونی متعهد هستند و هرگونه قصور در عمل به این تعهد، حتی به بهانه حفظ منافع جامعه، خود عملی غیر اخلاقی است (بنفیل، ۲۰۱۴، ص ۱۸۱).

۴-۴- سطح تحلیل مطالعات در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار»

تریسی مطالعات حوزه دین و اخلاق کسب و کار را در سطح خرد یا فردی معرفی می‌کند؛ اما مطالعاتی انجام شده‌اند که در سطح سازمانی به این حوزه پرداخته‌اند؛ گرچه تعداد آنها بسیار کمتر از مطالعات در سطح فردی است. مجموعه مطالعاتی دیو^۹ در خصوص ارتباط بین دینداری و اخلاق کسب و کار در سازمان‌های چینی، در سطح تحلیل سازمانی انجام شده‌اند. به این معنا که به‌جای اینکه دینداری مدیران یا کارکنان یا مصرف‌کنندگان سازمان اندازه‌گیری شود، میزان جو دینی برای هر سازمان از طریق

1 Dyck and Weber

2 Dyck and Schroeder

3 Ellule

4 Driscoll

5 Flat world

6 Fenwick

7 Tylore

8 Bell

9 Du

جگالی اماکن مقدس مذهبی در اطراف آن اندازه‌گیری شده است و سپس تاثیر آن را بر میزان عمل سازمان به مسئولیت‌های اجتماعی (دیو، ۲۰۱۶)، میزان سوءاستفاده از سهامداران جزء توسط سهامداران عمده و قدرتمند در سازمان (دیو، ۲۰۱۵)، میزان رعایت مسائل زیست-محیطی توسط سازمان (دیو، ۲۰۱۴A)، و میزان فعالیت‌های بلندمدت خیریه سازمان (دیو، ۲۰۱۴B)، اندازه‌گیری شده است. در هر چهار مطالعه‌ای که دیو انجام داده تاثیر جو دینی بر متغیرهای وابسته مثبت گزارش شده است.

۵ - نقد روش تحقیق

۵-۱ - نقد درونی روش تحقیق

عدم تفکیک مطالعات بر اساس نحوه مفهوم‌سازی دین

تریزی به اهمیت نحوه مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری دین در مطالعات دسته اول تاکید دارد؛ از این رو، انتظار بر این بود که یکی از معیارهای تقسیم‌بندی مطالعات در حوزه دین و رفتار سازمانی را نحوه مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری دین در این مطالعات قرار دهد؛ اما مقاله‌های حوزه دین و رفتار سازمانی را فقط بر اساس مضامین آنها تقسیم‌بندی کرده است.

یکی از نتایج این عدم تفکیک آن است که نویسنده (به اشتباه) این‌طور نتیجه می‌گیرد که «نتایج مطالعات اولیه در خصوص چگونگی تاثیرگذاری دین بر رفتارها و نگرش‌های افراد متناقض است»؛ در صورتی که نتایج متناقض، در مطالعات اولیه‌ای که دینداری را به صورت تک بُعدی مفهوم‌سازی کرده‌اند، دیده می‌شود؛ اما آنهایی که دینداری را به صورت درونی/ بیرونی مفهوم‌سازی کرده‌اند، به نتایج تقریباً یکسانی رسیده‌اند. به عنوان مثال در مطالعات اولیه‌ای که دینداری را به صورت درونی/ بیرونی اندازه‌گیری کرده‌اند، تاثیر مثبت دینداری درونی و تاثیر منفی یا خنثای دینداری بیرونی بر رفتارها و یا نگرش‌های اخلاقی نشان داده شده است (سیمز، ۲۰۱۷؛ واگل، ۲۰۱۶؛ والکر، ۲۰۱۵؛ سینقپاکدی، ۲۰۱۳؛ چایی، ۲۰۱۳؛ چن و تانگ، ۲۰۱۳؛ و اسمیت،

1 Sims

2 Voegel

3 Walker

4 Singhapakdi

5 Chai

6 Chen

۲۰۱۳؛ اما مطالعاتی که دینداری را به صورت تک بُعدی اندازه‌گیری کرده‌اند یا بر اساس درونی و بیرونی بودن مفهوم‌سازی نکرده‌اند، نتایج متناقضی را گزارش داده‌اند. مثلاً: پارسونز^۱، ۲۰۰۷، ویلهم^۲، ۲۰۰۴؛ و وایتل، ۲۰۰۳؛ تاثیر دینداری را بر نگرش‌ها یا رفتارهای اخلاقی خنثی یا منفی، و تپ^۳، ۲۰۱۶؛ گرافلند^۴، ۲۰۱۵؛ و تاهیر^۵، ۲۰۱۵؛ مثبت گزارش داده‌اند.

