

معیارهای ارتباطی از دیدگاه قرآن کریم با رویکرد فردی و سازمانی

دکتر لطف اله فروزنده دهکردی*

سحر کوثری**

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۸۹/۰۷/۳۰

چکیده

تعدد و تفاوت فرهنگی جوامع، لزوم مدیریت بومی در هر سرزمینی را اجتناب‌ناپذیر کرده است. در فرهنگ جمهوری اسلامی ایران که دین کارکرد اصلی دارد به کارگیری نظریه‌های مدیریت به تنهایی نمی‌تواند مؤثر باشد و نمی‌توان انتظار داشت که نظریه‌های موجود که آمیخته با فرهنگ غربی است در یک جامعه‌ی ارزش محور کاربرد اثربخشی داشته باشد. افزون بر این، با مراجعه به منابع اسلامی می‌توان به گزاره‌هایی غنی دست یافت که حاوی دستورالعمل‌ها و توصیه‌های مدیریتی و رفتاری است. از این رو ارائه الگوهای اسلامی در زمینه‌ی ارتباطات که تار و پود سازمان را به هم پیوند می‌دهد و نیاز مدیران در انجام وظایف مختلف است از ضرورت‌های غیرقابل انکار است. بنابراین استخراج معیارهای ارتباطی از دیدگاه قرآن و ارزیابی یک سازمان ارزش محور بر اساس آن، ضروری به نظر می‌رسد. در این پژوهش معیارهای ارتباطی با مطالعه‌ی فهرست موضوعی و تخصصی آیات قرآن و تفاسیر نور و نمونه استخراج و در سه حوزه‌ی فردی، سازمانی و محیطی طبقه‌بندی شده است معیارها با روش فازی اولویت‌بندی و معیارهای اولویت‌دار در جهاد دانشگاهی صنعتی شریف مطابق طیف لیکرت مورد ارزیابی قرار گرفت و با استفاده از الگوی تحلیل شکاف، فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب مشخص و راهبردهای لازم جهت کاهش این شکاف‌ها با رویکرد قرآنی ارائه شد.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات؛ قرآن؛ روش فازی؛ راهبرد

* - استادیار دانشگاه پیام نور

** - نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد MBA ، sahkosarion@yahoo.com

مقدمه

وجود ارتباطات مؤثر و صحیح در سازمان، پیوسته یکی از عوامل موفقیت مدیریت به حساب آمده است. به طور کلی وظایف مدیریت از قبیل: برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هماهنگی و کنترل، بدون وجود یک نظام ارتباطی مؤثر در سازمان، قابل تحقق نیست و با نبود چنین نظامی، امکان اداره‌ی سازمان وجود نخواهد داشت؛ به همین جهت، بیش‌تر وقتِ مدیران صرف ایجاد ارتباط و انتقال اطلاعات می‌گردد (الرن، ۲۰۰۵: ۱۶۵). بنابراین می‌توان گفت که «ارتباط، تار و پود سازمان را به هم پیوند می‌دهد و موجب یک‌پارچه‌گی و وحدت سازمانی می‌گردد» (الوانی، ۱۳۸۵: ۱۶۷). از طرف دیگر، ارتباطات می‌تواند در فرایند تصمیم‌گیری - که در هر یک از وظایف مدیریتی حضور جدی دارد - نقش اساسی داشته باشد (گریفین و مورهد، ۲۰۰۵: ۲۵۰).

با توجه به اینکه مسئولیت ایجاد ارتباطات صحیح در سازمان به عهده‌ی مدیریت، در کلیه سطوح مدیریتی است، مدیران باید از کم و کیف فرایند ارتباطی آگاه باشند و نحوه‌ی برقراری ارتباطات مؤثر را بدانند (گریگوریو، ۲۰۰۵: ۱۲۹). البته دانستن مهارت‌های ارتباطی و توانایی به‌کارگیری آنها برای همه‌ی کارکنان، لازم است و به‌طور کلی، داشتن ارتباطات سالم در محل کار، در موفقیت همه، چه مدیران و چه کارکنان عادی، تأثیر دارد (پرسی، ۲۰۰۸: ۲۳۴).

