

تدوین مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی

مهدی حدادزاده¹

چکیده

هدف: در سالهای اخیر مسئله شهود و تصمیم‌گیری شهودی به عنوان عامل مؤثر مدیریت، توجه فزاینده‌ای را در محافل علمی و پژوهشها در سطح دنیا به خود جلب کرده است. لذا هدف اصلی این مقاله، شناسایی مؤلفه‌ها و طراحی مدل مفهومی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی بر اساس رویکرد اسلامی بود. **روش:** در مرحله اصلی پژوهش که رویکردی قرآنی دارد، با استفاده از راهبرد کیفی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و با استفاده از تفسیر المیزان، مضامین و مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با شهود شناسایی شد. **یافته‌ها:** نتایج حاصل از تحقیق، پیدایش 86 مفهوم بود که با استفاده از نظرات خبرگان حوزوی و دانشگاهی در قالب 18 مقوله فرعی و هفت مقوله اصلی دسته‌بندی شدند. در نهایت بر اساس قضایا و مفاهیم مستخرج، الگویی مفهومی برای شهود در تصمیم‌گیری راهبردی بر اساس آموزه‌های قرآنی پیشنهاد شده است. **نتیجه‌گیری:** استفاده از شهود در برخی از شرایط می‌تواند اثربخش‌تر باشد، به جای اینکه صرفاً از عقلانیت و تحلیلهای کمی استفاده شود. در مدل اسلامی این تحقیق، عوامل معنوی نقش پررنگی در افزایش مهارتهای شهودی مدیران دارد. از نتایج این تحقیق، تبیین شهود اسلامی به صورت الهام، رؤیت قلب، قوه تشخیص و نور الهی است.

واژگان کلیدی: تصمیم‌گیری شهودی، شهود اسلامی، تئوری داده‌بنیاد، مدل‌سازی، قرآن.

♦ دریافت مقاله: 96/02/12 ؛ تصویب نهایی: 96/11/07

1. دکتری مدیریت بازرگانی، استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران/ نشانی: یزده بلسوار دانشجو، دانشگاه پیام نور/ نمابر: Email: payamavarana@ystp.ac.ir /03537258087

الف) مقدمه

مشاهده روند عمومی افزایش پیچیدگی و پویایی در محیطهای کسب و کار سازمانها، حاکی از افزایش نقش شهود¹ در تصمیم گیری راهبردی است (خاتری و ان.جی،² 2000). در کسب و کارهای امروزی، تصمیم گیری بر مبنای شهود در حال افزایش است؛ چرا که تعداد کمی از تصمیمات راهبردی بر مبنای اطلاعات به موقع، صحیح و کامل انجام می گیرد (میلر و همکاران،³ 2005). استفاده از شهود می تواند شکاف موجود در تحلیل عقلانی را که از عدم قطعیت و فقدان اطلاعات مرتبط در تصمیم گیری ناشی می شود، تکمیل کند (البانا و همکاران،⁴ 2013). مطالعات سادلر-اسمیت و شفنی⁵ نشان داد که در سالهای اخیر، اقبال به شهود بسیار بیشتر شده که شاید به خاطر ناامید شدن از روشهای استدلالی و محدودیتهای آنها باشد. تصمیم گیری سریع، با کیفیت و راهبردی لازمه موفقیت سازمانها در محیط غافلگیر کننده دنیای امروز است. (سادلر-اسمیت و شفنی، 2004)

نتیجه کاوش در پایگاههای معتبر علمی لاتین، حکایت از توجه جهانی به مبحث شهود در حوزه مدیریت، به ویژه تصمیم گیری دارد. بسیاری از محققان اذعان دارند که شهود بر تصمیم گیری مدیران مؤثر است (سادلر-اسمیت و شفنی، 2004؛ مازلر و همکاران، 2007؛ دان و پرات،⁶ 2007 و 2007؛ سینسلیر و اشکانسی،⁷ 2005؛ البانا و همکاران، 2013). تأکید بر شهود به هیچ وجه به معنای رد کردن تفکر منطقی یا نادیده گرفتن آن نیست. هر کدام از این قابلیت‌های ادراکی انسان می‌بایست در جای مناسب خود استفاده شوند. مشکل اینجاست که این تعادل، عموماً رعایت نمی‌شود و افراد با در نظر گرفتن وزن بسیار زیاد برای تفکر منطقی، از پتانسیلهای شهودی خود آگاه نیستند و آنها را به خوبی به کار نمی‌گیرند. مدیران یا سازمانهایی که رویکرد منطقی در آنها غالب است، چابکی و خلاقیت لازم برای فضاهای رقابتی و محیط متغیر را نداشته، فاقد قابلیت کل‌نگری‌اند که لازمه تفکر راهبردی است. تمایز، رمز بقا، خلاقیت لازمه تمایز و تقویت دریافت شهودی، رویکردی است که به کشف، نوآوری و خلاقیت می‌انجامد. (احمدی، 1392)

آنچه در قرن بیست و یکم موجب رویکرد مجدد به مقوله تصمیم گیری شده است، لزوم و چگونگی تأثیر عقاید دینی و ایمان فردی در تصمیم گیری‌هاست. در مدل عقلایی تصمیم گیری، جایگاهی برای اعتقاد در نظر گرفته نشده است (وسکانسلاس،⁸ 2009) و ادبیات تصمیم گیری بیشتر در دنیای سکولار، توسعه و پیشرفت داشته است. معنویت یکی از موضوعات مهم بسیاری از مجلات معتبر امروز است.⁹ در این بین، صاحب‌نظران بسیاری به تأثیر معنویت و ایمان و باورهای معنوی در تصمیم گیری پرداخته‌اند و تحقیقات گسترده‌ای طی دهه گذشته در این زمینه انجام شده

1. Intuition

2. Khatri & Ng

3. Miller & et al

4. Elbanna & et al

5. Sadler-Smith & et al

6. Dane & Pratt

7. Sinclair & Ashkanasy

8. Vasconcelos

9. Such as: American Behavioral Scientist, Journal of Management Education, Journal of Organization and Change Management.

تدوین مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی ♦ 181

است (شوکان، 2006¹؛ فرناندو²؛ 2006، سینکلیر و اشکانسی، 2005؛ وسکانسلاس، 2009؛ خاتری و ان‌جی، 2000؛ دان و پرات، 2007). معنویت³ را بسیاری از محققان، ارتباط و اتصال با ذات برتر و عالی عالم وجود، تعبیر کرده‌اند. (مک‌گی جوزف، 2003؛ و جانسون، 2006؛ شوکان، 2006؛ وسکانسلاس، 2009)

به عقیده بسیاری از محققان، معنویت در کار از طریق گسترش مرزهای آگاهی افراد می‌تواند موجب شهود و بینش شود (فرناندو، 2005). یکی از عوامل اثرگذار بر رفتار انسان، عامل دین و مذهب است. هیچ دلیلی وجود ندارد که بپذیریم تصمیم‌گیری شهودی نمی‌تواند همراه با رویکرد مبتنی بر مذهب باشد. اتصال با یک بعد یا قدرت ماورایی می‌تواند الهام یا راهنمایی برای رهبران کسب و کار فراهم کند تا تصمیمات درست بگیرند. مهارتهای شهودی به طور ذاتی از طریق استفاده از نیایش می‌تواند بهبود یابد و به حداکثر برسد (وسکانسلاس، 2009؛ کاواناق و هازن، 2008⁴). دین مبین اسلام که متن آن قرآن کریم است، هم بر شناخت حسی و استمداد از نیروی عقل برای درک واقعیات تأکید ورزیده است و هم بر شناخت شهودی و قلبی توجه نموده است (مطهری، 1377/ب). بنابر این، تقابل و تضاد شهود و استدلال اشتباه است و مدیران در راهبرد تصمیم‌گیری خود باید هم شهود و هم تفکر منطقی را مد نظر قرار دهند. تعالیم اسلامی با معرفی انسان به عنوان موجودی دو بعدی که هم دارای بعد جسمی و هم دارای بعد روحی است، انسان‌شناسی متمایزی را در مقایسه با انسان‌شناسی مبتنی بر جهان بینی مادی معرفی می‌کنند. آنچه در این تحقیق به عنوان اصل و مبنا در نظر گرفته شده، انسان‌شناسی اسلامی است و همه ابعاد وجودی انسان جدی گرفته شده است.

با توجه به آنچه بیان شد، مقاله حاضر با اتکا به راهبرد نظریه داده‌بنیاد متنی، در صدد است نوعی مدل شهود برای تصمیم‌گیری راهبردی ارائه دهد که بر اساس منبع اصلی اسلامی یعنی قرآن کریم باشد.