۵ - ۲ - نقد بیرونی روش تحقیق

چگونگی جمع‌آوری داده‌ها بخش مهمی از روش تحقیق است. با توجه به اینکه مقاله تریسی یک مطالعه دسته دوم است و داده‌های آن مجموعه مطالعات دسته اول هستند، بنابراین، اینکه نویسنده چه کلیدواژه‌هایی را در چه مجلات یا پایگاه‌های داده‌ای جستجو کند، بر نتایج تحقیق او اثر بسیار زیادی می‌گذارد.

تریسی کلیدواژه‌های دینی را در ۲۱ مجله مدیریتی جستجو کرده و حاصل این جستجو ۸۶ مقاله بوده است که در قالب ۱۱ مضمون دسته‌بندی شده‌اند. تعداد مقالات اختصاص داده شده به برخی از این مضامین بسیار کم است و در نتیجه تصویر بسیار ناقصی از آن مضمون به خواننده منعکس می‌کند. به‌عنوان مثال یکی از این مضامین، «دین و اخلاق کسب و کار» است که فقط دو مقاله را به خود اختصاص داده است.

بنابراین، در عین حال که به دلیل گستردگی مضامین معرفی شده، تصویر کلی و جامعی از موضوع «دین و مدیریت» ارائه می‌شود، که در جای خود بسیار ارزشمند است؛ اما به دلیل عدم جستجوی کلیدواژه‌های تخصصی برای هر یک از مضامین، تصویر ناقص و کم عمقی را از هر یک از مضامین به خواننده منتقل می‌کند. برای رفع چنین نقصی، لازم است پژوهشگران بعدی پیشینه تحقیق هر یک از این ۱۱ مضمون را به صورت اختصاصی بررسی کنند.

1 Smith
2 Parsons
3 Wilhelm
4 Tepe
5 Graafland
6 Tahir

۶ - پیشنهادها^۱

در این قسمت، ابتدا روش‌شناسی فرامطالعه تشریح می‌شود و در ادامه طرح تحقیقی مبتنی بر این روش‌شناسی برای انجام یک مطالعه دسته دوم (پیشینه تحقیق) در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» ارائه می‌گردد که شامل کلیدواژه‌های تخصصی حوزه «دین و اخلاق کسب و کار»، نحوه جستجوی این کلید واژه‌ها، فهرست پایگاه‌های داده و مجله‌هایی که این کلیدواژه‌ها در آنها جستجو می‌شوند و در نهایت نحوه کدگذاری داده‌ها (مجموعه مطالعات دسته اول) می‌باشد.

فرامطالعه یکی از روش‌های تحقیق سیستماتیک برای انجام مطالعات دسته دوم (پیشینه تحقیق) است و تاکیدی خاص بر درهم تنیدگی روش تحقیق، نظریه و یافته‌های مطالعات اولیه دارد و بر این فرض استوار است که روش تحقیق و نظریه‌ای که مطالعات اولیه بر پایه آنها انجام شده‌اند نقش مهمی را در شکل‌دهی به نتایج آنها بازی می‌کنند (ادواردز و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۲). فرامطالعه بر پایه پیشنهاد ژائو^۲ (۱۹۹۱) در خصوص ترکیب فرامطالعه‌شناسی، فرامطالعه و فرامطالعه یافته‌های مطالعات اولیه بناشده و به وسیله پترسون^۳ و همکاران (۲۰۰۱) توسعه داده شده است و توسط ادواردز^۴ و همکاران (۲۰۱۰)، واتکینز^۵ (۲۰۱۰) و پاگدی^۶ (۲۰۰۶) به کار گرفته شده است.

