

تبیین مؤلفه‌های قرآنی ارتباطات غیرکلامی مؤثر در سازمان‌های نظامی با تأکید بر اندیشه امام خامنه‌ای

رسول بنیادی^۱، حسن علی اکبری رنانی^۲ و علی آقا صفری^۳

۱- دانش آموخته دکتری قرآن و علوم گرایش مدیریت، جامعه المصطفی العالمیه، قم، ایران.

۲- عضو هیأت علمی گروه مدیریت و برنامه ریزی دانشگاه امام حسین (ع)، تهران، ایران.

۳- استادیار قرآن و علوم (گرایش مدیریت) جامعه المصطفی العالمیه، قم، ایران.

✉ نویسنده مسئول. ایمیل: Rasuol.aghigh@gmail.com

چکیده

در سازمان‌های نظامی که سرعت عمل، انضباط و انسجام، ارکان حیاتی موفقیت محسوب می‌شوند، ارتباطات غیرکلامی به مثابه رسانه‌ای سریع و پرفریت، نقش محوری در انتقال معنای بدون کلام و تنظیم روابط سازمانی ایفا می‌نماید. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با کاربست تحلیل محتوای آیات قرآن کریم و بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، درصدد است تا مؤلفه‌های قرآنی ارتباطات غیرکلامی مؤثر در اینگونه سازمان‌ها را تبیین و صورتبندی نماید. یافته‌های تحقیق، سه حوزه کلیدی مؤلفه‌های غیرکلامی را شناسایی می‌نماید: ۱. مؤلفه‌های چهره‌ای (مانند بشاشیت و نورانیت چهره به مثابه تجلی ایمان و تسهیل‌گر جریان اعتماد)، ۲. مؤلفه‌های کنشی و رفتاری (شامل تعاون عملی، تواضع سازمانی و اعتمادآفرینی از طریق امانت‌داری) و ۳. مؤلفه‌های آیینی و اخلاقی (نظیر سهولت و مدارا همراه با انضباط، استماع احسن و پرهیز از فخرفروشی). مدیریت آگاهانه و نظام‌مند این مؤلفه‌های برگرفته از مکتب وحی، نه تنها جریان اطلاعات و فرامین را در سازمان‌های نظامی بهینه و دقیق می‌سازد، بلکه موجبات تقویت انسجام درونی، ارتقای روحیه ایمانی، فرمان‌پذیری آگاهانه، وفاداری عملیاتی و تعمیق پیوند ناگسستنی با ملت را فراهم می‌آورد. در نتیجه، این پژوهش الگویی بومی، نظام‌مند و مبتنی بر ارزش‌های اصیل اسلامی-انقلابی برای مدیریت ارتباطات مؤثر در حساس‌ترین ساختارهای نظامی ارائه می‌دهد و گامی اساسی در راستای پرکردن خلأ نظری موجود در ادبیات موضوع برمی‌دارد.

اطلاعات انتشار

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۲/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۴/۱۳

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۱۲/۲۹

واژگان کلیدی: مؤلفه‌های قرآنی، امام خامنه‌ای، ارتباطات غیرکلامی، سازمان‌های نظامی، مدیریت رفتار سازمانی

Elucidating Quranic Components of Effective Non-Verbal Communication in Military Organizations with Emphasis on the Thought of Imam Khamenei

Rasoul Bonyadi^{1✉}, Hasan Aliakbari Renani² and Ali Aghasafari³

۱- Al-Mustafa International University, Qom, Iran.

۲- Imam Hossain University, Tehran, Iran.

۳- Al-Mustafa International University, Qom, Iran.

✉ Corresponding Author. Email: Rasuol.aghigh@gmail.com

Abstract

In military organizations, where speed, discipline, and cohesion constitute the vital pillars of success, non-verbal communication serves as a rapid and high-capacity medium, playing a pivotal role in conveying wordless meaning and regulating organizational relationships. Utilizing a descriptive-analytical method and applying content analysis to the verses of the Holy Quran and the discourses of Imam Khamenei, this research seeks to elucidate and formulate the Quranic components of effective non-verbal communication within such organizations. The research findings identify three key domains of non-verbal components: ۱) Facial components (such as facial brightness and luminosity as manifestations of faith and facilitators of trust flow); ۲) Action-oriented and behavioral components (including practical cooperation, organizational humility, and trust-building through integrity/trustworthiness); and ۳) Ritualistic and ethical components (such as ease and forbearance coupled with discipline, "listening with excellence" [*istima' al-ahsan*], and the avoidance of ostentation). The conscious and systematic management of these components, derived from the School of Revelation, not only optimizes the flow of information and commands within military organizations but also fosters internal cohesion, enhances spiritual morale, promotes conscious obedience, strengthens operational loyalty, and deepens the unbreakable bond with the nation. Consequently, this study presents a localized, systematic model based on authentic Islamic-Revolutionary values for managing effective communication in highly sensitive military structures, marking a fundamental step toward addressing the existing theoretical gap in the relevant literature.

Received: 2025/05/10

Accepted: 2026/07/04

Published: 2026/03/20

Keywords: Quranic Components, Imam Khamenei, Non-Verbal Communication, Military Organizations, Organizational Behavior Management.

مقدمه

انسان به حکم فطرت مدنی‌بالمطبع خویش، حیات فردی و جمعی‌اش را در گرو تعاملات مؤثر می‌بیند و سازمان، به‌ویژه سازمان نظامی، مهم‌ترین میدان تجلی این تعاملات است. مطالعات معاصر نشان می‌دهد که بخش عمده ناکارآمدی‌های سازمانی ناشی از ضعف در مهارت‌های ارتباطی است (دعایی، ۱۳۷۳: ۲۶؛ فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۳: ۹) و در محیط‌های نظامی که انضباط آهنین، سرعت عمل، اعتماد بی‌چون‌وچرا و انسجام عاطفی - عملیاتی شرط بقا و پیروزی است، این ضعف می‌تواند پیامدهای راهبردی و سرنوشت‌ساز داشته باشد.

قرآن کریم، پیش از هر کلامی بر «زبان حال» و نشانه‌های غیر کلامی تأکید می‌ورزد و از سیمای نورانی مؤمنان (فصلت: ۳۰؛ رحمن: ۶۰؛ مطففین: ۲۴)، تعاون بر برّ و تقوا (مائده: ۲)، تواضع در برابر مؤمنین (حجر: ۸۸؛ شعراء: ۲۱۵)، استماع احسن (زمر: ۱۸)، اعراض از لغو (مؤمنون: ۳؛ قصص: ۵۵) و پرهیز از تکبر و فخرفروشی (لقمان: ۱۸) به‌عنوان قوی‌ترین و پایدارترین پیام‌رسان‌های ایمانی و اجتماعی یاد می‌کند. این آیات نشان می‌دهند که چهره، رفتار، گوش سپردن، فروتنی و پرهیز از غرور، خود زبان‌گویایی هستند که پیش از هر سخن، پیام وحدت، اعتماد و تعهد را منتقل می‌کنند.

حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) نیز با استناد به همین آیات، بارها نشاط چهره، رفق و مدارا، همکاری حداکثری میان نیروهای مسلح، تواضع پس از پیروزی و گوش شنوا برای نقد را نه صرفاً فضیلت‌های اخلاقی، بلکه ابزارهای راهبردی رهبری نظامی در عصر حاضر می‌داند.

پژوهش حاضر بر آن است تا با روش تحلیل محتوای آیات قرآن کریم و بیانات رهبر معظم انقلاب، مؤلفه‌های ارتباطات غیر کلامی مؤثر را در سه حوزه چهره‌ای، کنشی-رفتاری و آیینی-اخلاقی صورت‌بندی کند و الگویی بومی، کارآمد و کاملاً مبتنی بر ارزش‌های قرآنی-انقلابی برای مدیریت ارتباطات در سازمان‌های نظامی ارائه دهد؛ الگویی که ضمن حفظ اقتدار و انضباط ساختاری، نیروهای مسلح را به قلّه‌ای از انسجام ایمانی، فرمان‌پذیری عاطفی و پیوند خونین با ملت برساند و حصن حصین انقلاب و امنیت کشور گردد.

پیشینه پژوهش

بررسی ادبیات موضوع نشان می‌دهد که با وجود حجم گسترده آثار در حوزه ارتباطات و رفتار سازمانی، خلأ جدی در استخراج نظام‌مند مؤلفه‌های ارتباطات غیر کلامی مؤثر از قرآن کریم به‌ویژه در سازمان‌های نظامی وجود دارد.

۱) منابع عام مدیریت و رفتار سازمانی (رایبیز ۱۳۹۷، فصل ۹؛ قربانی و علیلو ۱۳۹۵، فصل ۱۰؛ افجه‌ای ۱۳۹۴، فصل ۱۱؛ رضائیان ۱۳۹۶، فصل ۱۱) عمدتاً با رویکرد سکولار به موضوع پرداخته و هیچ‌یک از ظرفیت آیات قرآن برای تبیین ارتباطات غیر کلامی در محیط‌های ایمانی و نظامی بهره نبرده‌اند.

۲) منابع اسلامی یا نظامی نیز مستقیماً به این موضوع پرداخته‌اند: مزروعی و همکاران (۱۳۹۸) الگویی عملیاتی برای ارتباطات سازمانی

نظامی ارائه کردند، اما بدون استناد نظام‌مند به قرآن و روایات.

لطفی و حسین‌اف (۱۳۹۸) تنها بر یک سوره (نازعات) متمرکز شدند و به مؤلفه‌های غیر کلامی نظامی توجه نکردند.