در این میان باید ابزار اندازه‌گیری جهت بررسی وضعیت ارتباطات در حوزه‌های مختلف فردی و سازمانی و محیطی وجود داشته باشد. در این مقاله شاخص‌های ارتباطی با رویکرد قرآنی به‌منظور سنجش وضعیت ارتباطی موجود در حوزه‌های مختلف تعیین شده است. با استناد به آیات قرآن و بهره‌گیری از تفاسیر موضوعی قرآن، معیارهای لازم در حوزه‌های مختلف، استخراج و اولویت‌بندی گردید. سپس وضعیت این شاخص‌ها در سازمان مورد مطالعه (جهاد دانشگاهی صنعتی شریف) مورد بررسی قرار گرفته و با وضعیت مطلوب مقایسه و در نهایت جهت کاهش فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب راهبردهایی با رویکرد قرآنی ارائه شده است.

فرایند انجام تحقیق

به‌منظور ارائه‌ی راهبردهای ارتباطی قرآنی در واحد جهاد دانشگاهی صنعتی شریف، ابتدا مبانی نظری ارتباطات بررسی شد و ویژگی‌های قرآنی هریک از مؤلفه‌های فرایند ارتباطات

استخراج گردید و سپس معیارهای ارتباطی قرآنی با مراجعه به فهرست موضوعی و تخصصی آیات قرآن و تفاسیر (نمونه و نور و المیزان) و بهره گیری از نظرات خبرگان استخراج و براساس الگوی ارتباطی (الگوی مدل ارتباطی بر اساس مبانی نظری) در سه حوزه‌ی فردی، سازمانی و محیطی طبقه‌بندی شد (رضائیان، ۱۳۸۰: ۴۷۸-۴۸۰ و شفیع، ۱۳۸۵: ۱۰۳). و پس از آن جهت وزن‌دهی و اولویت‌بندی معیارها از الگوی فازی استفاده شد. لازم به یادآوری است که روش فازی جدیدترین روش برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی معیارهاست و زمانی که تعداد معیارها زیاد و نیاز به اولویت‌بندی آنها باشد از این روش استفاده می‌شود (مؤمنی، ۱۳۸۵: ۱۹۰). به این ترتیب پرسش‌نامه اول که هدف از طراحی آن، اولویت‌بندی شاخص‌های ارتباطی است طراحی گردید و در اختیار خبرگان قرار گرفت و با روش فازی تجزیه و تحلیل شد.

سپس جهت تعیین فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب شاخص‌های ارتباطی قرآنی در سازمان مورد نظر از الگوی تحلیل شکاف استفاده شد (احمدی، ۱۳۸۴: ۲۲۵). جهت انجام این کار پرسش‌نامه دوم با بهره‌گیری از طیف لیکرت طراحی شد و شکاف موجود مشخص شد. سپس با مطالعه‌ی ادبیات و بهره‌گیری از نظرات خبرگان، راهبردهای لازم (با رویکرد قرآنی) جهت کاهش این شکاف و رسیدن به وضعیت مطلوب ارائه گردید.

بر این اساس با مطالعه‌ی ادبیات و استخراج الگوی مناسب و همچنین با مطالعه‌ی فهرست موضوعی و تخصصی آیات قرآن و تفاسیر نور، نمونه و المیزان و بهره‌گیری از نظرات ۲۶ نفر از خبرگان به روش دلفی، ۵۰ شاخص ارتباطی قرآنی در سه حوزه‌ی فردی، سازمانی و محیطی استخراج گردید. ۴۰ شاخص از این ۵۰ شاخص مطابق جدول (۲) از دیدگاه خبرگان در محدوده «فوق‌العاده مهم» و «خیلی مهم» قرار گرفتند که بیانگر انتخاب مناسب شاخص‌ها است.