فرامطالعه روشی با رویکردی چند وجهی است که به بررسی تحقیقات مختلف با توجه به زمینه تاریخی، اجتماعی و ایدئولوژیک آنها می‌پردازد. از این رو می‌تواند تفاوت‌ها و تناقض‌های یافته‌های مطالعات اولیه را با توجه به زمینه‌های متفاوتی که این مطالعات در آنها شکل گرفته‌اند، روش‌های تحقیق متفاوتی که به کار گرفته‌اند و تئوری‌های مبنایی متفاوت آنها توجیه کند (بارنت پیچ و توماس، ۲۰۰۹، ص ۳). همان‌طور که در نمودار دو نشان داده شده، فرامطالعه شامل دو مرحله تحلیلی و ترکیبی است،

^۱ - طرح پژوهشی پیشنهادی هم اکنون در قالب رساله دکتری در دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی تهران در حال انجام است.

^۲ Zhao

^۳ Paterson

^۴ Edwards

^۵ Watkins

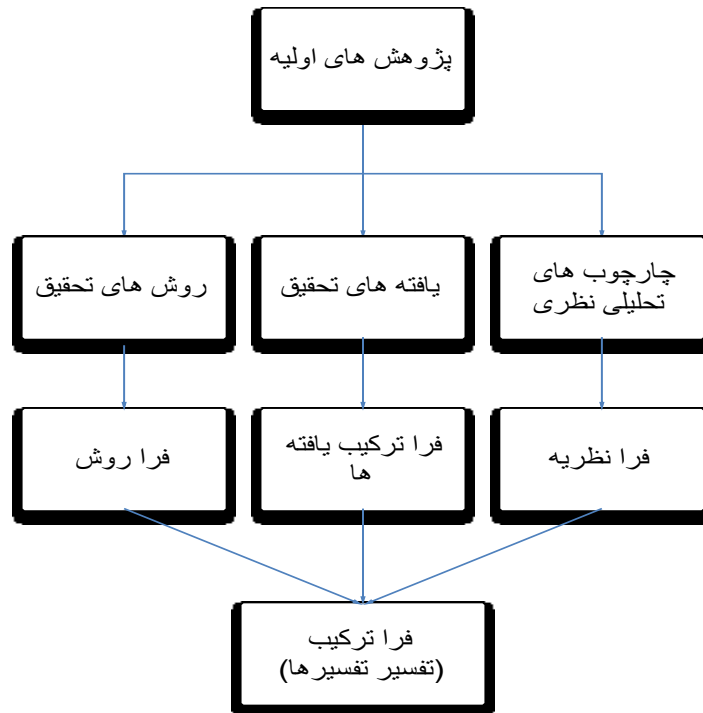
^۶ Pagdee

^۷ Barnett-Page & Thomas

تحلیل قبل از ترکیب انجام می‌شود تا بتواند فهم جدیدتر و کامل‌تری را از پدیده‌های مورد مطالعه فراهم کند.

تحلیل متشکل از سه جزء فراروش، تحلیل یافته‌ها و فرانظریه است. در مرحله دوم، یعنی ترکیب، مجموع تحلیل‌های سه‌گانه مرحله قبل به عنوان داده‌های مرحله ترکیب در نظر گرفته می‌شوند. هدف از به‌کارگیری این روش، پیشبرد و توسعه دانش و فهم جامع پدیده‌های مورد مطالعه است. در خلال این مراحل، در فرامطالعه، فرمول‌بندی سوالات تحقیق، جستجو، انتخاب و ارزیابی تحقیقات اولیه و تلفیق یافته‌ها نیز اتفاق می‌افتد. در شکل زیر اجزای فرامطالعه نشان داده شده است (ادواردز و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۲-۳).

از آنجا که بسیاری از پژوهشگران به وجود نتایج متناقض مطالعات تجربی در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» اذعان دارند (ویور و اگل، ۲۰۰۲؛ والکر، ۲۰۱۴؛ و [ساروین، ۲۰۱۷](#))، از این‌رو، به نظر می‌رسد، روش‌شناسی فرامطالعه، مناسب‌ترین روش‌شناسی برای انجام یک مطالعه دسته دوم و تفسیر تناقض‌های موجود در نتایج مطالعات اولیه در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» است.



