

روش‌شناسی استعاره‌پردازی در مطالعات سازمان و مدیریت: رویکردی تجویزی

حسن دانایی فرد^۱ مرتضی جوانعلی آذر^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

چکیده

استعاره‌پردازی یکی از استراتژی‌های متداول در فهم و تئوریزه کردن پدیده‌هاست که علی‌رغم رواج بهره‌گیری از این شیوه، در باب روش‌شناسی آن پژوهش‌های اندکی انجام شده است. این موضوع در کنار ماهیت خلاقانه و پیچیده استعاره موجب آن شده است که برخی بر این باور باشند که نمی‌توان چارچوبی روشمند برای استعاره‌پردازی ارائه کرد. این مقاله با واکاوی پژوهش‌های انجام شده در حوزه استعاره و استعاره‌پژوهی تلاش می‌کند چارچوبی روشمند و گام به گام را برای انجام پژوهش‌های استعاره‌ای در حوزه سازمان و مدیریت ارائه کند. بر این اساس در این مقاله ابتدا با مرور پژوهش‌های استعاره‌ای، عمق، گستره و انواع شیوه‌های استعاره-پژوهی تبیین شده و در ادامه ضمن تحلیل جایگاه استعاره‌پردازی در فرایند تولید علم، روش‌شناسی استعاره‌پردازی در حوزه سازمان و مدیریت در قالب فرایند مرسوم بیان مسئله و خردمآیه پژوهش، شیوه تنظیم سؤال یا سؤالات پژوهش، جمع‌آوری داده، شیوه تفسیر داده‌ها و نتیجه‌گیری ارائه خواهد شد.

واژه‌های اصلی:

روش‌شناسی، روش پژوهش استعاره‌ای، تجویز استعاره، مطالعات سازمان.

اومبرتو اکو:

«بالاخره یک نفر باید این موضوع را بداند که چگونه می‌توان یک استعاره را ارائه کرد.»

(اومبرتو اکو، ۱۹۹۵، ۹۰)

۱ عضو وابسته فرهنگستان علوم، عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.

۲ عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).

۱ مقدمه

خاستگاه استعاره واژه یونانی متافرا^۳ است که خود از متا^۴ به معنای (فرا) و فرین^۵ (برون) مشتق شده است. استعاره اشاره به دسته خاصی از فرایندهای زبانی دارد که از قبل آنها جنبه‌هایی از یک شیء به شیء دیگر (فرا برده) حمل می‌شود، به نحوای که از شیء دوم به گونه‌ای سخن می‌رود که گویی شیء اول است (هاشمیان، ۱۳۸۵، ۳۵). استعاره اساساً بر پایهٔ مشابهت میان دو پدیده شکل می‌گیرد و با رویکردی انتزاع‌زدایانه و مبتنی بر فروکاهیدن^۶ و ساده‌سازی مفهومی، فهم پدیدهٔ پیچیده را آسان و قابل دسترس می‌کند (پورعزت و هاشمیان، ۱۳۸۶، ۱۵۰). مورگان^۷ نیز تعریفی از استعاره ارائه کرده است که نسبت به تعریف فوق، جنبه‌های شناختی استعاره در آن بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. به اعتقاد وی (مورگان، ۱۹۸۳، ۶۰۱):

«استعاره عبارت است از صورت مبنایی ساختار یافته‌ای از تجربه که انسان‌ها از طریق آن با دنیای خود وارد تعامل شده، اقدام به سازماندهی و فهم آن می‌کنند.»

در نتیجه به‌طور کلی چنین می‌توان گفت: استعاره ابزاری است که از طریق آن یک مفهوم یا حوزه کمتر شناخته شده به مدد مفهوم یا حوزه‌ای شناخته شده‌تر فهم می‌شود.

۲ تأملی بر عمق و گسترهٔ استعاره‌ها در علم الاجتماع

بحث پیرامون استعاره^۸، در تمامی علوم و به گونه‌ای خاص در حوزهٔ زبان‌شناسی تاریخچه‌ای طولانی (موزر^۹، ۲۰۰۰) و پرفراز و نشیب دارد^{۱۰}، تاریخچه‌ای که در پرتو نظریهٔ نوین استعاره (لیکاف و جانسون، ۲۰۰۳) می‌توان گفت از نخستین روزهای حیات بشر بر روی کرهٔ زمین شروع شده و تا امروز نیز ادامه یافته است؛ از همین رو به راحتی می‌توان مطالب فراوانی را یافت که پیرامون کارکردهای استعاره، انواع

^۳ Metaphora

^۴ Meta

^۵ Pherein

^۶ Reductionism

^۷ Morgan

^۸ Metaphor

^۹ Moser

۱۰ در نوشتار حاضر از بحث و بررسی پیرامون مبانی استعاره‌های ادبی خودداری شده و از موضوعاتی نظیر روابط هم‌نشینی (صفوی، ۱۳۸۷، ۲۴۳ و چندلر، ۱۳۸۷، ۱۳۲) و جانشینی (صفوی، ۱۳۸۷، ۲۶۳ و چندلر، ۱۳۸۷، ۱۵۳) و ... که معمولاً در کتب نشانه‌شناسی و معناشناسی مورد توجه قرار می‌گیرند، بحثی به میان نخواهد آمد. علاوه بر جنبه‌های ادبی، بحث‌های روان‌شناختی فراوانی نیز در مورد استعاره (قاسم زاده، ۱۳۷۹، ۱۷)، شیوهٔ ادراک آن (قاسم زاده، ۱۳۷۹، ۴۰) و یا نحوهٔ عملکرد استعاره بیان شده که در این پژوهش با توجه به عدم ارتباط موضوعی بین این مباحث و مباحث روش تحقیقی، از ذکر نظریه‌های مرتبط با این حوزه خودداری خواهد شد.

آن، تأثیر استعاره بر علوم، میزان این تأثیر، انواع این تأثیرها و ... به نگارش درآمده‌اند و هر یک نیز جایگاه و سهم ویژه‌ای را برای استعاره قائل شده و پیرامون عمق و یا گستره این تأثیرات مطالبی را ارائه کرده‌اند.^{۱۱}

برای مثال در حوزه عمق تأثیر استعاره بر علوم، ازویک^{۱۲} و همکارانش استعاره را به عنوان بهترین و برترین ابزار تولید دانش معرفی کرده (ازویک و همکاران، ۲۰۰۲، ۲۹۴) و وایک^{۱۳} ضمن توضیح مرحله بازنمایی^{۱۴} در شیوه نظریه‌پردازی^{۱۵} خود، آن را در مرکز فرایند نظریه‌پردازی قرار می‌دهد (وایک، ۱۹۸۹، ۵۱۷، ۵۱۸، ۵۲۹ همچنین کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۴ و کرنلیسن، ۲۰۰۵، ۷۵۲ را ببینید)؛ چرا که استعاره به خوبی حوزه تجربیات انسانی را با تخیل گره زده و بین آن دو پیوند برقرار می‌کند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۸، ۸). کرنلیسن نیز در مقاله‌ای به جایگاه منحصر به فرد^{۱۶} استعاره‌ها در علم سازمان اشاره کرده (کرنلیسن، ۲۰۰۵، ۷۵۱) و در مقاله‌ای دیگر به تبیین شدت تأثیر استعاره‌ها بر فضای نظریه‌پردازی در علم سازمان می‌پردازد (کرنلیسن و کافورس، ۲۰۰۸، ۳۶۵). هیت^{۱۷} و اسمیت^{۱۸} نیز ضمن عبور از مرحله نظریه‌پردازی و تبیین مرحله توسعه نظریه‌ها، استعاره‌ها را از مقومات این مرحله برمی‌شمرند (هیت و اسمیت، ۲۰۰۵، ۵۸۴) و در نهایت توسکاس^{۱۹} ضمن انکار وجود تفاوت میان زبان علم و استعاره، پیوند عمیق این دو حوزه به ظاهر جدا را مورد تأکید قرار می‌دهد (توسکاس، ۱۹۹۳، ۳۲۳). با توجه به مطالب فوق به خوبی می‌توان به این نکته پی برد که استعاره‌ها تأثیری عمیق بر تکوین علم داشته و حتی همانند پارادایم‌ها (هچ^{۲۰} و یانوا^{۲۱}، ۲۰۰۳، ۷۴) تأثیر بسزایی بر مسیر توسعه علوم بشری دارند، چرا که در پرتو نظریه نوین استعاره این نکته به خوبی روشن شده است که استعاره‌ها در تمامی مراحل تولید علم یعنی ابداع و ابتکار، بازنمایی، تبیین، ارزیابی و نشر نقشی اساسی ایفا می‌کنند (گویچون^{۲۲}، ۲۰۰۷، ۴۳۷).

^{۱۱} بر خلاف فضای علمی رایج در ایران، بحث پیرامون استعاره در فضای پژوهشی غرب بحثی جدی و دامنه‌دار است، به گونه‌ای که یک مقاله پیرامون استعاره می‌تواند آغاز کننده سلسله مباحثاتی علمی پیرامون این موضوع باشد، برای مثال مقاله‌ای از ازویک با عنوان «استعاره و استدلال تمثیلی در نظریه سازمان» (ازویک و همکاران، ۲۰۰۲) که در نشریه «*Academy of Management Review*» و در سال ۲۰۰۲ به چاپ رسیده است، منشأ جلسات دیگری در سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۶ شده است. جلسات و نوشتارهایی که یا ازویک به ارائه دیدگاه خود پرداخته (ازویک و جونز، ۲۰۰۶) و یا شخص دیگری دیدگاه او را نقد کرده است (هاراکلئوس، ۲۰۰۳) و (مارشاک، ۲۰۰۳).