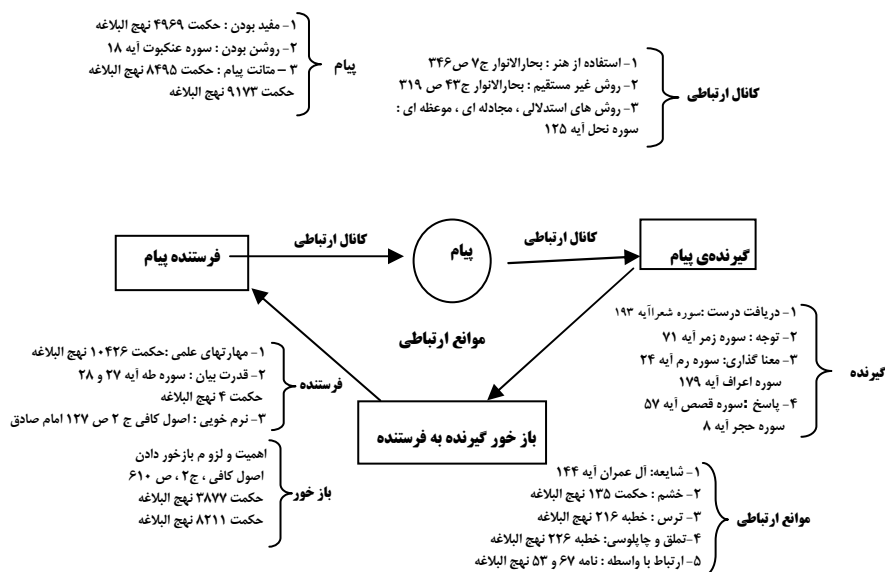
داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS جهت تعیین آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت و مقدار آلفای به‌دست آمده برای پرسش‌نامه‌ی اول ۰/۹۳ و برای پرسش‌نامه‌ی دوم ۰/۹ محاسبه شد و به این ترتیب پایایی پرسش‌نامه نیز تأیید گردید.

با استفاده از پرسش‌نامه اول و الگوی فازی که توسط همان جامعه ۲۶ نفری خبرگان تکمیل شد، هر یک از این معیارها وزن گرفتند و اولویت‌بندی شدند. معیارهای اولویت‌دار، با استفاده از پرسش‌نامه دوم و نظر ۱۰۰ نفر از کارشناسان و مدیران سازمان جهاد دانشگاهی صنعتی شریف که

به‌طور تصادفی انتخاب شدند در سازمان مربوط ارزیابی شدند و بر اساس الگوی تحلیل شکاف فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب مشخص گردید.

فرایند ارتباطات از دیدگاه اسلام

فرایند کلی ارتباطات، به طوری که در شکل (۱) نشان داده شده است، شامل پنج عنصر است که عبارتند از: فرستنده، پیام، وسیله، گیرنده و بازخور که ویژگی‌های اسلامی هر یک از این مؤلفه‌ها به‌طور خلاصه در نمودار زیر نشان داده شده است: (کوثری، ۱۳۸۸: ۲۸)



شکل ۱- نمودار فرایند ارتباطی

استخراج معیارهای ارتباطی از دیدگاه قرآن

شاخص‌های ارتباطی با استفاده از تفسیرهای موضوعی قرآن و با بهره‌گیری از نظرات خبرگان استخراج و در ۳ حوزه، ارتباطات فردی (ارتباط با خدا، ارتباط با خود و ارتباط انسان با

انسان)، ارتباطات سازمانی (فعالیت‌های ارتباطی مدیر در برابر کارکنان، کارکنان در برابر مدیر و مدیر در برابر سازمان) و ارتباطات محیطی ارایه شده است (رضائیان، ۱۳۸۰: ۴۷۸-۴۸۰ و شفیع، ۱۳۸۵: ۹۶-۱۰۳).

الف- شاخص‌های مرتبط با ارتباطات حوزه فردی

شاخص‌های این حوزه در سه قسمت (ارتباط با خدا و ارتباط با خود و ارتباط انسان با انسان) دسته‌بندی شده است: (شفیع، ۱۳۸۵: ۹۶) و به علت تفصیل مقاله، از تفسیر آیات مربوط به شاخص‌ها، منصرف شده و تنها به ذکر نام سوره و شماره‌ی آیه‌ی شاخص‌ها می‌پردازیم:

۱. ارتباط باخدا: ایده محوری در مناسبات و ارتباطات دینی، معرفت خدا و رابطه با او می‌باشد. در این زمینه شاخص‌ها به شرح زیر است:

خداگرایی (سوره‌ی هود آیه‌ی ۵۲ و سوره‌ی مزمل آیه‌های ۱ و ۲)

همان‌طور که در قسمتی از آیه‌ی ۵۲ سوره‌ی هود اشاره می‌شود انس گرفتن دل‌ها تنها به دست خداست. «فَأَلَفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ». قرآن خطاب به پیامبر می‌فرماید: «لَوْ أَنفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلَفْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ» اگر همه سرمایه‌های زمین را خرج کنی نمی‌توانی بدون خواست او بین دل‌ها الفت ایجاد کنی. بنابراین خداوند است که بستر لازم برای ارتباط گرفتن انسان‌ها با هم را فراهم می‌سازد و همواره باید خداوند را در نظر داشت.