نمودار دو: مراحل روش شناسی فرامطالعه

کلیدواژه‌های پیشنهادی: این کلیدواژه‌ها شامل دو دسته کلیدواژه‌های دینی و کلیدواژه‌های مرتبط به اخلاق کسب و کار می‌باشند. حرف ربط به‌کارگرفته شده در درون هر یک از این دو دسته کلیدواژه «OR» و بین این دو دسته کلید واژه «AND» می‌باشد.

کلیدواژه‌های دسته اول (مرتبط به اخلاق کسب و کار): کلیدواژه‌های زیر از مطالعات مهم حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» (سینقپاکدی، ۲۰۱۳؛ [هو، ۲۰۱۰](#)؛ [سیمز، ۲۰۱۷](#)؛ [بارکز، ۲۰۰۸](#)؛ ساروین، ۲۰۱۷؛ [نیده‌ام، ۲۰۱۲](#)؛ [رتینگر، ۲۰۰۵](#)؛ [استاورووا، ۲۰۱۴](#)) استخراج شده‌اند:

- 1 Ho
- 2 Burks
- 3 Needham-Penrose
- 4 Rettinger
- 5 Stavrova

Moral OR Ethical decision making/ Moral OR Ethical Perception/ Moral OR Ethical awareness/ Moral OR Ethical development/ Moral OR Ethical sensitivity/ Moral OR Ethical identity/ Moral OR Ethical judgment/ Moral OR Ethical reasoning/ Moral OR Ethical motivation/ Moral OR Ethical intention/ Moral OR Ethical Attitude/ Moral OR Ethical behavior(action or character).CSR¹

کلیدواژه های دسته دوم(دینی):

(Religion OR Religious OR Religiosity OR Islam OR Christianity OR Judaism OR Hinduism OR Buddhism)

مجلات تخصصی و پایگاه‌های داده

مقاله‌های بسیاری در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» در دو مجله زیر به چاپ رسیده‌اند:

Journal of Business Ethics - Journal of religion and business ethics

اما برای تکمیل فرایند جستجو بهتر است که دو دسته کلیدواژه‌های یاد شده به صورتی ترکیبی در پایگاه‌های داده زیر جستجو شوند:

Google scholar- Academy of management Journals- sage- Springer- Taylor & Francis- ScienceDirect- Emerald- Wiley- Jstore.

نحوه مقوله‌بندی و کدگذاری مقوله‌ها در مطالعات اولیه: بعد از اینکه کلیدواژه‌ها در مجله‌ها و پایگاه‌های داده جستجو شدند، از میان مقاله‌های به‌دست آمده، مقاله‌هایی را که موضوع اصلی آنها بررسی تاثیر دینداری بر اخلاق کسب و کار است، انتخاب می‌کنیم و آنها را بر اساس سه مقوله مبانی نظری (فرانظریه)، روش‌های تحقیق (فراروش)، و یافته‌ها (فرا ترکیب یافته‌ها)، تقسیم‌بندی می‌کنیم.

¹ Corporate social responsibility

فرانظریه: مطالعات اولیه بر اساس نظریه‌ای که مبنای کار خود قرار داده‌اند تقسیم‌بندی می‌شوند. برخی از نظریه‌های مهم در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» عبارتند از: کوهلبرگ (۱۹۷۶)؛ رست (۱۹۸۶)؛ هانت و وایتل (۱۹۸۶، ۱۹۹۳)، [شودر \(۱۹۹۷\)](#) و ویور و اگل (۲۰۰۲). هر کدام از این نظریه‌ها به‌عنوان یک کد مجزا در نظر گرفته می‌شوند و به عبارت بهتر، تعدادی از مقالات ذیل هر یک از این نظریه‌ها قرار می‌گیرند. اینکه مبنای نظری یک مطالعه اولیه کدام یک از نظریه‌های یادشده باشد، می‌توان بر نتایج آن مطالعه تاثیرگذار بود و هدف در اینجا این است که چگونگی این تاثیرگذاری نشان داده شود.