ب) تعریف و مفهوم شهود

راجع به شهود، تعاریف مختلفی ارائه شده که برخی از آنها ارائه می‌شود. فرانتز شهود را فرایندی ذهنی می‌داند که به صورت تحلیل منطقی، گام به گام و تفکر علی نیست. شهود به راحتی به دست نمی‌آید و نیاز به سالها تجربه، یادگیری و درگیری در حل مسائل دارد (فرانتز، 2000). شهود، فرایندی راهبردی و مهم است که مدیران در تصمیم‌گیری راهبردی از آن استفاده می‌کنند. شهود در شرایط تغییر، مدیران را قادر می‌سازد که موقعیت را بررسی و حجم انبوهی از داده‌ها را ترکیب و ادغام کنند تا بتوانند با اطلاعات ناقص مقابله کرده، بدین طریق کیفیت تصمیم‌گیری را ارتقا دهند (خاتری و ان‌جی، 2000). سادلر - اسمیت و شفلی⁵ در مطالعه خود به بررسی تأثیر شهود و عقلانیت بر عملکرد شرکتهای کوچک و متوسط پرداختند. آنان بیان کردند که وقتی نیاز به تصمیم‌گیری سریع

1. Shakunn
2. Fernando
3. Spiritual
4. Cavanagh & Hazen
5. Sadler-Smith & Shefy

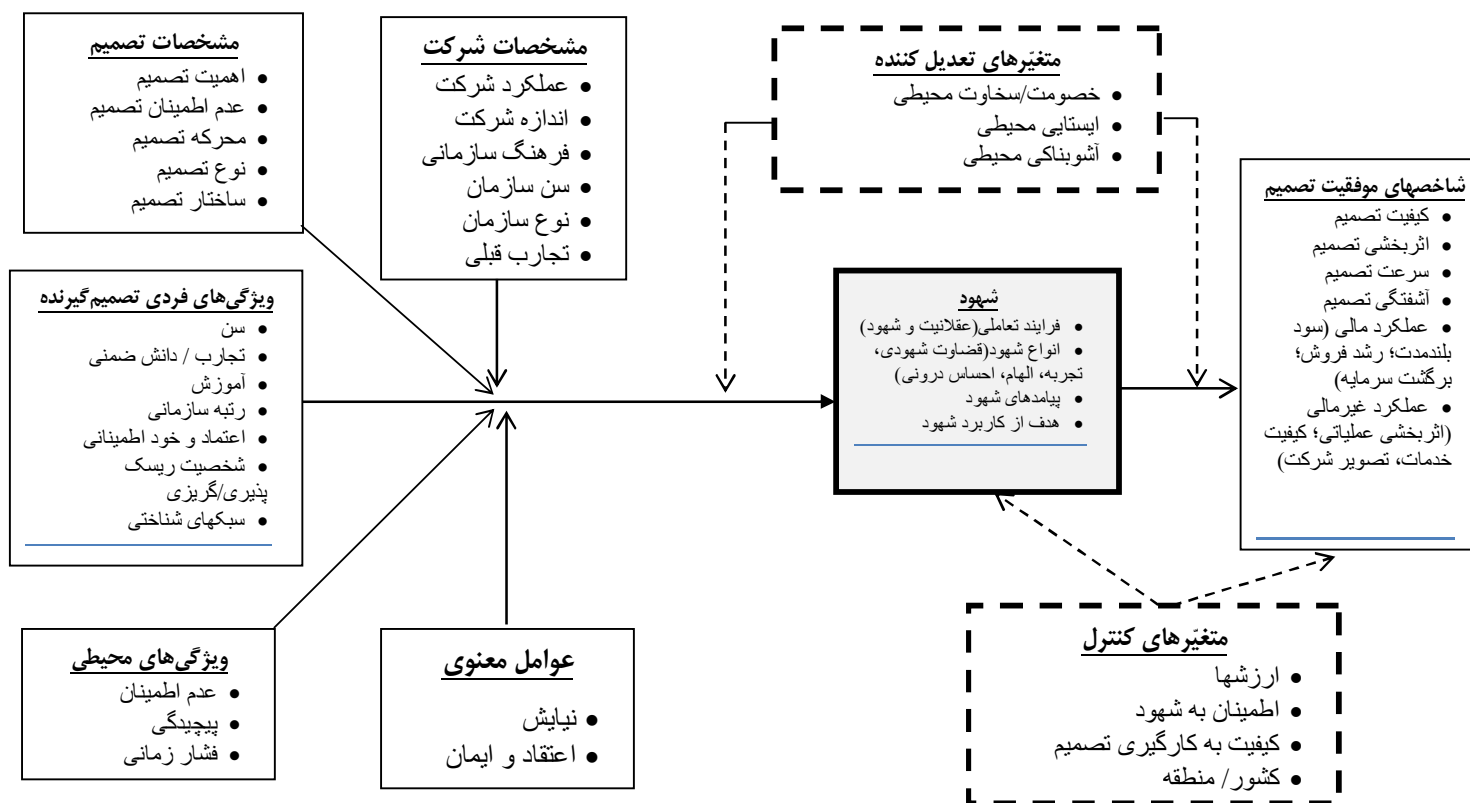
باشد، مدیران بیشتر بر قضاوت شهودی متکی‌اند. برخی از محققان بحث کرده‌اند که مدیران ارشد از شهود، در تصمیم‌گیری راهبردی استفاده می‌کنند، بدون آنکه به بررسی متغیرهای مؤثر بر کاربرد شهود یا تأثیر شهود بر تصمیم‌گیری راهبردی بپردازند (سادلر-اسمیت و شفلی، 2004). کوئین و همکاران¹ بیان می‌کنند که در محیط‌های غیر قابل پیش‌بینی یا پرتلاطم، استفاده از تحلیلهای منطقی و مطالعات عمیق امکان‌پذیر نیست. کوئین، تصمیم‌گیری شهودی را بهترین شیوه تصمیم‌گیری در زمانی که اطلاعات کمی کافی در دست نیست، می‌داند (کوئین و همکاران، 2001). لیورن و سادلر-اسمیت² گزارش کرده‌اند که مدیران با تجربه نسبت به کم‌تجربه‌ها بیشتر از شهود استفاده می‌کنند. آنان بیان می‌کنند که تجربه به عنوان عنصری کلیدی در استفاده از شهود در فرایند تصمیم‌گیری، یک عامل راهبردی است. (لیورن و سادلر-اسمیت، 2006)

در تحقیقی که توسط گانیولیو و یانسونگ انجام شد، نشان داده شده است که هر دو عامل عقلانیت و شهود مهم‌اند، اما هر یک باید با توجه به موقعیت مناسب خود استفاده شوند. در شرایط پیچیدگی، عدم اطمینان و فشار زمانی، تصمیم‌گیری راهبردی کمتر به روشهای منطقی و عقلانیت صورت می‌گیرد (لیو و سونگ، 2009). وسکانسلاس تلاش دارد با ارائه مدلی مفهومی، تأثیر نیایش بر شهود و تصمیم‌نهایی را نشان دهد. نیایش و شهود دو روی یک سکه‌اند که فرایندهای تصمیم‌گیری را شکل می‌دهند. وسکانسلاس مدلی را بر اساس رویکرد دکترین معنویت³ معرفی کرده است که با تأکید بر تلفیق عقلانیت و معنویت، بیان می‌کند که هر دو فرایند تصمیم‌گیری عقلایی و غیرعقلایی (مبتنی بر شهود) در تعامل با هم مد نظر قرار می‌گیرند. از تلفیق این دو فرایند، تصمیم‌نهایی بروز و ظهور خواهد یافت. این همراهی و ملازمت دین در قالب عبادت، باعث افزایش دقت تصمیم‌نهایی خواهد شد. (وسکانسلاس، 2009)

باید توجه داشت که شهود نه در مقابل تحلیل کمی است و نه سعی در نادیده گرفتن آن دارد. همچنین شهود، فرایندی تصادفی از حدسیات و همچنین احساسات و عواطف نیست (خاتری و ان‌جی، 2000).

نتیجه حاصل از مرور تحقیقات صورت گرفته در این زمینه که برخی از آنها ذکر شد، نشان می‌دهد شهود در همه شرایط مناسب نیست و در استفاده از آن می‌بایست عوامل و شرایطی را در نظر گرفت که از آن جمله می‌توان به اندازه شرکت، عملکرد شرکت، سلسله‌مراتب و فرهنگ سازمانی، ماهیت شغل، عوامل زمانی، شرایط محیطی (عدم اطمینان، ایستایی، پیچیدگی)، عوامل فردی (اعتماد، تجربه و...)، رتبه و ارشدیت مدیر و مشخصات تصمیم (عدم اطمینان، نوع تصمیم، سطح تصمیم‌گیری و...) اشاره کرد. همچنین به این نتیجه رسیدیم که تصمیم‌گیری به هر دوی عقلانیت و شهود نیاز دارد. در حقیقت؛ موفقیت تصمیم‌گیری در تعادل بین این دو است. در مجموع و بر مبنای مطالعات انجام شده، می‌توان تصمیم‌گیری شهودی در رویکرد متعارف مدیریت را به صورت چارچوب ذیل نشان داد.