۲. ارتباط انسان با خود: ارتباط با خود، عملکرد عاطفی و ارزیابی خویش و دیگران و روابط میان خود و دیگران را مورد توجه قرار می‌دهد و در بیش‌تر اوقات به تدوین روش‌های ارتباطی در جریان ارتباطات آتی با دیگران منجر می‌شود و از دیدگاه اسلام خویش‌شناسی در این زمینه اهمیت زیادی دارد به طوری که اعتماد به نفس را در ارتباطات برای فرد به دنبال دارد:

اعتماد به نفس (سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۶۸)

در قسمتی از آیه‌ی ۶۸ سوره‌ی اعراف حضرت موسی با قوم هود ارتباط می‌گیرد و با اعتماد به نفس کامل که نشأت گرفته از خویش‌شناسی است می‌گوید من برای شما خیرخواهی امین هستم (...انا لکم ناصح امین...).

۳. ارتباط انسان با دیگران: در رویکرد دینی، رابطه‌ی انسان با دیگران با عطف توجه به

نیازمندی‌های بندگان خدا، رضایت کردگار را در حوزه‌ی ارتباطی انسان موحد رقم می‌زند و با این توصیف، انسان‌ها نیازمند رابطه با خلق خدا هستند. در این زمینه شاخص‌ها به شرح زیر است:

پرهیز از وعده دادن (سوره‌ی کهف آیه‌ی ۲۳) / دوری از تکبر (سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۳) / زمان‌شناسی (سوره‌ی یوسف آیه‌ی ۴۷ و سوره‌ی دخان آیه‌ی ۲۳) / صداقت (سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۹) / هشدار در خصوص حسادت (سوره‌ی فلق آیه‌ی ۵) / خوش رویی (سوره‌ی لقمان آیه‌ی ۱۸ و سوره‌ی حجرات آیه‌ی ۱).

ب- شاخص‌های مرتبط با ارتباطات حوزه سازمانی

شاخص‌های این حوزه در سه قسمت (مدیر در برابر کارکنان، کارکنان در برابر یکدیگر و مدیر و مدیر در برابر سازمان) دسته‌بندی شده است (شفیعی، ۱۳۸۵: ۹۶). و به علت تفصیل مقاله از تفسیر آیات منصرف شده و تنها به ذکر نام سوره و شماره‌ی آیه‌ی شاخص‌ها می‌پردازیم:

۱. شاخص‌های ارتباطی قرآنی که مدیر در برابر کارکنان باید مورد توجه قرار دهد: در حوزه‌ی معرفتی و ارزشی اسلام، برای رفتار مدیران و سرپرستان ویژگی‌هایی در نظر گرفته شده که اگر مدیران به‌طور عام بتوانند به آنها آراسته گردند، بی‌شک در ارتباطات با افراد زیر مجموعه موفق خواهند بود. در این زمینه شاخص‌ها به شرح زیر است:

ابلاغ دستورات (سوره‌ی شعرا آیه‌ی ۱۰۷ و سوره‌ی طور آیه‌های ۲ و ۳) / ارائه الگو (سوره‌ی ممتحنه آیه‌ی ۴، سوره‌ی توبه آیه‌ی ۱۰۸، سوره‌ی هود آیه‌ی ۱۱۵، سوره‌ی صافات آیه‌ی ۶۱ و سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۲) / ارزیابی عملکرد (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۹۵، سوره‌ی بقره آیه‌ی ۲۴۹، سوره‌ی نسا آیه‌ی ۵۹، سوره‌ی ملک آیه‌ی ۳، سوره‌ی لیل آیه‌ی ۴) / اعتدال و استقامت (سوره‌ی هود آیه‌ی ۱۱۲ و سوره‌ی یونس آیه‌ی ۱۰۹ و سوره‌ی فرقان آیه‌ی ۶۷ و سوره‌ی لقمان آیه‌ی ۱۹ و سوره‌ی سجده آیه‌ی ۲۴) / تشویق و ترغیب و توجه به کارکنان (سوره‌ی انفال آیه‌ی ۶۵ و سوره‌ی یوسف آیه‌ی ۵۵ و سوره‌ی ص آیه‌ی ۳۱ و سوره‌ی دخان آیه‌ی ۱۸ و سوره‌ی صف آیه‌ی ۱۴ و سوره‌ی ملک آیه‌ی ۳) / اصلاحات (سوره‌ی صافات آیه‌ی ۸۵ و سوره‌ی تحریم آیه‌ی ۶). بهره‌جویی از مشاوره (سوره‌ی یوسف آیه‌های ۵۰ و ۵۴ و سوره‌ی قصص آیه‌ی ۲۵) / توزیع عادلانه امکانات (سوره‌ی حشر آیه‌ی ۷) / ثبت سوءسابقه (سوره‌ی توبه آیه‌ی ۸۳ و سوره‌ی اسرا

