

## درآمدی بر عوامل ایجابی و فرایند ایجاد فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی

عبدالخالق کریمی<sup>۱</sup>

### چکیده

فرهنگ، مبنا و زیربنای همه تحولات رو به تعالی جامعه بشری به شمار می‌رود و به مثابه روح حاکم بر همه مناسبات اجتماعی است. فرهنگ کار مطلوب به عنوان شیوه زندگی شغلی و اقتصادی نقش بنیادی و زیر بنایی در ارتقای سطح پویایی جوامع و حصول به پیشرفت اقتصادی دارد. عدم برخورداری از شاخص های فرهنگ کار در کشور مثل پایین بودن ساعات کاری مفید و پایین بودن بهره وری تولید و ... و نبود یک الگوی مطلوب در این زمینه نتایج زیانباری برای اقتصاد و تولید به بار آورده است. تحقیق با رویکرد توصیفی- تحلیلی به تبیین عوامل ایجابی و فرایند ایجاد فرهنگ کار در رویکرد اقتصاد اسلامی پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می دهد که نبود ساعت کاری مفید و پایین بودن بهره وری تولیدی به عنوان عوامل ایجابی و فرهنگ سازی و نهادینه سازی با توجه به نقش عاملیت و نهادها در فرایند ایجاد فرهنگ کار در جامعه نقش دارد.

**کلید واژه‌گان:** فرهنگ، کار، فرهنگ کار، فرهنگ سازی، عاملیت، نهاد.

---

<sup>۱</sup> دانش‌پژوه دکتری قرآن و اقتصاد، جامعه المصطفی العالمیه؛ Abkarimi58@gmail.com

## مقدمه

فرهنگ، مبنای و زیربنای همه تحولات رو به تعالی جامعه بشری به شمار می‌رود و به مثابه روح حاکم بر همه مناسبات اجتماعی است. تمام تغییرات و تحولات رشدنگر و پیشرفت‌گرا، زمانی به نتیجه مطلوب خواهند رسید که فرهنگ را مبنای کارها دانسته و به آن ملتزم باشیم.

از طرف دیگر یکی از مهمترین ابعاد زندگی انسان که رابطه بسیار محکم و مشخصی با ابعاد دیگر دارد و گاه ابعاد دیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهد، بُعد اقتصادی زندگی انسان و رفتارهای اقتصادی اوست که محور کانونی و دال مرکزی آن کار و فعالیت‌های اقتصادی مطلوب و بهینه است. از دیدگاه کارشناسان کار و فعالیت اقتصادی نقش کلیدی در توازن بخشیدن به ساختارهای اقتصادی و اجتماعی جامعه دارد؛ و دوام یک سیستم اجتماعی و یک تمدن براساس قدرت آن در حفظ و هدایت تمایل به کار در جهت هدف‌های مطلوب قرار دارد که سرآمد تجمیع این ضرورت‌ها در «فرهنگ کار» و «فرهنگ سازی» فرهنگ صحیح کار و رفتارهای اقتصادی خلاصه می‌گردد.

اما عدم وجود فرهنگ قوی کار در جامعه موجب شده است تا کم‌کاری در میان مردم به نوعی عادت تبدیل شود و افراد در بسیاری از موارد به شغلی که پیشه کرده‌اند بها ندهند و اصول مسلم آن از جمله داشتن بهره‌وری و بازدهی کافی و داشتن ساعت کاری مفید را در محیط کار رعایت نکنند. بر این اساس داشتن «فرهنگ کار مطلوب» بر اساس فرایند فرهنگ سازی یکی از ضروریات جامعه امروز برای کسب قدرت و خودکفایی اقتصادی و نیل به پیشرفت اقتصادی است. فرهنگ کار مطلوب به عنوان شیوه زندگی نقش بنیادی و زیر بنایی در ارتقای سطح پویایی جوامع و حصول به پیشرفت اقتصادی دارد.

در این تحقیق به سه مقوله مهم و اساسی در این زمینه که عبارت از؛ چیستی یا مفهوم‌شناسی، چرایی یا عوامل ایجادیی و چگونگی یا فرایند ایجادیی فرهنگ کار است، اشاره می‌کنیم. در بخش چیستی فرهنگ کار با مفهوم، تعاریف و مولفه‌های اساسی فرهنگ و فرهنگ کار سروکار داریم. در بخش چرایی فرهنگ کار به تبیین وضعیت

موجود جامعه در برخورداری از فرهنگ مطلوب کار در مقایسه به شاخص های فرهنگ کار سایر کشورها اشاره شده است. در نهایت در بخش چگونگی فرهنگ کار به فرایند فرهنگ سازی فرهنگ کار در دو بخش مربوط به عاملیت افراد و ساختار و نهادهای مرتبط با فرهنگ سازی فرهنگ کار اشاره می کنیم.

### ۱. مفهوم شناسی

چیستی فرهنگ کار با تبیین مباحث مفهوم شناسی کلید واژه های؛ فرهنگ<sup>۱</sup>، کار<sup>۲</sup> و فرهنگ کار<sup>۳</sup> گره خورده است.

#### ۱.۱ فرهنگ

فرهنگ از دیدگاه کارشناسان مشتمل بر سه لایه هسته ای؛ باورها (جهان بینی)، ارزشها (بایدها و نبایدها) و هنجارها (الگوهای رفتاری برآمده از ارزشها) و سه لایه پوسته ای؛ نمادها و اسطوره ها، آیین، آداب و رسوم و رفتارهای اجتماعی و فناوری ها، مهارت ها و نوآوری ها می باشد. برخی سه لایه نخست را مربوط به فرهنگ می شمارند و سه لایه پوسته ای را مربوط به تمدن و مظاهر آن بر می شمارند و معتقدند؛ فرهنگ جامع ترین نظام معنایی یا بنیادی ترین نرم افزار هویت بخش و هدایت گر کنش های انسانی در فرآیند زیست فردی و اجتماعی در جامعه و مرکب از مجموعه نسبتاً منسجمی از عناصر هستی شناختی (= جهان بینی) و ارزش شناختی (= ایدئولوژی یا نظام بایدها و نبایدهای منبعث از آن جهان بینی) هست و عناصر مادی برآمده از این نظام معنایی را بیشتر عناصر تمدنی نامیده اند (شرف الدین، ۱۳۹۴، ش ۵، ص ۵۰). همچنین هر فرهنگ لایه ها و سطوح مختلفی دارد. عمیق ترین لایه های فرهنگی، لایه های است که عهده دار تفسیر انسان و جهان است؛ مجموعه معانی که جغرافیای هستی را رسم و انسان را در آن تعریف کرده،

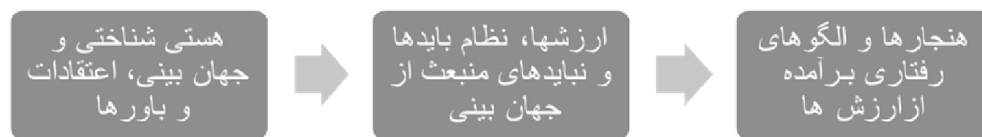
<sup>۱</sup> Culture

<sup>۲</sup> Work

<sup>۳</sup> work culture

سعادت و آرمان‌های زندگی و مرگ را تبیین می‌کند (پارسانیا، ۱۳۹۱، ص ۴۸).

ترسیم ۱: عناصر و اجزای اساسی فرهنگ



منظور از فرهنگ در عرصه اقتصادی می‌بایست مبتنی بر این سه عنصر باشد: ۱- هستی‌شناختی و باورها، ۲- ارزشها و باید و نبایدها، ۳- هنجارها و الگوهای رفتاری.

### ۱.۲ کار

کار در لغت به معنی عملی است که از روی قصد و از موجود با شعور سربرزند. در اینجا کار اخص از فعل است چرا که فعل به موجودات بی شعور یعنی جمادات و گاه به کاری که از موجودات دارای شعور اما بدون قصد انجام می‌شود، نسبت داده می‌شود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۵۸۷). کار در اقتصاد عمل و فعالیتی هست که توسط عامل انسانی برای کسب درآمد و تولید محصول انجام می‌گیرد.