1. Covin & et al.
2. Leybourne & Sadler-Smith
3. The Spiritist Doctrin (SD) Approach



شکل 1: مدل برآمده از بررسی ادبیات پژوهش (رویکرد متعارف) پیرامون تصمیم‌گیری شهودی

ج) روش‌شناسی تحقیق**1. روش تحقیق**

در این تحقیق سعی کرده‌ایم با بررسی قرآن کریم، به مدل تصمیم‌گیری راهبردی بر مبنای شهود اسلامی دست یابیم. از این‌رو، روش تحقیق پژوهش، راهبرد کیفی نظریه داده‌بنیاد¹ بوده که نتیجه آن، خلق نظریه است و نه اثبات یا آزمون آن. نکته حائز اهمیت در نظریه‌پردازی با رویکرد اسلامی، اختلافات مبانی این رویکرد نسبت به رویکردهای حاکم بر آموزه‌های علم متعارف مدیریت است. بر همین اساس، با توجه به اینکه در راهبرد داده‌بنیاد، نظریه‌ها بر پایه داده‌ها و نه بر اساس نظریه‌های موجود ایجاد می‌شوند؛ لذا پایبندی به مبانی آموزه‌های دینی و عدم سوگیری با توجه به نظریه‌های قبلی بهتر تأمین می‌شود. مباحث مدیریت نیز از این امر مستثنا نیست و در بخشهای مختلف آن، پژوهشهای فراوانی با استفاده از نظریه‌پردازی داده‌بنیاد صورت گرفته است (دانایی‌فرد و امامی، 1386). در روش داده‌بنیاد، نظریه‌ها به آرامی در فرایند انتزاعی‌سازی تدریجی از داده‌ها پدیدار می‌شوند (ریچرز، 2010). روش نظریه داده‌بنیاد با شکستن قالبهای محدود گذشته، که اغلب به آزمون نظریه‌های مستفاد از قیاس اکتفا می‌کرد، خود به نظریه‌سازی می‌پردازد. این ویژگی موجب شده است که این روش با تحقیقات اسلامی سخیت بیشتری داشته باشد (مهرابی و همکاران، 1390). استراوس و کوربین (1387)، سه فن کدگذاری باز، محوری و انتخابی پیشنهاد دادند. کدگذاری باز، فرایند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها کشف می‌شوند. تطبیق مستمر نشانه‌ها، تحلیلگر را با شباهتها، تفاوتها و ثبات معنایی که منجر به ساخت یک مفهوم یا مقوله و ابعاد آن می‌شود، مواجه می‌کند. مقوله‌ها در مقایسه با مفاهیم، انتزاعی‌تر بوده و سطحی بالاتر را نشان می‌دهند. مقوله‌ها شالوده‌های ساختن نظریه‌اند. فرایند ربطدهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد، کدگذاری محوری³ نام دارد. در کدگذاری انتخابی، فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها صورت می‌گیرد و یک نظریه از روابط بین مقوله‌های موجود به نگارش در می‌آید.

2. گردآوری داده‌ها

روش جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق حاضر، کتابخانه‌ای بود و از قرآن کریم به مثابه یکی از اصلی‌ترین منابع شناخت اسلام استفاده شد. در واقع؛ رویکرد اسلامی تحقیق با محوریت قرآن است و برای پرهیز از برداشتهای غیر تخصصی، پس از بررسی ویژگی‌های برخی تفاسیر مطرح شیعی و مصاحبه با صاحب‌نظران و خبرگان، ترجمه تفسیر المیزان مبنا قرار گرفت. اتخاذ شیوه تفسیر قرآن به قرآن، استفاده از مباحث روایی و دقتهای نظری و محققانه علامه طباطبائی، از جمله دلایل استفاده از این تفسیر بود. همچنین برای گردآوری ادبیات متعارف مدیریت در حوزه شهود، از کتب و مقالات منتشره در پایگاههای اطلاعات علمی، مجلات علمی و مجموعه مقالات کنفرانسهای داخلی و خارجی بهره گرفته شده است. مطالعات میدانی تحقیق، شامل نشستهایی بود که با خبرگان این تحقیق برگزار شد.

1. Grounded Theory

2. Reichertz

3. Axial Coding

تدوین مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی ♦ 185

جامعه آماری و در واقع؛ خبرگان این تحقیق، اساتید و اعضای هیئت علمی دانشگاه در رشته‌های مدیریت، علوم قرآنی، فلسفه اسلام و نیز اساتید دارای سابقه پژوهشی در حوزه مدیریت اسلامی بودند. با توجه به رویکرد اسلامی پژوهش، تعدادی از اساتید حوزوی نیز انتخاب شدند که یا در حوزه مدیریت مطالعه داشتند یا دارای سابقه مدیریتی بودند. در روش داده‌بنیاد، نمونه‌برداری به صورت نظری صورت می‌گیرد؛ بدین معنی که تحلیلگر، به طور همزمان داده‌هایش را جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل کرده و به منظور بهبود نظریه خود تا هنگام ظهور آن، تصمیم می‌گیرد در آینده چه داده‌هایی را جمع‌آوری و در کجا آنها را پیدا کند (فرناندز،¹ 2004). در این تحقیق، نمونه‌گیری نظری تا جایی پیش رفت که داده‌های اضافی چیز جدیدی به تحقیق اضافه نکردند و سایر داده‌ها به نوعی تکراری بودند. ضرورت اقتضا می‌کرد که به طور مستمر عمل جمع‌آوری، تکمیل و اصلاح داده‌ها در طول تحقیق تا رسیدن به اشباع نظری، بارها و بارها تکرار شود. مبنای نمونه‌گیری در اینجا، واژگان شناسایی شده و آیات مرتبط با آنها بر پایه تفسیر المیزان و نیز اظهار نظر خبرگان بود. از آنجا که در تفسیر ذیل هر آیه، معمولاً به آیه یا آیات دیگری اشاره شده بود، لازم بود آن آیات نیز بررسی شوند. مبنای اشباع نظری، قضاوت و اظهار نظر خبرگان بود.

3. مراحل انجام تحقیق

مرحله اول: تعیین موضوع (واژه‌شناسی²). این تحقیق از نوع معناکاوی است؛ یعنی بررسی عناوینی که به طور مستقیم از قرآن دریافت نمی‌شوند، بلکه برگرفته از مسائل و موضوعات مختلف‌اند و محقق در جستجوی کشف دیدگاه قرآن درباره آنهاست. برای دستیابی به اینکه در متون اسلامی (زبان عربی)، چه لغت یا لغاتی را می‌توان مترادف شهود معرفی کرد، مطالعات زمینه‌ای وسیعی انجام و نشستهایی با فضلالی حوزوی و اساتید دانشگاهی برخوردار از تجربه و تخصص لازم در علوم قرآن و مباحث مدیریتی برگزار شد. در مجموع، واژگان قرآن، الهام، وحی، ایزاع و مشتقات آنها و نیز واژگان مرتبط با امدادهای الهی برای جستجو در قرآن کریم انتخاب شدند.

مرحله دوم: مرور و تدبیر در آیات قرآن. بر اساس واژگان شناسایی شده در مرحله قبل و ترجمه آیات، کل آیات قرآن بررسی و با لحاظ مبانی فلسفی تحقیق (هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، انسان‌شناسی)، در مجموع 190 آیه دارای نکات قابل استفاده در حوزه مسئله تحقیق تشخیص داده شد. برای مطالعه و تدبیر در قرآن، از نرم‌افزار جامع تفاسیر نور استفاده شد. نرم‌افزار مذکور مشتمل بر متن کامل قرآن کریم و ترجمه و تفاسیر مختلف از آن است.

مرحله سوم: کدگذاری باز. در این گام با مراجعه به تفسیر المیزان، پیامهای ذیل همه آیات قرآن با دقت بررسی و کنکاش شدند. در خصوص آیات منتخب در مرحله قبل، این بررسی و کنکاش با دقت بیشتری انجام پذیرفت. بر همین اساس، برای تک‌تک آیات، پیام یا پیامهای مرتبط با موضوع تحقیق، استخراج و به منظور سهولت بازبایی و پردازش اطلاعات، در نرم‌افزار اکسل وارد شد و در دو مرحله، برای هر یک از آنها، عنوان مناسبی برگزیده شد؛ مرحله اول توسط خود محقق و مرحله دوم با مصاحبه و تبادل نظر با خبرگان. سپس با مرور و کنکاش

1. Fernandez
2. Terminology

در پیامهای استخراج شده، ضمن یکسان‌سازی ادبیات مضامین مشابه، همگونی پیامهای مستخرج متناسب با مسئله تحقیق افزایش یافت. البته ضرورت اقتضا می‌کرد که به طور مستمر عمل جمع‌آوری، تکمیل و اصلاح داده‌ها در طول تحقیق (تا نقطه اشباع) بارها و بارها تکرار شود. مجموع پیامهای مستخرج در این مرحله، بیش از 180 پیام شد.

مرحله چهارم: مقوله‌بندی (کدگذاری محوری و انتخابی). پس از پایان نسبی کار؛ یعنی مرحله جمع‌آوری داده‌ها، مرحله مهم عنوان‌بندی و کدگذاری داده‌ها به معنای تخصیص برجسب مفهومی برای هر یک از پیامها فرا رسید. این برجسبها به صورت تدریجی به وجود آمدند. با مقایسه مفاهیم مختلف، زمینه‌های مشترک بیشتری بین آنها کشف شد و بدین ترتیب، امکان طبقه‌بندی مفاهیم مشابه در قالب طبقه‌بندی‌های یکسان فراهم شد. این مرحله که با مقایسه مستمر و طی جریان رفت و برگشتی متعدد بین مفاهیم و آیات مربوط به آنها صورت پذیرفت، سرانجام منجر به تشکیل 86 مفهوم، 18 مقوله فرعی و هفت مقوله اصلی شد.