فراروش: مطالعات اولیه بر اساس ۱- رویکرد تحقیق (کمی یا کیفی)، ۲- نحوه جمع‌آوری داده‌ها (پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده)، ۳- طرح تحقیق (علی مقایسه‌ای/همبستگی/آزمایشی)، ۴- کوچک/متوسط/بزرگ مقیاس بودن جامعه آماری، ۵- سطح تجزیه و تحلیل (فردی، سازمانی و اجتماعی)، ۶- نحوه مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق (مستقل، وابسته، میانجی و تعدیل‌کننده)، تقسیم‌بندی و کدگذاری می‌شوند. به خصوص روشی که سازه دینداری و سازه اخلاق کسب و کار تعریف و اندازه‌گیری شده‌اند و نیز استفاده یا عدم استفاده از متغیر میانجی یا تعدیل‌کننده، اهمیت خاصی دارد چرا که بر نتایج مطالعات بسیار تاثیرگذار است.

تقسیم‌بندی مطالعات اولیه بر اساس یافته‌ها: مطالعات اولیه بر اساس اینکه تاثیر دینداری بر اخلاق کسب و کار، مثبت، منفی یا خنثی بوده است به سه دسته تقسیم می‌شوند. در نهایت، چگونگی تاثیر نظریه، روش تحقیق و تحولات تاریخی، اجتماعی، اقتصادی چون انقلاب اسلامی در ایران، بحران اقتصادی در غرب و ... بر نتایج مطالعات تبیین می‌شود.

نتیجه‌گیری

سه مضمون «دین و رفتار فردی»، «دین و اخلاق کسب و کار» و «معنویت در محیط کار»، سه بخش از اثر پر ارجاع پاوول تریسی (۲۰۱۲) هستند که با استفاده از مدل نقد روشمند، به‌لحظ روش و محتوا نقد و بررسی شده و پیشنهادهای برای توسعه آنها داده

شد. ویژگی مهم و مثبت این اثر پنهانگری آن و ارائه یک تصویر به نسبت جامع از حوزه مطالعاتی دین و مدیریت است و عمده مطالبی که در نقد یا تکمیل اثر به آنها پرداخته شد، شامل موارد زیر بودند:

عدم تفکیک مطالعات اولیه توسط تریسی با توجه به نحوه مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری سازه دینداری، دلیل عدم همسویی نتایج مطالعات اولیه از نظر او در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» معرفی شد. افزون بر رویکرد روان‌شناسانه به معنویت که تریسی بر آن تاکید داشت، این مفهوم در پارادایم‌های گوناگون تعریف و نمونه‌هایی از نظریه‌های رهبری معنوی در هر پارادایم معرفی شدند. تریسی استفاده از فلسفه اخلاق پیامدگرا در اخلاق کسب و کار را برای افزایش بهره‌وری در سازمان پیشنهاد داده بود. نقدهای وارد بر این فلسفه اخلاقی از منظر فلسفی و مدیریتی مطرح و ادعای مدافعان این فلسفه اخلاق نیز آورده شد. از نظر تریسی، مطالعات اولیه به لحاظ ارتباط بین دین و معنویت به دو دسته تقسیم می‌شوند: نقش محوری دین در معنویت، و معنویت بدون دین. جهت تکمیل این تقسیم‌بندی، شواهد کافی در خصوص انواع سه‌گانه ارتباط بین دین و معنویت طرح شد. تریسی مطالعات در حوزه دین و اخلاق کسب و کار را در سطح فردی معرفی کرده بود که در مقاله حاضر، مطالعاتی که در سطح سازمانی به تاثیر دین بر اخلاق کسب و کار پرداخته بودند نیز معرفی شدند.

مهم‌تر از همه اینکه، تریسی پیشینه تحقیق در حوزه دین و رفتار سازمانی را فقط بر اساس انواع مضامین آنها، و بدون توجه به نظریه‌ها، روش‌های تحقیق و بستر تاریخی/اجتماعی آنها بررسی کرده بود، در مقاله حاضر، ضمن تاکید بر مطالعه پیشینه تحقیق به صورتی روشمند، مراحل استفاده از روش‌شناسی فرامطالعه برای بررسی پیشینه تحقیق در حوزه «دین و اخلاق کسب و کار» تشریح شد.