### ۱.۳ فرهنگ کار

فرهنگ کار ارزشهایی است که اعضای یک گروه معین دارند؛ هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی تولید می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۳، ص ۳۶). در یک تعبیر دیگر فرهنگ کار مجموعه رفتارهای درونی شده مطلوب و مناسب در کارکنان است که برای توسعه و موفقیت در سازمان ضروری است (اسمیت، ۲۰۰۴، ص ۹۵؛ اکبری، ص ۱۸۲). برخی فرهنگ کار را رعایت نظم در انجام کارها، سخت‌کوشی و صرفه‌جویی در مصرف کالا تعریف می‌کند (توراكو، ص ۶۱؛ اکبری، ص ۱۸۲).

در یک جمع‌بندی با توجه به تعاریف فرهنگ و کار می‌توان گفت که فرهنگ کار عبارتست از مجموعه‌ای مشتمل بر نظام معنایی باورها، ارزشها یا بنیادی‌ترین نرم‌افزار هویت‌بخش و هدایت‌گر کنش‌های انسانی در فرآیند زیست‌فردی و اجتماعی در جامعه و محیط کار و مرکب از مجموعه نسبتاً منسجمی از عناصر، لایه‌ها و سطوح مختلف ارزشی، هنجاری که الگوهای رفتاری برآمده از آن ارزشهای اقتصادی مربوط به فرهنگ کار را در جامعه اقتصادی نهادینه می‌کند.

## ۲. عوامل ایجاد کننده فرهنگ کار

یکی از عوامل و ضرورت هایی که ایجاد می کند به دنبال ارتقا، بهبود و نهادینه کردن فرهنگ کار مطلوب در جامعه خود و در بخش تولید و فعالیت های اقتصادی آن باشیم، پایین بودن برخی از شاخص های اساسی فرهنگ کار بر اساس مقایسه با آمار وضعیت فرهنگ کار در کشورهای قدرتمند اقتصادی اروپایی و نیز در مقایسه با برخی کشورهای منطقه ای و آسیایی است.

### ۲.۱ عامل افزایش میزان ساعت کاری مفید در هفته

به دست آوردن میزان ساعت کاری در هفته بر اساس قانون سازمان کار جهانی صورت می گیرد که این سازمان میزان متوسط ساعات کاری در هفته را ۴۸ ساعت اعلام کرده است. البته این میزان متوسط ساعت کار است و در مشاغل خاص متفاوت است. براساس این آمار متوسط ساعت کاری در قبرس ۴۱.۷، اتریش ۴۱.۴، یونان ۴۱.۲، لهستان و پرتغال ۴۱.۱ ساعت است که بیشترین ساعات کاری اعلام شده است. دانمارک با میزان ساعت کاری ۳۷.۸ و بعد از آن ایتالیا ۳۸.۸، هلند و فرانسه ۳۹ و فنلاند و ایرلند با ۳۹.۱ کمترین ساعات کاری در هفته را دارند.<sup>۱</sup>

برآوردها نشان می دهد که از ۴۴ ساعت کار هفتگی قانونی در کشورهای توسعه یافته ۲۸ ساعت به صورت مفید انجام می شود و اما بر اساس برآورد مرکز پژوهش های مجلس در ایران با وجود انجام ۴۴ تا ۴۹ ساعت کار در هفته؛ ساعات کار مفید در خوشبینانه ترین حالت فقط ۱۱ ساعت است.<sup>۲</sup> در حالیکه برخی آمارهای دیگر نیز این میزان را ۶ تا ۷ ساعت در هفته برآورد کرده است. با این حال میزان ساعات کار مفید هفتگی در ژاپن ۴۰ تا ۶۰ ساعت و در کره جنوبی نیز ۵۴ تا ۷۲ ساعت برآورد می شود.<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> <https://ec.europa.eu/>

<sup>۲</sup> <https://www.mehrnews.com/news/۱۶۰۴۱۹۶/&https://www.dw.com/fa-ir/۱۵۹۵۹۴۵۸>

<sup>۳</sup> <https://www.mehrnews.com/news/۱۶۰۴۱۹۶/>

جدول وضعیت ساعات کار مفید در ۱۱ کشور جهان

کشور	ساعت کار مفید (سالانه)
ایران	۸۰۰ ساعت
ژاپن	۲۴۲۰ ساعت
کره جنوبی	۱۹۰۰ ساعت
چین	۱۴۲۰ ساعت
آمریکا	۱۳۶۰ ساعت
ترکیه	۱۳۳۰ ساعت
پاکستان	۱۱۰۰ ساعت
افغانستان	۹۵۰ ساعت
آلمان	۱۷۰۰ ساعت
کویت	۶۰۰ ساعت
عربستان	۷۲۰ ساعت

بر اساس جدول فوق ایران به عنوان سومین کشور با حداقل ساعت کار مفید سالانه است.

## ۲.۲ عامل افزایش بهره‌وری<sup>۱</sup> در فرایند تولید

اما یکی از شاخص‌های تعیین کننده‌ی که به عنوان ارزش در فرهنگ کار مطرح است، داشتن بهره‌وری در کار است که بر اساس تولید ناخالص داخلی در ساعت کار محاسبه می‌شود. در اصطلاح مدیریتی، یک دیدگاه فکری است که در آن انسان با تلاشی

<sup>۱</sup> Productivity

مستمر، برای افزایش رشد اقتصادی و بهبود سطح زندگی فردی و اجتماعی، روش های جدیدی را به کار می گیرد تا بتواند از منابعی مثل نیروی کار، سرمایه، زمین، انرژی و ... بیشترین استفاده و سود را ببرد. در تعریف دیگری بیشترین استفاده علمی از منابع فیزیکی (مادی)، نیروی انسانی و دیگر عوامل به طوری که بهبود بهره وری، به کاهش هزینه تولید، گسترش بازارها، افزایش اشتغال و بالا رفتن سطح زندگی همه آحاد ملت بینجامد (طالب زاده، ۱۳۹۵، ص ۴).

بر اساس این شاخص بین سال های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۴ م، کشور آلمان غربی ۴۳.۳ درصد و آمریکا ۲۹.۵ درصد، افزایش بهره وری داشته اند؛ و در گزارش دیگری کارکنان تمام وقت در سراسر اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۸ به طور میانگین ۴۰.۲ ساعت در هفته کار کرده اند و ۹۱.۴ درصد تولید روزانه داشته اند.<sup>۱</sup>

همچنین در میان کشورهای آسیایی کشور ژاپن با درک ارزش بهره وری مرکز بهره وری تشکیل داد و آن را یک اولویت و انتخاب ملی اعلام کرد. آنان با انگیزه ای بالا، بهره وری ملی خود را بین سال های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۴ م، ۹۹.۶ درصد افزایش دادند.

اما بر اساس تحقیقات انجام گرفته وضعیت رشد شاخص بهره وری نیروی کار در کشور طی سال های ۸۴ تاکنون در بهترین حالت در سال ۸۴، ۱.۴ درصد، در بدترین وضعیت در سال ۸۹، ۰.۲ درصد برآورد شده است. این نرخ در رشد بهره وری کل عوامل تولید وضعیت نامطلوب تری دارد چرا که این میزان در سال ۸۴ معادل ۰.۶ درصد، در سال ۸۵، ۰.۱ درصد، در سال ۸۶ معادل منفی ۰.۳ درصد، در سال ۸۷ معادل منفی ۰.۵ درصد، در سال ۸۸ معادل منفی ۰.۷ درصد و در سال ۸۹ معادل منفی ۰.۳ درصد برآورد شده است.