مرحله پنجم: مدل‌سازی و تدوین نظریه. مدل‌سازی این تحقیق در یک بازه نسبتاً طولانی و چالشی و با استمداد از مقایسه مستمر بین آیات، مفاهیم و مقوله‌ها و با پیوند دادن مقوله‌ها و بررسی این پیوندها و مذاکره با خبرگان تحقیق صورت گرفت. نظریه اولیه در اختیار خبرگان قرار گرفت و بر مبنای نظرات آنان، نظریه اولیه با اصلاحاتی جزئی به نظریه نهایی تبدیل شد.

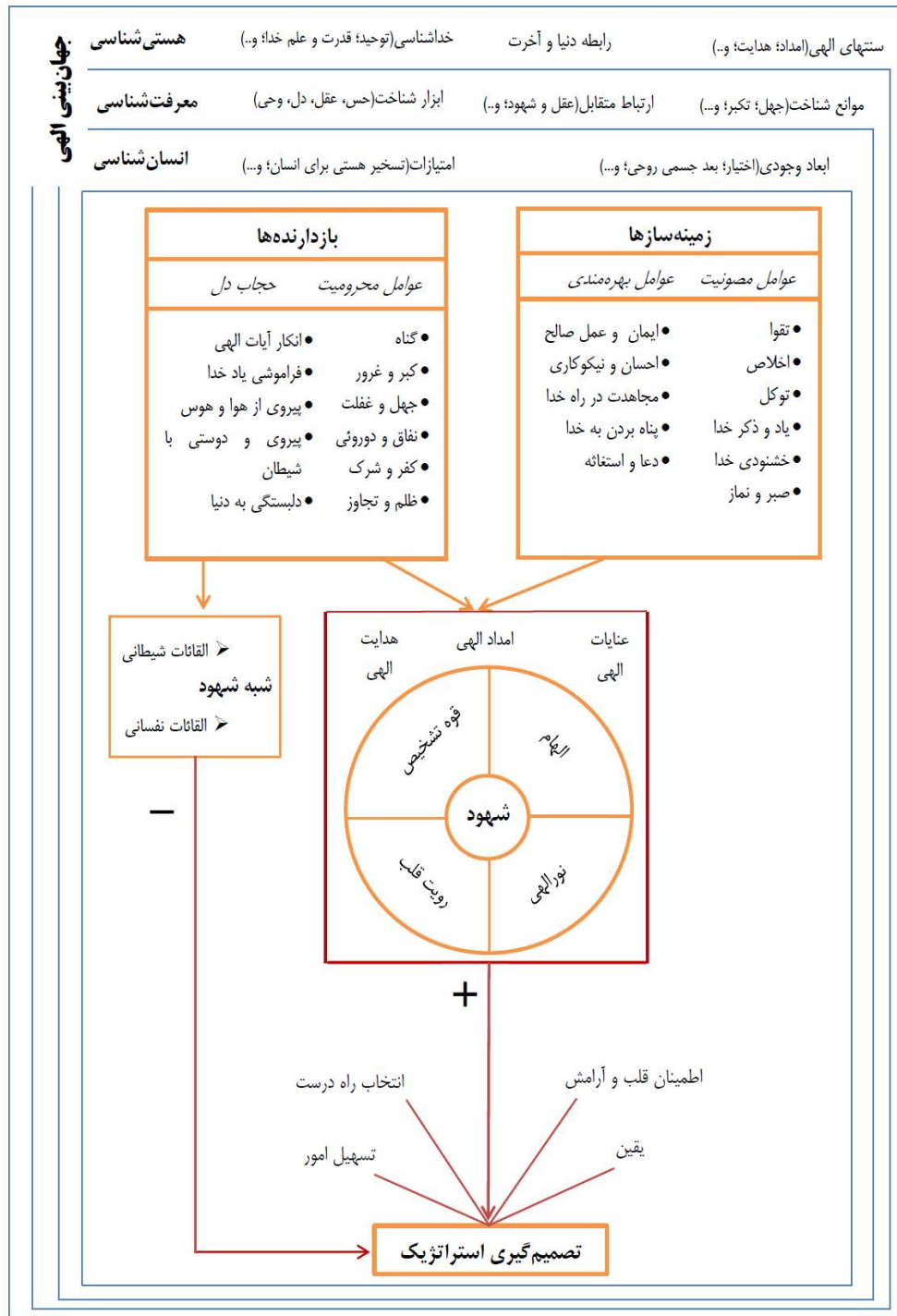
4. روایی و پایایی تحقیق

تحقیق حاضر به دلیل نقل داده‌ها (عین آیه)، شاخص امانتداری و انتساب داده‌ها به منبع وحی، هر دو شاخص باورپذیری و قابل دفاع بودن را در حد بسیار بالایی داراست. نظریه حاصل، نیاز به آزمون مجزا ندارد؛ چرا که منبع اصلی در این پژوهش، قرآن کریم بوده که از حیث، سندی معتبر است. بنابر این، هدف، میزان صحت برداشت و تلقی محققان از متن قرآن کریم و ابتکار آنان در دسته‌بندی و برقراری روابط بین آنهاست. به دلیل بهره‌مندی مستمر از نظر خبرگان حوزوی و دانشگاهی در کلیه مراحل و فرایندهای تحقیق، روایی مورد استفاده برای این پژوهش نیز به خوبی تضمین و برآورده شده است. خروجی‌های هر مرحله از کار، برای خبرگان ارسال و پس از جمع‌بندی نظرات آنان، اصلاحات لازم صورت می‌گرفت. همچنین به منظور اعتبارسنجی مفاهیم و مقوله‌ها و تضمین درستی و اعتبار آنها و نیز اجتناب از برداشتهای غیر تخصصی و نتیجه‌گیری بر اساس پیش‌فرضها، همزمان آیات مورد استناد در تفسیر المیزان بررسی و با توجه به تفسیر ذیل هر آیه، مفهوم مد نظر تأیید یا اصلاحات لازم اعمال می‌شد.

د) نتایج و یافته‌ها

در این قسمت، ضمن ارائه مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی و تشریح ارکان آن، مهم‌ترین شواهد و مفاهیم مرتبط بر اساس پیامهای تفسیری ارائه می‌شود. به منظور امکان ارائه تصویر کلی، مدل مفهومی این تحقیق در قالب شکل ذیل نمایش داده شده است.

مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری استراتژیک



1. مبانی فلسفی مدل (مبتنی بر جهان بینی الهی)

مدیران معتقد به جهان بینی اسلامی، در اداره سازمان، همه عوامل مادی و ماورایی را در اجرای کارها دخیل می دانند. آنها بر اساس فرمانهای الهی عمل می کنند تا بتوانند از عنایات الهی بهره مند شوند. با توجه به مفاهیم مستخرج از تفسیر آیات قرآن کریم، مبانی مدل در سه مقوله معرفت شناسی، هستی شناسی و انسان شناسی دسته بندی شد. در بیان جایگاه معرفت شناسی، قرآن همچنان که حواس و قوه تفکر را ابزار شناخت می داند، تزکیه، تصفیة نفس، تقوا و پاکی را نیز وسیله ای برای شناخت می داند. طبیعی است که لازمه فرایند شناخت، استفاده از ابزار مناسب شناخت است و دل که در واقع ابزار معرفت شهودی است (ق: 37؛ اعراف: 179؛ حج: 8؛ اسراء: 46؛ فصلت: 53) نیز در شرایطی از جمله ابزارهای معتبر شناخت از منظر قرآن کریم معرفی شده است. یکی از مباحث مطرح در حوزه تصمیم گیری شهودی و تحلیلی، بحث ارتباط بین عقل و حس با شهود است (نحل: 78؛ حج: 46؛ ق: 37؛ محمد: 24). روش قرآن، روش تلفیقی است. در این روش، شناخت حسی، عقلی و شهودی، همزمان و به صورت تلفیقی با هم مطرح است؛ یعنی همان جا که از سمع و بصر که بیشتر مربوط به شناخت حسی است، سخن می آید، از فؤاد هم که مربوط به شناخت عقلی یا شناخت شهودی است، نام برده می شود. (فصلت: 53؛ مؤمنون: 78؛ جاثیه: 23؛ اسراء: 36)