آیه‌ی ۴ و سوره‌ی روم آیه‌ی ۴۲ / حذف دو چهرگان (چاپلوسان) (سوره‌ی حشر آیه‌ی ۱۱ و سوره‌ی نسا آیه‌ی ۸۱ و سوره‌ی مجادله آیه‌ی ۸) / حفظ وحدت (سوره‌ی مؤمنون آیه‌ی ۹۱ و سوره‌ی صف آیه‌ی ۴) / دوری از تبعیض (سوره‌ی فرقان آیه‌ی ۶۸ و سوره‌ی احزاب آیه‌ی ۳۰) / سعه‌ی صدر (سوره‌ی شرح آیه‌ی ۱ و سوره‌ی توبه آیه‌ی ۶۱ و سوره‌ی احزاب آیه‌ی ۶۰ و سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۳۵ و سوره‌ی تحریم آیه‌ی ۳ و سوره‌ی مزمل آیه‌ی ۱۰ و سوره‌ی طارق آیه‌ی ۱۷ و سوره‌ی طه ۲۴ تا ۲۸) / شایسته سالاری و ترفیع (سوره‌ی مائده آیه‌های ۹ و ۱۲ و سوره‌ی نمل آیه‌ی ۲ و ۳ و سوره‌ی احزاب آیه‌های ۲۴، ۳۱ و ۳۵ و سوره‌ی سبا آیه‌ی ۵ و سوره‌ی صافات آیه‌ی ۱۰۲ و سوره‌ی غافر آیه‌ی ۵۱ و سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۱۹ و سوره‌ی ذاریات آیه‌ی ۱۵ و سوره‌ی زلزال آیه‌های ۷ و ۸ و سوره‌ی حدید آیه‌ی ۱۹ و سوره‌ی صف آیه‌ی ۴ و سوره‌ی تغابن آیه‌ی ۱۰ و سوره‌ی طلاق آیه‌ی ۱۱) / شفاف‌سازی (سوره‌ی فاطر آیه‌ی ۷ و سوره‌ی انفال آیه‌ی ۳۸ و سوره‌ی مؤمنون آیه‌ی ۶۲ و سوره‌ی نمل آیه‌ی ۱۵ و سوره‌ی احزاب آیه‌های ۳، ۴۵، ۶۰ و سوره‌ی سبا آیه‌ی ۹ و سوره‌ی نوح آیه‌ی ۱ و سوره‌ی جن آیه‌ی ۲۳) / گزینش (سوره‌ی قصص آیه‌ی ۲۶ و سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۵۵) / نحوه توییخ (سوره‌ی حج آیه‌ی ۸ و سوره‌ی سجده آیه‌های ۱۴ و ۲۲ و سوره‌ی ص آیه‌های ۷۵ تا ۷۷ و سوره‌ی جاثیه آیه‌ی ۳۵) / نظر سنجی (بازخور): (سوره‌ی صافات آیه‌ی ۱۱) / خطر رشوه و ارتشا (سوره‌ی نمل آیه‌ی ۳۶) / جو سازی‌ها (سوره‌ی حج آیه‌ی ۴۷ و سوره‌ی روم آیه‌ی ۶۰).