همچنین با بررسی تاثیر عوامل فردی و خانوادگی، جمعیتی، مذهبی، شغلی و سرمایه اجتماعی بر فرهنگ کار در کشورهای ایران، ژاپن، چین، مالزی و ترکیه و نتایج

<sup>۱</sup> <https://www.weforum.org/>

آزمون ها به این امر دلالت دارد که فرهنگ کار در ایران در مقایسه با چهار کشور دیگر به طور چشم گیری پایین است (نهادندی، ۱۳۹۷، ش ۸۱).

وجود این وضعیت ضعف شاخص های و عوامل تاثیر گذار فرهنگ کار ریشه در معضلات فرهنگی دارد که راه برون رفت از آن ایجاد، تقویت و اصلاح فرهنگ کار کشور با فرهنگ سازی و نهادینه سازی فرهنگ کار مطلوب و تقویت سرمایه انسانی در جامعه اقتصادی کشور است.

### ۳. فرایند ایجاد کننده فرهنگ کار

چگونگی فرهنگ کار با فرهنگ سازی<sup>۱</sup> و نهادینه سازی<sup>۲</sup> فرهنگ کار قابل ایجاد و تقویت است.

#### ۳-۱- فرهنگ سازی فرهنگ کار

برای «فرهنگ سازی» که یک اصطلاح جدیدی در ادبیات علوم اجتماعی و جامعه شناسی هست، تعاریف با انسجام علمی چندانی ارائه نشده است؛ اما در تعاریف عامه تغییر فرهنگ یا فرهنگ سازی به معنای ایجاد نگرش و یا تغییر و اصلاح آن می باشد (ربانی، [www.kayhannews.ir](http://www.kayhannews.ir)). از دیدگاه برخی از کارشناسان «فرهنگ سازی» فرآیندی است که طی آن با اثرگذاری بر بخش های شناختی و عاطفی اشخاص در رفتار آنها تغییر ایجاد می کنیم (ش فیعی سروسستانی، ۱۳۹۴، ش ۵، صص ۷ تا ۲۳)؛ منطبق بر سه مرحله پیش، منش و کنش است (دهشیری، ۱۳۸۸، ش ۴).

همچنین در تعریف دیگر آمده است؛ فرهنگ سازی فرایندی است که موجبات محتوا سازی، ساختاریابی، اصلاح بخشی و مشارکت دهی اجتماعی را از رهگذر تعامل گرایی جوامع فراهم می سازد. (دایره المعارف بریتانیکا، ۲۰۰۲، ج ۱۶) پر واضح است که در مشارکت دهی اجتماعی، بحث نظارت و کنترل اجتماعی نیز مطرح هست. در این جا منظور از «فرهنگ سازی فرهنگ کار»، فرآیند تاثیر گذاری دائمی، پایدار و

<sup>۱</sup> Culture-Building

<sup>۲</sup> Institutionalization



پویا بر هسته فرهنگ کار یعنی بر بنیادی ترین نرم افزار هویت بخش و هدایت گر کنش‌های انسانی و اثرگذاری بر بخش‌های بینشی، شناختی و عاطفی اشخاص فعال در عرصه اقتصادی مخصوصاً عرصه ی تولید و فعالیت اقتصادی است که این مهم با محتواسازی فکری، ساخت یابی بر اساس تلفیق و سازگاری بین ساختار نهادی و عاملیت فردی، اصلاح و نظارت اجتماعی برای نهادینه سازی فرهنگ کار فراهم می‌آید.

### ۳-۱-۱- مرحله محتواسازی فکری در فرهنگ سازی فرهنگ کار

مرحله ی محتواسازی فکری در قالب تبیین آموزه ها و قضایای بینشی - معرفتی و ارزشی - هنجاری فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی صورت می‌گیرد. این مرحله همان عمیق ترین لایه ی فرهنگ اقتصادی کار است که عبارت از لایه ی هستی شناختی و باورها، ارزشها و هنجارها که عهده دار تفسیر انسان و جهان است؛ و در لایه های بعدی عبارت از قوانین و قواعد اقتصادی در عرصه ی کار و فعالیت های اقتصادی است.

### ۳-۱-۲- مبانی بینشی رفتار کننده در فرهنگ کار

مبانی جمع مبنا، از ریشه «بنی»، به معنای اساس، پایه، شالوده یک چیز آمده است (راغب اصفهانی، پیشین، ج ۱، ص ۲۵۲). هر چه که بر آن و با تکیه بر آن بر رویش چیزی می‌گذارند (راغب اصفهانی، پیشین، ج ۱، ص ۱۴۷) و به معنای «ما بینی علیه شی» است یا چیزی است که شی بر آن استوار می‌شود و منظور از مبانی بینشی از سنخ قضایایی است که با «هست» یا «نیست» بیان می‌شود و شامل گزاره‌های کلی هستی‌شناسانه، معرفت‌شناسانه و ارزش‌شناسانه است (میرمعزی، ۱۳۹۲، ص ۱۴۴).

مبانی بینشی به سه قسم تقسیم می‌شوند:

۱- مبانی معرفت‌شناسانه که درباره چیستی معرفت و چگونگی حصول آن و اعتبار سنجی آن است.

۲ مبانی ارزش‌شناسانه که درباره چیستی ارزش و چگونگی معرفت به آن است.

۳- مبانی هستی‌شناسانه که درباره عالم هستی به مفهوم عام آن است و شامل خداشناسی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و جهان‌شناسی است (همان).

بر اساس دیدگاه محققین اسلامی، دو نوع مبانی «مبانی مولد» و «مبانی زمینه‌ساز» در

ادبیات اقتصاد اسلامی داریم که از میان مبانی فلسفی سه گانه اقتصاد اسلامی، مبانی معرفت‌شناختی عمدتاً کارکرد جهت‌دهندگی و مبانی هستی‌شناختی و ارزش‌شناختی کارکرد تولیدی دارند (توکلی، ۱۳۹۴).

### ۳-۱-۳- مبانی بنیادین نظری فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی

برخی از آموزه‌ها و قضایایی بینشی - معرفتی که مبتنی بر آموزه‌های هستی‌شناسانه (شامل خداشناسی، انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی)، معرفت‌شناسانه و ارزش‌شناسانه فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی است. بر اساس نظر کارشناسان مبانی بینشی از سنخ قضایایی است که با «هست» یا «نیست» بیان می‌شود و شامل گزاره‌های کلی هستی‌شناسانه (شامل خداشناسی، انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی)، معرفت‌شناسانه، ارزش‌شناسانه (میرمعزی، ۱۳۸۹، ص ۱۴۴) است. این سنخ قضایا برای تشکیل و ساختار بندی نهادها و عواملان اقتصادی فصل الخطاب و از جمله اسناد بالادستی محسوب می‌گردد که می‌بایست در بخش بینشی فعالان اقتصادی، نهادها و سازمانهای اقتصادی مورد توجه قرار گیرد.

برخی از مهمترین آموزه‌های و قضایایی بینشی - معرفتی و برخی از اهداف فعالیت‌ها و کار اقتصادی در فرهنگ کار اسلامی عبارتند از:

۱. مدیر و مدبر تمام امور عالم از جمله امور اقتصادی خداوند متعال و قادر مطلق است و علم او بر همه چیز احاطه دارد (طه: ۹۸، انعام: ۵۹) و تقدیر معیشت همه مخلوقات توسط خداوند است (هود: ۶).

۲. مبنای اعطای روزیها بر اساس تفاوت استعدادها و تلاشهای مشروع اقتصادی است (نحل: ۷۱).

۳. از دیدگاه معرفتی در اقتصاد اسلامی منبع شناخت وحی و قرآن کریم است که به حق نازل شده است (اعراف: ۵۳) و ابزار شناخت گوش و چشم و عقل است (نحل: ۷۸).