در حوزه هستی شناسی، باور به ربوبیت خدا (غافر: 64؛ رحمن: 17)، توجه به عالم غیب و حیات اخروی در کنار حیات مادی و رابطه این دو ساحت حیات با یکدیگر (قصص: 77) و باور به اینکه برنامه ریزی های انسان و حتی همه عوامل طبیعی ذیل اراده الهی قرار دارند (اعراف: 54؛ یونس: 22) و...، همگی در چگونگی برنامه ریزی انسان و راهبردها و جهت گیری های او مؤثر است و منجر به توسعه افق تحلیل و نگرش نسبت به تصمیم گیری بر مبنای شهود می شود. یکی از مؤلفه های جهان بینی الهی، توجه به سنت های الهی است (فاطر: 43؛ احزاب: 62؛ اسراء: 77). این قواعد ثابت که از آنها به سنت های الهی تعبیر می شود، قوانین الهی حاکم بر جوامع انسانی به طور عام و سازمانها به طور خاص می باشند. شناخت این قواعد و لحاظ کردن آنها در برنامه ریزی ها و تصمیمات و عمل در چارچوب آنها، از جمله شرایط دستیابی به نتایج دنیوی و اخروی سازمان است. از جمله سنت های الهی، وجود امدادهای الهی است (آل عمران: 13 و 124). آیات متعددی از قرآن به این نکته اشاره دارند که فرشتگان در اندیشه و تصمیم گیری، به افراد مؤمن کمک می رسانند که این امدادها گاهی به صورت الهام و هدایت است. گروهی از آیات قرآن، حتمی بودن کمک های ویژه خدا را یک سنت دانسته اند و نه تنها بر امکان، بلکه بر حتمیت وقوع وعده های الهی مهر تأیید می زنند (حج: 40؛ غافر: 51؛ یونس: 103). بنابر این، بحث امدادهای الهی یکی از واژگانی بود که در این مقاله، بررسی شد. قرآن در مورد سرشت انسان، مسئله نفخه الهی را طرح کرده (ص: 72؛ حجر: 29) و بر همین اساس، نسبت به سایر مخلوقات متمایز است (مؤمنون: 14؛ بقره: 29). از سوی دیگر، انسان به واسطه استعداد های بالقوه خود و در سایه روح الهی و اختیار خود می تواند مراحل تکامل و تعالی را بیاماید. با توجه به این زمینه، در آیات متعدد قرآن کریم و در موارد متعدد به صراحت بر مسخر بودن هستی برای انسان تأکید می کند (ابراہیم: 32؛ جاثیه: 13؛ زخرف: 10؛ طه: 53). اینها و غیر اینها کافی است که الهام بخش معنوی عظیم و گسترده در مورد روابط انسان و خدا بشود. آنچه در این تحقیق به عنوان اصل و مبنا در نظر گرفته شده، انسان شناسی اسلامی است و همه ابعاد وجودی انسان جدی گرفته شده است.

2. تبیین شهود

یکی از مقوله‌های فرعی استخراج شده در این تحقیق، «اقسام شهود» است که به صورت الهام، رؤیت قلب، قوه تشخیص و نور الهی تشخیص داده شد. جدول 1 بر اساس پیامهای تفسیری، مهم‌ترین شواهد و مفاهیم مرتبط با مقوله فرعی «اقسام شهود» را نشان می‌دهد.

جدول 1: مفاهیم و شواهد مرتبط با مقوله فرعی «اقسام شهود»

مفاهیم	متن آیه	ترجمه آیه	نشاکتر	تطبیق با المیزان
الهام	وَ إِذْ أَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّكَ مَا يُوحَىٰ	آن هنگام که به مادر تو آنچه را باید، الهام کردیم	طه: 38	ج 14: 207
	وَ أَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّ مُوسَىٰ... وَ إِذْ أَوْحَيْتَ إِلَىٰ الْخَوَارِجِ أَنْ آمَنُوا بِي وَ بَرَّسُولِي	و به مادر موسی از ره الهام گفتیم که... و [یاد کن] هنگامی را که به حواریون وحی کردم به من و فرستاده ام ایمان بیاورید.	قصص: 7	ج 16: 10
	إِن كَادَتْ لَتُبْدِي بِهِ لَوْلَا أَنْ رَبَّنَا عَلَىٰ قَلْبِنَا لَتَكُونَنَّ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ	اگر قلب او (مادر موسی) را (به وسیله ایمان و امید) محکم نکرده بودیم، نزدیک بود مطلب را افشا کند!	قصص: 10	ج 16: 14
	فَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِ أَنْ اصْنَعْ الْفُلْكَ بِأَعْيُنِنَا وَ وَحِينَا	پس به نوح وحی کردیم که زیر نظر ما و [به] وحی ما کشتی را بساز.	مؤمنون: 27	ج 15: 39
	وَ قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي	و گفت: «پروردگارا، در دلم افکن...»	نمل: 19	ج 15: 503
رؤیت قلب	مَا كَذَّبَ الْفُؤَادُ مَا رَأَىٰ / أَفْتَارُ وَهُوَ عَلَىٰ مَا يَرَىٰ	آنچه را دل دید انکار [ش] نکرد. / آیا در آنچه دیده است با او جدال می‌کنید؟	نجم: 2-11	ج 19: 47-7
	قَالَ أَبُوهُمْ إِنَِّّي لَأَجِدُ رِيحَ يُوسُفَ لَوْلَا أَن تَفْتَنُون	پدرشان گفت: «اگر مرا به کم‌خردی نسبت ندهید، بوی یوسف را احساس میکنم.»	یوسف: 94	ج 11: 334
تعداد 21 آیه مربوط به دل (حجاب دل، صیقل دهنده دل) از جمله توبه: 93؛ انعام: 43؛ اسراء: 46 و...				
قوه تشخیص	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَتَّقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا	ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر از خدا پروا دارید، برای شما [نیروی] تشخیص [حق] از باطل [قرار می‌دهد	انفال: 29	ج 9: 56
نور الهی	وَ جَعَلْنَا لَهُ نُورًا يَمْشِي بِهِ فِي النَّاسِ	و نوری برایش قرار دادیم که با آن در میان مردم راه بروند.	انعام: 12	ج 7: 464
	يَجْعَلْ لَكُمْ نُورًا تَمْشُونَ بِهِ	و برای شما نوری قرار دهد که به [برکت] آن راه سپرید.	حدید: 28	ج 15: 168
	أُولَئِكَ كَتَبَ فِي قُلُوبِهِمُ الْإِيمَانَ وَ آيَدَهُمْ بَرُوحٌ مِنْهُ	خدا ایمان را در دل‌های آنها ثبت کرد و آنها را به وسیله روحی از خود تأیید کرد.	مجادله: 22	ج 19: 2-340

الهام

الهام در اصطلاح، القای مطلبی از جانب خدا بر قلب انسان است که او را به انجام یا ترک کاری برمی‌انگیزد. این موهبت الهی بدون ادراک و اکتساب و فکر به دل انسان وارد می‌شود و امری غیبی است (مطهری، 1377الف). یکی از آیاتی که به الهام اشاره کرده، آیه 8 سوره شمس است. الهام که کلمه «الْهَمَّهَا» از آن مشتق شده، به معنای این است که چیزی در قلب خطور کند. الهام به معنای آن است که تصمیم، آگاهی و علمی از خبری در دل آدمی بیفتد. این خود افاضه‌ای الهی است و تصدیقی است که خدای تعالی به دل هر کس که بخواهد می‌اندازد. (طباطبایی، 1374، ج 20: 500)

چون خداوند رحیم بندگان مؤمنش را دوست دارد، گاهی با نشان دادن پاره‌ای از حقایق، آنان را یاری می‌دهد. در لحظات بحرانی که مادر موسی (ع) توان تصمیم‌گیری نداشت، الهام قلبی به یاری وی آمد (نص: 7). الهامی که او را به کار خطرناکی می‌خواند، ولی احساس آرامش می‌کرد؛ زیرا این مطلب نیز به وی الهام می‌شد که نترس و اندوهگین مباش (طباطبایی، 1374، ج 14: 207، ج 16: 10). آیه 111 سوره مائده نشان می‌دهد که حواریون به دلیل اینکه افرادی مؤمن به خدا و رسول زمان خودشان بودند و واقعاً به تمام معنا مجاهد در راه خدا بودند، ارزش این را داشتند که خداوند به آنها الهام کند. (مطهری، 1377، ج 27: 262)

قوة تشخیص یا فرقان

«فرقان» در قرآن؛ یعنی قوة تشخیص درست از نادرست در مواردی که ادله‌ای برای آن وجود ندارد. مشکل این است که انسان گاه دچار اشتباه شده، بی‌راهه را شاهراه می‌پندارد. اینجاست که بینش و درکی نیرومند و در بالا لازم است تا به یاری او آید و بتواند به درستی، به سوی هدف پیش رود. عملکرد انسان، در بینش او اثر دارد. کسی که تقوا دارد، علاوه بر علم، فطرت، عقل و تجربه، خداوند حس تشخیص او را قوی‌تر می‌سازد و درک و روشن‌بینی خاصی به او می‌بخشد. همچنان که در آیه 29 سوره انفال داریم که اگر تقوای الهی داشته باشید، خداوند به شما مایه تمیز و تشخیص می‌دهد؛ یعنی بینشی در شما قرار می‌دهد که بتوانید چیزهایی را تمیز بدهید که بدون تقوا نمی‌شود. (طباطبایی، 1374، ج 9: 56)

رؤیت قلب و چشم دل

چشم دل باز کن که جان بینی آنچه نادیدنی است آن بینی

قلب، مهم‌ترین ابزار شناخت شهودی است. شناخت قلبی، نوری است که خداوند بر قلب انسان افاضه می‌کند (ابراهیمیان، 1378). چشم دل در فرهنگ اسلام فراتر و گسترده‌تر از همه فرهنگها و با عملکردهای مقدس و والاتری مطرح شده است. بعضی از آیات قرآن از تعبیر «رؤیت» استفاده کرده، آن را به دل نسبت داده‌اند (نجم: 11-12). رؤیت که در اصل به معنای دیدن چشم است، به دل نسبت داده می‌شود؛ چون برای انسان یک نوع ادراک شهودی هست که ورای ادراک‌هایی است که با یکی از حواس ظاهری خود دارد. (طباطبایی، 1374، ج 19: 47-7)