^{۱۲} Oswick

^{۱۳} Weick

^{۱۴} Representation

^{۱۵} Theory Construction

^{۱۶} Beyond compare

^{۱۷} Hitt

^{۱۸} Smith

^{۱۹} Tsoukas

^{۲۰} Hatch

^{۲۱} Yanow

^{۲۲} Guichun

در حوزه گستره تأثیر استعاره نیز می‌توان شواهد فراوانی را ارائه کرد؛ چرا که دامنه به‌کارگرفته شدن استعاره‌ها در علم محدود به حوزه یا حوزه‌هایی خاص نبوده و به راحتی در حوزه‌های گوناگون قابل رهگیری است. البته با توجه به اینکه در پرتو پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه فلسفه علم، خوشبختانه امروزه تلقی ساده‌انگارانه‌ای که در آن علم، جدای از استعاره تلقی می‌شد از بین رفته و در نتیجه به راحتی می‌توان از ورود استعاره‌ها در علم صحبت کرد، در نتیجه در این قسمت تلاش خواهد شد تا گستره این تأثیر صرفاً از طریق ارائه شواهدی برای این موضوع به گونه‌ای اجمالی تبیین گردد.

به منظور تحقق این هدف می‌توان ابتدا تقسیم‌بندی مقبولی از علوم بشری ارائه کرده و سپس برای تأثیرگذاری استعاره در هر یک از این حوزه‌ها مدارک و یا شواهدی را ارائه کرد. با قدری تسامح می‌توان علوم بشری را به دو دسته علوم عقلی و علوم تجربی تقسیم کرد. در مورد علوم عقلی و یا به عبارت بهتر حوزه‌هایی نظیر فلسفه می‌توان شواهد فراوانی از حضور استعاره‌ها ارائه کرد، مقالاتی نظیر مقاله مارک جانسون^{۲۳} (جانسون، ۲۰۰۸) با عنوان «دین فلسفه به استعاره»^{۲۴} و یا مقاله ژاک دریدا^{۲۵} و مور^{۲۶} با عنوان «اسطوره‌شناسی سپید، استعاره در متن فلسفه»^{۲۷} نمونه‌های خوبی برای تبیین و تأیید این مدعا هستند (دریدا و مور، ۱۹۷۴). البته تذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که تأثیر استعاره‌ها محدود به فلسفه غرب نبوده و حضور آنها را در فلسفه اسلامی نیز می‌توان رهگیری کرد (سپهری، ۱۳۸۲، ۱۶۳).

در حوزه علوم تجربی نیز می‌توان این بحث را با تقسیم‌بندی این علوم به علوم طبیعی^{۲۸} و علوم اجتماعی^{۲۹} پی گرفته و شواهدی را از حضور استعاره‌ها در هر دو حوزه ارائه کرد. بر خلاف تصور اولیه، استعاره‌ها در علوم طبیعی حضوری جدی دارند تا جایی که آبرانتس^{۳۰} در مقاله‌ای در نشریه «بنیان‌های علم»^{۳۱} استدلال تمثیلی^{۳۲} را بنیان و بنیاد مدل‌سازی علمی می‌داند^{۳۳}. (آبرانتس، ۱۹۹۹، ۲۳۷) لازم به ذکر است که این موضوع محدود به سطح نظریه‌پردازی صرف نبوده و تا حوزه‌های عملیاتی‌ای نظیر حوزه مغز و اعصاب (لیکاف، ۲۰۰۶، ۱۷) یا هوش مصنوعی و ... نیز پیش رفته است (بارندن، ۲۰۰۶، ۳۱۱).

در حوزه علوم اجتماعی نیز می‌توان شواهد فراوانی برای این موضوع ارائه کرد؛ با این وجود به علت جایگاه اساسی دو حوزه مطالعاتی جامعه‌شناسی و روان‌شناسی، به نظر می‌رسد در صورتی که حضور

^{۲۳} Johnson, Mark

^{۲۴} *Philosophy's Debt to Metaphor*

^{۲۵} Derrida, Jacques

^{۲۶} Moore

^{۲۷} *White Mythology: Metaphor in the Text of Philosophy*

^{۲۸} *Natural science*

^{۲۹} *Social science*

^{۳۰} Abrantes

^{۳۱} *Foundations of Science*

^{۳۲} *Analogical reasoning*

^{۳۳} به رغم وجود تفاوت میان جنبه ادبی استعاره و تمثیل، از جنبه روان‌شناختی این دو مفهوم مشابه هم هستند (جنتنر و

همکاران، ۲۰۰۱، ۱۹۹).

استعاره‌ها در دو حوزه جامعه‌شناسی^{۳۴} و روان‌شناسی^{۳۵} تبیین شود، دیگر نیازی به ارائه شواهدی از سایر حوزه‌ها نخواهد بود. در مورد جامعه‌شناسی می‌توان گفت استعاره‌ها نقشی فوق‌العاده کلیدی در تکوین این علم داشته‌اند (لوین، ۱۹۹۵)، تا جایی که نزاع بین جریان‌های جامعه‌شناختی گاهی علناً و صریحاً نزاعی استعاره‌ای بوده و در واقع طرفین مناقشه صرفاً استعاره‌های به‌کارگرفته شده توسط جریان مخالف را نقد می‌کنند (بوریل و مورگان، ۱۳۸۳، ۵۹ تا ۶۱ و ۷۴ و مطهری، ۱۳۸۳، ج ۱۵، ۵۵، ۵۸ و ۵۹). لازم به ذکر است که بهره‌گیری جامعه‌شناسی از استعاره‌های زیستی به قدری جدی است که امروزه حوزه مطالعاتی‌ای با نام بیولوژی اجتماعی^{۳۶} وجود دارد (لوین^{۳۷}، ۱۹۹۵، ۲۳۹). در حوزه روان‌شناسی نیز موزر^{۳۸} ضمن بیان تأثیرگذاری نظریه نوین استعاره بر هر دو گرایش روان‌شناسی (یعنی روان‌شناسی شناختی^{۳۹} و روان‌شناسی بالینی^{۴۰}) به ارائه گزارش مفصلی از کارهای انجام شده در این حوزه می‌پردازد (موزر، ۲۰۰۰) که به علت کفایت این گزارش، در این بخش از ذکر موارد بیشتر خودداری می‌گردد.

به عنوان آخرین و شاید جالب‌ترین نکته در تبیین گستره حضور استعاره در اندیشه بشری، می‌توان به این نکته اشاره کرد که عده‌ای معتقدند حتی فهم خود استعاره نیز از طریق استعاره اتفاق می‌افتد. به عبارت بهتر و گویاتر یعنی علاوه بر اینکه فهم در بسیاری از حوزه‌های معارف بشری منوط به بهره‌گیری از استعاره‌هاست (البته اگر همانند اندیشمندانی نظیر نیچه قائل به این نکته نباشیم که فهم در تمامی حوزه‌ها استعاره‌ایست (مهرگان، ۱۳۸۲، ۱۰۵))، حتی فهم خود استعاره نیز در پرتو استعاره صورت می‌گیرد. چرا که استعاره خود استعاره‌ای برای فهم و تولید استعاره است (دریدا، ۱۹۷۴، ۶۴).

آنچه تاکنون بیان شد مروری بود مستند بر عمق و گستره تأثیرگذاری استعاره‌ها بر حوزه‌های گوناگون علوم، مروری که به خوبی دامنه به‌کارگیری پژوهش‌های استعاره‌ای را مشخص کرده و اهمیت این ابزار فهم پدیده‌ها و نظریه‌پردازی پیرامون آنها را تبیین می‌کند. حال سؤال اینجاست که با توجه به جایگاه مذکور استعاره‌ها در تولید علم، روش استعاره‌پردازی چیست و از چه روش یا روش‌هایی می‌توان استعاره‌هایی جدید را ارائه کرد؟

در پاسخ به این پرسش می‌توان گفت متأسفانه کمتر می‌توان کتاب یا مقاله‌ای را یافت که به گونه‌ای منسجم و گام به گام به روش استعاره‌پردازی پرداخته باشد و از منظری روش‌شناختی به موضوع استعاره نگریسته باشد؛ تا جایی پس از بررسی ادبیات موجود در این زمینه کم‌کم شائبه نبود روشی منسجم برای ارائه استعاره تقویت می‌شود. آنچه موجب تقویت بیشتر این دیدگاه می‌شود توجه به این نکته است که حتی

^{۳۴} *Sociology*

^{۳۵} *Psychology*

^{۳۶} *Sociobiology*

^{۳۷} *Levin*

^{۳۸} *Moser*

^{۳۹} *Cognitive psychology*

^{۴۰} *Clinical psychology*

لیکاف و جانسون، یعنی ارائه‌کنندگان نظریه نوین استعاره، نیز روشی را برای ارائه استعاره ارائه نکرده‌اند (اشمیت، ۲۰۰۵، ۳۵۸) و حتی برخی کار را فراتر از این برده و با قرار دادن استعاره در برابر روش، به گونه‌ای تلویحی امکان ارائه روش برای ارائه استعاره را نفی کرده‌اند (دانک، ۱۹۹۷، ۲۴۹). حال آنکه واقعیت این است که بررسی پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که علی‌رغم انجام شدن پژوهش‌های متعدد در حوزه استعاره و استعاره‌پژوهی، هیچ‌یک از این پژوهش‌ها به ارائه روشی گام به گام و منسجم برای استعاره‌پردازی نپرداخته‌اند و علی‌رغم وجود ظرفیت‌های ارائه روش‌شناسی پژوهش‌های استعاره‌ای، این حوزه همچنان آن‌گونه که باید مورد توجه قرار نگرفته است و وقتی این حوزه به گونه‌ای عام در عرصه علم محجور باشد، با توجه به نوپا بودن علم مدیریت و سازمان، وضعیت آن در این حوزه نیز روشن خواهد بود (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۶۸۳).

در نتیجه نگارندگان قصد دارند تا در نوشتار حاضر ضمن تأکید بر حوزه مطالعات سازمان^{۴۱}، روشی منسجم و نظام‌مند را برای ارائه استعاره ارائه کنند. روشی که ضمن رعایت شاخص‌های مطلوب و مقبول یک روش علمی، به گونه‌ای منظم و مرحله به مرحله فرایند انجام یک پژوهش استعاره‌ای را تبیین کند. از همین رو در ادامه ضمن بیان مقدمه‌ای در باب انواع استعاره‌پردازی، به گونه‌ای اجمالی جایگاه استعاره‌پردازی در فرایند نظریه‌پردازی مشخص خواهد شد و سپس به صورت مرحله به مرحله فرایند استعاره‌پردازی مورد توجه قرار خواهد گرفت.