۴. مبنای ارزشی سبقت گرفتن در نیکی‌ها و کسب خیرات (مائده: ۴۸؛ بقره: ۱۴۸) از جمله در مجموعه فعالیت‌های اقتصادی

۵. مبنای پرهیز از مفاسد اقتصادی در مجموعه فعالیت های اقتصادی (بقره: ۲۷۶، بقره: ۲۷۸، آل عمران: ۱۳۰، نساء: ۱۶۱، مائده: ۶۳)
۶. هدف غایی و کلان آفرینش و هدف تمام رفتارها از جمله رفتارهای اقتصادی عبودیت و بندگی (ذاریات: ۵۶) و داشتن زندگی و حیات طیبه است (نحل: ۹۷).
۷. کسب استقلال و خودکفایی اقتصادی (هود: ۶۱) از اهداف متوسط فعالیت و کار اقتصادی است.

### ۳-۱-۴- آموزه ها و قضایای ارزشی - هنجاری، فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی

هنجار در لغت به معنای؛ ۱- راه و روش، طریق، قاعده و قانون. ۲- جاده و راه راست است (دهخدا، ۱۳۷۷) و در بُعد معنایی دستورالعمل های رفتاری یعنی بایدها و نبایدها و اهداف و الگوهای آرمانی قواعد رفتاری استفاده می شود فریبرز (باقری، ۱۳۹۳). برخی از آموزه ها و قضایای ارزشی - هنجاری و برخی قوانین و قواعد مطرح در فرهنگ کار در اقتصاد اسلامی عبارتست از:

۱. باور به سنت اقتصادی رزق (هود: ۶؛ طلاق: ۳) و برکت (طلاق: ۲) از طرف خداوند متعال در صورتی که انسان تلاش صادقانه همراه با ایمان و عمل صالح داشته باشد (اعراف: ۹۶).
۲. باور به سنت امتحان و آزمایش به مقوله های اقتصادی (بقره: ۱۵۵) و آزمایشی بودن اعطای اموال و فرزندان (انفال: ۲۸)
۳. هنجار حلال بودن درآمد یعنی به دست آوردن مال از راهی که ممنوعیت شرعی ندارد (مائده: ۸۸؛ نحل: ۱۱۴).
۴. عدالت ورزی در عرصه های اقتصادی و رعایت حقوق دیگران (ذاریات: ۱۹)، عدالت ورزی در عرصه به کار گرفتن اموال اقتصادی به صورت کارا (نساء: ۵) و تخصیص درست و توازن درآمدها و دوری از اسراف و تقطیر (فرقان: ۶۷).
۵. صداقت و راستگویی در انجام فرایند کار (نساء: ۶۹).
۶. داشتن وجدان کاری در انجام کار و فعالیت تولیدی و اقتصادی (سبأ: ۱۱).

۷. داشتن انضباط کاری در انجام کار و فعالیت تولیدی و اقتصادی اعم از تقسیم وقت (قصص: ۷۳؛ یونس: ۶۷؛ اسراء: ۱۲) تقسیم کار بر اساس توانمندیها و تخصص افراد (زخرف: ۳۲)، رعایت میانه‌روی در کار با پرهیز از سستی یا حرص و آزمندی و رعایت میانه‌روی به هدف پاسداشت سلامت جسمی و روحی و رسیدگی به سایر وظایف.

۸. استقامت و مداومت در انجام کار و فعالیت تولیدی و اقتصادی (نحل: ۱۶)

۹. اخلاق نیک در فرایند فعالیت‌های اقتصادی (آل عمران: ۱۵۹)

۱۰. مهلت دادن بدهکار ناتوان (بقره: ۲۸)

۱۱. رعایت آداب و مقیداتی که برای برخی رفتارهای اقتصادی در فرایند فعالیت‌های اقتصادی و برای امور تجاری و اقتصادی در جهت دوری از اختلاف و نزاع رسیده است (بقره: ۲۸۲ و ۲۸۳).

### ۳-۲- مرحله ساخت یابی و عوامل فرهنگ سازی فرهنگ کار

مرحله‌ی ساختاریابی یکی از مراحل و فرایندهای فرهنگ سازی فرهنگ کار است. بر اساس نظریه آنتونی گیدنز، نظریه‌ی ساختاریابی یا ساخت‌یابی در اصل برای تبیین ارتباط «ساختار»<sup>۱</sup> و «عاملیت»<sup>۲</sup> برای هدایت، نظارت و محدودیت بخشی به اعمال و رفتارهای متقابل اجتماعی ساخت و عاملیت افراد استوار است. «ساخت یا ساختار» الگویی است که در میان اجزا و عناصر یک پدیده وجود دارد و می‌تواند مرتبط با مفهوم نظام در نظر گرفته و به مثابه راهی برای توصیف سازمان زندگی اجتماعی دانسته شود؛ و هیئت ترکیبی است که بر نهادها و ابزارها حاکم است و آنها را به یکدیگر ارتباط می‌دهد.

اصل تکوین نظریه ساختاریابی در حوزه علوم اجتماعی از نزاعی علمی بر سر مسئله پیچیده خرد و کلان یا همان دادن اصالت به عاملیت و ساختار میان اندیشه پردازان این

<sup>۱</sup> structure

<sup>۲</sup> Agency

حوزه سرچشمه گرفته است. بر این اساس ساختاریابی روشی است که به نقش کارگزار اقتصادی در بستر (ساختار) و ارتباط متعامل و متقابل ساختار و عامل (کارگزار) توجه می‌کند (عابدی اردکانی و آذرکمند، ۱۳۹۴، ش ۱). از این منظر، ساختار و عاملیت را نمی‌توان جدا از هم تصور کرد؛ زیرا آن‌ها دو روی یک سکه‌اند.

از دیدگاه بررسی نقش ساختارها در فرهنگ سازی فرهنگ کار اگر به مسئله نگاه کنیم می‌توان گفت که ساختارها می‌توانند شرایط را برای به فعلیت رسیدن گرایش‌های فطری و ذاتی انسان مهیا سازند و از این طریق سهم بسزایی در درونی‌سازی ایستارها، قواعد، هنجارها و... فرهنگ سازی فرهنگ کار اقتصادی مطلوب به عهده گیرند. همچنین بر اساس نظریه ساختاریابی منتخب، افراد و عاملان اجتماعی از این توانایی برخوردارند که با نوع کنش‌های خویش، در ایجاد، تغییر و بازتولید ساختار اجتماعی فرهنگ کار در جامعه اقتصادی با استفاده از نهادها و عاملیت تأثیر بگذارند.

نهاد الگویی رفتاری یا نظام متشکل از شیوه‌های رفتار و نقش‌های اجتماعی است که به منظور تامین نیازی از نیازمندیهای جامعه و مبتنی بر ارزشها و هنجارها شکل گرفته و در فرم آداب، فرهنگ، رسوم، قانون و ... تبلور یافته است. این نهادها، کنترل کننده رفتار افراد، حافظ نظم جامعه می‌باشد (جوشقانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۲۶).

نقش نهادها در فرهنگ‌سازی رفتار بر این اساس استوار است که نهادها عواملی هستند که عملکرد بلند مدت اقتصادها را به نحوی بنیادین تعیین می‌کنند (نورث، ۱۳۷۷، ص ۱۶۹) و به مثابه هنجارهای مقبولیت یافته هدایت کننده رفتار (وبلن، ۱۹۰۰، ص ۸۲۶) و فرهنگ اقتصادی و به عنوان ترتیبات اساسی زندگی و بخشی از سنت مرسوم جامعه، رفتار و کنش متقابل جمعی را در طول تاریخ حیات اجتماعی پدید آورده است (گیدنز، ۱۳۷۴، ص ۴۱۱).

نهادی شدن به معنی تجلی عناصر، کاربردی ساختن، تثبیت شدگی، ساخت یابی عام فرهنگی از قبیل؛ باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و نمادها، در قالب کنش‌ها و نقش‌های افراد و گروه‌هاست (شرف‌الدین، ۱۳۸۵، ص ۳۸) و فضای نهادی محیط بر افراد حداقل بر آن دسته از تصمیمات فرد که بازخورد اجتماعی دارند؛ تأثیر می‌گذارد

(جوشقانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۷۸). به تعبیر دیگر نقش نهادها در جامعه این است که از طریق تأسیس یک ساختار با ثبات (اما نه لزوماً کارا) برای کنش‌های متقابل انسانی، عدم اطمینان را کاهش می‌دهند. اما در این ساختار با ثبات، آداب و رسوم، اصول و قواعد سلوک، هنجارهای رفتاری، مجموعه قوانین مصوب، قوانین عرفی و قراردادهای فردی همگی در حال تغییر تدریجی‌اند.