نور الهی

قرآن، در آیه 28 سوره حدید از نور باطن که ویژه چشم دل بوده و مؤمن در دنیا بدان نیازمند است، یاد کرده است. صفت نور، معرفتی است که خدای تعالی مؤمنین را با آن گرمی داشته؛ نوری که دنبالش سعادت همیشگی است (همان، ج 15: 168). تا انسان روشن‌بین نباشد، راه سعادت خویش را پیدا نمی‌کند و تا دودهای آتش حسد و کینه و خودپرستی و تکبر و دیو صفتی و سایر صفات رذیله را از بین نبرد، نورافکن عقلش نمی‌تواند راه را بر او روشن کند (مطهری، 1377، ج 22: 144). خداوند در آیه 11 سوره تغابن این وعده را داده است که ایمان حقیقی به دنبال خود، معرفت و بصیرتی را می‌آورد که از آن به هدایت قلب یاد می‌شود. مسلماً معرفتی که از راه ایمان به خداوند حاصل می‌شود، از قبیل معرفت حسّی و عقلی نیست، بلکه نوعی معرفت شهودی و عرفانی است که کانونش قلب انسان است. (ابراهیمیان، 1378)

3. شبه‌شهود

نکته مهم در تصمیم‌گیری شهودی، تشخیص شهود از شبه‌شهود است؛ زیرا هر دو به دل القا می‌کنند، اما یکی جانب خیر و راه درست را نشان می‌دهد و دیگری جانب شر و راه اشتباه را. بنابراین، تشخیص این دو از هم بسیار مهم است. با توجه به مفاهیم مستخرج از تفسیر آیات قرآن کریم، مقوله اصلی شبه‌شهود در دو گروه القائات شیطانی و نفسانی به صورت جدول 2 قرار گرفت. شیاطین افراد را از ذکر خدا منصرف می‌کنند و آن وقت است که انسان می‌پندارد راه درست رفته است. کسی که خواهشهای نفسانی خود را معبود خویش سازد و در زندگی تابع هوای نفس خود باشد و همین روش را ادامه دهد، خداوند مهر بر دلش زده، چشم دلش را کور می‌کند. در نتیجه می‌پندارد که راه همین است و نمی‌فهمد که در بیراهه است. اغواگری شیطان افزون بر تصرف در حس، با ورود به شعور و ادراک آدمی نیز می‌باشد.

به طور قطع، شبه‌شهود منجر به تصمیم‌گیری درست نمی‌شود و علامت و اثر آن، دل‌نگرانی و تشویش خاطر است؛ در حالی که شهود به معنای واقعی منجر به آرامش خاطر و اطمینان قلب می‌شود.

جدول 2: مفاهیم و شواهد مرتبط با مقوله فرعی «انواع شبه‌شهود»

مقوله فرعی	مفاهیم	آیه و ترجمه	نشاتکر	تطبیق با المیزان	سایر آیات
انواع	القائات شیطانی	وَ إِنَّ الشَّيَاطِينَ لَكَايُودُونَ إِلَىٰ أُوتِيَابِهِمْ و در حقیقت، شیطانها به دوستان خود و سوسه می‌کنند.	انعام: 121	ج 7: 459	زخرف: 37-36؛ مجادله: 10؛ شعرا: 2-221؛ اعراف: 200؛ فصلت: 36؛ ناس: 5-4
	القائات نفسانی	إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ چرا که نفس قطعاً به بدی امر می‌کند.	یوسف: 53	ج 11: 269	ق: 16؛ قصص: 50؛ مائده: 30؛ محمد: 16

4. پیش‌ران‌ها یا زمینه‌سازها

از دیدگاه قرآن کریم، معرفت شهودی نیازمند زمینه مناسب است. یکی از ابعاد و مقوله‌های اصلی استخراج شده، «پیش‌ران‌ها» می‌باشند. پیش‌ران‌ها عواملی‌اند که وسیله شکل‌گیری و تقویت دریافت شهودی می‌شوند. بر اساس مفاهیم قرآنی مستخرج، زمینه‌سازها از دو مقوله فرعی عوامل مصونیت و عوامل بهره‌مندی شکل گرفته‌اند. عوامل مصونیت، عواملی در نظر گرفته شدند که مانع تأثیرگذاری القائات شیطانی و نفسانی می‌شوند و عوامل بهره‌مندی عواملی در نظر گرفته شدند که باعث برخورداری انسان از انواع عنایات و الطاف الهی می‌شوند. مهم‌ترین شواهد و مفاهیم مرتبط با مقوله اصلی پیش‌ران‌ها بر اساس پیامهای تفسیری در جدول 3 آورده شده است.

جدول 3: پیش‌ران‌ها بر اساس مفاهیم استخراجی قرآن

مفاهیم	سایر آیات	تطبیق با المیزان
ایمان و عمل صالح	روم: 47؛ انفال: 12؛ غافر: 51؛ یونس: 103؛ انعام: 122؛ تغابن: 11؛ حدید: 28؛ یونس: 9 و 63-62؛ نحل: 99؛ شوری: 26؛ محمد: 7	ج 16: 300
تقوا	انفال: 29؛ بقره: 194 و 282؛ توبه: 36 و 123؛ طلاق: 2 و 4 آل عمران: 125؛ نحل: 128؛ یونس: 63-62؛ حدید: 28	ج 9: 56
توکل	طلاق: 3؛ آل عمران: 101 و 160؛ کهف: 14؛ مجادله: 10؛ نحل: 99؛ احقاف: 13؛ فصلت: 30	ج 19: 326
اخلاص	یوسف: 24؛ ص: 83-82؛ حجر: 39-40	ج 11: 175
احسان و نیکوکاری	نحل: 128؛ یوسف: 22؛ عنکبوت: 69	ج 12: 539
مجاهدت در راه خدا	عنکبوت: 69؛ مائده: 111؛ محمد: 7	ج 16: 228
خشنودی خدا	مائده: 16	ج 5: 2-400
یاد و ذکر خدا	انفال: 2؛ اعراف: 201	ج 9: 10
پناه بردن به خدا	اعراف: 200؛ فصلت: 36؛ آل عمران: 36	ج 8: 498
دعا و استغاثه	بقره: 186؛ غافر: 60؛ انبیاء: 76، 88 و 90	ج 2: 41
صبر و نماز	بقره: 45 و 153؛ آل عمران: 125؛ فصلت: 30؛ طور: 48	ج 1: 228

5/ بازدارنده‌ها

یکی از ابعاد و مقوله‌های اصلی استخراج‌شده، «بازدارنده‌ها» است. بر اساس مفاهیم قرآنی مستخرج، بازدارنده‌ها از دو مقوله فرعی عوامل محرومیت و حجاب دل شکل گرفته‌اند. عوامل محرومیت، عواملی‌اند که باعث عدم برخورداری انسان از موهبت‌های الهی می‌شوند و حجاب دل، حجاب‌هایی‌اند که برخی انسانها با سوء رفتار و کردار خود، برای خویش فراهم ساخته‌اند و بر دل‌هایشان که جایگاه ادراک است، مهر و موم زده شده است. در نتیجه، قدرت درک ندارند. مهم‌ترین شواهد و مفاهیم مرتبط با مقوله اصلی بازدارنده‌ها بر اساس پیامهای تفسیری در جدول 4 آورده شده است.

جدول 4: بازدارنده‌ها بر اساس مفاهیم استخراجی قرآن

مفاهیم	سایر آیات	تطبیق با المیزان
پیروی از هوا و هوس	محمد: 16؛ جائیه: 23؛ قصص: 50	ج 18: 355
پیروی و دوستی با شیطان	بقره: 168 و 208؛ مجادله: 10؛ انعام: 43	ج 1: 633
انکار آیات الهی	اعراف: 146؛ احقاف: 26؛ جائیه: 35-34؛ نساء: 119	ج 18: 324
تعلقات دنیوی	توبه: 93؛ انعام: 70؛ حدید: 14؛ جائیه: 35-34؛ نساء: 119؛ نحل: 107؛ بقره: 86	ج 9: 491
ظلم و تجاوز	یونس: 74؛ آل عمران: 192؛ حج: 71؛ شوری: 8؛ فاطر: 37	ج 10: 151
گناه	مطففین: 14؛ اعراف: 100	ج 20: 385
جهل و غفلت	اعراف: 179؛ نحل: 108؛ روم: 59	ج 8: 438
فراموشی یاد خدا	زخرف: 37-36	ج 18: 151
نفاق و دورویی	بقره: 10؛ توبه: 127؛ محمد: 24؛ بقره: 17	ج 1: 87
کفر و شرک	بقره: 171؛ اعراف: 101؛ انعام: 25؛ بقره: 7؛ کهف: 101؛ منافقون: 3؛ اسراء: 46	ج 1: 635
کبر و غرور	غافر: 35؛ اعراف: 146	ج 17: 502

6. آثار و نتایج شهود در تصمیم‌گیری

آثار و نتایج شهود در تصمیم‌گیری راهبردی، یکی از مقوله‌های فرعی در رابطه با مقوله اصلی شهود و امدادهای الهی است. جدول 5 مهم‌ترین شواهد و مفاهیم مرتبط با این مقوله را نشان می‌دهد.