اسکندری و نقی‌پور (۱۳۹۳) مهارت‌های ارتباطی امام علی(ع) را بررسی کردند، اما به سازمان‌های نظامی معاصر نپرداختند.

مقالات ۱۳۸۸ و ۱۳۹۰ نیز صرفاً به جنبه‌های کلی ارتباطات اسلامی بسنده کرده‌اند.

بنابراین، پژوهش حاضر اولین مطالعه‌ای است که به‌طور همزمان:

الف) منحصرأ بر ارتباطات غیر کلامی تمرکز دارد،

ب) مؤلفه‌ها را مستقیم و نظام‌مند از آیات قرآن استخراج می‌کند،

ج) این مؤلفه‌ها را در سازمان‌های نظامی با تأکید بر اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به کار می‌بندد.

این سه ویژگی، خلأ موجود در ادبیات را پر کرده و ارزش افزوده علمی و عملی قابل ملاحظه‌ای پدید می‌آورد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی و با رویکرد توصیفی-تحلیلی انجام شده است. داده‌های پژوهش از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و با مراجعه نظام‌مند به منابع معتبر تفسیری قرآن کریم و مجموعه بیانات حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) گردآوری گردیده است.

در مرحله تحلیل محتوا، با بهره‌گیری از روش استنتاجی شهید صدر (ره)، موضوع «ارتباطات غیر کلامی مؤثر در سازمان‌های نظامی» به‌عنوان پرسشی راهبردی و سازمانی به محضر قرآن کریم عرضه شد. سپس با تدبیر در آیات مرتبط، بررسی سیاق و شأن نزول آن‌ها، مؤلفه‌های غیر کلامی مؤثر استخراج گردید و در سه حوزه اصلی چهره‌ای، کنشی-رفتاری و آیینی-اخلاقی دسته‌بندی و صورت‌بندی شد. در نهایت، یافته‌های به‌دست‌آمده از قرآن کریم با بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی تطبیق داده شد تا مؤلفه‌های ارتباطات غیر کلامی مؤثر به‌صورت روش‌مند، منسجم و کاربردی برای سازمان‌های نظامی ارائه گردد.

مفهوم‌شناسی

۱- سازمان

واژه «سازمان» از مفاهیم بنیادین مدیریت و رفتار سازمانی است که در جوامع مدرن به دلیل پیچیدگی فعالیت‌ها به مفهومی محوری تبدیل شده است. تعاریف معتبر فارسی آن عبارتند از: تشکیلات هماهنگ‌شده برای فعالیت خاص (دهخدا، لغت‌نامه، ج ۲، ص ۱۶۲۷)؛ پدیده اجتماعی آگاهانه هماهنگ‌شده با مرز مشخص و هدف دائمی (رایبیز، تئوری سازمان، ص ۲۲۱)؛ سیستمی از اجزای به‌هم‌پیوسته و منظم برای دستیابی به اهداف (زاهدی، تجزیه و تحلیل سیستم‌ها، ص ۱۱۷)؛ گروهی با ساختار منظم که برای اهداف مشترک همکاری می‌کنند (فیضی، سازمان و مدیریت، ص ۳)؛ ماهیت اجتماعی دارای هدف، ساختار و مرز قابل تشخیص (زارعی متین، مبانی سازمان و مدیریت، ص ۱۹)؛ هماهنگی معقول افراد از طریق تقسیم کار و روابط منظم برای هدف مشترک (علاقه‌بند، مقدمات مدیریت آموزشی،

ص ۱۱)؛ و ایجاد ساختار قابل پیش‌بینی از راه تقسیم کار، هماهنگی و ارتباطات مناسب (ایران‌نژاد پاریزی، سازمان و مدیریت، ص ۲۳).
برآیند این تعاریف نشان می‌دهد که ویژگی‌های کلیدی سازمان عبارتند از: ماهیت اجتماعی، هماهنگی آگاهانه و هدفمند، ساختار و مرز مشخص، هدف مشترک، تقسیم کار و روابط منظم، استمرار فعالیت و قابلیت پیش‌بینی رفتارها و نتایج. این ویژگی‌ها سازمان را به‌عنوان یک نظام پویا و هدف‌گرا از سایر تجمعات انسانی متمایز می‌سازد و بستر مناسبی برای تحلیل کارکردهای آن به‌ویژه ارتباطات غیرکلامی مؤثر در سازمان‌های نظامی فراهم می‌آورد.

۲- رفتار سازمانی

رفتار سازمانی، مطالعه علمی و نظام‌مند رفتار، اعمال و نگرش‌های افراد در محیط سازمانی است که با روش‌های دقیق و کنترل‌شده، جایگزین قضاوت‌های شهودی می‌شود (رایبیز، مبانی رفتار سازمانی، ص ۲؛ مورهد و گریفین، رفتار سازمانی، ص ۱۰؛ برومند، رفتار سازمانی، ص ۱۸؛ عسکریور و همکاران، رفتار سازمانی پیشرفته، ص ۹۸).

این رشته به بررسی تعامل فرد و سازمان، علل رفتار در سطوح فردی و گروهی و حتی ساختار سازمانی می‌پردازد و از آنجاکه بخش عمده زندگی انسان معاصر در سازمان‌ها (بیمارستان، مدرسه، محل کار، نهادهای نظامی و دولتی) سپری می‌شود، نقش حیاتی در افزایش بهره‌وری، اثربخشی و درک تعاملات انسانی دارد؛ به‌ویژه در سازمان‌های نظامی که تقویت انسجام، انگیزش و فرمان‌پذیری را به دنبال دارد (مورهد و گریفین، رفتار سازمانی، ص ۱۶).

ریشه‌های رفتار سازمانی به اوایل قرن بیستم و تأکید هوگو مانستربرگ و ماری پارکر فالت بازمی‌گردد، اما این رشته پس از مطالعات هائورن (دهه ۱۹۳۰) به‌عنوان دانشی مستقل و میان‌رشته‌ای شکل گرفت و امروزه کلید فهم و مدیریت رفتار انسانی در سازمان‌های پیچیده است (مورهد و گریفین، رفتار سازمانی، ص ۲۲-۲۰).

۳- ارتباطات

ارتباطات فرآیندی دوسویه و پویا است که تنها زمانی اثربخش خواهد بود که پیام ارسالی و پیام دریافتی کاملاً یکسان باشند. هرگونه اختلاف میان این دو، به اختلال در فرآیند ارتباط منجر می‌شود و در چنین شرایطی، مدیریت ارتباطات سازمانی نیازمند شناسایی و بهسازی عناصر تشکیل‌دهنده این فرآیند است (کیاکجوری و حسین‌زاده، مدیریت رفتار سازمانی، ص ۱۹۳).

دانشمندان حوزه مدیریت و رفتار سازمانی راهکارهای متعددی برای ارتقای اثربخشی ارتباطات سازمانی پیشنهاد کرده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

بهره‌گیری از وسایل و کانال‌های متنوع ارتباطی (لوتانز، مدیریت رفتار سازمانی، ص ۶۷۹)،

توجه ویژه به قالب و ساختار پیام، بهبود مهارت گوش دادن فعال، شناخت دقیق نگرش‌ها و ذهنیت کارکنان،

اولویت‌دهی به ارتباطات چهره‌به‌چهره (رضائیان، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، ص ۲۹۳-۲۹۲)،

بهسازی عوامل سازمانی مؤثر بر جریان ارتباطی (گریفین، مدیریت رفتار سازمانی، ص ۳۸۸).

بنابراین، مدیر موفق کسی است که به‌طور مستمر بر فرآیند ارتباطات در سازمان نظارت دقیق داشته باشد، اختلالات و موانع را به‌موقع شناسایی و رفع نماید و از راهکارهای علمی و عملی برای تقویت و اثربخشی ارتباطات بهره‌جوید. منابع معتبر مدیریت رفتار سازمانی نیز بر این نکته تأکید دارند که بهبود ارتباطات سازمانی نه تنها یک مهارت فنی، بلکه یک ضرورت راهبردی برای تحقق اهداف سازمانی به شمار می‌رود.

۴- مهارت‌های ارتباطات مؤثر

فلاسفه اسلامی به اتفاق، انسان را «مدنی بالطبع» می‌دانند. ملاصدرا بقای فرد انسانی را بدون حیات جمعی و تعاون اجتماعی محال می‌شمارد؛ زیرا وجود آدمی منحصر به فرد نیست و کمال او تنها در پرتو همکاری و تمدن حاصل می‌گردد (ملاصدرا، الحکمة المتعالیة فی الأسفار العقلیة الأربعة، ج ۸، ص ۵۵۷). فارابی نیز تأکید دارد که نیل انسان به کمالات عالی، جز از راه تقسیم کار و امکانات جمعی ممکن نیست. از این‌رو، مکتب اسلام اجتماعی بودن را نه یک انتخاب اختیاری، بلکه مقتضای فطرت وجودی انسان می‌داند؛ حیات جمعی نه تنها نیازهای مادی را مرتفع می‌سازد، بلکه بستر شکوفایی استعدادها و فعلیت‌یابی شایستگی‌های انسانی را فراهم می‌آورد تا تمدنی بالنده و جامعه‌ای سالم پدید آید.