همچنین تاثیر و نقش نهاد بر فرهنگ کار و فرهنگ‌سازی می‌توان بر اساس فضای نهادی تبیین کرد. فضای نهادی متشکل از سه جزء ترتیبات نهاد، نظام نهادی و محیط نهادی است. محیط نهادی قیود و چارچوب‌های حاکم بر فرهنگ کار اقتصادی است. در ترتیبات نهادی سعی بر این است که در چارچوب قواعد بازی، چگونه رفتار سازماندهی شود و تصمیم‌گیری صورت پذیرد. معمولاً چند نهاد متجانس، با یکدیگر پیوند می‌خورند و یک نظام نهادی به وجود می‌آورند که پاسخ‌گوی گونه‌ای از نیازمندی‌های انسانی (جوشقانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۷۸) بر اساس استفاده از نهاد است. نظام نهادی تمرکز نهادهای هم‌سنخ در یک بُعد از اجتماع است، ولی ترتیبات نهادی کنارهم قرار گرفتن نهادهای متفاوت از ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی ولی موثر بر رفتار مورد نظر است. مثلاً از تجمع نهادهای اقتصادی یک نظام نهادی مانند بازار پدید می‌آید. ترتیبات نهادی؛ نهاد بازار حاصل از نظام نهادی اقتصادی را به دیگر ابعاد زندگی اجتماعی پیوند می‌دهد (همان، ص ۷۹).

### ۳-۲-۱- نقش نهادها در فرهنگ‌سازی فرهنگ کار

نهاد<sup>۱</sup> به زبان جامعه‌شناختی، بخش نظام یافته زندگی یک جامعه و پیکره‌بندی الگوهای رفتاری مشترک گروه اجتماعی است که بر محور تأمین نیازهای اساسی آن سامان یافته است؛ و افراد جامعه به خاطر احتیاجات خود، نهادهایی را به وجود می‌آورند که به مرور زمان به صورت آداب و رسوم مورد قبول جامعه قرار می‌گیرد (قلی‌پور،

<sup>۱</sup> Institutions

نهادها به عنوان یکی از اجزاء و ارکان مهم ساختارهای اجتماعی، عبارت از عادات تصویب شده فکری و مشترک در بین عموم انسان‌ها هستند که به مثابه هنجارهای هدایت کننده رفتار از مقبولیت عامه برخوردار شده اند (وبلن ۱۹۰۰، ص ۸۲۶). بر این اساس نهادها در فرایند ساختاریابی الگوی فرهنگ سازی فرهنگ کار مطلوب نقش ویژه ای دارند.

به تعبیر دیگر نهادها قراردادهایی وضع شده از جانب بشر هستند که روابط متقابل انسان‌ها با یکدیگر را شکل می‌دهد، در نتیجه سبب ساختار مند شدن انگیزه‌های نهفته در مبادلات مختلف بشری می‌شوند (رنانی اصفهانی، ۱۳۸۹، ش ۳۷). وی در آخرین اظهار نظر خود درباره نهادها، آنها را قواعد رسمی، هنجارهای غیر رسمی و ویژگی‌های اجرایی آنها می‌داند و بیان می‌کند که نهادها تعیین می‌کنند که چگونه افراد رابطه متقابل خود را در زمینه مشخص شکل دهند (همان). از نگاه وی نهادها قواعدی هستند که انجام مبادله‌ها را امکان پذیر ساخته و برای رفتار کردن به شکل خاصی ایجاد انگیزه می‌کنند (ریزوندی و همکاران، ۱۳۹۴، ش ۱۳۱، صص ۱۸۵-۲۱۰).

نهادها به اعتبارات مختلفی تقسیم شده اند: رسمی و الزام آور، در مقابل غیررسمی و غیرالزامی، فراگیر به گستره کل جامعه، ناحیه‌ای و منطقه‌ای، متضمن ارزش‌های والای اجتماعی و متضمن ارزش‌های عادی و... مهم‌ترین گونه‌شناسی نهادها تقسیم آنها به نهادهای اصلی و اولی در مقابل نهادهای فرعی و ثانوی است. نهادهای اصلی در همه زمان‌ها، همه مکان‌ها و همه جوامع، هرچند با اشکال و صور مختلف، وجود داشته‌اند و به اصلی‌ترین نیازهای انسانی در جامعه پاسخ می‌گویند. نهادهای سیاسی، اقتصادی، آموزشی پرورشی، دینی و خانواده از جمله نهادهای اصلی مورد وفاق جامعه‌شناسان اند.

از انواع نهادهای اجتماعی می‌توان: خانواده، اقتصاد، دین، سیاست، فرهنگ، آموزش، هنر، وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی را نام برد (گلشن فومنی، ۱۳۷۹، ص ۳۳). مجموعه ی این نهادها در فرهنگ سازی فرهنگ کار نقش اساسی دارند. به طور کلی می‌توان

گفت که نهادها در الگوی فرهنگ کار، نظام متشکل از شیوه‌های رفتار و نقش‌های اجتماعی است که به منظور تامین نیازی از نیازمندی‌های جامعه و مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارها شکل گرفته و در فرم آداب، فرهنگ، رسوم، قانون تبلور یافته است. این نهادها دارای دوام، عمومیت، مقبولیت، پویایی، نظم و پیچیدگی، کنترل کننده رفتار افراد، حافظ نظم جامعه می باشد (جوشقانی وهمکاران، ۱۳۹۷، ص ۲۶).

### ۳-۲-۱-۱- نقش نهاد خانواده در فرهنگ سازی فرهنگ کار

نهاد خانواده از فراگیرترین و اصیل‌ترین نهادها شمرده می‌شود؛ که در ایجاد فضای متعالی افراد جامعه و رشد آنان تا نیل به سعادت بشری و قرب الهی نقش مهمی دارد. تولید و تربیت نسل، سازماندهی کار، نظارت اجتماعی، تأمین نیرو برای مبارزه با عوامل مزاحم (محسنی، ۱۳۷۵، ش ۲۵، صص ۲۲-۳۷)، تأمین اقتصادی اعضای خانواده، تثبیت جایگاه اجتماعی اعضای خانواده و اجتماعی کردن آنها به عنوان عضو جدید، انتقال میراث های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر از جمله آموزش صحیح فرهنگ کار و... از جمله کارکردهای نهاد خانواده است. همچنین فرهنگ سازی و نهادینه نمودن مصرف مدبرانه با آگاهی یافتن همسران و تصحیح عملکرد اقتصادی آنان و همچنین آموزش های اقتصادی به فرزندان، می‌تواند در خانواده صورت گیرد. بنابر این برای فرهنگ سازی فرهنگ کار مطلوب در اسلام امر آموزش و تربیت اقتصادی افراد خانواده در سطح اول در خانواده صورت می‌گیرد و اسلام طریقه میانه ای را برای پرورش فرزندان سفارش می‌کند که هر دو ساحت مادی و معنوی را مد نظر قرار می‌دهد؛ و یک سیستم متعادل برای انذار، تبلیغ و تشویق و تربیت اقتصادی افراد به ویژه در سطح آموزش و خانواده برای افراد ارائه می‌دهد (حدید: ۲۰؛ مجادله: ۱۷؛ ممتحنه: ۳۰؛ منافقون: ۹؛ تغابن: ۱۴-۱۵؛ توبه: ۸۵؛ نوح: ۲۱).