جدول 5: مفاهیم و شواهد مرتبط با مقوله فرعی «آثار شهود»

مفاهیم	متن و ترجمه آیه	نشاتگر	تطبیق با المیزان	سایر آیات
اطمینان قلب، آرامش و ثبات قدم	وَ رَبَطْنَا عَلَى قُلُوبِهِمْ إِذْ قَامُوا فَقَالُوا رَبُّنَا رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ و دل‌هایشان را استوار گردانیدیم آن گاه که برخاستند و گفتند: «پروردگار ما پروردگار آسمانها و زمین است.»	کهف: 14	ج 13: 348	طه: 38؛ احقاف: 13؛ انبیا: 88؛ یونس: 62؛ انفال: 12-10؛ فصلت: 30؛ قصص: 10؛ توبه: 40؛ محمد: 7
انتخاب راه درست و هدایت بخشی	وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا و کسانی که در راه ما کوشیده‌اند، به یقین راههای خود را بر آنان می‌نماییم.	عنکبوت: 69	ج 16: 227	انفال: 29؛ بقره: 282؛ یوسف: 24
تسهیل امور	يُنَشِّرْ لَكُمْ رُبُكُمْ مِنْ رَحْمَتِهِ وَيَهَيِّ لَكُمْ مِنْ أَمْرِكُمْ مَرَقًا تا پروردگارتان از رحمت خود بر شما بگستراند و برای شما در کارتان گشایشی فراهم سازد.	کهف: 16	ج 13: 351	طلاق: 2 و 4
یقین	ثُمَّ لَتَرُوُنَّهَا عَيْنَ الْيَقِينِ وانگهی آن را به دیده یقین خواهید دید.	تکواثر: 7	ج 20: 2-600	واقعه: 95

اطمینان قلب، آرامش و ثبات قدم. منظور از «ربط قلب» در آیه 10 سورة قصص، تقویت دل مادر موسی (ع) است. این تعبیر دربارهٔ اصحاب کهف نیز آمده است (کهف: 14). خداوند در آیه 7 سورة محمد می‌فرماید «دل‌های شما را محکم و شجاع می‌سازد» و اگر در بین انواع نصرت، فقط به این مورد اشاره کرده، برای این است که تقویت دل‌ها روشن‌ترین مصادیق نصرت است. (طباطبایی، 1374، ج 18: 347)

انتخاب راه درست و هدایت بخشی. گاهی خداوند با نشان دادن راه‌های نیک‌بختی و خیر، انسان را یاری می‌کند. در حقیقت؛ دسته‌ای از عناصر شناخت را به وی الهام می‌کند که خط حرکت انسان به سوی خدا را به گونه‌ای خاص نشان می‌دهند. از جمله آیاتی که به این موضوع دلالت دارند، می‌توان به آیه 69 سورة عنکبوت اشاره کرد.

تسهیل امور. طبق آیه 2 سورة طلاق، هر کس تقوای الهی داشته باشد، خدای رحمان به چشم رحمت بدو نگرسته، به صورت غیر عادی، راه خروج و رهایی را برایش فراهم می‌سازد. این مضمون را در آیه 4 همین سوره نیز داریم.

یقین. ظاهر لفظ یقین، همان معرفت شهودی است که خالی از هرگونه شک و تردید است (ابراهیمیان، 1378). یقین در لغت، علمی است که در آن شک و گمانی راه نداشته باشد. (همان، ج 20: 601)

هـ) بحث و نتیجه‌گیری

مسئله شهود و تصمیم‌گیری شهودی به مثابه یک عامل مؤثر در مدیریت، توجه فزاینده‌ای را در محافل علمی و پژوهشی دنیا به خود جلب کرده است. در تحقیق حاضر، شهود با رویکرد اسلامی بررسی شد که از نتایج آن، تبیین شهود اسلامی به صورت الهام، رؤیت قلب، قوه تشخیص و نور الهی است؛ در حالی که در علم متعارف مدیریت، شهود به صورت حس درونی، برداشتهای ناآگاهانه و قضاوت فردی بیان شده است. الهام، آن چیزی است که در دل می‌گذرد و عقل از درون خود، به معنی مطلوب راه می‌یابد و به سریع‌ترین وجه ممکن آن را درک می‌کند. الهام چیزی نیست که هر کس بتواند با توسل به آن، عالم شود و پایه استدلال خود را بر آن بنا کند؛ بلکه نوعی کشف باطنی یا شهود است که انسان می‌تواند با تکیه بر آن، در درون خود نسبت به چیزی علم پیدا کند. قرآن باب شهود و الهام را بر همه کسانی که باطن خویش را پاک کنند، باز می‌داند. از دیدگاه قرآن، شهود و عقل با هم سازگاری دارند. بنابر این، تقابل و تضاد شهود و استدلال اشتباه است و مدیران در راهبرد تصمیم‌گیری خود باید هم شهود و هم تفکر منطقی را مد نظر قرار دهند. شاید یکی از مهم‌ترین کاربردهای مدیریتی تحقیق حاضر، این باشد که نشان داد استفاده از شهود در برخی شرایط می‌تواند اثربخش‌تر باشد، به جای اینکه صرفاً از عقلانیت و تحلیل‌های کمی استفاده شود. مدیران باید از مزایای هر دو رویکرد شهودی و منطقی آگاه باشند و در جای مناسب از آنها استفاده کنند. به تعبیری؛ عقلانیت و شهود دو روی یک سکه‌اند.

در رویکرد متعارف، انسان را موجودی مادی فرض کرده‌اند. حال آنکه انسان، ترکیبی از روح و جسم است. انسان موجودی دوجانبه است که در میانه دو جهان ماده و مجردات قرار دارد. پس عجیب نیست که احیاناً با عالم ماورای ماده ارتباط برقرار کند؛ زیرا چنین ارتباطی مربوط به جنبه روحی و باطنی اوست. در انسان نیرویی قرار داده شده تا تمامی نیروها را در اختیار خود بگیرد. آیات متعددی از قرآن به این نکته اشاره دارند که فرشتگان در اندیشه و تصمیم‌گیری، به افراد مؤمن کمک می‌رسانند. اسلام از یک طرف انسانها را به عمل و کوشش وادار می‌کند و از طرف دیگر بیان می‌کند پیوندها و رابطه‌هایی معنوی میان غیب و این دنیا هست. تصمیم‌گیر و از خداوند در کارها الهام بخواه، بعد می‌بینی در موقع معین، خدا به قلب تو الهام می‌کند. شهود به مثابه نوری است که پیش روی مدیر روشن است و به او در تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند. بنابر این، مدیر مسلمان نباید از این خدمت برتر غافل بماند. قرآن کریم در آیات متعدد این حقیقت را بیان کرده است که هرگاه تلاش و فعالیت و عمل انسان همراه با اخلاص و در راه خدا و برای کسب رضای الهی باشد، باعث روشن شدن چراغ بصیرت در وجود آدمی شده، راه حلها به دل او الهام می‌شود.

بررسی مدل‌های متعارف شهود در دانش مدیریت نشان داد که عدم باور یا غفلت نسبت به برخی مؤلفه‌های اساسی و مبنایی در مقوله شهود، منجر به رویکردی ناقص و بعضاً ناصحیح نسبت به مفهوم شهود شده است. در رویکرد متعارف مدیریت صرفاً بر عوامل مادی نظیر دانش و تجربه تأکید دارند؛ در حالی که در مدل اسلامی این تحقیق، عوامل معنوی نقش پر رنگی در افزایش مهارتهای شهودی مدیران دارند. مقایسه دیدگاه قرآن با دیدگاه

متعارف در علم مدیریت پیرامون عوامل و مؤلفه‌های شهود، حاکی از آن است که این دو دیدگاه، تعریف و تبیین متفاوتی از شهود دارند و این تمایز، ریشه در تفاوت مبانی معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی و انسان‌شناسی و در یک کلام، تفاوت جهان‌بینی آنها دارد.

در مجموع، قرآن کریم باب شهود و الهام را بر همه کسانی که واجد شرایط خاصی باشند (پیش‌ران‌ها) باز می‌داند. در این صورت است که تصمیم‌گیری آنها منجر به آثار و نتایج مثبت شامل اطمینان قلب و آرامش، انتخاب راه درست و هدایت‌بخشی، تسهیل امور و در نهایت، یقین خواهد شد. تحقیق مذکور چارچوبی دین‌مدار ارائه کرده است که به نوعی باعث غنی شدن فرایندهای تصمیم‌گیری در سازمانها خواهد شد. الگوی پیشنهادی این تحقیق باعث می‌شود که قضاوت‌های شخصی، جایی در تصمیم‌گیری مدیران نداشته باشد و عوامل معنوی که باعث افزایش شهود مدیران می‌شود، جایگزین آن شود و به تبع آن، صحت تصمیمات نهایی افزایش یابد. قطعاً مدل مذکور در همه شرایط مناسب نیست. پیشنهاد می‌شود تحقیقی به‌منظور شناسایی و تحلیل شرایط و عواملی که در آن شرایط، شهود بهتر می‌تواند به تصمیم‌گیری مدیران کمک کند، انجام شود.