۲. فعالیت‌های ارتباطی کارکنان در برابر یکدیگر و در برابر مدیر: در رویکرد دینی به ارتباطات مجموعه‌ی همکاران و کارکنان یک سازمان، عناصر و مؤلفه‌های مهمی مد نظر قرار می‌گیرد که افراد با مبتنی ساختن فعالیت‌های خویش بر آن می‌توانند به عملکرد بهتر و نتایج ارزنده‌تری دست یابند که در اینجا به اهم این شاخص‌ها می‌پردازیم:

اخذ اجازه از مافوق (سوره‌ی نور آیه‌ی ۶۲ و سوره‌ی قدر آیه‌ی ۴) / پشتیبانی از یکدیگر و از مدیران (سوره‌ی احزاب آیه‌های ۵۷ و ۶۹ و سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۸۱ و سوره‌ی حجر آیه‌ی ۹۶ و سوره‌ی سجده آیه‌ی ۳۰ و سوره‌ی یس آیه‌های ۱۳ و ۱۴ و سوره‌ی نجم آیه‌ی ۲ و سوره‌ی تکویر آیه‌ی ۲۲ و سوره‌ی اعلی آیه‌ی ۱۸ و سوره‌ی ضحی آیه‌ی ۳ و سوره‌ی کوثر آیه‌ی ۱) /

حفظ شخصیت یکدیگر و مدیران (سوره‌ی توبه آیه‌ی ۴۳) / رابطه صمیمانه معاون و مدیر (سوره‌ی شعرا آیه‌ی ۱۳ و ۱۵).

۳. فعالیت‌های ارتباطی مدیر در برابر سازمان: این نوع ارتباط شامل ارتباط مدیر با کل مجموعه و فراتر از ارتباط با شخص بوده و مستلزم داشتن نگرش نظام‌مند است که این مسئله داشتن نگرش نظام‌مند در آیه‌های زیادی از قرآن توصیه شده است که از جمله سوره‌ی توبه آیه‌ی ۱۲۲، سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۹۵، سوره‌ی اسرا آیه‌ی ۷ است. در اینجا به اهم شاخص‌ها در این زمینه می‌پردازیم:

انتصابات (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۲۱) / انعطاف در امور (سوره‌ی توبه آیه‌ی ۵) / برنامه‌ریزی و تمهید مقدمات (سوره‌ی یونس آیه‌ی ۳ و سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۹، ۱۴ و ۱۳۵ و سوره‌ی کهف آیه‌ی ۹۴) / پاسخ‌گویی (سوره‌ی توبه آیه‌ی ۴۸) / پیشگامی مدیر (سوره‌ی نسا آیه‌ی ۸۴ و سوره‌ی انعام آیه‌ی ۱۶۳) / پیگیری تا حصول نتیجه (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۷۵) / تفویض مسئولیت (سوره‌ی یونس آیه‌ی ۱۴ و سوره‌ی نازعات آیه‌ی ۵ و سوره‌ی زمر آیه‌ی ۷) / حضور در صحنه (سوره‌ی حجرات آیه‌ی ۷) / روال و رویه سابق (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۴۴ و سوره‌ی بقره آیه‌ی ۱۷۰ و سوره‌ی لقمان آیه‌ی ۲۱) / سوء استفاده نکردن از مقام (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۷۹ و سوره‌ی قصص آیه‌ی ۲۳) / ضابطه‌مداری (سوره‌ی نسا آیه‌ی ۱۳۵ و سوره‌ی غافر آیه‌ی ۸) / قاطعیت و صلابت (سوره‌ی بقره آیه‌ی ۱۴۷ و سوره‌ی توبه آیه‌ی ۵۸ و سوره‌ی یونس آیه‌ی ۹۴ و سوره‌ی اسرا آیه‌ی ۵) / مدیریت مذاکرات (سوره‌ی عنکبوت آیه‌ی ۴۶) / نظارت و کنترل (سوره‌ی عنکبوت آیه‌ی ۲ و سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۰۴ و سوره‌ی نمل آیه‌های ۲۰، ۲۱ و ۲۲ و سوره‌ی سبأ آیه‌ی ۱۳ و سوره‌ی ق آیه‌ی ۱۷ و سوره‌ی انفطار آیه‌های ۱۱ و ۱۲) / خطر شایعه (سوره‌ی اسرا آیه‌ی ۳۶).