۳ انواع روش‌های استعاره‌پردازی

با مروری اجمالی بر استعاره‌های ارائه شده برای سازمان می‌توان به این نکته پی برد که استعاره‌های مذکور حاصل استعاره‌پردازی‌های مشابهی نیستند. توضیح بیشتر اینکه تأمل بر شیوه‌های استعاره‌پردازی در پژوهش‌های گذشته بیانگر این است که برخی از استعاره‌ها حاصل بازخوانی ادبیات موجود در یک حوزه و یا مصاحبه با برخی از مدیران فعال در یک عرصه و در نهایت توصیف استعاره حاکم بر ذهن نویسندگان و مدیران هستند (ازویک و مونتگومری، ۱۹۹۹، ۵۰۱)، درحالی‌که برخی دیگر حاصل تجویز نظریه‌پردازان و عالمان حوزه مطالعات سازمان هستند. در واقع در برخی از پژوهش‌ها، استعاره ذهنی یک یا گروهی از نویسندگان یا مدیران نسبت به سازمان تبیین شده و به عنوان مبنایی برای شناخت سازمان به جامعه علمی

۴۱ لازم به ذکر است که علی‌رغم نگارش آثاری ارزشمند در حوزه ارتباط سازمان، مدیریت و استعاره نظیر پنداره‌های سازمان (مورگان، ۱۳۹۳)، سیمای سازمان (مشبکی، ۱۴۰۰)، استعاره‌های سازمانی بیماری‌های مدیریتی (عسگرانی و همکاران، ۱۳۹۷)، استعاره‌های مدیریتی: جایگاه استعاره در زبان و نظریه‌های سازمانی (بینش، ۱۳۹۱)، استعاره در مدیریت: نظریه و روش (خمیلنتسکی و سولکوفسکی، ۱۳۹۸)، استعاره در مدیریت (آبریو، ۲۰۱۶)، هفت استعاره در مدیریت: ابزارهایی برای مدیریت در کشورهای عرب‌زبان (مونا، ۲۰۱۷)، مدیریت با استعاره (شانکار دوی، ۲۰۲۰) استعاره‌های سازمانی (هوینگا و دین، ۱۴۰۰) و ... موضوع روش استعاره‌پردازی در اغلب آثار مورد توجه قرار نگرفته و تنها کاربردهای نگاه استعاره‌ای به سازمان و مدیریت مورد بررسی قرار گرفته است.

عرضه شده است، درحالی‌که در برخی دیگر بدون توجه به ادبیات موجود و یا نگرش مدیران، استعاره‌ای جدید از سوی یکی از اندیشمندان حوزه مطالعات سازمان ارائه شده است ۴۲. از همین‌رو در مواجهه با هر استعاره‌ای می‌توان این سؤال را پرسید که «آیا این استعاره با مطالعه، بررسی و تحلیل رفتار و اندیشه مدیران ارائه شده است و در واقع توصیفی از استعاره حاکم بر ذهن آنهاست و یا اینکه یکی از اندیشمندان یا نظریه‌پردازان حوزه مطالعات سازمان بر اساس یک مبنای علمی یا ایدئولوژیک آن را ارائه و برای شناخت بهتر سازمان تجویز کرده است؟»

در تحلیلی تاریخی در مورد این دو نوع استعاره‌پردازی (توصیفی و تجویزی) می‌توان گفت به نظر می‌رسد می‌توان مطالعات و پژوهش‌های حوزه سازمان و مدیریت را به سه دوره تقسیم کرد (البته مطالعات و پژوهش‌هایی که به نوعی در مطالعات و پژوهش‌های استعاره‌ای مدیریت دخیل بوده، بر آن تأثیر گذاشته یا از آن تأثیر پذیرفته‌اند) (جوانعلی آذر، ۱۳۹۱، ۵۹):

۱. در دوره اول نظریه‌پردازان بدون توجه به تقسیم‌بندی‌ای خاص یا مبانی فلسفی مستتر در اندیشه‌های خود دست به نظریه‌پردازی زده‌اند. نظریه‌هایی نظیر مدیریت علمی تیلور، اصول مدیریت فایول، نتایج پژوهش‌های التون مایو و ... را می‌توان حاصل این دوره دانست.
۲. در دوره دوم عده‌ای از محققین به مطالعه، بررسی و بازخوانی عمیق‌تر نظریه‌های ارائه شده پرداخته و تلاش کرده‌اند تا ضمن برگزیدن یک شاخص یا مدل، به تقسیم‌بندی نظریه‌های ارائه شده بپردازند (وارث، ۱۳۸۰، ۲۸). مطالعات بوریل و مورگان و تقسیم‌بندی پارادایمی نظریه‌های مدیریت (بارل و مورگان، ۱۳۸۳، ۴۸)، مطالعات اسکات و تقسیم‌بندی نظریه‌های مدیریت بر اساس گونه‌شناسی سیستم‌ها (اسکات، ۱۳۸۷، ۴۴ تا ۵۰) و مطالعات مورگان و تقسیم‌بندی نظریه‌های ارائه شده بر اساس استعاره‌ها را می‌توان به عنوان مطالعات دوره دوم طبقه‌بندی کرد.
۳. در دوره سوم نظریه‌پردازان با آموختن نگاه‌های دوره دوم تلاش کرده‌اند تا نقاط خالی و حلقه‌های مفقوده این مدل‌ها را تکمیل کنند. طبیعتاً ارائه استعاره‌ها نیز از این مطلب مستثنا نبوده و نظریه‌پردازان مدیریت با آموختن نگاه استعاره‌ای درصدد ارائه استعاره‌های جدید برای شرایط جدید برآمده‌اند. استعاره‌هایی که دیگر حاصل توصیف استعاره حاکم بر اذهان مدیران و نویسندگان فعال در حوزه مطالعات سازمان نبوده و به نوعی شبیه راه‌حلی برای درک و اداره سازمان‌های جدید به‌شمار می‌روند. استعاره‌هایی نظیر مغز، جاز (هچ، ۱۹۹۹، ۲) و کولاژ که به ترتیب برای سازمان‌های یادگیرنده و پست‌مدرن ارائه شده‌اند را می‌توان جزء این دسته طبقه‌بندی کرد.

امکان دارد که این سؤال مطرح شود که بازشناسی نوع فرایندی که استعاره در آن ارائه شده است چه ثمره و ارزشی دارد؟ در پاسخ باید گفت که استعاره‌پردازی در دو رویکرد توصیفی و تجویزی یکسان نبوده و هر کدام روش پژوهش مخصوص به خود را می‌طلبند. در رویکرد توصیفی استعاره‌پرداز برای ایجاد زمینه پذیرش استعاره از سوی جامعه علمی، باید ضمن ارائه استعاره خود به بیان مستندات تاریخی و نظری^{۴۳} استعاره خود پردازد و با مقایسه جوانب مختلف استعاره خود با نظریه‌های گذشته نحوه استنباط استعاره ارائه شده را مشخص گردانند. کاری که مورگان در ذیل اغلب استعاره‌های خود انجام داده و تلاش کرده تا نظریه‌هایی که نگاهی مشابه یا مطابق آن استعاره دارند را ارائه کند.

این درحالی است که در استعاره‌های تجویزی، استعاره‌پرداز باید تلاش کند تا با استخراج دلالت‌های فلسفی، ارزشی و ... نگاهی که قصد استعاره‌پردازی از آن منظر را دارد و استناد به آنها، دست به ارائه یک استعاره بزند. در چنین نگاهی طبیعتاً استعاره‌پرداز دیگر به یک نظریه مدیریت به عنوان شاهدی برای صدق استعاره خود اشاره نخواهد کرد، بلکه تلاش خواهد کرد تا اولاً با اشاره به دلالت‌های فلسفی، ارزشی و ... برآمده از نگاه مذکور و ثانیاً از طریق تبیین کارکردهای مثبت آن استعاره در اداره سازمان در شرایط حاضر (نظیر آنچه در استعاره مغز شاهد آن هستیم) مؤیداتی را برای شایستگی^{۴۴}، کارایی و در یک کلام قابل قبول بودن استعاره خود ارائه کرده و در نتیجه استعاره خود را به گونه‌ای که مقبول^{۴۵} جامعه علمی باشد عرضه کند.

از آنجا که طبیعتاً پژوهش‌های استعاره‌ای و ارائه استعاره به هر یک از دو شیوه فوق روشی خاص به خود را می‌طلبند و با روشی واحد نمی‌توان دست به هر دو گونه استعاره‌پردازی زد، در نتیجه در این مقاله صرفاً (یکی از این دو روش یعنی) استعاره‌پردازی به صورت تجویزی مورد توجه قرار گرفته و مراحل آن تبیین خواهد شد^{۴۶}.

۴ روش‌شناسی پژوهش‌های استعاره‌ای با رویکرد تجویز استعاره

همان‌گونه که در بخش قبل نیز بیان شد، در مورد استعاره‌پردازی و روش و قواعد آن، اگر بتوان ادعا کرد که کاری انجام شده است، مقدار آن اندک خواهد بود (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۴۹). از همین رو به سختی می‌توان روشی منسجم و گام به گام برای ارائه آنها ارائه کرد. به همین خاطر برخی معتقدند که فرایند استعاره‌پردازی کاملاً آزاد از روش بوده و در نتیجه استعاره‌پردازی یک فرایند مستمر کاملاً خلاق و شهودی است (به نقل از کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۸). از سوی دیگر عده‌ای نیز ضمن پذیرش

^{۴۳} Theoretical

^{۴۴} Aptness

^{۴۵} Plausible

^{۴۶} استعاره‌پردازی به شیوه توصیفی در مقاله‌ای با مشخصات زیر توسط نویسندگان منتشر شده است:

دانایی فرد، حسن و جوانعلی آذر، مرتضی (۱۴۰۲) روش‌شناسی استعاره‌پژوهی در مطالعات سازمان و مدیریت: رویکردی توصیفی، توسعه علوم انسانی، صفحه ۹۷-۱۱۶.