### ۳-۲-۱-۲- نقش نهادهای تعلیم و تربیت در فرهنگ سازی فرهنگ کار

نهاد تعلیم و تربیت از دو واژه‌ی تعلیم و تربیت تشکیل شده است. تعلیم «پرورش نیروی فکری و بعد عقلانی انسان» و به تعبیر دیگر، «فراهم آوردن زمینه برای رشد و شکوفایی استعدادهای ذهنی انسان» است (شریعتمداری، ۱۳۸۲، ش ۴۱۵۸، صص ۸-۸)



۱۱۲۵) و نیز گفته شده است: «تعلیم، ایجاد خلاقیت و ابتکار در فکر و نیروی اندیشه انسان» است (همان). بنابراین این می‌توان گفت که: تعلیم ناظر به شکوفا ساختن و به فعلیت در آوردن نیروی فکری یا ذهنی و عقلانی انسان و انتقال معلومات از معلم به متعلم است.

اگر چند امروزه ساختار نهادهای آموزشی و پرورشی تعلیم و تربیت در طول زمان تغییر یافته است با آموزشی که از راه دور مرسوم است و در زمانهای بعد ممکن است شکل دیگری به خود بگیرد؛ اما از کارکردهای اصلی آنها می‌توان به افزایش سطح آگاهی افراد جامعه، کمک به اجتماعی شدن افراد، ایجاد تحول در جامعه از طریق انجام تحقیقات بنیادی و کاربردی، آماده سازی افراد برای ایفای نقش‌ها و تصدی مشاغل متفاوت در جامعه و انتقال میراث‌های فرهنگی از جمله فرهنگ کار را می‌توان اشاره کرد. نهاد اجتماعی آموزش و پرورش دارای کارکردهایی چون آموزش، اجتماعی کردن و شناساندن فرهنگ کار است (گلشن فومنی، ۱۳۷۹، ص ۲۶).

### ۳-۲-۱-۳- نقش نهادهای حکومتی در فرهنگ سازی فرهنگ کار

نهاد حکومت از جمله نهادهای رسمی و اصلی جامعه است. از دیدگاه منابع اسلامی برقراری و تشکیل حکومت، امری فطری است که با اجرای احکام، ماهیت احکام، قوانین اسلامی، اهداف بعثت انبیا و هدایت و کمال بشر، تلازم عقلی دارد. مفهوم حکومت در آموزه‌های قرآن کریم فراتر از آن چیزی که در علوم سیاسی متعارف است. این مفهوم به معنای، خلافت و ولایت از سوی خداوند برای بستر سازی کمال یابی بشر است. از این رو همه چیز در محور توحید و تکامل انسانی، معنا و مفهوم می‌یابد. در این راستا حکومت به معنای سلطه و فرمان، یکی از مراتب توحید بوده و تنها خداوند حاکم بر مال و جان بشر است. پس می‌تواند برای اداره امور بشر و کمال یابی او شخصی را از جنس بشر مشخص کند تا از جانب او حکومت کند.

اگر با رویکرد اثبات نقش نهادهای حکومتی در امر فرهنگ سازی فرهنگ کار به مسئله نگاه کنیم می‌توان گفت که نهادهای حکومتی در حاکمیت اسلامی نهادهایی هستند که با حفظ نظم، اجرای عدالت و حفظ جامعه در قبال بیگانگان زمینه را برای

استفاده مشروع از قدرت به منظور استقرار نظام اجتماعی همچنین اجرا، نظارت و کنترل اجتماعی در امر فرهنگ سازی فرهنگ کار را بر عهده دارد و غالباً اجرای این قبیل کارکردها به عهده سازمان خاصی به نام دولت است.

### ۳-۲-۱-۴- نقش نهادهای اقتصادی در فرهنگ سازی فرهنگ کار

نهاد اقتصادی<sup>۱</sup> به یک نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه که ارتباط مستقیمی با تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات دارد، اطلاق می‌شود. کارکرد اصلی نهاد اقتصادی، تأمین وسایلی است که اعضای جامعه با استفاده از آنها، نیازهای خود را تأمین می‌کنند. کارکردهای نظام اقتصادی با تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات ارتباط دارد که به عنوان عرصه‌ی نهادینه سازی فرهنگ کار مطرح می‌باشد.

### ۳-۲-۲- نقش عاملیت عاملان اقتصادی در فرهنگ سازی فرهنگ کار

نظریه عاملیت از مفاهیم اساسی در دانش جامعه‌شناسی است که گاه برابر با مفهوم کنش (گیدنز، ۱۳۸۴، ص ۶۴) است و بیشتر برای توضیح اعمالی به کار گرفته می‌شود که معمولاً عامل انسانی همراه با نیت و قصد آنها را انجام می‌دهد (باتامور، ۱۳۹۲، ص ۷۶۸). منظور از آن این است که یک رفتار انسانی، زمانی مصداق عاملیت به‌شمار می‌آید که دست‌کم متکی بر نیت و قصد عامل صورت پذیرفته باشد (کسل، ۱۳۹۲، ص ۱۳۵).

عاملیت بر اساس دیدگاه اقتصاد اسلامی از لزوم داشتن قصد تقرب و نزدیکی به خداوند متعال (مائده: ۲۷) و کسب رضایت خداوند در رفتارهای اقتصادی (بقره: ۲۶۵) به عنوان یک مولفه بینشی - هدفی در کار اقتصادی مطلوب مورد توصیه است که در فرهنگ کار به عنوان مبنا و از طرف عاملیت به عنوان یک هنجار و اصل مبنایی می‌بایست مد نظر قرار گیرد. عاملیت در فرهنگ کار اقتصادی می‌بایست توجه به معنویات همراه با کار اقتصادی (نور: ۳۷) مد نظر داشته باشد.

<sup>۱</sup> Economic entity

مسئله به رسمیت شناختن عاملیت و نقش آن در فرهنگ سازی فرهنگ کار یکی از مولفه های اساسی مرحله ی ساختاریابی در فرایند فرهنگ سازی است؛ زیرا عاملیت مطرح در اقتصاد اسلامی ضمن اینکه در قالب فرایند خودسازی، خود عامل به ارزشها، هنجارها و قواعد و قوانین فرهنگ کار مطلوب است، الگو و نمونه ای برای سایر عاملان و فعالان اقتصادی به هدف فرهنگ سازی فرهنگ کار اسلامی می گردد.

### ۳-۳- مرحله کنترل اجتماعی<sup>۱</sup> در فرهنگ سازی فرهنگ کار

مرحله ی کنترل اجتماعی در فرهنگ سازی به عنوان استلزام مشارکت دهی اجتماعی در فرایند فرهنگ سازی فرهنگ کار مطرح است. اجرای این مرحله می تواند به مسئولیت هیئت حاکمه و نهادها و عاملان اقتصادی و افراد در جامعه اسلامی و در فرایند عملیات کار و تولید اقتصادی مربوط باشد.

کنترل اجتماعی به مجموع مجازات مثبت و منفی که به منظور حفظ هم نوایی و سازش رفتارها به کار می رود کنترل اجتماعی، نظارت اجتماعی یا تسلط اجتماعی گفته می شود (روشه، ۱۳۷۶، ص ۵۶).

در تعبیر دیگر کارهایی که جامعه برای واداشتن اعضایش به سازگاری و جلوگیری از ناسازگاری به کار می برد، کنترل اجتماعی نامیده می شود (ستوده، ۱۳۸۶، ص ۱۳۳). بر این اساس یکی از مراحل فرهنگ سازی کنترل اجتماعی است که در امر فرهنگ سازی فرهنگ کار می توان با سازوکارهای کنترلی آن را به سرانجام رساند. به این معنا که ارزشها و هنجارهای اجتماعی به فرد آموخته می شود و سپس به وسیله کنترل اجتماعی، رفتار او تحت نظارت قرار می گیرد (قنادان و همکاران، ۱۳۸۴، ص ۲۰۸).