حیات اجتماعی، فراتر از هم‌زیستی فیزیکی، نیازمند مهارت‌های ارتباطی کارآمد و مؤثر است. قرآن کریم ارتباط را فرآیندی دوسویه و اخلاق‌محور می‌شمارد که در آن فرستنده و گیرنده هر دو مسئول‌اند؛ کلام باید متناسب با ظرفیت عقلانی و فطری مخاطب باشد، چنان‌که رسول خدا (ص) فرمود: «إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمَرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَىٰ قَدْرِ عُقُولِهِمْ» (کلینی، الکافی، ج ۱، ص ۲۳). در سوی دیگر، مخاطب مأمور به «استماع احسن» است: «الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ» (زمر: ۱۸).

بلاغت قرآنی — یعنی مطابقت کلام با مقتضای حال همراه با فصاحت و شیوایی (رسولی محلاتی، تأملی در تعریف بلاغت، ص ۸۹-۹۸؛ حرآنی، تحف العقول، ص ۵۷۰) — و اصل «لسان قوم» (ابراهیم: ۴) نشان می‌دهد که حتی انبیای الهی برای تأثیرگذاری حداکثری، نیازمند تناسب و روانی بیان بوده‌اند؛ نمونه روشن آن، درخواست حضرت موسی (ع) از پروردگار برای همراهی هارون به دلیل فصاحت و روانی کلام اوست (طه: ۲۷-۳۲؛ طباطبایی، المیزان، ج ۱۴، ص ۳۳۱؛ جوادی آملی، تفسیر موضوعی قرآن کریم، ج ۷، ص ۱۶۹-۱۷۰).

با این حال، پژوهش‌های نوین سازمانی حاکی از آن است که در محیط‌های کاری — به‌ویژه ساختارهای نظامی — بیش از ۷۰ درصد پیام‌ها از طریق کانال‌های غیرکلامی منتقل می‌گردد. در سازمان‌های نظامی که سرعت عمل، انضباط آهنین و اعتماد لحظه‌ای حیاتی است، عناصر غیرکلامی (سیمای نورانی، رفتار متین، لحن بدن، تواضع، رفق و

الگویی عملی برای مدیریت حالات چهره به‌عنوان یکی از قوی‌ترین ابزارهای ارتباط غیرکلامی در ساختارهای سازمانی ارائه می‌دهد.

این چهره شاداب و نورانی، در قرآن پاداشی الهی برای نیکوکاران شمرده شده است: «لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا الْحُسْنَىٰ وَزِيَادَةٌ وَلَا يَرْهَقُ وُجُوهَهُمْ قَتَرٌ وَلَا ذِلَّةٌ» (یونس: ۲۶)؛ یعنی چهره‌هایشان نه غبارآلود می‌شود و نه ذلت بر آن‌ها چیره می‌گردد. این بشاشیت و طهارت رخسار، در سازمان نظامی اسلامی به‌عنوان نشانه‌ای از سلامت روحی، آمادگی برای جهاد و فرمان‌پذیری عاشقانه عمل می‌کند و بدون یک کلمه، پیام «ما آماده‌ایم و دل‌هایمان با خداست» را به فرماندهان و هم‌زمان منتقل می‌نماید؛ بنابراین، سیمای مؤمن نه تنها یک ویژگی فردی، بلکه یک ابزار راهبردی برای انسجام‌بخشی و تقویت روحیه جمعی در سخت‌ترین شرایط عملیاتی است.

۲. تبیین سیمای ایمان و کفر

قرآن کریم با دقت تمام، تضاد آشکار میان سیمای ایمان و کفر را نشان می‌دهد و تأکید می‌کند که کفر و نفاق نیز همچون ایمان، اثر مستقیم و غیرقابل کتمان بر چهره انسان می‌گذارد. در روز قیامت، چهره کافران تیره، غبارآلود و سرشار از ذلت و حسرت است: «فَلَمَّا رَأَوْهُ زُلْفَةً سَيِّئَةٌ وَجُوهُ الَّذِينَ كَفَرُوا» (ملک: ۲۷؛ طباطبایی، المیزان، ج ۱۹، ص ۶۱۰؛ طبرسی، مجمع‌البیان، ج ۲۵، ص ۱۹۶) و «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ عَلَيْهَا غَبَرَةٌ تَرْهَقُهَا قَتَرَةٌ» (عبس: ۴۱-۴۰). حتی در دنیا نیز، هنگامی که آیات روشن بر کافران تلاوت می‌شود، آثار خشم، کینه و ناخرسندی در چهره آنان آشکار می‌گردد: «وَأَذَّا تَلْتَلِي عَلَيْهِمْ آيَاتُنَا بَيِّنَاتٍ تَعْرِفُ فِي وُجُوهِ الَّذِينَ كَفَرُوا الْمُنْكَرَ» (حج: ۷۲؛ مغنیه، تفسیر الکاشف، ج ۵، ص ۳۴۸؛ طبرسی، مجمع‌البیان، ج ۱۷، ص ۲۲) و «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ بَاسِرَةٌ» (قیامة: ۲۴).

این تبیین آشکار، هشدار قرآنی است که چهره انسان آیینه‌ای صادق از باطن اوست و حالات درونی به‌سرعت در رخسار ظاهر می‌شود. در محیط‌های سازمانی و به‌ویژه نظامی، چهره عبوس، مکدر و سرشار از حسرت و خشم، پیام ضعف روحیه، بی‌اعتمادی و احتمال نفاق را به‌سرعت منتقل می‌کند و می‌تواند انسجام، فرمان‌پذیری و کارایی عملیاتی را به خطر اندازد. در مقابل، چهره شاداب و نورانی مؤمن، اعتماد می‌آفریند و وحدت می‌بخشد. از این‌رو، قرآن با برجسته‌سازی این تضاد، مدیریت حالات چهره را به یک ضرورت راهبردی در ارتباطات غیرکلامی و حفظ سلامت سازمانی تبدیل می‌کند؛ ضرورتی که رهبر معظم انقلاب نیز با تأکید بر پرهیز از ملال و افسردگی و لزوم نشاط چهره، آن را رمز موفقیت کار جمعی و جذب همکار در محیط‌های نظامی می‌داند.

در حقیقت، قرآن این تفاوت را به‌قدری آشکار می‌داند که حتی در دنیا نیز هر بیننده‌ای می‌تواند ایمان یا کفر را از چهره افراد بخواند. این امر در سازمان نظامی اسلامی اهمیت دوچندانی می‌یابد؛ زیرا چهره‌ای که آثار ناامیدی، غیظ یا ذلت در آن هویداست، به‌سرعت در بدنه نیرو نفوذ کرده و روحیه جمعی را تضعیف می‌کند، در حالی که چهره‌ای آرام، مطمئن و نورانی، بدون نیاز به دستور کتبی، پیام «ما پیروزیم» را به همه منتقل می‌نماید. از این‌رو، تبیین سیمای ایمان و کفر در آیات قرآن، نه تنها یک واقعیت

امانت‌داری) غالباً پیش از کلام، پیام اصلی را منتقل کرده و روحیه، فرمان‌پذیری و انسجام را شکل می‌دهند (الوانی، مدیریت عمومی و ارتباطات سازمانی، ص ۵۴).

از این‌رو، قرآن کریم و اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) با تأکید بر سیمای نورانی مؤمن، تعاون عملی، تواضع سازمانی، سهولت همراه با اقتدار و استماع احسن، الگویی بومی، کارآمد و عمیقاً ریشه‌دار برای تقویت ارتباطات غیرکلامی در نیروهای مسلح ارائه می‌دهند؛ الگویی که نه تنها بهره‌وری عملیاتی را به اوج می‌رساند، بلکه نیروهای مسلح را به دژ استوار ایمانی و ملت‌محور تبدیل می‌کند.

تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های ارتباطات غیرکلامی

در سازمان‌های نظامی که انتقال سریع و دقیق پیام حیاتی است، ارتباطات غیرکلامی به‌عنوان سریع‌ترین رسانه انتقال معنا و اعتماد، نقش راهبردی ایفا می‌کند. قرآن کریم این رسانه را در سه حوزه اصلی تبیین نموده است: مؤلفه‌های چهره‌ای، کنشی-رفتاری و آیینی-اخلاقی. این پژوهش با بهره‌گیری از آیات قرآن و بیانات امام خامنه‌ای، الگویی بومی و جامع ارائه می‌دهد که از طریق آن فرماندهان و نیروهای مسلح می‌توانند با به‌کارگیری زبان حال و سیمای ایمانی، به انسجام سازمانی، فرمان‌پذیری آگاهانه و پیوند عمیق با ملت دست یابند.

الف) مؤلفه‌های چهره‌ای

۱. سیمای مؤمن در آیات قرآن

قرآن کریم سیمای مؤمن را با برجسته‌ترین نشانه نورانیت و آرامش درونی ترسیم می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها «اثر سجده» است: «سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ» (فتح: ۲۹). این نشانه، فراتر از اثر فیزیکی سجده، نوری است که از خضوع طولانی، ذکر مداوم و طمأنینه قلبی در برابر خداوند بر چهره مؤمن می‌تابد و او را از دیگران متمایز می‌سازد. در توصیف بهشتیان نیز همین نورانیت و شادابی تکرار شده است: «تَعْرِفُ فِي وُجُوهِهِمْ نَضْرَةَ النَّعِيمِ» (مطففین: ۲۴؛ طباطبایی، المیزان، ج ۲۰، ص ۳۹۳) و «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ نَاضِرَةٌ * إِلَىٰ رَبِّهَا نَاطِرَةٌ» (قیامة: ۲۳-۲۲). این چهره‌های سرزنده و سرشار از نشاط، بازتاب رضایت درونی، اطمینان به وعده‌های الهی و آرامش ناشی از ایمان است که بدون نیاز به کلام، پیام صداقت، امید و جاذبه معنوی را به دیگران منتقل می‌کند (محسنیان‌راد، ارتباط‌شناسی، ص ۱۴۴).