نمود یک الگوریتم مشخص برای استعاره‌پردازی با این نکته مخالف‌اند که استعاره‌پردازی یک فرایند کاملاً آزاد و بی‌قید است. این دسته از محققین معتقدند که می‌توان برای ارائه استعاره‌ها قواعدی صوری را ارائه کرد که تا حدودی ضامن شرط شایستگی^{۴۷} استعاره‌ها باشند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۲). از همین رو و به عنوان یک جمع‌بندی می‌توان گفت که اساساً استعاره‌پردازی از نظر محتوا فرایندی خلاقانه است، ولی از نظر صوری می‌توان قواعدی را برای تضمین شایستگی و مقبولیت استعاره‌ها ارائه کرد. در ادامه نگارندگان در دو بخش به تبیین فرایند استعاره‌پردازی خواهند پرداخت. در بخش اول ضمن تبیین فرایند کلی نظریه‌پردازی در مطلق علوم، جایگاه استعاره‌پردازی در این فرایند مشخص خواهد شد؛ سپس به صورتی جزئی‌تر استعاره‌پردازی در مطالعات سازمان مورد بررسی قرار گرفته، قواعد و بایسته‌های استعاره‌پردازی در این حوزه ارائه خواهند شد.

۴/۱ جایگاه استعاره‌پردازی در نظریه‌پردازی

تد بنتون^{۴۸} و یان کرایب^{۴۹} از پژوهشگرانی هستند که تلاش کرده‌اند تا ضمن توجه به جایگاه استعاره در جریان تولید یک نظریه علمی، فرایند نظریه‌پردازی را تبیین کنند. به علت کوتاه بودن توصیف آنها از جریان نظریه‌پردازی و تبیین جایگاه استعاره‌پردازی، در اینجا عبارات این دو پژوهشگر حوزه علوم اجتماعی عیناً نقل می‌گردد. بنتون و کرایب معتقدند که (بنتون و کرایب، ۱۳۸۹، ۲۲۸):

«می‌توان نظریه‌سازی از رهگذر کاربرد استعاره‌ها را فرایندی سه مرحله‌ای تصور کرد. [مرحله] نخست، جمع‌آوری شواهد درباره الگوهای از پدیده‌های قابل مشاهده است. [در مرحله] دوم، این پرسش مطرح می‌شود [که] کدام ساختار یا مکانیسم زیربنایی ... این الگو را توضیح می‌دهد؟ در اینجا است که کاربرد خلاقانه اندیشه استعاره‌ای داخل می‌شود. [برای مثال] ... (اگر الکترون‌ها در هادی به شیوه‌ای جریان یابند که آب در رود جریان می‌یابد، آنگاه الگوهای مشاهده شده بار الکتریکی، مقاومت، جاذبه مغناطیسی و از این قبیل نتیجه می‌شود) و بر همین منوال. منطبق این مرحله گاه پیرو [آنچه توسط] ان. آر. هنسِن [گفته شده است استدلال استقرائی - قیاسی] خوانده می‌شود. مرحله سوم [نیز] در این فرایند این است که آزمایشات و مشاهدات بیشتری بر اساس این حدس فرضی ترتیب داده شود [تا معلوم شود] که [آیا] مکانیسم نسبت داده شده بر اساس آن استعاره واقعاً وجود دارد [یا نه؟].»

با وجود آنچه در متن بالا از بنتون و کرایب نقل شد، جایگاه استعاره‌پردازی در فرایند نظریه‌سازی مشخص گردید و معلوم شد که جنبه خلاق نظریه در بهره‌گیری آن از استعاره نهفته است (بنتون و کرایب، ۱۳۸۹، ۸۳)، همچنین با مطلبی که به عنوان مرحله سوم نقل شد نقش استقراء در تأیید یا رد یک استعاره

^{۴۷} Aptness

^{۴۸} Ted Benton

^{۴۹} Ian Craib

^{۵۰} Retroduction

تبیین شده، مشخص شد که چگونه می‌توان به تأیید یا رد یک استعاره پرداخت. با توجه به تبیین جایگاه استعاره‌پردازی در مراحل نظریه‌پردازی حال می‌توان استعاره‌پردازی را مورد توجه و تأملی بیشتر قرار داد و قواعد حاکم بر آن را مورد بحث قرار داد. موضوعی که ضمن توجه به حوزه مطالعاتی سازمان و مدیریت در بخش بعد مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۵ استعاره‌پردازی در مطالعات سازمان

با توجه به اینکه تبیین جایگاه استعاره‌پردازی در نظریه‌پردازی پیرامون سازمان عمیقاً مدیون آثار کارل وایک است (کرنلیسن، ۲۰۰۵، ۷۵۲) به نظر می‌رسد مناسب‌تر باشد که برای شروع بحث پیرامون این موضوع ابتدا قدری روش وایک در نظریه‌پردازی مورد بررسی قرار گیرد.

به‌گونه‌ای خلاصه، به اعتقاد وایک نظریه‌پردازی عبارت است از بیان مسئله، تخیلی نظام‌مند که در آن نظریه‌پرداز ضمن طی روند یک آزمون و خطا و ارائه بازنمایی یا بازنمایی‌هایی از واقعیت، بر اساس معیارهای گوناگون مقبولیت، دست به انتخاب گزینه مناسب‌تر در میان نظریه‌های رقیب زده و به ارائه یک نظریه می‌پردازد (وایک، ۱۹۸۹). از همین رو می‌توان گفت اولاً وایک نگاهی خطی به نظریه‌پردازی نداشته و صرفاً به خروجی فرایند نظریه‌پردازی توجه نکرده و ثانیاً فرایند آن را نیز مورد بررسی قرار داده است (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۵). فرایندی که استعاره در آن نقشی اساسی داشته (کرنلیسن، ۲۰۰۵، ۷۵۲) و در واقع در قلب آن قرار گرفته است (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۳). با تأملی بیشتر در شیوه نظریه‌پردازی وایک می‌توان گفت دلالت‌های ضمنی نظریه وایک عبارت‌اند از (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۶ تا ۸):

۱. شخص استعاره‌پرداز جایگاهی رفیع در این دیدگاه دارد، چرا که اساساً تخیل به عنوان مهم‌ترین جزء نظریه‌پردازی توسط استعاره‌پرداز اتفاق می‌افتد؛

۲. کانون نظریه‌پردازی و بازنمایی واقعیت (یا همان موضوع مورد مطالعه در نظریه) استعاره مورد استفاده نظریه است؛

۳. داوری بین بازنمایی‌های گوناگون ارائه شده (و یا همان استعاره‌های حاصل از فرایند تخیل نظام‌مند) صرفاً بر اساس شاخص مقبولیت صورت می‌گیرد و نه روایی؛

۴. این شیوه از نظریه‌پردازی مبتنی بر شناخت‌شناسی تکاملی است که در بسیاری از کارهای وایک مشهود است؛

با توجه به نکات فوق می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که وایک به تبیین جایگاه استعاره‌پردازی در تخیل خلاق پرداخته است، ولی نکته چندان‌ی را در مورد خود فرایند استعاره‌پردازی ذکر نکرده است. در نتیجه همچنان می‌توان سؤالات زیر را مطرح کرد:

۱. استعاره‌پرداز چگونه بر محتوای استعاره تأثیر می‌گذارد؟

۲. چه رهنمون‌ها و قواعدی بر مرحله تولید استعاره حاکم هستند؟

۳. و در نهایت اینکه ملاک‌های مقبولیت استعاره‌ها در نزد جامعه علمی چیست؟
 تمامی این سؤالات سؤالاتی هستند که وایک پاسخ درخوری به آنها نداده است (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۴) و صرفاً به بیان نکاتی اجمالی پیرامون آنها اکتفا کرده است. با این وجود پژوهشگر دیگری با نام جوئپ کرنلیسن ضمن مقالاتی به پاسخ اغلب سؤالات فوق پرداخته است.
 در ادامه با توجه به رویکرد کاربردی تحقیق حاضر در حوزه روش تحقیق، ضمن تبیین مرحله به مرحله یک روش پژوهش منسجم برای استعاره‌پردازی، تلاش خواهد شد تا سؤالات فوق پاسخ داده شوند.

این مراحل عبارت‌اند از:

۱. بیان مسئله و خردمایه پژوهش
۲. سؤال پژوهش
۳. جمع‌آوری داده
۴. تفسیر داده‌ها
۵. نتیجه‌گیری

۵/۱ بیان مسئله و خردمایه پژوهش

با توجه به آنچه تاکنون بیان شد، طبیعتاً خردمایه این‌گونه از پژوهش‌های استعاره‌ای وجود خلاءای نظری در مطالعات سازمان و در نتیجه نیازمندی ادبیات موجود به یک نظریه جدید و یا به عبارت دقیق‌تر یک استعاره جدید است، امری که برای مثال در چکیده ارائه شده از هیچ در هنگام ارائه استعاره‌ها کاملاً مشهود بود. چراکه او ابتدا از بایسته‌های سازمان‌های قرن بیست و یک سخن به میان آورده و نقصان استعاره‌های کنونی را بیان کرده و سپس به تبیین استعاره‌ای متناسب با این بایسته‌ها پرداخته بود. در نتیجه می‌توان ساختار کلی این بخش از پژوهش را به‌گونه زیر خلاصه کرد:

۱. تبیین خلاء موجود در فضای مطالعات سازمان نسبت به شناخت سازمان (یعنی پژوهشگر باید در این بخش کاستی و کمبود استعاره‌های موجود برای یکی از ابعاد سازمان را توضیح دهد)؛
۲. تبیین لزوم ارائه یک استعاره برای شناخت این بعد مغفول در حوزه شناخت سازمان؛
۳. تبیین اجمالی شاخصه‌های کلی استعاره مورد نیاز و اینکه دقیقاً استعاره جدید به شناخت چه حوزه‌هایی کمک کرده و در نتیجه چه انتظاراتی می‌توان از آن داشت.