فهرست منابع

- ویل دورانت، جیمز (۱۳۷۸)، مشرق زمین گاهواره تمدن، ترجمه احمد آرام، تهران: شرکت انتشارات علمی فرهنگی.
- Al Arkoubi, K. (2013), "The Islamic Faith: Implications for Business Management", In J. Neal (Ed.), *Handbook of Faith and Spirituality in the Workplace* (pp. 103–118). New York, NY: Springer New York.
- Ashforth, B. E., & Pratt, M. G. (2003), "Institutionalized spirituality", *Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance*, pp.93–107.
- Ashforth, B. E., & Pratt, M. G. (2003). Institutionalized spirituality. *Handbook of workplace spirituality and organizational performance*, 93-107.
- Aveyard, H. (2010), *Doing a literature review in health and social care a practical guide*, Maidenhead, Berkshire, England; New York: McGraw-Hill/Open University Press.
- Balog, A. M., Baker, L. T., & Walker, A. G. (2014), "Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 11(2), pp.159–186.
- Barnett-Page, E., & Thomas, J. (2009), "Methods for the synthesis of qualitative research: a critical review", *BMC Medical Research Methodology*, 9(1), pp.59.
- Bell, E., & Taylor, S. (2003), "The elevation of work: Pastoral power and the new age work ethic", *Organization*, 10(2), pp.329–349.
- Bell, E., Taylor, S., & Driscoll, C. (2012), "Varieties of organizational soul: The ethics of belief in organizations", *Organization*, 19(4), pp.425–439.
- Benefiel, M., Fry, L. W., & Geigle, D. (2014), "Spirituality and religion in the workplace: History, theory, and research", *Psychology of Religion and Spirituality*, 6(3), pp.175–187.
- Biberman, J., & Tischler, L. (Eds.). (2008), *Spirituality in business: theory, practice, and future directions* (1st ed). New York: Palgrave Macmillan.
- Boling, T. E. (1978), "The management ethics "crisis": An organizational perspective", *Academy of Management Review*, 3(2), pp.360–365.

- Brotheridge, C. M., & Lee, R. T. (2007), "Hands to Work, Heart to God: Religiosity and Organizational Behavior", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 4(3), pp.287–309.
- Burks, B. D., & Sellani, R. J. (2008), "Ethics, religiosity, and moral development of business students", *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 49.
- Chai, L. T., & Tan, B. C. (2013), "Religiosity as an antecedent of attitude towards green products: an *exploratory research on young Malaysian consumers*", *Asean Marketing Journal*.
- Chen, Y.-J., & Tang, T. L.-P. (2013), "The Bright and Dark Sides of Religiosity Among University Students: Do Gender, College Major, and Income Matter?", *Journal of Business Ethics*, 115(3), pp.531–553.
- Chusmir, L. H., & Koberg, C. S. (1988), "Religion and attitudes toward work: A new look at an old question", *Journal of Organizational Behavior*, 9(3), pp.251–262.
- Day, N. E. (2005), "Religion in the Workplace: Correlates and Consequences of Individual Behavior". *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 2(1), pp.104–135.
- Driscoll, C., & Wiebe, E. (2007), "Technical Spirituality at Work: Jacques Ellul on Workplace Spirituality", *Journal of Management Inquiry*, 16(4), pp.333–348.
- Du, X. (2015), "Does Confucianism Reduce Minority Shareholder Expropriation? Evidence from China", *Journal of Business Ethics*, 132(4), pp.661–716.
- Du, X., Du, Y., Zeng, Q., Pei, H., & Chang, Y. (2016), "Religious atmosphere, law enforcement, and corporate social responsibility: Evidence from China", *Asia Pacific Journal of Management*, 33(1), pp.229–265.
- Du, X., Jian, W., Du, Y., Feng, W., & Zeng, Q. (2014), "Religion, the Nature of Ultimate Owner, and Corporate Philanthropic Giving: Evidence from China", *Journal of Business Ethics*, 123(2), pp.235–256.
- Du, X., Jian, W., Zeng, Q., & Du, Y. (2014), "Corporate Environmental Responsibility in Polluting Industries: Does Religion Matter?", *Journal of Business Ethics*, 124(3), pp.485–507.
- Dyck, B. (2006), "Conventional versus Radical Moral Agents: An Exploratory Empirical Look at Weber's Moral-points-of-view and Virtues", *Organization Studies*, 27(3), pp.429–450.