در نگاه قرآن، چهره مؤمن خود یک رسانه غیرکلامی صادق و دائمی است که دیگران را به‌سوی او می‌کشاند و در محیط‌های سازمانی، به‌ویژه نظامی، به‌عنوان نشانه‌ای از انضباط درونی، وفاداری و روحیه بالا عمل می‌کند. این سیمای نورانی و بشاش، همان چیزی است که حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) با تعبیر «نشاط واقعی» از آن یاد می‌کنند؛ «نشاط یعنی حوصله‌ی کار، نشاط کار، تحرک، که دل انسان آماده باشد برای حرکت کردن، کار کردن، فعالیت کردن؛ خسته و ملول و افسرده و مانند اینها نباشد» (بیانات در ابتدای درس خارج فقه، ۱۳۹۷/۱۲/۵) <https://khl.ink/f/41779>. از این‌رو، چهره مؤمن در آیات قرآن

آخرت‌شناختی، بلکه یک شاخص راهبردی برای تشخیص سلامت روحی نیروها و مدیریت ارتباطات غیرکلامی در ساختارهای نظامی به شمار می‌رود.

ب) مؤلفه‌های کنشی و رفتاری

۱. تعاون و همیاری رفتاری

یکی از مبانی اساسی در اخلاق اجتماعی اسلام، اصل «تعاون و همدلی» است که بر بنیاد خودآگاهی و شناخت نفس استوار می‌باشد. به تعبیر روان‌شناسی اخلاقی، هر اندازه انسان به احساسات و عواطف خویش آگاه‌تر باشد، توانایی بیشتری در فهم احساسات دیگران و یاری‌رسانی به آنان خواهد داشت. (غزالی، ابوحامد، احیاء علوم الدین، ج ۳، ص ۲۲) از سوی دیگر، ناتوانی در شناخت خویش، زمینه‌ساز سردرگمی و عجز در درک عواطف دیگران است. قرآن کریم اصل تعاون را با صیغه امر مورد تأکید قرار داده است: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ». (مائده: ۲) این آیه شریفه، به تعبیر مفسران، از یک سو دعوت به همکاری در نیکی‌ها و تقوا و از سوی دیگر، نهی از هرگونه همدستی در گناه و تجاوز است. (طباطبایی، المیزان، ج ۵، ص ۲۳۶ و طبرسی، مجمع البیان، ج ۳، ص ۳۹۲). بدین ترتیب، تعاون هم بعد ایجابی دارد و هم بعد سلبی؛ ایجابی آن در یاری یکدیگر بر راه خیر و پرهیزگاری، و سلبی آن در خودداری از همکاری در مسیر باطل و ظلم. این اصل قرآنی در تاریخ صدر اسلام نمود عملی نیز یافته است؛ چنان‌که پیامبر اکرم (ص) و ائمه معصومین (ع) در عرصه‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی و نظامی، یاران خویش را به تعاون دعوت کرده و خود به‌عنوان الگوی عینی آن ایفای نقش می‌کردند. (مجلسی، بحار الانوار، ج ۲۰، ص ۲۷۴) بر این اساس، تعاون نه تنها یک فضیلت فردی، بلکه ضرورتی اجتماعی برای تحقق عدالت، مبارزه با ظلم و نیل به اهداف الهی و انسانی است.

مقام معظم رهبری با تمسک به آیات قرآن و احادیث معصومین (ع)، تعاون و همکاری را در میان تمام مسلمانان جهان و دولت‌های اسلامی ضروری می‌داند. ایشان در این مورد اینگونه بیان کردند:

«آنچه در نگاه اول انسان را خرسند می‌کند، این است که این نمونه‌ی موفق همکاری بین کشورهای اسلامی، بحمدالله سه دهه را پشت‌سر گذاشته و در این حرکت تعاونی جمعی اسلامی، حاکی از یک نمونه‌ی موفق همکاری بین کشورهای اسلامی است؛ این، بلاشک از جمله چیزهایی است که مرضی اسلام و بلکه دستور قطعی اسلام به ماست که قرآن می‌فرماید: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ» (مائده: ۲) امروز کشورهای اسلامی بیش از همیشه به همکاری در همه‌ی زمینه‌ها با هم احتیاج دارند؛ از جمله در زمینه‌ی مسائل اقتصادی و کمک به رشد و توسعه‌ی دنیای اسلام». (بیانات در دیدار شرکت کنندگان در اجلاس بانک توسعه اسلامی (۱۳۸۳/۶/۲۵) <https://khl.ink/f/8810>)

ایشان در مقیاس کوچک‌تر، تعاون و همکاری را در میان دولت و مجلس، بخش‌های مختلف دولت و سازمان‌های نظامی نیز لازم و ضروری می‌داند. به بیان مقام معظم رهبری، تعاون و همکاری، رمز اصلی ترقی و توسعه در تمام بخش‌های نظام اسلامی است. به بیان وی: «وجه غالب

زندگی در نظام اسلامی و نظام ولایت، باید تعاطف، همدلی، تعاون و همکاری باشد». (بیانات در دیدار کارگزاران نظام (۱۳۷۷/۱/۲۷) <https://khl.ink/f/2882>) رهبری در بخش دیگری از بیانات، مشخصاً به تعاون و همدلی در میان سازمان‌های نظامی پرداخته و اینگونه بیان می‌دارد:

«دو لشکر سپاهی و ارتشی، با هم حداکثر همکاری و محبت را داشته باشید... امیدوارم برادران عزیز ارتشی و سپاهی و نیروهای انتظامی که در این میدان نمونه‌هایی از آنها حضور دارند، در سطح استان، حداکثر همکاری و محبت را با یکدیگر بکنند؛ آمادگی‌ها را، آموزش‌ها را، تعمیر و نگهداری را و کمک به یکدیگر را به معنای حقیقی کلمه رعایت کنند» (بیانات در مراسم صبحگاه مشترک پادگان لشکر ۲۱ حمزه آذربایجان (۱۳۷۲/۵/۶) <https://khl.ink/f/2676>)

بنابراین در اندیشه رهبری، تعاون و همکاری و ارتباطات درون‌سازمانی همدلانه و همکارانه، زمینه‌ساز هم‌افزایی بوده و کلیت نظام اسلامی، به‌ویژه سازمان‌های نظامی بایستی از این اصل پیروی کنند. از آنچه تا کنون بیان گردید مشخص می‌شود که مهارت ارتباطی مبتنی بر رفتار همکاری و همیاری میان سازمان‌های نظامی اسلامی، هم در آیات قرآنی و هم در بیانات مقام معظم رهبری یک اصل و در اولویت است.

در نتیجه، اصل قرآنی تعاون و همدلی «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ» (مائده: ۲) به عنوان مبنای بنیادین ارتباطات سازمانی در منظر اسلام، بر خودآگاهی اخلاقی استوار است که از یک سو، ظرفیت هم‌افزایی در یاری‌رسانی جمعی بر نیکی و پرهیزگاری را تقویت می‌کند و از سوی دیگر، از همدستی در مسیر باطل و ظلم جلوگیری می‌نماید؛ این اصل، که در تاریخ صدر اسلام از طریق الگوسازی پیامبر اکرم (ص) و ائمه معصومین (ع) در عرصه‌های اجتماعی، سیاسی و نظامی تجلی یافته، در چارچوب سازمان‌های معاصر اسلامی - به ویژه سازمان‌های نظامی - به ضرورت تعاملات درون‌سازمانی همدلانه و مشارکتی تبدیل می‌شود، چنان‌که مقام معظم رهبری با تمسک به این آیه شریفه، تعاون را رمز ترقی نظام اسلامی و همکاری حداکثری میان لشکرهای سپاهی، ارتشی و انتظامی می‌داند، و بدین ترتیب، ارتباطات سازمانی مبتنی بر این تعاون، نه تنها عدالت و توسعه را محقق می‌سازد، بلکه به عنوان ضرورتی علمی و الهی، زمینه‌ساز تحقق اهداف انسانی و الهی در جوامع اسلامی است.

۲. تواضع و فروتنی سازمانی

تواضع یکی از اساسی‌ترین اصول اخلاق حرفه‌ای و مهارت ارتباطی در مدیریت اسلامی است که نقش کلیدی در ایجاد همدلی، اعتماد و روحیه همکاری دارد. قرآن کریم تواضع را فروتنی آگاهانه و پرهیز از خودبزرگ‌بینی دانسته و با تعبیر «وَإِخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ» (حجر: ۸۸) آن را واجب شمرده است.

مدیر متواضع با احترام به زیردستان، گوش‌دادن فعال و رفتار صادقانه، فضای امن و صمیمی برای تبادل اندیشه ایجاد می‌کند و انگیزه مشارکت

به اهلش سپرده شود: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا» (نساء: ۵۸). بنابراین صداقت، عمل به وعده، مسئولیت‌پذیری و تناسب شایستگی با پست، پایه اعتماد نهادی است.

نمونه قرآنی آن در داستان حضرت ابراهیم (ع) است: وقتی فرشتگان غذای او را نخوردند، ابراهیم مضطرب شد؛ اما پس از معرفی هویت و ابلاغ بشارت، ترس جای خود را به اطمینان داد و باب گفتگو و مجادله برای نجات قوم لوط گشوده شد: «فَلَمَّا ذَهَبَ عَنْ إِبْرَاهِيمَ الرَّوْعُ وَجَاءَتْهُ الْبُشْرَىٰ يُجَادِلُنَا فِي قَوْمِ لُوطٍ» (هود: ۷۴) (فیض کاشانی، الصافی، ج ۲، ص ۴۶۰: محلی، الجلالین، ص ۲۳۳).