۵/۲ سؤال پژوهش

از آنجا که هدف این پژوهش ارائه یک استعاره جدید برای سازمان است (و نه توصیف استعاره ذهنی مدیران و...) سؤال آن به صورت زیر خواهد بود:

«با توجه به ویژگی‌های الف، ب، ج و ... سازمان‌های امروزی (یا نظامی، اقتصادی، دولتی، خصوصی و یا هر گونه وصف متناسب دیگر)، کدام پدیده می‌تواند به عنوان یک استعاره این ویژگی‌ها را تبیین کند؟»

برای مثال می‌توان با توجه به گفتار خانم هیچ در مقاله‌ای که جهت ارائه استعاره‌ی جاز به نگارش درآورده‌اند (هیچ، ۱۹۹۹، ۲)، سؤال پژوهشی ایشان را به صورت زیر بازسازی کرد:

«با توجه به ویژگی‌هایی نظیر سرعت، پیچیدگی و عدم ثبات، کدام پدیده می‌تواند رفتار سازمان‌های قرن ۲۱ را توضیح داده و تبیین کند؟»

۵/۳ گردآوری داده

از آنجا که فرایند استعاره‌پردازی اساساً فرایندی خلاقانه و تجویزی است، نمی‌توان انتظار داشت که در این مرحله پژوهشگر به نوعی از مطالعه و یا مصاحبه دست بزند، چراکه این‌گونه شیوه‌های گردآوری داده‌ها متناسب با روش‌هایی است که در صدد توصیف یک پدیده هستند. در نتیجه سؤال اینجاست که در این مرحله از پژوهش در روش تجویزی استعاره‌پردازی چه باید کرد؟

در پاسخ می‌توان گفت همان‌گونه که گفته شد استعاره در این روش بیش از آنکه توصیف عالم واقع و پدیده‌ای آن جایی^{۵۱} باشد، هنر قرائت وضعیتی اجتماعی است (مرگان به نقل از توسکاس، ۱۹۹۳، ۳۲۵) و در نتیجه برای استعاره‌پردازی نیز باید تلاش کرد که هنر قرائت وضعیت‌های اجتماعی را تقویت کرد (مرگان به نقل از توسکاس، ۱۹۹۳، ۳۲۵). از همین رو می‌توان گفت به‌گونه‌ای خلاصه پژوهشگر در این مرحله باید:

۱. به خوبی استعاره‌های موجود را مطالعه کرده و از این طریق با شیوه‌ی وام گرفتن یک مفهوم از یک حوزه به ظاهر غیر مرتبط با فضای مطالعات سازمان آشنا شود.
۲. به‌گونه‌ای نسبتاً دقیق مشخصه‌های سازمانی مورد نظر خود را تبیین کرده و آنها را تعیین کند.
۳. با ذهنی باز و آزاد در تمامی حوزه‌های معارف بشری (البته به قدر وسع خویش) به جستجوی پدیده‌ای پردازد که به‌گونه‌ای یکجا و منسجم ویژگی‌های مدنظر وی را پوشش می‌دهد (این قسمت نظیر همان چیزی است که از یان کرایب و تد بنتون در بخش استعاره‌پردازی در مطلق علوم نقل شد) و البته طبیعتاً میزان دانش استعاره‌پرداز، شرایط فرهنگی او ... همه و همه از عواملی هستند که در این مرحله بر استعاره‌گزینی او تأثیر خواهند داشت.
۴. در نهایت پژوهشگر می‌تواند برای غنابخشی به کار خود و اضافه کردن استعاره‌هایی دیگر به متخصصان سایر حوزه‌ها رجوع کرده و ضمن بیان شاخصه‌های مدنظر خویش، از آنها

^{۵۱} Out there

درخواست کند که پدیده یا پدیده‌هایی را به او معرفی کنند که این ویژگی‌ها را به‌گونه‌ای منسجم داشته باشند.

طبیعتاً خروجی این مرحله مجموعه‌ای از استعاره‌ها خواهد بود که هر یک کم و بیش و تا حدودی انتظارات پژوهشگر را برآورده می‌کنند. برای مثال اگر بخواهیم استعاره‌ای برای تبیین سازمان‌های منعطف ارائه کنیم، در انتهای این گام از پژوهش استعاره‌هایی نظیر جاز، ارکستر، تیم ورزشی و ... را خواهیم داشت (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۳۵). البته استعاره‌های گردآوری شده، هنوز خام بوده و نیازمند بررسی دقیق‌تری هستند تا بتوان ضمن پرورش آنها یکی از آنها را برای ارائه انتخاب کرد.

۵/۴ تفسیر داده‌ها

مرحله تفسیر داده‌ها در استعاره‌پردازی را می‌توان مترادف با مرحله تفکر آزمون و خطایی^{۵۲} و سپس مقبولیت‌سنجی در روش نظریه‌پردازی وایک دانست. در نتیجه مرحله تفسیر داده‌ها را می‌توان به دو زیر مرحله زیر تقسیم کرد:

۱. تفکر آزمون و خطایی؛

۲. مقبولیت‌سنجی؛

هر یک از این مراحل قواعد خاص خود را دارند که در ادامه و به ترتیب ارائه خواهند شد. در مرحله تفکر آزمون و خطایی، پژوهشگر باید ضمن در نظر داشتن قواعد و اصول هشت‌گانه استعاره‌پردازی به بررسی، جرح و تعدیل و در نهایت رتبه‌بندی و حذف برخی از استعاره‌های یافته شده بپردازد. کرنلیسن این اصول هشت‌گانه را اصول بهینگی^{۵۳} استعاره‌پردازی می‌نامد. این اصول هشت‌گانه عبارت‌اند از (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۱۷):

۱. اصل یکپارچه‌سازی^{۵۴}؛

۲. اصل جانمایی^{۵۵}؛

۳. اصل تنیدگی^{۵۶}؛

۴. اصل امکان بازگشایی^{۵۷}؛

۵. اصل دلیل خوب^{۵۸}؛

۶. اصل مجاز مرسل متراکم^{۵۹}؛

^{۵۲} Thought Trials

^{۵۳} Optimality principles

^{۵۴} Integration

^{۵۵} Topology

^{۵۶} Web

^{۵۷} Unpacking

^{۵۸} Good reason

^{۵۹} Metonymic tightening

۷. اصل فاصله‌داری^{۶۰}؛

۸. اصل ملموس بودن^{۶۱}؛

در ادامه توضیح بیشتری برای این اصول ارائه می‌شود:

۱. **اصل یکپارچه‌سازی:** این اصل به این معناست که دو حوزه معنایی مبدأ و مقصد در استعاره-پردازی باید به خوبی با هم هم‌خوانی داشته و به خوبی یکدیگر را پوشش دهند تا از این طریق بتوان به شناخت مناسبی نسبت به حوزه مقصد دست پیدا کرد. در واقع این اصل بیانگر لزوم انطباق مناسب دو حوزه معنایی در استعاره‌پردازی است (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۱۸).
۲. **اصل جانمایی:** دومین اصل استعاره‌پردازی مناسب رعایت شرط جانمایی است. طبق این اصل استعاره‌ای شایسته‌تر است که تفسیر آن منوط به در نظر گرفتن ماهیت ارتباطی آن باشد و نتوان آن را به تنهایی تفسیر کرد (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۱۹).
۳. **اصل تنیدگی:** طبق این اصل بازنمایی استعاره باید متناظر با حوزه مفهومی مبدأ باشد و در نتیجه لازمه تحقق این اصل نیز این است که حوزه مبدأ شناخته شده بوده و احکام مشخصی داشته باشد. چراکه وقتی حوزه مبدأ خود شناخته شده نباشد، چگونه می‌توان حوزه مقصد را بر اساس آن تفسیر کرد (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۱۹ و ۲۰).
۴. **اصل امکان بازگشایی:** طبق این اصل استعاره‌هایی شایسته‌ترند که توسط جامعه قابل فهم‌تر باشند. این به این معناست که استعاره باید به گونه‌ای باشد که اگر شخصی آن را شنید، خود به تنهایی تا حدودی توان بازگشایی معنایی آن را داشته و تا حدودی به دلالات استعاره پی ببرد (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۰).
۵. **اصل دلیل خوب:** این اصل ناظر به این نکته است که یک استعاره باید در حوزه شباهت خود حقیقتاً و به خوبی بیان‌کننده ارتباط مورد نظر استعاره‌پرداز باشد و با تفسیرهای غیرمتعارف، تکلف و تحمیل برخی موضوعات بر آن با حوزه معنایی مقصد (پدیده مورد مطالعه) مرتبط نشود (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۰).
۶. **اصل مجاز مرسل متراکم:** طبق این اصل در بسیاری از اوقات تفسیر یک استعاره در پرتو مجازی متعارف صورت می‌گیرد و این یعنی برای مثال هنگامی که از استعاره جاز برای نشان دادن انعطاف سازمانی استفاده می‌کنیم، مفهوم سازمان نیز در این استعاره مجازاً به جای مدیران و کارکنان سازمان به کار برده شده است (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۰ و ۲۱).

^{۶۰} Distance

^{۶۱} Concreteness

۷. اصل فاصله‌داری: این اصل به این نکته اشاره دارد که برای مؤثر و مناسب بودن یک استعاره، دو حوزه مفهومی مبدأ و مقصد باید در دو حوزه معنایی با فاصله زیاد باشند (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۱).

۸. اصل ملموس بودن: طبق این اصل حوزه مفهومی مقصد باید ملموس‌تر و محسوس‌تر از حوزه معنایی مبدأ باشد، در چنین شرایطی است که حقیقتاً استعاره تأثیر حقیقی خود را خواهد داشت (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۱ و ۲۲).