### ۳-۴- مرحله نهادینه سازی فرهنگ کار

«نهادینه سازی» یکی از اصطلاحات علم جامعه شناسی است که بیشتر از آن به نهادینه شدن تعبیر می شود و کارکرد مشترکی با فرهنگ سازی دارد. نهادینه شدن عبارت از فرایند تنظیم و الگو شدن روشها و رویه های مصوب جامعه است (قنادان و همکاران،

<sup>۱</sup> Social Control

۱۳۷۵، ص ۱۲۷). به عبارت دیگر نهادینه شدن یک امر اجتماعی، یعنی پایه ای و ریشه ای شدن آن در متن و عمق جامعه و مقبول، تایید و به رسمیت شناخته شدن آن ارزشها و مقررات توسط افراد جامعه است. پس مفهوم «نهادینه سازی» در واقع عینیت‌یابی و تجلی عناصر عام فرهنگی (باورها، ارزشها، نگرشها، هنجارها، نمادها) در قالب رفتار و کنش‌ها و نقش‌های افراد و گروههاست. به عبارت بهتر، نهادینه شدن، کاربردی ساختن، تثبیت شدگی یا ساخت‌یابی عناصر فرهنگی در قالب‌های عینی نظام اجتماعی است. برخی برای «نهادینه کردن»، راهکارهایی از قبیل؛ آموزش عمومی، تحکیم بنیادهای اعتقادی و نظارت را مطرح کرده اند (ایروانی، ۱۳۸۳، ش ۱۴، ص ۹۳ - ۱۱۵). در اینجا «نهادینه سازی فرهنگ کار» عبارت از کاربردی ساختن، تثبیت شدگی یا ساخت‌یابی عناصر اساسی فرهنگ کار در قالب‌های عینی نظام اقتصادی و تجلی عناصر عام فرهنگ کار (باورها، ارزشها، نگرشها، هنجارها و نمادها) در عرصه‌ی کار و فعالیت‌های اقتصادی است.

### ۳-۴-۱- فرایند نهادی شدن و عینیت‌یابی فرهنگ کار

بر اساس نظر کارشناسان نهادها به هنگام عینیت‌یابی به حضور کنشگران و مجموعه ای از تاسیسات نیازمند خواهد بود و ترکیب چهار عنصر با نسبت‌های مختلف سازنده‌ی نهادهای اجتماعی است (شرف‌الدین، ۱۳۸۵، ص ۳۹-۴۰). پس برای نهادی شدن رفتارها در یک نظام اجتماعی نیازمند به این اجزا و ارکان یا عناصر ذیل هستیم:

۱. جماعات و گروه‌های کنشگر که براساس باورها، ارزشها، ایدئولوژی‌های معین تجمع یافته و با استمرار تعامل خود، به دنبال نهادی ساختن رفتار خاصی هستند.
۲. نقش‌ها یا نظام وظایف و مسئولیت‌ها و انتظارات از دارندگان پایگاه‌های مختلف اجتماعی که شیوه‌های مشارکت افراد در گروه‌های مختلف نظام را معین می‌کند؛ برای مثال، نقش پدر، در خانواده یا نقش معلم در مدرسه. نظام نقش‌ها معمولاً بر نظام تقسیم کار کلان اجتماعی استوار است.

۳. ارزش‌ها یا تمایلات مطلوب و جهت‌گیری‌های ترجیحی نظام اجتماعی یا بایدهای برآمده از باورها و آرمان‌ها و به‌عبارتی، کمال مطلوب‌هایی که باید باشد، باید انجام پذیرد،

باید بشود؛ و ارزش‌های تبدیل‌نشده بیشتر به صورت باور و آرمان باقی می‌مانند.  
 ۴. هنجارها، الگوها، قواعد رفتاری یا رفتارهای پسندیده و مرجح، که در قالب مجموعه قوانین، اخلاقیات، آداب و رسوم و احکام شرعی صورت‌بندی شده است. به بیان دیگر، هنجارها همان ارزش‌های صورت‌بندی شده اند (شرف‌الدین، ۱۳۸۵، ص ۳۹-۴۰).  
 با وجود این عناصر در این فرایند نهادی شدن رفتارها و در یک فرایند نه چندان روشن باورها به ارزش‌ها، ارزش‌ها به هنجارها و هنجارها به رفتارها تبدیل می‌شوند.  
 همچنین برای نهادینه شدن یک رفتار، فرایند از عادت شدن آن رفتار شروع می‌گردد که با تکرار رفتار به تثبیت عادت منجر می‌شود و بعد به حالت قاعده می‌بایست تبدیل گردد و در نهایت به یک نهاد که ثابت و پایدار است، تبدیل می‌گردد (جوشقانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۸۷).

#### ترسیم ۲: فرایند نهادی شدن یک رفتار



#### نتیجه‌گیری

تحقیق در سه بخش چیستی و چرایی فرهنگ کار و چگونگی فرهنگ سازی آن با توجه به آموزه‌های اسلامی و ادبیات تحقیقی مربوطه ارائه شده است.  
 در بخش اول به مفهوم شناسی فرهنگ، کار و فرهنگ کار به این نتایج رسیدیم که فرهنگ مشتمل بر سه لایه‌ی هسته‌ای؛ باورها (جهان‌بینی)، ارزش‌ها (بایدها و نبایدها) و هنجارها (الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌ها) است.  
 فرهنگ کار مجموعه‌ای مشتمل بر نظام معنایی باورها، ارزش‌ها و هنجارها در حوزه ی اقتصادی و تولیدی است که در فرآیند فعالیت های اقتصادی در جامعه اقتصادی و محیط کار نهادینه می‌گردد.

در بخش چرایی فرهنگ کار به پایین بودن برخی از شاخص‌های اساسی فرهنگ کار

از جمله پایین بودن میزان ساعت کاری مفید در هفته و پایین بودن میزان بهره‌وری در کشور می‌توان اشاره کرد.

چگونگی فرهنگ کار با نهاده‌سازی و فرهنگ‌سازی آن در قالب ساختاریابی و عاملیت افراد مرتبط است؛ و فرهنگ سازی فرایندی است که موجبات محتوا سازی، ساختاریابی، اصلاح بخشی و مشارکت دهی اجتماعی را فراهم می‌سازد؛ بر اساس این فرایند نقش ساختار نهادی و عاملیت افراد با توجه به منابع اسلامی برای فرهنگ سازی فرهنگ کار در جامعه‌ی اسلامی ارائه شده است.

از جمله این مراحل؛ مرحله ی محتوا سازی فکری، مرحله ی ساختاریابی با تعریف ساختار نهادی است. در مرحله ی اخیر نقش هر یک از نهادهای اساسی جامعه در امر فرهنگ سازی فرهنگ کار اشاره شده است. همچنین نقش عاملیت در فرهنگ سازی فرهنگ کار با توجه منابع اقتصاد اسلامی و در نهایت به مرحله ی کنترل اجتماعی به عنوان استلزام مشارکت دهی اجتماعی در فرایند فرهنگ سازی فرهنگ کار اشاره شده است.

## فهرست منابع

### ❖ قرآن کریم

- ۱) اسدی، علی (۱۳۹۳)، نظام اقتصاد اسلامی الگویی کامل برای اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های راهبردی و کلان، ۲ (شماره ۵)، ۲۵-۳۹.
- ۲) اسمیت و نوبل (۲۰۰۴)، به نقل از: کرامت الله اکبری، بررسی عوامل موثر بر فرهنگ کار، پژوهشنامه علوم انسانی
- ۳) ایروانی، جواد (۱۳۸۳)، اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، مجله تخصصی الهیات و حقوق، زمستان، شماره ۱۴، ص ۹۳-۱۱۵
- ۴) آرین قلی پور (۱۳۸۴) نهادها و سازمانها (اکولوژی نهادی سازمانها): سمت.
- ۵) بهجت پور، عبدالکریم (۱۳۸۸)، درآمدی بر اصول تحول فرهنگی با الهام از نزول تدریجی قرآن، بوستان کتاب قم.
- ۶) پارسانیا، حمید (۱۳۹۱)، جهان‌های اجتماعی، قم: کتاب فردا.
- ۷) پیغامی، عادل؛ تورانی، حیدر (۱۳۹۰)، «نقش برنامه درسی اقتصاد در برنامه تعلیم و تربیت رسمی و عمومی دنیا: ارائه یک برنامه عمل برای یک برنامه درسی مغفول»، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، س ۹، ش ۳۷.
- ۸) جباران، محمد رضا (۱۳۹۰)، قیسات، سال شانزدهم، شماره ۳۰ ISC.
- ۹) جوشقانی نایینی و همکاران (۱۳۹۶)، تطور مفهومی نهاد و دلالت‌های آن بر مطالعات نهادی اقتصاد اسلامی و اقتصاد ایران، جستارهای اقتصادی ایران سال چهاردهم، شماره ۲۸.
- ۱۰) حسنی، سید حمیدرضا و موسوی، هادی (۱۳۹۱)، ساخت و عامل در نظریه اعتباریات علامه طباطبایی و نظریه ساخت یابی گیدنز، نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان، مقاله ۶، دوره ۲، شماره ۲.
- ۱۱) حسینی زبیدی، محمد مرتضی (۱۴۱۴)، تاج العروس من جواهر القاموس، ۲۰ جلد، دارالفکر - بیروت.
- ۱۲) حقیقی، محمد علی (۱۳۸۴)، مدیریت رفتار سازمانی، چ ۴، تهران، انتشارات ترمه.