از نگاه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) نیز اعتماد متقابل شرط حیاتی ارتباطات سالم سازمانی است و اعتمادآفرینی نه فقط مهارت، بلکه راهبرد اخلاقی و مدیریتی است که انسجام، انگیزش و هم‌افزایی را به دنبال دارد؛ به‌ویژه در نیروهای مسلح که ایجاد رابطه اعتمادمحور پایدار با مردم را از مهم‌ترین مأموریت‌ها دانسته می‌فرماید:

«علت اینکه امروز ارتش ما، سپاه ما، نیروهای مسلح ما در بین مردم محبوبیت دارند هم همین است: مردم می‌بینند اینها مثل خودشان فکر میکنند، مثل خودشان عمل میکنند، اعتقاداتی مشابه اعتقادات خودشان دارند، برای همان چیزهایی دل میسوزانند که مردم دل میسوزانند؛ این، ارتباط بین مردم و نیروهای مسلح را افزایش میدهد». (بیانات در دیدار جمعی از فرماندهان و کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴/۱/۳۰) <https://khl.ink/f/۲۹۴۷۲>)

چنانچه مشخص می‌شود، اعتمادآفرینی و برقراری ارتباط در میان نیروهای مسلح از نظر قرآن و رهبری، اولویت دارد و سازمان‌های نظامی بایسته و شایسته است که در راستای نهادینه‌سازی مدیریت ارتباطات اعتمادمحور گام برداشته و اعتمادآفرینی در حوزه ارتباطات را در ابعاد درون و برون‌سازمانی به فرهنگ مسلط تبدیل نمایند. مقام معظم رهبری در این مورد، اعتمادآفرینی سازمان‌های نظامی برای مردم را یک عمل درون‌سازمانی می‌داند؛ زیرا به باور وی، نیروهای مسلح و مردم جدا از هم نیستند و سازمان‌های نظامی بایستی ملت‌محور و بر بنیاد مردم شکل گیرد و از سوی دیگر، مردم نیز بایستی سازمان‌های نظامی را از خود دانسته و به آنها از هر حیث اعتماد کامل داشته باشد. ایشان سازمان‌های نظامی را حصن حصین و قلعه مستحکمی می‌داند که وظیفه اصلی آن ایجاد آرامش برای ملت است:

«بگذارید این ملت با احساس وجود جوانان بارزشی در نیروهای مسلح، طعم امنیت و آسایش روانی را همچنان بچشد و احساس کند که به اذن پروردگار، حصن حصینی ضامن امنیت اوست» (بیانات در مراسم دانش‌آموختگی دانشجویان دانشکده‌ی افسری دانشگاه امام حسین(ع) <https://khl.ink/f/۱۳۸۵/۹/۴>)

بر این اساس می‌توان گفت که اعتمادآفرینی زیربنای پایداری و کارآمدی سازمان‌هاست و به‌عنوان سرمایه اجتماعی، تعارض را کاهش داده، شفافیت و جریان اطلاعات را افزایش می‌دهد. قرآن کریم ریشه اعتماد را

را بالا می‌برد. تواضع نه نشانه ضعف، بلکه جلوه بلوغ عقلانی و اقتدار اخلاقی رهبر است و به انسجام سازمانی می‌انجامد.

همچنین آیات «وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا» (فرقان: ۷۲) و «وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ» (مؤمنون: ۳) نشان می‌دهند که اعراض کریمانه از لغو و رفتار متکبرانه، از ویژگی‌های بارز مؤمنان واقعی است (طباطبایی، المیزان، ج ۱۵، ص ۹).

بنابراین در نگاه قرآن، تواضع هم اصل اخلاقی است و هم در فرایند ارتباطات سازمانی — به‌ویژه در سازمان‌های نظامی — ضرورتی عملیاتی و اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌رود.

مقام معظم رهبری نیز بر این اصل تأکید ویژه داشته است. ایشان تواضع و فروتنی را بر بنیاد آموزه‌های قرآنی، برای تمام مسئولین، به‌ویژه سازمان‌های نظامی امر واجب و ضروری دانسته است. ایشان در جایی ضمن استدلال به آیات قرآنی در این مورد و ناظر به پیروزی خرمشهر و مغرور نشدن از آن پیروزی بزرگ اینگونه فرموده است:

«[شما اعضای هیئت دولت] تواضعتان را [نسبت به مردم] بیشتر کنید. مفتخر باشید به رأی مردم، مستظهر باشید به رأی مردم؛ اما مغرور نشوید، که اگر خدای نکرده غرور به سراغ ماها آمد، آن وقت انحرافها و انحطاطهای گوناگونی را در پیش پای خودمان خواهیم دید. مراقب باشید؛ این از آن دامهای بزرگ شیطان است. معمولاً بعد از پیروزی‌های بزرگ، خطرهای بزرگ وجود دارد». (بیانات در دیدار اعضای هیئت دولت (۱۳۸۸/۶/۱۶) <https://khl.ink/f/۸۰۱۹>)

اصل قرآنی تواضع «وَإِخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ» (حجر: ۸۸) مبنای بنیادین ارتباطات سازمانی اسلامی است و فروتنی آگاهانه را جلوه بلوغ عقلانی و رهبری اصیل می‌داند. این اصل با احترام به زیردستان، گوش‌دادن فعال و رفتار صادقانه، فضای امن و صمیمی برای تبادل اندیشه ایجاد کرده، انگیزه مشارکت را بالا برده، اقتدار اخلاقی مدیر را تقویت می‌کند و انسجام درونی سازمان — به‌ویژه نظامی — را تضمین می‌نماید.

این تواضع در آیات «وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا» (فرقان: ۷۲) و «وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ» (مؤمنون: ۳) به صورت اعراض کریمانه از لغو و تکبر تجلی یافته است.

مقام معظم رهبری با استناد به همین آموزه‌ها، تواضع را بر همه مسئولین — خصوصاً در نیروهای مسلح — واجب شمرده و پس از پیروزی‌های بزرگ (مانند فتح خرمشهر) پرهیز از غرور را «دام شیطانی» می‌داند. در نتیجه، ارتباطات سازمانی مبتنی بر تواضع قرآنی، همدلی، اعتماد و همکاری را نهادینه کرده و به الگویی الهی برای کرامت انسانی و پیشرفت پایدار جوامع اسلامی تبدیل می‌شود.

۳. اعتمادآفرینی از رهگذر امانت‌داری

اعتمادآفرینی مهم‌ترین سرمایه اجتماعی سازمان و رکن پایداری و کارآمدی آن است؛ زیرا تعارض را کاهش می‌دهد، شفافیت را افزایش می‌دهد و جریان اطلاعات را تسهیل می‌کند. از منظر قرآن کریم، اعتماد ریشه در «امانت» دارد و مسئولیت در هر سطحی امانتی الهی است که باید

معنای گذر از قوانین نیست، بلکه این رویکرد، در سایه اجرای جدی قوانین جاری سازمان اتخاذ می‌گردد. لذا ایشان ضمن تأکید بر انضباط و رعایت قوانین در سازمان‌های نظامی، بر رویکرد تساهلی و ارتباطات مداراتی در میان نیروهای مسلح (به‌ویژه در ارتباطات برون‌سازمانی) تأکید می‌ورزد و در این زمینه مالک اشتر را به عنوان الگو معرفی می‌کند:

«ما معتقد به انضباط آهنین، نظم منطقی، کار علمی، آموزش به‌روز و سلاح در حد ممکن برای نیروهای مسلح خود هستیم؛ اما همه‌ی این‌ها را در کنار تقوا، توکل و دلدادگی به آرمان‌ها و مردم معتبر می‌دانیم. الگوی ما «مالک اشتر» است؛ برترین سردار بلندپایه‌ی جنگ‌های پرمجاری امیر المؤمنین؛ شجاعترین مرد عرب. جوانی در کوچه‌های مدینه او را شناخت؛ به او اهانت کرد، حتی آب دهان به طرف او انداخت! این سردار بلندمرتبه و امیر والامقام نه تنها به او اخم نکرد، بلکه به مسجد رفت، برای او نماز خواند و استغفار کرد که خدا از جهالت این جوان بگذرد! بعد از آنکه مالک اشتر را به آن جوان معرفی کردند، آمد که از او عذرخواهی کند. گفت عذرخواهی لازم نیست، من آمدم تا برای تو پیش خدای متعال استغفار کنم. آن صلابت، آن شجاعت، آن عظمت در میدان نبرد همراه است با عظمت در میدان معنویت؛ عظمت روح» (بیانات در مراسم مشترک دانشجویان دانشگاه‌های افسری ارتش (۱۳۸۲/۱۰/۴) <https://khl.ink/f/> ۳۲۰۹)

ایشان در جای دیگر و در بیان بسیار مهم دیگر به موضوع رفق و مدارا با دیگران به نحو عام (به شمول ارتباطات درون‌سازمانی سازمان‌های نظامی) اشاره کرده و اینگونه بیان می‌دارد:

«ما پیامان پیام اسلام است. یکی از همان چیزهایی که عرض کردم از عوامل انتشار اسلام است، رفق است. «مَا كَانَ الرَّفْقُ فِي شَيْءٍ إِلَّا زَانَهُ» (حرانی، تحف العقول، ص ۴۷) رفق یعنی همواری. رفق به معنای سستی نیست. رفق به معنای خاکریز نرم قابل نفوذ نیست. رفق یعنی ناهنجار نبودن، ناهموار نبودن، جگرخراش نبودن. این معنی رفق است. شما به یک عنصر بسیار سخت، مثل فولاد که می‌زنید، دستتان احساس ناراحتی نمی‌کند؛ احساس ناهنجاری و ناهمواری نمی‌کند. رفق - نرمی به این معناست. هنجار درست. این، معنای رفق است. گاهی هم ممکن است به یک چیز که دست می‌زنید، دست را بخراشد و زخم کند؛ درحالی‌که جنسش مثل فولاد نیست. از یک تکه چوب است. چوب را ممکن است ناهموار بتراشند. بعضی، حرف ناحق را، حرف سست را، سخن کم محتوا را، طوری می‌گویند که همه را می‌خراشد. ممکن هم هست یک فکر با محتوا، یک فکر درست و یک فکر قوی را طوری بیان کرد که با همه استحکام، هیچ ناهنجاری نداشته باشد. اسلام، این است. قرآن، این است» (بیانات در دیدار مسئولان و کارگزاران نظام جمهوری اسلامی، (۱۳۷۲/۱۰/۲۰) <https://khl.ink/f/> ۲۶۹۸)

از آنچه تا کنون بیان گردید، می‌توان نتیجه گرفت که اصل «سهولت و مدارا» در فرهنگ قرآنی و اسلامی به معنای آسانی، نرمی و دوری از سختی است و یکی از ارکان بنیادین دین و فقه به شمار می‌رود. قرآن کریم با آیاتی چون «مَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ» (حج: ۷۸) و «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ» (بقره: ۱۸۵) و پیامبر اکرم (ص) با فرموده «بُعِثْتُ بِالْحَنِيفِيَّةِ

در اصل «آمانت» می‌داند و واگذاری مسئولیت به شایستگان را واجب می‌شمارد: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا» (نساء: ۵۸). داستان حضرت ابراهیم (ع) نمونه‌ای روشن است؛ اضطراب او پس از شفافیت مأموریت فرشتگان برطرف شد و ارتباط مؤثر برقرار گردید: «فَلَمَّا ذَهَبَ عَنْ إِبْرَاهِيمَ الرَّوْعُ وَجَاءَتْهُ الْبَشْرَىٰ يُجَادِلُنَا فِي قَوْمِ لُوطٍ» (هود: ۷۴).

از دیدگاه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، اعتماد متقابل شرط حیات ارتباطات سالم سازمانی است. ایشان با تأکید بر صداقت، عمل به وعده و ارتباط چهره‌به‌چهره، اعتماد را راهبرد اخلاقی و مدیریتی برای انسجام و هم‌افزایی می‌دانند؛ به‌ویژه در نیروهای مسلح که محبوبیت و مقبولیت آن‌ها در گرو هم‌فکری و هم‌دلی با مردم است.

بنابراین اصل قرآنی امانت‌داری، با تکیه بر شایسته‌سالاری، صداقت و شفافیت، اعتماد را سرمایه‌گذاری می‌کند تا امنیت روانی، انسجام ملی و پیشرفت پایدار جامعه اسلامی را از مسیر سازمان‌های ملت‌محور و حصین تضمین نماید.

ج مؤلفه‌های آیینی و اخلاقی

۱. سهولت، مدارا و رفق

اصل «سهولت، مدارا و رفق» یکی از ارکان بنیادین فرهنگ و فقه اسلامی است. واژه «سهل» به معنای نرمی، آسانی و دوری از سختی و خشونت است (فراهیدی، العین، ج ۲، ص ۲۸۹؛ ابن منظور، لسان العرب، ص ۲۱۳۵-۲۱۳۴). قرآن کریم بارها بر این اصل تأکید کرده است: «وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ» (حج: ۷۸)؛ «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ» (بقره: ۱۸۵).

پیامبر اکرم (ص) نیز فرمودند: «بُعِثْتُ بِالْحَنِيفِيَّةِ السَّمْحَةِ» (کلینی، الکافی، ج ۵، ص ۴۹۴).

این اصل در ارتباطات سازمانی اسلامی، به‌ویژه درون‌سازمانی، ضرورتی راهبردی است. در سازمان‌های نظامی که در ذهن عموم با خشونت و روابط خشک همراه‌اند، کاربرد مدارا و آسان‌گیری برای ایجاد ارتباطات مؤثر حیاتی‌تر است، بدون آنکه با نظم و قانون منافات داشته باشد.

بهترین الگوی قرآنی آن آیه «مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكَافِرِينَ رِجْمًا بَيْنَهُمْ» (فتح: ۲۹) است که نشان می‌دهد ارتباطات درون‌سازمانی (میان پیامبر و اصحاب) بر پایه رحمت، ملاحظت، مدارا، برادری و عطف‌اندگی بوده (مغنیه، الکاشف، ج ۷، ص ۱۰۲؛ قطب، فی ظلال القرآن، ج ۶، ص ۳۳۳). در حالی که ارتباطات برون‌سازمانی با شدت و جدیت همراه بوده است.

بنابراین سهولت و رفق، در مدیریت اسلامی سازمان نظامی به معنای تلفیق اقتدار بیرونی با مدارای درونی است که انسجام، اعتماد و کارایی را به اوج می‌رساند.

امام خامنه‌ای نیز با تاسی از آموزه‌های اسلامی و قرآنی، بر تساهل و مدارا در سازمان‌های نظامی تأکید دارند. مدارا و تساهل هم ابعاد درون و هم برون‌سازمانی را در برمی‌گیرد؛ لیکن چنانچه قبلاً نیز بیان گردید، رویکرد تساهلی در سازمان‌های نظامی که ماهیت انضباط و قانونمداری دارند، به

کل، در مدیریت صحیح ارتباطات سازمانی به نحو خاص و در پی آن تبادل صحیح اطلاعات به نحو اخص تأثیر می‌گذارد.

نکته مهم دیگر در ارتباطات کلامی و بخش گوش دادن، کثرت گوش دادن است. از آنجا که در همه حرکات و سکنات بهترین الگو برای مومنان و انسان‌های وارسته و کسانی که خواهان خیر دنیا و آخرت هستند، پیامبر اسلام (ع) است: «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا» (احزاب: ۲۱)، پس بهترین الگو در مورد ارتباط گوش دادن پیامبر اسلام (ص) است و مهمترین ویژگی اخلاقی و به عبارت دیگر، مهمترین مهارت حضرت در مدیریت ارتباطات کلامی با دیگران، بسیار گوش دادن وی بوده است. حضرت به قدری به ارتباط گوش دادن اهمیت می‌داد که حتی برخی مغرضین و منافقین به کنایه ایشان را «گوش» می‌گفتند. این مورد در قرآن کریم نیز مورد اشاره قرار گرفته است که حاکی از اهمیت گوش دادن است: «وَ مِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤَدُّونَ النَّبِيَّ وَ يَقُولُونَ هُوَ أَذُنٌ قُلُّ أذُنٌ خَيْرٌ لَكُمْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَ يُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِينَ وَ رَحْمَةً لِلَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَ الَّذِينَ يُؤَدُّونَ رَسُولَ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ» (توبه: ۶۱). بهترین بودن پیامبر (ص) در امر ارتباطات شنیداری، در واقع عاقل بودن وی در امر استماع و عادل بودنش در امر قبول یا رد مسموعات و فضیلت برای ایشان است (صادقی تهرانی، الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن و السنه، ج ۱۳، ص ۱۹۳) خداوند در آیه در جواب منافقین بیان می‌دارد که گوش بودن (مهارت داشتن در گوش دادن) خیر برای مومنان است و این یکی از بهترین ویژگی‌های رهبری در سازمان و نقطه قوت است نه نقطه ضعف پیامبر (ص). (مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، ج ۸، ص ۱۶) مقام معظم رهبری نیز با تأسی از آیات قرآن و سیره نبوی (ص) در خطاب به مسئولین نظام (به شمول مسئولین سازمان‌های نظامی)، خوب گوش دادن را توصیه می‌کند: «برای شنیدن نقد، سینه‌ی گشاده و روی باز و گوش شنوا داشته باشید» (بیانات در دیدار اعضای هیئت دولت (۱۳۸۸/۶/۱۶)). <https://khl.ink/f/> ۸۰۱۹

غرض اینکه رویکرد قرآنی به شنیدن (گوش دادن) سنجیده و فعال (زمر: ۲۹) به مثابه ستون فقرات مهارت استماع در بستر ارتباطات سازمانی اسلامی، گوش سپردن آگاهانه را نمادی از خرد ورزیدن رهبران الهی جلوه می‌دهد که با تمرکز عمیق بر پیام، فهم متقابل را عمیق‌تر ساخته، کشمکش‌ها را کم‌رنگ می‌کند و پیوندهای اعتمادی را در میان نیروهای سازمان - خصوصاً در عرصه‌های نظامی - استوار می‌سازد؛ این رویکرد، که در توصیفات بهشتی از دوری از لغو مانند «لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَ لَا تَأْتِيهِمْ» (واقع: ۲۵) و در سیره نبوی با تأکید بر کثرت شنیدن «وَ مِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤَدُّونَ النَّبِيَّ وَ يَقُولُونَ هُوَ أَذُنٌ قُلُّ أذُنٌ خَيْرٌ لَكُمْ» (توبه: ۶۱۹) به عنوان مزیتی رهبری‌بخش و پیش‌درآمدی بر قضاوت‌های عادلانه آشکار شده، در مدیریت اسلامی به یک الزام رفتاری و عملیاتی مبدل می‌گردد، همان‌گونه که مقام معظم رهبری، استوار بر آیات الهی و روش پیامبر (ص)، شنیدن نقدها و گفت‌وگوهای کلامی را با «سینه‌ای گشاد، رویی باز و گویی شنوا» بر مدیران نظام - از جمله در سازمان‌های نظامی - واجب می‌شمارد؛ از این‌رو، استماع مبتنی بر این میراث قرآنی، فراتر از رفع ابهامات و پرورش

السَّمْحَةِ» بر آسان‌گیری و اعتدال تأکید کرده‌اند.