با گذر از این مرحله، استعاره یا استعاره‌هایی باقی می‌مانند که قاعدتاً شروط شایستگی^{۶۲} استعاره‌ای را داشته و به خوبی توان تفسیر و تبیین حوزه معنایی مقصد را دارند، اما طبیعتاً این به این معنی نخواهد بود که استعاره‌های مذکور شروط مقبولیت^{۶۳} در نزد جامعه علمی را نیز خواهند داشت، در نتیجه باید در مرحله دوم تفسیر داده‌ها به این نکته پرداخت که کدام استعاره شایسته، در نزد جامعه علمی مقبول‌تر خواهد بود. چراکه شایستگی (یا کسب امتیازی مناسب در مقایسه با اصول بهینگی) و مقبولیت به رغم شباهت و نزدیکی فراوان (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۵) دو امر جدا و متفاوت هستند (کرنلیسن، ۲۰۰۶، ۲۵). از نظر وایک شروط مقبولیت و در نتیجه انتخاب یک استعاره (نظریه، بازنمایی‌های رقیب) عبارت‌اند از (وایک، ۱۹۸۹، ۵۲۴):

۱. جذابیت؛

۲. بدیهی بودن و مشهود بودن؛

۳. متصل بودن؛

۴. باورکردنی بودن؛

۵. زیبا بودن؛

۶. واقعی بودن (یا به نظر رسیدن)؛

با توجه به بیان بسیار اجمالی و البته فاقد مرجع کارل وایک در تبیین ویژگی‌های یک استعاره (نظریه) مقبول، به نظر می‌رسد وایک اصول فوق را بر اساس تأملات خویش ارائه کرده است و این اصول نتیجه یک پژوهش پیمایشی نیستند. اما کرنلیسن ضمن تحقیقی تلاش کرده است که به این نکته پی ببرد که کدام استعاره‌ها در عمل مقبول جامعه علمی واقع شده و پذیرفته شده‌اند.

کرنلیسن و همکارانش پژوهش گسترده‌ای انجام داده و تلاش کرده‌اند تا با بررسی استعاره‌های موجود در مقالات مدیریتی منتشر شده در بازه بین سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۳ (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۵۳) و استخراج استعاره‌هایی که مقبول جامعه علمی واقع شده‌اند، قواعد^{۶۴} ارائه استعاره‌های جدید را

^{۶۲} Aptness

^{۶۳} plausibility

^{۶۴} Heuristic

استخراج کنند. او و همکارانش پس از بررسی این تحقیق، به این نتیجه رسیده‌اند که می‌توان ادعا کرد که به صورت کلی شش قاعده اصلی بر استعاره‌های مقبول حاکم است. این قواعد عبارت‌اند از (کرنلسین و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۳):

۱. قاعده یکپارچه‌سازی^{۶۵}؛
۲. قاعده رابطه‌ای^{۶۶} (یا ارتباطی)؛
۳. قاعده پیوستگی^{۶۷} (یا وابستگی)؛
۴. قاعده دسترس‌پذیری^{۶۸} (یا قابلیت حصول)؛
۵. قاعده فاصله‌داری^{۶۹} (یا دوری)؛
۶. قاعده ملموس بودن^{۷۰} (یا ملموس بودن)؛

کرنلسین ضمن تصریح بر دشواری استخراج این قواعد می‌پذیرد که عناوین آنها شعرگونه^{۷۱} و اندکی مبهم است (کرنلسین و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۳)، از همین رو خود به صورت کامل در مورد این قواعد توضیحاتی را ارائه می‌کند تا خوانندگان مقاله بتوانند به خوبی منظور او و همکارانش را از این قواعد درک کنند. توضیح این قواعد عبارت است از:

۱. **قاعده یکپارچه‌سازی:** طبق این قاعده استعاره ارائه شده باید توانایی ایجاد تصویری یکپارچه بین مفهوم مبدأ و مقصد را داشته باشد؛ تصویری که اولاً به راحتی قابل تصور بوده و ثانیاً به خوبی بیانگر مستعار و مستعار منه باشد. به عبارت دیگر از منظر این قاعده استعاره‌ای مقبول جامعه علمی واقع خواهد شد که بتواند بین دو مفهوم مبدأ و مقصد ارتباطی وثیق ایجاد کرده، هر دو طرف را عمیقاً به هم پیوند دهد، چیزی که آن را همپوشانی استعاره‌ای^{۷۲} می‌نامیم. استعاره‌هایی نظیر ماشین، موجود زنده و سیستم را می‌توان از جمله استعاره‌هایی دانست که این شرط را به خوبی دارا هستند. چرا که در ادبیات مدیریت به راحتی از مفاهیمی نظیر بقا و مرگ سازمان، ورودی، خروجی و پردازش و ... استفاده می‌شود و افرادی که از این واژگان استفاده می‌کنند توجهی نیز به این مطلب ندارند که این واژگان در واقع برآمده از یک استعاره هستند. همان‌طور که گفته شد این نیز به این خاطر است که مفهوم سیستم وقتی در مدیریت به کار می‌رود، گویا یک واژه کاملاً مدیریتی است؛ این درحالی است که این واژه در علوم مختلف کاربرد خاص خود را دارد. همان‌گونه که مشهود است استعاره‌هایی نظیر سیستم، ماشین و

^{۶۵} The integration heuristic

^{۶۶} The relational heuristic

^{۶۷} The connection heuristic

^{۶۸} The availability heuristic

^{۶۹} The distance heuristic

^{۷۰} The concreteness heuristic

^{۷۱} poetic

^{۷۲} metaphorical mapping

موجود زنده ضمن حفظ معنای خود توانسته‌اند وارد ادبیات مدیریت شوند و تصویری از سازمان خلق کنند که می‌توان گفت نه تصویر موجود زنده است و نه تصویر سازمان و از طرفی نیز تصویری یکپارچه از سازمان و موجود زنده، سیستم یا ماشین است (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۳ و ۱۵۶۴).

۲. **قاعده رابطه‌ای:** کرنلیسن و همکارانش معتقدند که یک استعاره خوب باید در مجموعه‌ای از ویژگی‌ها با پدیده مورد مطالعه مرتبط باشد. آنها چنین استعاره‌ای را استعاره رابطه‌ای^{۷۳} می‌نامند و آن را شایسته‌تر از استعاره اسنادی^{۷۴} (استعاره‌ای که صرفاً ناظر به یکی از ویژگی‌های دو طرف استعاره بوده و معرفت‌زایی چندانی ندارد) می‌دانند. (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۴).

برای توضیح بیشتر می‌توان مثالی را بیان کرد. فرض کنید دو استعاره برای تبیین ویژگی‌های ذهن یک مدیر در هنگام انجام یک پروژه ارائه شده باشند. یکی ذهن مدیر به مثابه نقشه و دیگری ذهن مدیر به مثابه نقطه‌ای تاریک. در استعاره اول (که یک استعاره رابطه‌ای است) مفاهیمی نظیر وجود برنامه‌ای که قرار است کارها بر اساس آن انجام شوند، مجموعه‌ای از موجودیت‌ها^{۷۵} که قرار است فعالیت‌ها روی آنها انجام شوند و تناظر بین این برنامه و این موجودیت‌ها، رهنمون‌هایی که فعالیت‌های اشتباه را اصلاح می‌کنند و ... قابل تصور است. به عبارت بهتر این استعاره مجموعه‌ای از ویژگی‌ها را ارائه می‌کند که قابل تطابق با ویژگی‌های پدیده مورد مطالعه (یعنی ذهن مدیر) هستند و تا حدود مناسبی می‌توانند آن را توصیف کنند. این درحالی است که در استعاره ذهن مدیر به مثابه نقطه تاریک^{۷۶} (که استعاره‌ای اسنادی است)، استعاره ارائه شده صرفاً بیانگر برخی نقاط مغفول در برنامه‌ریزی برای انجام پروژه است و تناظر دیگری بین این استعاره و پدیده مورد مطالعه وجود ندارد (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۴ و ۱۵۶۵).

در میان استعاره‌های موجود استعاره موجود زنده به خوبی این شرط را برآورده می‌کند، چراکه این استعاره مفاهیمی نظیر تولد سازمان، حیات سازمان، افول و مرگ سازمان، محیط فعالیت سازمان و تأثیرپذیری سازمان از این محیط، هویت سازمانی، تغییر سازمانی و ... را ارائه می‌کند و از این جنبه‌ها قابلیت ایجاد ارتباط مفهومی با سازمان را دارد (با اندکی تصرف از کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۵).

^{۷۳} relational metaphor

^{۷۴} attributive metaphor

^{۷۵} Entities

^{۷۶} Blind spots

۳. **قاعده پیوستگی:** طبق این قاعده استعاره باید بتواند ضمن حفظ ارتباط خود با مفهوم مبدأ، در وجه شباهت خود با پدیده مورد مطالعه ارتباطی وثیق ایجاد کند و از این طریق راهی را برای نتیجه‌گیری‌های بیشتر و استفاده از دانش موجود در حوزه مبدأ باز کند. به عبارت دیگر طبق این قاعده استعاره‌ای مقبول واقع خواهد شد که علاوه بر برقراری ارتباط چند جانبه با حوزه مقصد (قاعده رابطه‌ای)، ارتباط خود را با حوزه مبدأ نیز حفظ کند تا از این طریق در صورت پیشرفت دانش در حوزه مبدأ همچنان امکان ارائه تفسیرهای جدید و برقراری ارتباطات جدید بین دو حوزه را داشته باشد و پیشرفت‌های حاصل شده در حوزه مبدأ را دست‌مایه ارائه شناختی بیشتر و عمیق‌تر در حوزه مقصد قرار دهد (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۵).

به‌عنوان مثالی مناسب برای این قاعده می‌توان از استعاره سازمان به مثابه موجود زنده (یا هر استعاره ریشه‌ای^{۷۷} دیگر نام برد). در این استعاره علاوه بر وجود ارتباطات چندوجهی بین استعاره و سازمان (یعنی وجود قاعده رابطه‌ای)، استعاره مذکور ارتباط خود را با مفهوم مبدأ یعنی «مفهوم موجود زنده» نیز حفظ کرده و در اثر این پیوستگی پژوهشگران سازمان می‌توانند از دانش موجود در زمینه موجودات زنده استفاده نمایند و همگام با گسترش این دانش بر ابعاد ارتباطی این استعاره با مفهوم سازمان نیز بیفزایند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۵ و ۱۵۶۶). با این توضیح بسیاری از الگوریتم‌های طبیعی ارائه شده در فضای مطالعات سازمان را می‌توان ادامه پژوهش استعاره‌ای سازمان به مثابه موجود زنده دانست. پژوهش‌هایی که به واسطه رعایت قاعده پیوستگی در این استعاره ممکن شده‌اند.