- Dyck, B., & Schroeder, D. (2005), "Management, Theology and Moral Points of View: Towards an Alternative to the Conventional Materialist-Individualist Ideal-Type of Management", *Journal of Management Studies*, 42(4), pp.705–735.
- Edwards, A., Pang, N., Shiu, V., & Chan, C. (2010), "Review: The understanding of spirituality and the potential role of spiritual care in end-of-life and palliative care: a meta-study of qualitative research", *Palliative Medicine*, 24(8), pp.753–770.
- Exline, J. J., & Bright, D. S. (2011), "Spiritual and religious struggles in the workplace", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 8(2), pp.123–142.
- Fairholm, G. W. (1996), "Spiritual leadership: Fulfilling whole-self needs at work", *Leadership & Organization Development Journal*, 17(5), pp.11–17.
- Fairholm, G. W. (2000), *Perspectives on leadership: From the science of management to its spiritual heart*, Greenwood Publishing Group.
- Fenwick, T., & Lange, E. (1998), "Spirituality in the workplace: The new frontier of HRD. *Canadian*", *Journal for the Study of Adult Education*, 12(1), pp.63–87.
- Fry, L. W. (2003), "Toward a theory of spiritual leadership", *The Leadership Quarterly*, 14(6), pp.693–727.
- Graafland, J. (2015), "Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products", *Journal of Business Ethics*, 1-18.
- Gundolf, K., & Filser, M. (2013), "Management research and religion: a citation analysis", *Journal of Business Ethics*, 112(1), pp.177–185.
- Hicks, D. A. (2003), *Religion and the workplace: pluralism, spirituality, leadership*. Cambridge, U.K.; New York: Cambridge University Press.
- Ho, J. A. (2010), "Ethical perception: are differences between ethnic groups situation dependent?", *Business Ethics: A European Review*, 19(2), pp.154–182.
- Houghton, J. D., Neck, C. P., & Krishnakumar, S. (2016), "The what, why, and how of spirituality in the workplace revisited: a 14-year update and extension", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 13(3), pp.177–205.
- Hunt, S. D., & Vitell, S. (1986). A general theory of marketing ethics. *Journal of macromarketing*, 6(1), 5-16.

- Karakas, F. (2010), "Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review", *Journal of Business Ethics*, 94(1), pp.89–106.
- Kohlberg, L. (1971), "Stages of moral development", *Moral Education*, 29.
- Kohlberg, L. (1976), "Moral stages and moralization: The cognitive-developmental approach", *Moral Development and Behavior: Theory, Research, and Social Issues*, pp.31–53.
- Krishnakumar, S., & Neck, C. P. (2002), "The “what”, “why” and “how” of spirituality in the workplace", *Journal of Managerial Psychology*, 17(3), pp.153–164.
- Liu, C. H., & Robertson, P. J. (2011), "Spirituality in the Workplace: Theory and Measurement", *Journal of Management Inquiry*, 20(1), pp. 35–50.
- Marc Gunther. (2001) God and Business. Fortune magazine.
- Miller, D. W. (2007), *God at work: the history and promise of the Faith at Work movement*. Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Miller, D. W., & Ewest, T. (2013), "The Present State of Workplace Spirituality: A Literature Review Considering Context, Theory, and Measurement/Assessment", *Journal of Religious & Theological Information*, 12(1–2), pp. 29–54.
- Mitroff, I. I. (2003), "Do not promote religion under the guise of spirituality", *Organization*, 10(2), pp. 375–382.
- Neal, J. (Ed.). (2013), *Handbook of Faith and Spirituality in the Workplace*. New York, NY: Springer New York.
- Needham-Penrose, J., & Friedman, H. L. (2012), "Moral identity versus moral reasoning in religious conservatives: Do Christian evangelical leaders really lack moral maturity? *The Humanistic Psychologist*, 40(4), pp.343–363.
- Pagdee, A., Kim, Y., & Daugherty, P. J. (2006), "What Makes Community Forest Management Successful: A Meta-Study From Community Forests Throughout the World", *Society & Natural Resources*, 19(1), 33–52.
- Parsons, K. R. (2007), *A study of religious faith and the ethical decision making process*. DTIC Document.
- Paterson, B. L. (Ed.). (2001). *Meta-study of qualitative health research: a practical guide to meta-analysis and meta-synthesis*. Thousand Oaks, Calif: Sage publications.
- Rest, J. R. (1986). *Moral development: Advances in research and theory*.