در مدیریت اسلامی سازمان‌های نظامی، این اصل به معنای تنظیم ارتباطات درون‌سازمانی بر پایه رحمت، اخوت و تساهل، و ارتباطات برون‌سازمانی بر پایه صلابت و اقتدار است. امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) با استناد به الگوی مالک اشتر، تلفیق انضباط و قانون‌مداری با رأفت و سهولت انسانی را لازمه ارتباطات نیروهای مسلح می‌داند. نتیجه آنکه مهم‌ترین مهارت مدیریتی در سازمان نظامی اسلامی، ترکیب جدیت در اجرای قانون و انضباط با مدارا و آسان‌گیری به‌عنوان اصل مسلم قرآنی است.

۲. استماع احسن و اعراض از لغو

مهارت گوش دادن یکی از مؤلفه‌های بنیادین در ارتباطات سازمانی مؤثر است که نقش اساسی در ارتقای درک متقابل، کاهش تعارض و افزایش اعتماد میان اعضای سازمان دارد. شنیدن فعال فراتر از صرف گوش دادن است و شامل توجه آگاهانه، درک عمیق پیام و بازخورد مناسب به گوینده می‌شود. از دیدگاه قرآن کریم، شنیدن سنجیده و هدفمند، یکی از ویژگی‌های خردمندان و رهبران الهی است؛ چنان‌که خداوند می‌فرماید: «فَبَشِّرْ عِبَادَ * الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُو الْأَلْبَابِ». (زمر/۱۷-۱۸) استماع قول و اتباع احسن بدین معناست که مومنان طالب رشد و حق هستند و در ارتباطات کلامی خود اقوال مختلف را گوش می‌دهند به این امید که از میان آنها حقیقت را بیابند و موجبات رشدشان فراهم گردد؛ (طباطبایی، میزان، ج ۱۷، ص ۲۵۰) زیرا آنها صاحبان عقول سالمه هستند. (صدیق، فتح البیان فی مقاصد القرآن، ج ۶، ص ۶۳). این آیه نشان می‌دهد که شنیدن مؤثر، مقدمه‌ی تصمیم‌گیری درست و انتخاب آگاهانه است. در محیط‌های سازمانی نیز مدیران و کارکنانی که دارای مهارت شنیدن فعال هستند، بهتر می‌توانند نیازها، دغدغه‌ها و ایده‌های همکاران خود را درک کرده، از بروز سوءتفاهم جلوگیری کنند و ارتباطی مبتنی بر احترام و همدلی برقرار سازند.

در مورد شنیدن و آداب گوش دادن به عنوان یکی از انواع ارتباطات کلامی، آیات متعددی در قرآن وجود دارد. خداوند از برقراری ارتباطات شنیداری لغو و گناه‌آلود منع کرده است. در آیات متعددی پرهیز و دوری از لغو یکی از صفات مومنین و اهل بهشت معرفی گردیده است: «لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَ لَا تَأْتِيهِمْ» (واقع: ۲۵)، «لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَ لَا كِذَابًا» (نبا: ۳۵). در وصف اهل بهشت می‌فرماید: «لَا تَسْمَعُ فِيهَا لِغِيَّةً» (غاشیه: ۱۱)، یعنی در بهشت سخن لغو و بی‌فایده شنیده نمی‌شود. (طباطبایی، میزان، ج ۲۰، ص ۲۷۴) «وَ إِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَ قَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَ لَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ» (قصص: ۵۵). از ویژگی‌های گروه حق طلب و مومنان راستین این است که زمانی که سخن لغو بشنوند، از آن دوری می‌گزینند و سخن بیهوده را با بیهوده‌گویی پاسخ نمی‌دهند. (مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، ج ۱۶، ص ۱۱۱) دوری از سخن لغو و بیهوده نوعی مهارت گوش دادن است که در حوزه ارتباطات غیرکلامی قرار می‌گیرد و ضمن اینکه از سجایای اخلاقی است، در مدیریت رفتار سازمانی به صورت

هم‌آوایی، به سان یک ابزار استراتژیک علمی-الهی عمل می‌کند که انسجام تیمی، عدالت رفتاری و شتاب‌دهی به تعالی پایدار را در ساختارهای نظامی اسلامی رقم می‌زند.

۳. پرهیز از فخر فروشی و غرور

یکی از مهمترین آداب در برقراری ارتباطات غیر کلامی و مدیریت صحیح ارتباطات، دوری از فخر و خودبزرگ‌بینی است؛ زیرا فضل‌فروشی در ارتباطات، مدیریت ارتباطات صحیح را با مشکل مواجه کرده و فرایند ارتباطات را مختل می‌سازد. (ریچاردسون، جری و وان، ال. پی، معجزه ارتباطات ترجمه مهدی چراچه‌داغی، ص ۴۳) از سوی دیگر، دوری از فخر فروشی و ارتباط همدلانه و مهربانانه باعث بهینه‌سازی ارتباطات و موثریت آن می‌گردد. به بیان اندیشمندان، این مهارت همدلی در مدیریت ارتباطات است که فرد یا سازمان را قادر به برقراری ارتباطات موثر با محیط پیرامونی می‌سازد و به بهبود کیفیت روابط با محیط اجتماعی کمک می‌کند. (بشارتی، محمدعلی و همکاران، نقش واسطه خودشیفتگی در رابطه بین همدلی و کیفیت روابط بین شخصی، ص ۷).

فخر فروشی ضمن اینکه یکی از جلوه‌های اخلاق نکوهیده است، سبب می‌شود مردم نیز از شخص فخور روی برگردانده و وی نتواند با کسی رابطه عاطفی و صحیحی برقرار سازد. خداوند در نکوهش انسان‌های فخور چنین می‌فرماید: «وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرْحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ» (لقمان: ۱۸).

بر اساس این آیه، لقمان به فرزندش وصیت می‌کند که با تکبر بر زمین راه مرو و با بی‌اعتمادی از مردم روی بر نگردان؛ زیرا خداوند انسان متکبر و مغرور را دوست ندارد. این نوع رفتار در حقیقت نوعی بیماری روانی است که اولین نتیجه آن، قطع رابطه انسان با دیگران است. (مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، ج ۱۷، ص ۵۴) خداوند در توصیف پیامبر رحمت (ص) اینگونه بیان داشته است: «لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ» (توبه: ۱۲۸).

بعثت چنین پیامبری که از جنس مردم بوده و خسارت و زیان امت ناراحت می‌شود و آنچه موجب رنج امت است، بر او دشوار و سخت است، حقیقتاً نعمتی است از جانب خدای مهربان. (طبرسی، مجمع البیان، ج ۱، ص ۲۴۸) در جای دیگر، در توصیف بندگان خالص خداوند اینگونه بیان کرده است: «وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا» (فرقان: ۶۳). هون یعنی مشی بدون استعلا و غرور. (مغنیه، التفسیر المبین، ج ۱، ص ۴۷۷) چنین اشخاصی حقیقتاً سزاوار بهشت و موفقیت دارین است.

فخر فروشی کار انسان مغرور است و اساساً منشأ فخر فروشی، غرور آدمی است. برای همین مقام معظم رهبری مسئولین نظام و سازمان‌های نظامی را از غرور که مایه فخر فروشی است، برحذر داشته‌اند:

«غرور، ابزار شیطان است. غرور، غره شدن، ابزار شیطان است. مناشی مختلفی هم دارد، و فرق نمیکند منشأ آن چه باشد: یک وقت منشأ آن همین پست و مقامی است که شما گرفته‌اید. فرض کنید شما در یک نقطه‌ی دوردستی مشغول کار بودید، حالا آمده‌اید در یک مدیریت بالایی قرار

گرفته‌اید، مثلاً در مجلس یا در دولت یا در نهادهای انقلابی یا در نیروهای مسلح. این، انسان را مغرور می‌کند که یک جایگاهی پیدا کرده؛ یک منشأ غرور این است. یک منشأ غرور موقفیتها است. توفیقی پیدا میکنید، در کاری که انجام میدهید پیشرفتی پیدا میشود، اینجا انسان مغرور میشود به خودش که ما توانستیم این کار را انجام بدهیم. یک منشأ غرور، غره شدن به لطف الهی و توجهات الهی است که خیلی در دعاها و حتی در قرآن [آمده]: «وَلَا يَغُرَّتْكُمْ بِاللَّهِ الْغُرُورُ» (فاطر: ۵)؛ غرور — که شیطان است — شما را به خدا غره نکند. غره شدن به خدا یعنی چه؟ این معنایش آن است که انسان از طرف خدا احساس خاطر جمعی مطلق بکند، دیگر هیچ ملاحظه‌کاری‌ای نداشته باشد؛ [مثلاً بگوید] «ما که جزو خیل دوستان اهل بیت هستیم؛ خدا با ما کاری ندارد!» این غره شدن به خدا است». (بیانات در دیدار مسئولان نظام ۱۴۰۱/۱/۲۳). <https://khl.ink/f/5003>

رویکرد قرآنی مدیریت ارتباطات غیر کلامی در سازمان‌های نظامی، غرور و فضل‌فروشی را مانع اصلی روابط عاطفی، تبادل دقیق اطلاعات و همکاری تیمی می‌داند و آن را عامل سوءتفاهم و تعارض عملیاتی معرفی می‌کند.