۴. **قاعده دسترس‌پذیری:** قاعده دسترس‌پذیری اشاره به این نکته دارد که استعاره‌ها باید به‌گونه‌ای انتخاب شوند که به راحتی وارد ذهن شوند و به راحتی بتوانند با مفهوم پدیده مورد مطالعه ترکیب شوند.

به عبارت بهتر طبق این قاعده استعاره‌هایی که ارائه می‌شوند باید به‌گونه‌ای باشند که برای مخاطبان خود امکان دسترسی راحت به مفهوم مورد نظر را فراهم آورند و این نیز ایجاد نمی‌شود مگر از طریق مؤانست اذهان مخاطبان با استعاره‌ای که ارائه می‌شود.

برای مثال اگر سیستم را به عنوان استعاره‌ای برای سازمان بدانیم که درصدد تبیین نحوه فعالیت سازمان است، به علت بهره‌مندی از مزیت مورد توجه این قاعده توانسته است با سرعتی زیاد جای خود را در ادبیات مدیریت و سازمان باز کند، چنان که عده‌ای فکر می‌کنند نمی‌توان بدون

^{۷۷}Root metaphor

نگرش سیستمی به سازمان فکر کرد. این درحالی است که پیش از ورود تفکر سیستمی به مباحث مدیریت هیچ اثری از این نوع نگرش در ادبیات مدیریت و سازمان دیده نمی‌شود. به‌عنوان نتیجه می‌توان گفت یک استعاره خوب باید با اذهان مخاطبان مؤانست داشته باشد تا از این طریق بتواند به راحتی مورد پذیرش ایشان قرار گرفته، بینش مستتر در خود را وارد ذهن آنها کرده و از این طریق بر اداره سازمان و یا نظریه‌پردازی در مورد آن تأثیر بگذارد (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۶).

۵. **قاعده فاصله‌داری:** طبق این قاعده مقبول واقع شدن یک استعاره منوط به این است که دو مفهوم مبدأ و مقصد در آن از دو حوزه معنایی دور از هم انتخاب شده باشند. از همین‌رو برخی این قاعده را قاعده جستجوی «فاصله میان حوزه‌ای»^{۷۸} نامیده‌اند. فاصله‌ای که باید به‌گونه‌ای مناسب بزرگ باشد، چراکه فاصله اندک امکان صورت‌گرفتن فعل و انفعال مناسب را میان مفاهیم مبدأ و مقصد کاهش داده و از میزان شگفت‌انگیز و خلاقانه بودن استعاره می‌کاهد (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۶).

البته طبق فرضیه‌ای که در گذشته در این مورد وجود داشت، اعتقاد بر این بود که فاصله زیاد بین دو حوزه معنایی می‌تواند شوک بزرگی را برای پژوهشگر ایجاد کند، چراکه با استعاره‌ای با فاصله زیاد پژوهشگر باید تلاش کند تا سازمان را به صورتی کاملاً نو و جدید مشاهده و تحلیل کند. از همین‌رو در صورتی که غلبه بر این فاصله توسط پژوهشگر دشوار به نظر می‌رسید، از عمل به این قاعده چشم‌پوشی شده، استعاره‌ای با فاصله معنایی کمتر انتخاب می‌شد (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۶ و ۱۵۶۷).

اما امروز و در پرتو پژوهش‌هایی که توسط کرنلیسن بر روی استعاره‌های مدیریت انجام شده، مشخص شده است که استعاره‌هایی که امروزه آنها را به‌عنوان استعاره‌های مؤثر ارزیابی می‌کنیم، همگی در زمان ارائه شدن از این ویژگی برخوردار بوده‌اند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۷). به همین خاطر می‌توان گفت ارائه یک استعاره بدون توجه به این قاعده چندان ارزشمند نیست، چراکه نهایتاً استعاره‌ای نه چندان مهم بر استعاره‌های سازمان افزوده خواهد شد، در صورتی که اگر می‌خواهیم استعاره‌ای تأثیرگذار در فضای مطالعات سازمان انجام دهیم استقرائی که توسط کرنلیسن انجام شده است، رعایت این قاعده را شرط لازم موفقیت استعاره می‌داند.

۶. **قاعده محسوس بودن:** آخرین قاعده‌ای که باید در هنگام ارائه استعاره به آن توجه داشت عبارت است از ملموس و محسوس‌تر بودن استعاره نسبت به پدیده‌ای که قصد مطالعه یا شناساندن آن را داریم. پژوهش‌های تجربی‌ای که در این زمینه انجام شده است بیانگر این هستند

^{۷۸} *between-domains distance*

که استعاره‌هایی که کمتر انتزاعی بوده و بیشتر ملموس و محسوس هستند با اقبال بیشتری روبه‌رو شده و بیشتر مورد پذیرش واقع شده‌اند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۷).
شاید بتوان موفقیت بالای استعاره ریشه‌ای ماشین را در رعایت شدن این قاعده دانست؛ چراکه این استعاره به‌گونه‌ای کاملاً ملموس سازمان را همانند مجموعه‌ای از بخش‌هایی تصویر می‌کند که به‌گونه‌ای مکانیکی ساختار یافته و با هم مرتبط هستند (کرنلیسن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۵۶۷).
در مورد اهمیت این قاعده می‌توان گفت که اساساً یکی از مهم‌ترین کارکردهای استعاره ساده‌سازی فهم پدیده‌هایی است که فهم آنها دشوار است و یکی از رایج‌ترین راه‌های این ساده‌سازی نیز ملموس کردن پدیده مورد مطالعه است، از همین‌رو می‌توان گفت این قاعده اساسی‌ترین قاعده حاکم بر استعاره‌های اثربخش است.

تنها نکته‌ای که بیان آن بسیار ضروری به نظر می‌رسد توجه به این نکته است که پذیرش یک استعاره علاوه بر دارا بودن شروط فوق تا حدود زیادی نیز به جایگاه علمی استعاره‌پرداز بستگی دارد. از همین‌رو در صورتی که پژوهشگر هنوز دارای جایگاه علمی مستحکمی در جامعه علمی نباشد، باید تلاش کند تا با بهره‌مندی از نظر نخبگان و خبرگان این حوزه، میزان پذیرش استعاره خود را ارتقاء دهد. به‌گونه‌ای عملیاتی این کار در گرو این است که پژوهشگر فرایند امتیازدهی در دو مرحله شایستگی‌سنجی و مقبولیت‌سنجی را به خبرگان واگذار کرده و بر اساس مدلی برای اولویت‌بندی، بر اساس نظر خبرگان به انتخاب استعاره نهایی خود اقدام کند.

۵/۵ نتیجه‌گیری

- در بخش نتیجه‌گیری نیز به‌گونه‌ای خلاصه پژوهشگر باید موارد زیر را گزارش کند:
۱. تبیین بسیار اجمالی مسئله‌ای که او را وادار به ارائه استعاره‌ای جدید کرده است.
 ۲. تبیین ناکارآمدی استعاره‌های جاری در حل این مسئله.
 ۳. ارائه استعاره‌هایی که در گام اول پژوهش برای تبیین پدیده سازمانی مورد نظر یافته است. این ارائه باید به صورت یک جدول باشد.
 ۴. امتیازدهی به استعاره‌های ارائه شده بر اساس ملاک‌های شایستگی.
 ۵. ارائه استعاره‌های نسبتاً شایسته در جدولی دیگر و امتیازدهی به آنها بر اساس شاخص‌های مقبولیت.
 ۶. مشخص کردن استعاره‌ای که بیشترین امتیاز را کسب کرده است.
 ۷. تبیین ویژگی‌های استعاره منتخب و بیان اینکه استعاره منتخب چگونه به حل مسئله ارائه شده در ابتدای پژوهش می‌پردازد.

۶ نتیجه‌گیری

در بازار تو در توی محصولات دانشی، کالاهایی با کیفیت‌های مختلف عرضه می‌شود. بی‌تردید فناوری تولید این محصولات در بارزیت بخشی به آنها نقش مهمی ایفا می‌کند. برای تولید محصولات دانشی فوق‌روشناسی‌های مختلفی وجود دارد. هر نحله فکری با توجه به پارادایم فلسفی خود، روش‌شناسی خاصی در پیش می‌گیرد. به عبارت دیگر ابزار تولید دانش به ماهیت هر پارادایم بستگی دارد و از این رو تنوع در روش‌شناسی‌ها اجتناب‌ناپذیر است. یکی از راه‌های شناخت پدیده‌ها به صورت عام و سازمان به‌طور خاص توسل به استدلال استعاره‌ایست. مورگان در کتاب تصویرهای ذهنی سازمان خود این استدلال را در قالب انواعی از استعاره‌ها واکاوی کرده است. واقعیت آشکار آن است که روش‌شناسی بارزی برای اولویت‌گذاری و انتخاب استعاره مناسب و نحوه استعاره‌پردازی مشخصی در ادبیات استدلال استعاره‌ای به چشم نمی‌خورد، در این مقاله تلاش شده است چارچوبی بر اساس حکمت نظری نویسندگان احصاء و به جامعه علمی عرضه شود. اما بی‌تردید حرکت به سوی روش‌مند کردن استعاره‌پردازی برای شکوفا کردن ذهن‌های خلاق و آماده جهش ذهنی می‌تواند صرفاً زمینه‌ساز باشد. زیرا استعاره‌پردازی نیز مانند نظریه‌پردازی از آن کسانی است که از نوعی شم درونی استعاره‌پردازی برخوردارند.