- ۱۳) حقیقت، سیدصادق (۱۳۹۱)، روش شناسی علوم سیاسی، قم، انتشارات دانشگاه مفید، سوم.
- ۱۴) حکیم، سیدمنذر (۱۳۸۸)، مجتمعنا فی فکر و تراث الشهد محمدباقر الصدر، تهران، المجمع التقرب بین المذاهب الاسلامیه.
- ۱۵) دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی (۱۳۸۹)، کتاب نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، مصباحی مقدم، غلامرضا، مقاله؛ گامی به سوی تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، بی جا.
- ۱۶) دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی (۱۳۸۹)، کتاب نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، مصطفی سلیمی فر، مقاله؛ مقدمه‌ای بر الگوی توسعه اسلامی ایرانی، بی جا.
- ۱۷) دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی (۱۳۸۹)، کتاب نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ میرمعزی، سید حسین، مقاله؛ الگوی پیشرفت و اسلامی سازی علوم انسانی، بی جا.
- ۱۸) دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸)، رسانه و فرهنگ سازی، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴.
- ۱۹) دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸)، رسانه و فرهنگ‌سازی، بخش نامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، ش ۸.
- ۲۰) رابرتسون، دیوید (۱۳۷۵)، فرهنگ سیاسی معاصر، ترجمه عزیز کیاوند، تهران، نشر البرز، چاپ اول.
- ۲۱) راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق)، المفردات فی غریب القرآن. بیروت: دارالعلم، الدار الشامیه.
- ۲۲) رنانی رحیم و همکاران (۱۳۸۹)، ارایه الگویی برای رشد اقتصادی ایران: برخی ملاحظات نهادی، پژوهشنامه اقتصادی تابستان ش ۳۷.
- ۲۳) ریشه، گی (۱۳۷۶)، جامعه شناسی تالکوت پارسونز. ترجمه: عبدالحسین نیک گهر. تهران: مؤسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان، ۵۶.



- ۲۴) ریزوندی، محمدمیر وهمکاران (۱۳۹۴)، کاوشی در تعریف نهاد: ارزیابی رویکردهای متاخر بدیل در تعریف نهاد، برنامه ریزی و بودجه زمستان - شماره ۱۳۱ ISC ۲۶.
- ۲۵) ستوده، هدایت الله (۱۳۸۶)، آسیب شناسی خانواده، ندای آریانا تهران.
- ۲۶) شرف الدین، سیدحسین (۱۳۹۳)، مفاهیم و دیدگاه‌های نظری در موضوع فرهنگ و اقتصاد، قم: نشر؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- ۲۷) شرف الدین، سیدحسین (۱۳۹۴)، بایسته های فرهنگ سازی، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی و رسانه، سال چهارم، ش ۵.
- ۲۸) شریعتمداری، علی (۱۳۸۲)، بنیادهای نظام تعلیم و تربیت در قرآن و سنت، گلستان قرآن، ش ۱۵۸، ۴.
- ۲۹) شفیعی سروستانی، ابراهیم (۱۳۹۴)، فرهنگ‌سازی، اولویت نخست رسانه ملی گفتگو با دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی، مجله: مطالعات اجتماعی و رسانه بهار، سال چهارم - ش ۵، ۱۷.
- ۳۰) شنایدر، سوزان سیو ژان لوئی بارسو (۱۳۷۹)، مدیریت در پهنه فرهنگ‌ها، ترجمه‌ی سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۳۱) صدیقی افشار، غلامحسین (۱۳۸۱)، فرهنگ معاصر فارسی یک جلدی، نسرين حکمی، انتشارات فرهنگ معاصر.
- ۳۲) طالب زاده، عادل (۱۳۹۵)، عوامل بهره‌وری نیروی انسانی در مدیریت سازمانی، کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت.
- ۳۳) طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴)، تفسیر المیزان، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۳۴) طغیانی، مهدی (۱۳۹۱)، زاهدی‌وفا، محمدهادی، «امکان بهره‌گیری از آثار تمدن اسلامی در طراحی و تدوین الگوی اسلامی ایرانی فرهنگ اقتصادی»، س ۲، ش ۲.
- ۳۵) عابدی اردکانی، فرزاد آذرکمند، محمد (۱۳۹۴)، نظریه ساختاریابی و شکل‌گیری دولت استبدادی رضا شاه در ایران، جامعه‌شناسی تاریخی س ۷، ش ۱.
- ۳۶) قرائتی، محسن (۱۳۸۳)، تفسیر نور، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن؛ تهران.

- ۳۷) قنادان، منصور، ناهید، مطیع (۱۳۷۵)، هدایت الله، جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، نشر آوای نور.
- ۳۸) کرایب، یان (۱۳۸۵)، نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس، عباس مخبر، نشر آگاه.
- ۳۹) گلشن فومنی، محمد رسول (۱۳۷۹)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها و توان سازمانی، نشر دوران.
- ۴۰) گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- ۴۱) محسنی، منوچهر (۱۳۷۵)، شبکه اطلاعاتی اینترنت؛ ویژگیها و تأثیرات اجتماعی - فرهنگی، رسانه «ش ۲۵ ISC
- ۴۲) مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۸)، اخلاق در قرآن ج ۳، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- ۴۳) مطهری، مرتضی (۱۳۶۷)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی، چ ۱۳، تهران: صدرا.
- ۴۴) مطهری، مرتضی (۱۳۸۲)، مجموعه آثار، تهران: صدرا.
- ۴۵) مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- ۴۶) منصور قنادان و همکار (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، نشر آوای نور.
- ۴۷) مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: نشر همشهری.
- ۴۸) میرمعزی، سیدحسین (۱۳۸۹)، الگوی پیشرفت و اسلامی سازی علوم انسانی، بازیابی در (۱۳۹۳/۹/۸) از پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله سیدعلی خامنه‌ای.
- ۴۹) نهاوندی، مریم، مقدم اصیل، مریم (۱۳۹۷)، بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی، علوم اجتماعی (علامه طباطبایی)، ش ۸۱.
- ۵۰) الهی زاده، عبدالله (۱۳۹۴)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، «روش‌شناسی فرهنگ‌سازی بر پایه قرآن و سیره پیامبر (ص)»، دانشکده الهیات و معارف اسلامی هدی، وابسته به جامعه الزهرا س، قم.

- ۱) <https://ec.europa.eu/>
- ۲) <https://www.mehrnews.com/news/۱۶۰۴۱۹۶/،&https://www.dw.com/fa-ir/۱۵۹۵۹۴۵۸>
- ۳) <https://www.mehrnews.com/news/ /۱۶۰۴۱۹۶>
- ۴) <https://www.weforum.org/>
- ۵) [www.kayhannews.ir](http://www.kayhannews.ir)