پیشنهاها

توجه به نقش و اهمیت عوامل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری، وظیفه مدیران نهادها و سازمانها را در اجرا و به کارگیری این عوامل بیش از پیش می‌کند. سازمانها به عنوان نهادهای اجتماعی که افراد زمان زیادی از عمر خود را در آن سپری می‌کنند، در نهادینه کردن عوامل معنوی اسلامی و تقویت روحیه ایمان کارکنان، نقش بی‌بدیلی دارند. بنابر این، باید در به کارگیری دستورات و رهنمودهای اسلامی و برنامه‌ریزی‌های لازم در این زمینه تلاش کنند.

چه بخواهیم و چه نخواهیم، شهود رخ داده و بخشی از فرایند شناختی را تشکیل می‌دهد. لذا مدیرانی که این موضوع را پذیرفته و آن را مدیریت کنند، شانس بیشتری برای موفقیت دارند. مدیران باید با آگاهی و شناخت از مزایا و معایب شهود در تصمیم‌گیری، با اعتماد و اطمینان بیشتر از شهود خود استفاده کنند.

تأکید بر شهود به هیچ وجه به معنای رد کردن تفکر منطقی یا نادیده گرفتن آن نیست و هر کدام از این قابلیت‌های ادراکی انسان می‌بایست در جای مناسب خود استفاده شوند. مدیران یا سازمانهایی که رویکرد منطقی در آنها غالب است، چابکی و خلاقیت لازم را برای فضاها رقابتی و محیط متغیر ندارند و فاقد قابلیت کل‌نگری‌اند. بنابر این، مدیران باید دیدگاه خود را نسبت به تصمیم‌گیری تغییر دهند و بدانند که شهود به عنوان یک عملیات ذهنی پذیرفته‌شده، می‌تواند در برخی موقعیتهای تصمیم‌گیری مناسب باشد، به جای اینکه صرفاً از عقلانیت و تحلیلهای کمی استفاده کنند.

مدیران باید تصمیم‌گیری شهودی را در محیط کار خود تمرین کرده، آگاهی خود را در خصوص فرایندهای تصمیم‌گیری شهودی از طریق خواندن و شرکت در سمینارها تقویت کنند. در کل مدیران باید به شهود خود (به معنای واقعی آن) اعتقاد و اطمینان داشته باشند و بدانند که این نوع شهود منجر به تصمیم‌گیری درست خواهد شد.

تدوین مدل اسلامی شهود در تصمیم‌گیری راهبردی ♦ 197

مدل مذکور می‌تواند به عنوان الگویی برای تصمیم‌گیری شهودی در اختیار سازمانها باشد تا تصمیم‌گیرندگان بدانند شهود به عنوان یک عملیات ذهنی پذیرفته‌شده، می‌تواند در برخی موقعیتها مناسب باشد. مدیران بایستی با ارزش واقعی شهود و پیامدهای آن آشنا شوند. پیشنهاد می‌شود مطالعه شهود و پیامدهای آن بخشی از آموزش مدیران باشد.

نکته مهم در تصمیم‌گیری شهودی، تشخیص شهود از شبه‌شهود است. به طور قطع، شبه‌شهود منجر به تصمیم‌گیری درست نمی‌شود. بنابر این، مدیران باید نسبت به این موضوع آگاه باشند و نسبت به ویژگی‌های هر دو شناخت داشته باشند.



منابع

- ابراهیمیان، سیدحسین (1378). معرفت‌شناسی در عرفان. قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
- احمدی، حسینعلی (1392). بررسی و تحلیل شهود و نقش آن در تصمیم‌گیری و پدیدار شدن استراتژی‌های نگاه‌های اقتصادی، سازمان مدیریت صنعتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی.
- استراوس، آنسلم و کوربین جولیت (1387). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- دانایی‌فرد، حسن و سید مجتبی امامی (1386). «استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد». اندیشه مدیریت، سال اول، ش 2.
- طباطبایی، سید محمدحسین (1374). تفسیر المیزان. ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی. قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه. (نرم‌افزار جامع تفاسیر نور)
- مطهری، مرتضی (1377/الف). مجموعه آثار: امدادهای غیبی. تهران: صدرا.
- مطهری، مرتضی (1377/ب). مجموعه آثار؛ نبوت. تهران: صدرا.
- مهربانی، امیرحمزه؛ حسین خنیفر، علی‌نقی امیری، حسن زارعی متین و غلامرضا جندقی (1390). «معرفی روش‌شناسی داده‌بنیاد برای تحقیقات اسلامی». مدیریت فرهنگ سازمانی، ش 23.
- Cavanagh, G.F. & M.A. Hazen (2008). **Sustainability, Spirituality, and Discernment or Discernment Upholds Sustainability**. Palgrave Macmillan, New York, NY, 35-50.
- Covin, J.G.; D.P. Slevin & M.B. Heeley (2001). **“Strategic Decision-Making in an Intuitive vs. Technocratic Mode, Structural and Environmental Considerations”**. *Journal of Business Research*, 52: 51-67.
- Danaeifard, H. & S.M. Emami (2007). **“Qualitative Research Strategies: Reflections on Ground Theory”**. *Management Thought*, No 2.
- Dane, E. & M.G. Pratt (2007). **“Exploring Intuition and its Role in Managerial Decision-Making”**. *Academy of Management Review*, 32 (1): 33-54.
- Ebrahimian, S.H. (1999). *Epistemology in Mysticism*. Qom: Islamic Propaganda Office.
- Elbanna S.; J. Child & M. Dayan (2013). **“A Model of Antecedents and Consequences of Intuition in Strategic Decision Making”**. *Long Range Planning*, 46: 149-176.
- Fernández, Walter D. (2004). **“Using the Glaserian Approach in Grounded Studies of Emerging Business Practices”**. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(2).
- Fernando, M. & B. Jackson (2006). **“The Influence of Religion-based Workplace Spirituality on Business Leaders’ Decision-Making: an Interfaith Study”**. *Journal of Management and Organization*, Vol. 12, 1: 23-39.
- Frantz, R. (2000). **“Intuitive Elements in Adam Smith”**. *Journal of Socio-Economics*, 29: 1-19.

- Khatri, N. & H.A. Ng (2000). “**The Role of Intuition in Strategic Decision Making**”. *Human Relations*, 53 (1): 57-86.
- Leybourne, S. & E. Sadler-Smith (2006). “**The Role of Intuition and Improvisation in Project Management**”. *International Journal of Project Management*, 24: 483-492.
- Liu, G. & Y. Song (2009). **The Interplay of Rationality and Intuition in Strategic Decision Making**. Master Program, Linkopings Universitet, Department of Management & Engineering.
- Matzler, K.; F. Bailom & T.A. Mooradian (2007). “**Intuitive Decision Making**”. *MIT Sloan Management Review*, 49 (1): 13-15.
- McGee, J.J. and Delbecq, A.L. (2003), “**Vocation as a critical factor in a spirituality for executive leadership in business**”, in Willians, O.F. (Ed.), *Business, Religion, and Spirituality: A New Synthesis*, University of Notre Dame Press, Notre Dame, IN, pp. 94-110.
- Mehrabi, A.; H. Khanifer, A. Amiri, H. Zarei & Gh. Jandaghi (2011). “**Introduction of Fundamentals of Methodology for Islamic Research**”. *Organizational Culture Managemen*, No 23.
- Miller, C.C. & R.D. Ireland (2005). “**Intuition in Strategic Decision-Making, Friend or Foe in the Fast-Paced 21st Century**”. *Academy of Management Executive*, 19: 19-30.
- Motahari, M. (1998). **Divine Help**. Tehran: Sadra Publishing.
- Motahari, M. (1998). **Prophecy**. Tehran: Sadra Publishing.
- Reichertz, Jo. (2010). “**Abduction: The Logic of Discovery of Grounded Theory**”. *Forum: Qualitative Social Research*. 11 (1). Available at: Art. 13, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1001135>.
- Sadler-Smith, E. & E. Shefy (2004). “**The Intuitive Executive, Understanding and Applying ‘gut feel’ in Decisionmaking**”. *Academy of Management Executive*, 18: 76-91.
- Shakunm M.F.(2006). **Spiritual Rationality: Integrating Faith- Based and Action**, Group Decision and Negotiation, 15, 1-15.
- Strauvs, A. & J. Courbin (2008). **Principles of Qualitative Research Methodology**. Translation by B. Mohammadi. Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies.
- Tabatabaei, S.M. (1995). **Tafsir Almizan**. Translation by S.M. Mousavi Hamedani. Qom: Islamic Publications.
- Sinclair, M., Ashkanasy, N.M., 2005. **Intuition, myth or a decision-making tool?** *Management Learning* 36, 353e370.
- Vasconcelos, A.F. (2009). “**Intuition, Prayer, and Managerial Decision-Making Processes: a Religion-based Framework**”. *Management Decision*, Vol. 47, Iss: 6: 932.