۷ منابع و مأخذ

۷/۱ منابع فارسی

۱. اسکات، ریچارد؛ سازمان‌ها سیستم‌های عقلایی منطقی و باز، ترجمه حسن میرزایی اهرنجانی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۷.
۲. بتون، تد و کرایب، یان؛ فلسفه علوم اجتماعی، ترجمه شهناز مسمی‌پرست و محمود متحد، تهران: آگه، ۱۳۸۹.
۳. بینش، مسعود (۱۳۹۱) استعاره‌های مدیریتی: جایگاه استعاره در زبان و نظریه‌های سازمانی، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.
۴. پورعزت، علی اصغر و هاشمیان، سید محمد حسین؛ استعاره راه: معرفت‌شناسی صدرایی و تبیین هستی‌شناختی سازمان، نامه حکمت، شماره، ۱۳۸۶، ۱۰: ۱۴۹ - ۱۶۸.
۵. چندلر، دانیل؛ مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا و زیر نظر فروزان سجودی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، ۱۳۸۷.
۶. خمیلنسکی، میخال و سولکوفسکی، لوکاش (۱۳۹۸) استعاره در مدیریت: نظریه و روش، ترجمه روح اله عطایی، تهران، لوگوس.

۷. سپهری، مهدی. «نقش استعاره در اصالت وجود؛ بررسی معناشناختی»، نامه حکمت، ۱۳۸۲، ۲: ۱۶۳-۱۸۹.
۸. صفوی، کورش، درآمدی بر معنی‌شناسی، تهران، شرکت انتشارات سوره مهر، ۱۳۸۷.
۹. عسگرانی، مرتضی؛ عسگرانی، مهدی و والی‌زاده بهروز، فرشاد (۱۳۹۸) استعاره‌های سازمانی بیماری‌های مدیریتی، تهران، رصد علم.
۱۰. قاسم‌زاده، حبیب‌الله، استعاره و شناخت، تهران، فرهنگان، ۱۳۷۸.
۱۱. گیسون، بوریل و مورگان گارت. نظریه‌های کلان جامعه‌شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان (عناصر جامعه‌شناختی حیات سازمانی)، ترجمه محمد تقی نوروزی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت) و قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۳.
۱۲. وارث، سید حامد. «سیمای سازمان از نگاه مورگان»؛ دانش مدیریت، ۱۳۸۰، ۵۲: ۲۷-۶۲.
۱۳. مشبکی، اصغر (۱۴۰۰) سیمای سازمان: مروری بر اثر ارزشمند گرت مورگان درباره سازمان و استعاره‌های آن، تهران، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
۱۴. مطهری، مرتضی؛ مجموعه آثار استاد شهید مطهری، ج ۱۵، تهران: انتشارات صدرا، ۱۳۸۳.
۱۵. مورگان، گرت (۱۳۹۳) پنداره‌های سازمان: رویکرد استعاره‌ای و پست‌مدرن در تئوری‌های سازمان و مدیریت، ترجمه حسین نوروزی، محمدامین باتمانی، تهران، مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۱۶. مهرگان، آروین؛ نیچه و معرفت‌شناسی، تهران: انتشارات طرح نو، ۱۳۸۲.
۱۷. هاشمیان، سید محمد حسین؛ ارزیابی کارایی استعاره راه در تبیین و فهم حقیقت سازمان، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، ۱۳۸۵.
۱۸. هویزینگا، رابرت‌بی و دین، دبراج (۱۴۰۰) استعاره‌های سازمانی، ترجمه مرتضی جاویدپور، سلیم کاظمی و افشین دیوبند، تهران، گونش نگار.

۷/۲ منابع انگلیسی

۱۹. Abreu, Jose Luis (۲۰۱۶) **Metaphors in Management**, CreateSpace Independent Publishing Platform.
۲۰. Abrantes, Paulo; "Analogical Reasoning and A Modeling in the Science", **Foundations of Science**, vol. ۴, ۱۹۹۹, ۲۳۷-۲۷۰.
۲۱. , Kindle Edition
۲۲. Alvesson, Mats (Editor) and Spicer, André (Editor) (۲۰۱۰) **Metaphors We Lead By: Understanding Leadership in the Real World** 1st Edition, Routledge.
۲۳. Barnden, John A; "Metaphor and artificial intelligence: why they matter to each other", Gibbs, Raymond, **The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought**, United States of America, Cambridge University Press, ۲۰۰۸.
۲۴. Cornelissen, Joep P; "Metaphor and the Dynamics of Knowledge in Organization Theory: A Case Study of the Organizational Identity Metaphor", **Journal of Management Studies**, Vol. ۴۳, No. ۴, ۲۰۰۶, ۶۸۳-۷۰۹.

٢٥. Cornelissen, Joep P; "Making sense of theory construction: Metaphor and disciplined imagination", **Organization Studies**, Vol. ٢٧, No. ١١, ٢٠٠٦, ١٥٧٩-١٥٩٧.
٢٦. Cornelissen, Joep P; "Beyond Compare: Metaphor in organization", **Academy of Management Review**, Vol. ٣٠, No. ٤, ٢٠٠٥, ٧٥١-٧٦٤.
٢٧. Cornelissen, Joep P; and Kafouros, Mario; "Metaphors and Theory Building in Organization Theory: What Determines the Impact of a Metaphor on Theory?", **British Journal of Management**, Vol. ١٩, ٢٠٠٨, ٣٦٥-٣٧٩.
٢٨. Cornelissen, Joep P, Cliff Oswick, Lars Thøger Christensen and Nelson Phillips; "Metaphor in Organizational Research: Context, Modalities and Implications for Research- Introduction", **Organization Studies**, Vol. ٢٩, No. ٠١, ٢٠٠٨, ٠٧-٢٢.
٢٩. Daneke, Gregory A; "From Metaphor to Method: Nonlinear Science and Practice Management", **the International Journal of Organizational Analysis**, Vol. ٥, No. ٣, ١٩٩٧, ٢٤٩-٢٦٦.
٣٠. Derrida, Jacques and F. C. T. Moore; "White Mythology: Metaphor in the Text of Philosophy", **New Literary History**, Vol. ٦, No. ١, ١٩٧٤, ٥-٧٤.
٣١. Dubey, Sanjiva Shankar (٢٠٢٠) **Management by Metaphor: Cases and Stories for Managers**, Sanjiva Shankar Dubey.
٣٢. Eco, Umberto and William Weaver (translator); **The island of the day before**, New York: Penguin Books, ١٩٩٥.
٣٣. Gentner, D, Bowdle, B, Wolff, P, & Boronat, C; "Metaphor is like analogy", Edited by Holyoak, K.J., & Kokinov, B.N., **The analogical mind: Perspectives from cognitive science**, ٢٠٠١, ١٩٩-٢٥٣.
٣٤. Guichun, GUO; "The methodological significance of scientific metaphor", **Frontiers of Philosophy in China**, Vol. ٢, No. ٣, ٢٠٠٧, ٤٣٧-٤٥٣.
٣٥. Hatch, Mary Jo and Yanow, Dvora; "Organization Theory as an Interpretive Science", **The Oxford Handbook of Organization Theory: Meta-theoretical Perspectives**, Edited by Tsoukas, Haridimos and Knudsen, Christian; Published in the United States, New York, by Oxford University Press Inc, ٢٠٠٣.
٣٦. Hatch, Mary Jo; "The Jazz Metaphor for Organizing: Historical and Performative Aspects", Paper to be presented to the **Critical Management Studies Conference Popular Culture and Critical Management Stream**, Manchester, July ١٩٩٩.
٣٧. Johnson, Mark ; " Philosophy's Debt to Metaphor", **The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought**, edited by Gibbs, Raymond, United States of America, Cambridge University Press, ٢٠٠٨.
٣٨. Lakoff, George; "The neural theory of metaphor", Gibbs, Raymond, **The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought**, United States of America, Cambridge University Press, ٢٠٠٨.
٣٩. Lakoff, George and Johnson, Mark; **Metaphors we live by**, United States of America, Originally published: Chicago: University of Chicago Press, ١٩٨٠, Afterword ٢٠٠٣ by The University of Chicago.
٤٠. Levin, Donald .N; "The Organism Metaphor in Sociology", **Social Research**, Vol. ٦٢, No. ٢, ١٩٩٥, ٢٣٩- ٢٦٥.
٤١. Marshak, Robert J; "Metaphor and Analogical Reasoning in Organization Theory: Further Extensions", **Academy of Management Review**, Vol. ٢٨, No. ١, ٢٠٠٣, ٩-١٢.
٤٢. Morgan, Gareth; "More on metaphor: Why we cannot control tropes in administrative science", **Administrative Science Quarterly**, Vol. ٢٨, ١٩٨٣, ٦٠١ - ٦٠٧.
٤٣. Moser, Karin S; "Metaphor Analysis in Psychology - Method, Theory, and Fields of Application", **Qualitative Social Research**, Vol. ١, No. ٢, ٢٠٠٠.
٤٤. Muna, Farid A (٢٠١٧) **Seven Metaphors on Management: Tools for Managers in the Arab World**, Routledge.

- ξο. Oswick, Cliff and Montgomery, John; "Images of an organisation: the use of metaphor in a multinational company", **Journal of Organizational Change Management**, Vol. 12, 1999, 501-523.
- ξϭ. Oswick, Cliff, Keenoy, Tom., & Grant, David; Metaphor and analogical reasoning in organization theory: Beyond orthodoxy, **Academy of Management Review**, Vol. 27, 2002, 294-303.
- ξϮ. Oswick, Cliff, Jones, Philip; Dialogue, **Academy of Management Review**, Vol. 31, No. 2, 2006, 477-488.
- ξϸ. Smith, Ken g. and Hitt, Michael a, Epilogue, Learning How To Develop Theory From The Masters, **Great minds in Management, the process of theory development**, edited by Smith, Ken g. and Hitt, Michael a, Published in the United States, New York, by Oxford University Press Inc, 2000.
- ξϿ. Schmitt, Rudolf; "Systematic Metaphor Analysis as a Method of Qualitative Research", **The Qualitative Report**, Vol. 10, No. 2, 2005, 308-394.
- οο. Tsoukas, Haridimos; "Analogical Reasoning and Knowledge Generation in Organization Theory", **Organization Studies**, Vol. 14, No. 3, 1993, 323-346.
- οι. Weick, Karl; "Theory Construction as Disciplined Imagination", **Academy of Management Review**, Vol 14, No 4, 1989, 516-531.