این رویکرد با ترویج فروتنی آگاهانه و ارتباطات همدلانه و مهربانانه، فرماندهان را ملزم می‌سازد تا با تمرکز بر دغدغه‌های نیروها، فضای امن گفت‌وگو ایجاد کنند؛ فضایی که همدلی در آن انسجام گروهی را در عملیات پرریسک تضمین می‌نماید و از تصمیم‌گیری‌های ناشی از غرور جلوگیری می‌کند.

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با هشدار نسبت به ریشه‌های غرور (ارتقا، پیروزی، توجه سازمانی)، پرهیز از آن را واجب دانسته و تأکید دارند که غرور به تضعیف وحدت و انحراف رفتاری می‌انجامد.

از این‌رو، نهادینه‌سازی تواضع و رفتارهای رتوفانه در ارتباطات غیر کلامی، به استراتژی کلیدی نیروهای مسلح تبدیل شده است؛ استراتژی‌ای که با فتح قلوب نیروها، هم‌کاری عملیاتی را ارتقا می‌دهد و هم پایداری بلندمدت نظام اسلامی را از مسیر رهبری همدلانه تأمین می‌نماید.

نتیجه‌گیری

این پژوهش، با ژرف‌نگری در آیات قرآن کریم و استنتاج از بیانات حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، موفق به شناسایی و تبیین نظام‌مند مؤلفه‌های بنیادین ارتباطات غیر کلامی مؤثر در سازمان‌های نظامی گردید. یافته‌ها حاکی از آن است که قرآن کریم قرن‌ها پیش از تدوین دانش نوین مدیریت، با محوریت‌بخشیدن به «زبان حال» و شاکله‌های رفتاری، نقشه‌ای جامع برای انسجام‌بخشی، اعتمادآفرینی و تقویت روحیه جمعی در حساس‌ترین ساختارهای سازمانی ترسیم نموده است. مؤلفه‌های استخراج‌شده در سه ساحت چهره‌ای (نورانیت و بشاشیت)، کنشی (تعاون، تواضع و امانت‌داری) و آیینی-اخلاقی (مدارا، استماع احسن و پرهیز از تکبر) نه تنها ارکان یک الگوی ارتباطی بومی و الهی را تشکیل می‌دهند، بلکه در پرتو اندیشه‌های رهبری انقلاب به راهبردهایی کاربردی و عملیاتی برای مدیریت رفتاری در نیروهای مسلح تبدیل می‌شوند.

کاربست این الگوی قرآنی-انقلابی، سازمان نظامی را از حصار روابط

طبرسی، فضل بن حسن. (۱۳۷۲). مجمع البیان. تهران: ناصر خسرو.

عسکریپور، زهرا؛ نجفی، محمد و نوروزی، رضاعلی. (۱۳۹۹). مفهوم‌شناسی محیط در قرآن کریم و نقش تربیتی آن. فصلنامه تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۸(۲۴)، ۴۵-۶۸.

علاقه‌بند، علی. (۱۳۹۲). مقدمات مدیریت آموزشی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

فراهیدی، خلیل بن أحمد (۱۴۰۹)، کتاب العین، قم، نشر هجرت، چاپ ۲.

فرهنگی، علی‌اکبر؛ صفرزاده، حسین و خادمی، مهدی. (۱۳۸۳). نظریه‌های ارتباطات سازمانی. تهران: رسا.

فیض کاشانی، محمد بن شاه مرتضی (۱۳۷۳)، تفسیر الصافی، تهران - ایران، مکتبه الصدر، چاپ ۲.

فیضی، طاهره. (۱۳۸۱). سازمان و مدیریت (چاپ دوازدهم). تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

قطب، سید. (۱۴۲۵ق). فی ظلال القرآن. بیروت: دار الشروق.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷)، الکافی (ط - الإسلامية)، تهران، دار الکتب الإسلامية، چاپ ۴.

کیاکجوری، داود و حسینزاده، سیما. (۱۳۹۳). دانش رفتار سازمانی پیشرفته. تهران: کتاب مهربان نشر.

لوتانز، فرد. (۱۳۷۴). رفتار سازمانی (غلامعلی حیدری، مترجم). تهران: انتشارات حیدری.

مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی (۱۴۰۳)، بحار الأنوار، بیروت، دار إحياء التراث العربی، چاپ ۲.

محلی، محمد بن احمد (۱۴۱۶)، تفسیر الجلالین، بیروت - لبنان، مؤسسه النور للمطبوعات

مغنیه، محمدجواد (۱۴۲۴)، التفسیر الکاشف، ایران، دار الکتب الإسلامية

مغنیه، محمدجواد (۱۴۲۵)، التفسیر المبین، قم، دار الکتب الإسلامية

مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴). تفسیر نمونه، تهران، دار الکتب الإسلامية، چاپ ۳۲.

ملاصدرا، محمد بن ابراهیم، سید محمد خامنه ای (۱۳۸۳)، الحکمه المتعالیه فی الاسفار الاربعه، قم، موسسه بنیاد حکمت اسلامی صدرا.

مورهد، گریگوری و گریفین، ریکی. (۱۳۸۵). رفتار سازمانی. تهران: مروارید.

غزالی، محمد بن محمد، احیاء علوم الدین، تهران، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی (آموزش انقلاب اسلامی)، چاپ سوم، ۱۳۷۳.

جری ریچاردسون، معجزه ارتباط و ان. ال. پی، ترجمه مهدی قراچه داغی، تهران، فرهنگ نشر نو، آسیم، چاپ نوزدهم، ۱۳۹۹.

بشارتی، محمدعلی، محمدرضا خدابخش حجت الله فراهانی سید محمدرضا رضازاده، نقش واسطه خودشیفتگی در رابطه بین همدلی و کیفیت روابط بین شخصی، روانشناسی کاربردی سال ۵ بهار ۱۳۹۰ شماره ۱ (پیاپی ۱۷).

خشک اداری فراتر برده، آن را به نهادی زنده، باورمند و درآمیخته با جان ملت بدل می‌سازد. نتیجه نهایی آن است که اقتدار واقعی نیروهای مسلح در گرو تجهیز به «سلاح معنویت» و «سلوک اخلاقی» است؛ نیرویی که با چهره‌ای نورانی، رفتاری متعاون و اخلاقی کریمانه، پیش و بیش از هر ابزار مادی، پیام اطمینان، وفاداری و امنیت را به آحاد جامعه منتقل می‌کند. این پژوهش با ارائه چارچوبی نظری و عملی، گامی بنیادین در پر کردن خلأ مطالعاتی موجود برداشته و الگویی راهبردی برای دستیابی به «نظام ارتباطی انسان‌ساز، انسجام‌بخش و ملت‌محور» در سپهر سازمان‌های نظامی جمهوری اسلامی ایران عرضه می‌نماید.

منابع

قرآن کریم

ابن شعبه حرانی، حسن بن علی (۱۴۰۴)، تحف العقول، قم، جامعه مدرسین، چاپ ۲.

ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴)، لسان العرب، بیروت، دار الفکر للطباعة و النشر و التوزیع - دار صادر، چاپ ۳.

ایران‌نژاد پاریزی، مهدی و ساسان گهر، پرویز. (۱۳۷۵). سازمان و مدیریت از تئوری تا عمل (چاپ سوم). تهران: موسسه بانکداری ایران.

برومند، زهرا. (۱۳۸۸). مدیریت رفتار سازمانی (چاپ بیستم). تهران: دانشگاه پیام نور.

دعایی، حبیب‌الله. (۱۳۷۳). ارائه الگوی ارتباطات سازمانی مناسب در گروه‌های صنعتی فولاد ایران. دانش مدیریت، (۱۵)، ۲۳-۳۵.

دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). لغت‌نامه دهخدا (چاپ دوم). تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.

رایینز، استیفن پی. (۱۳۹۲). مبانی رفتار سازمانی (سید محمد اعرابی و علی پارسایان، مترجمان) (چاپ سی‌ونهم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رایینز، استیفن. (۱۳۸۷). تئوری سازمان (ساختار و طرح سازمانی) (سید مهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، مترجمان) (چاپ بیست و دوم). تهران: نشر شرقی.

رضائیان، علی. (۱۳۹۹). مبانی مدیریت رفتار سازمانی (چاپ هجدهم). تهران: انتشارات سمت.

زارعی متین، حسن. (۱۳۸۰). مبانی سازمان و مدیریت. تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۷۸). تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها (چاپ دوم). تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

صادقی تهرانی، (۱۴۳۲). الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن و السنه محمد، بیروت، لبنان، مؤسسه الأعلمی للمطبوعات، چاپ ۲.

صدیق‌حسن‌خان، محمدصدیق (۱۴۲۰)، فتح البیان فی مقاصد القرآن، بیروت - لبنان، دار الکتب العلمیه

طباطبایی، سید محمدحسین. (۱۴۱۷ق). المیزان فی تفسیر القرآن. قم: دفتر انتشارات اسلامی.