- Rettinger, D. A., & Jordan, A. E. (2005), "The relations among religion, motivation, and college cheating: A natural experiment", *Ethics & Behavior*, 15(2), pp.107–129.
- Sauerwein, J. (2017), "The Intersection of Religiosity, Workplace Spirituality and Ethical Sensitivity in Practicing Accountants", *Journal of Religion and Business Ethics*, 3(2), 4.
- Senger, J. (1970), "The religious manager", *Academy of Management Journal*, 13(2), pp.179–186.
- Shweder. (1997), the big three of morality (autonomy, community, divinity).
- Sims, R. L., & Bingham, G. D. (2017). The Moderating Effect of Religiosity on the Relation Between Moral Intensity and Moral Awareness. *Journal of Religion and Business Ethics*, 4(1), 1.
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Lee, D.-J., Nisius, A. M., & Yu, G. B. (2013), "The Influence of Love of Money and Religiosity on Ethical Decision-Making in Marketing", *Journal of Business Ethics*, 114(1), pp.183–191.
- Smith, R. D., DeBode, J. D., & Walker, A. G. (2013), "The influence of age, sex, and theism on ethical judgments", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 10(1), pp.67–89.
- Stavrova, O., & Siegers, P. (2014), "Religious Prosociality and Morality Across Cultures: How Social Enforcement of Religion Shapes the Effects of Personal Religiosity on Prosocial and Moral Attitudes and Behaviors", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(3), pp.315–333.
- Tahir, N. S., Ahmad, K., & Manaf, N. H. A. (2015), *The Managers' Perception on Importance of Religiosity and Corporate Social Responsibility in Malaysia*.
- Tepe, B., Piyale, Z. E., Sirin, S., & Sirin, L. R. (2016), "Moral decision-making among young muslim adults on harmless taboo violations: The effects of gender, religiosity, and political affiliation", *Personality and Individual Differences*, 101, pp.243–248.
- Tracey, P. (2012), "Religion and Organization: A Critical Review of Current Trends and Future Directions", *The Academy of Management Annals*, 6(1), pp.87–134.
- Vitell, S. J. (2009), "The Role of Religiosity in Business and Consumer Ethics: A Review of the Literature", *Journal of Business Ethics*, 90(S2), pp.155–167.
- Vitell, S. J., & Paolillo, J. G. (2003), "Consumer ethics: The role of religiosity", *Journal of Business Ethics*, 46(2), pp.151–162.

- Voegel, J. A., & Pearson, J. (2016), "Religiosity and Ethical Ideologies as They Pertain to Business Ethics: Through the Lens of the Theory of Planned Behavior", *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 13(1), p.30.
- Walker, A. G., Jones-Farmer, L. A., DeBode, J. D., Smither, J. W., & Smith, R. D. (2015), "Using latent profile regression to explore the relationship between religiosity and work-related ethical judgments", *Journal of Religion and Business Ethics*, 3(1).
- Watkins, D. C., Walker, R. L., & Griffith, D. M. (2010), "A Meta-Study of Black Male Mental Health and Well-Being", *Journal of Black Psychology*, 36(3), pp.303–330.
- Weaver, G. R., & Agle, B. (2002), "Religion in the Workplace: Reaffirming Complexity", *Academy of Management Review*, pp.502–504.
- Weaver, G. R., & Stansbury, J. M. (2014), "Religion in organizations: Cognition and behavior", In P. Tracey, N. Phillips, & M. Lounsbury (Eds.), *Religion and Organization Theory* (Vol. 41, pp. 65–110).
- Wilhelm, W. J. (2004), "Determinants of Moral Reasoning: Academic Factors, Gender, Richness-of-Life Experiences, and Religious Preferences", *Delta Pi Epsilon Journal*, 46(2).
- Zhao, S. (1991), "Metatheory, metamethod, meta-data-analysis: What, why, and how?", *Sociological Perspectives*, 34(3), pp.377–390.