ج. شاخص‌های مرتبط با ارتباطات حوزه‌ی محیطی

این نوع ارتباطات، برون سازمانی‌اند نه درون سازمانی و طبیعی است که ارتباطات برون سازمانی در محیط انجام می‌گیرد. به این معنا که محیط سازمانی، دنیای وسیع‌تری از مؤسسات و

افراد است و در واقع ارتباطات افراد و سازمان‌ها در آن حوزه معنادار می‌شود. (بون^۱، ۲۰۰۶: ۵۹۸). روابط بین سازمانی معمولاً برای بقا و تبادل اطلاعات و منابع شکل گرفته است. در ادامه به شاخص‌های قرآنی که در این حوزه حایز اهمیت هستند می‌پردازیم و به علت تفصیل مقاله از تفسیر آیه‌های مربوط به هر شاخص منصرف شده و تنها به ذکر نام سوره و شماره آیه پرداخته شده است:

آگاهی از محیط (تهدیدها و فرصت‌ها) (سوره‌ی غافر آیه‌ی ۴ و سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۷۵ و سوره‌ی شعرا آیه‌های ۱۸۱ الی ۱۸۳ و سوره‌ی نوح آیه‌ی ۲۳) / در نظر گرفتن نفع مخاطبان (سوره‌ی قصص آیه‌ی ۱۲) / اندرزهایی درخصوص رقبا (سوره‌ی آل عمران آیه‌ی ۱۲۷ و سوره‌ی نمل آیه‌های ۳۸ الی ۴۰ و سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۱۱ و سوره‌ی صف آیه‌ی ۸ و سوره‌ی مزمل آیه‌ی ۱۰).

اولویت‌بندی معیارهای ارتباطی قرآنی با استفاده از روش فازی

روش فازی یکی از جدیدترین روش‌ها جهت اولویت‌بندی شاخص‌ها است در این روش وزن‌دهی، جامعه‌ی آماری خبرگان دست‌کم باید ۷-۸ نفر باشد و هر چه جامعه‌ی آماری خبرگان بزرگ‌تر باشد نتیجه بهتری به دست می‌آید. اگر جامعه‌ی آماری ۳۰ نفر باشد بسیار عالی است (زمران، ۱۹۹۰: ۳۰۰). این روش برای داده‌های کیفی به کار می‌رود و آنها را تبدیل به داده‌های کمی می‌کند (ایگنیزیو، ۱۹۹۲: ۴۵۶) از آنجا که پاسخ پرسش‌ها در پرسش‌نامه‌ها به صورت اعداد کیفی هفت گزینه‌ای از فوق‌العاده مهم تا بی‌اهمیت قید شده بود. بنابراین برای تبدیل این اعداد به اعداد کمی قطعی در ابتدا به هر یک از گزینه‌ها یک عدد مثلی فازی همانند جدول (۱) تخصیص داده شد، آنگاه برای امکان استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و لزوم تخصیص عدد قطعی به این گزینه‌ها، با استفاده از منطق فازی و فرمول تبدیل اعداد فازی به اعداد قطعی مینکوسکی $x = m + (b-a)/4$ گزینه‌های فازی مزبور تبدیل به اعداد قطعی معادل گردید که در ستون آخر جدول (۱) ملاحظه می‌شود: (هوانگ، ۱۹۸۱: ۲۹۸).

1- Boon

جدول ۱- جدول تبدیل اعداد فازی مثلثی به اعداد قطعی

گزینه	عدد کیفی	عدد فازی مثلثی	عدد فازی قطعی شده
الف	فوق العاده مهم	(۱/۰۰۰/۱۰۰/۰۰)	۰/۹۷۵
ب	خیلی مهم	(۰/۸۵۰/۱۵۰/۱۵)	۰/۸۵۰
ج	مهم	(۰/۶۵۰/۱۵۰/۱۵)	۰/۶۵۰
د	اهمیت متوسط	(۰/۵۰۰/۲۰۰/۲۰)	۰/۵۰۰
ه	کم اهمیت	(۰/۳۵۰/۱۵۰/۱۵)	۰/۳۵۰
و	خیلی کم اهمیت	(۰/۱۵۰/۱۵۰/۱۵)	۰/۱۵۰
ز	بی اهمیت	(۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰)	۰/۰۲۵

منبع: (مؤمنی ۱۳۸۰: ۲۳۶)

پس از جمع‌آوری ۲۶ پرسشنامه که به وسیله خبرگان پاسخ داده شده است. ابتدا فراوانی در هر گزینه برای هر معیار مشخص و سپس سایر محاسبات با توجه به آنها انجام شد. بعد از محاسبه فراوانی‌ها، با توجه به اعداد فازی شده به محاسبه میانگین فازی هر شاخص و سپس طبیعی پرداخته و هر شاخص که وزن طبیعی شده بیشتری داشته از اولویت بیش‌تری برخوردار بود و بدین ترتیب معیارها رتبه‌بندی گردید (هوانگ، ۱۹۸۷: ۱۹۶).

اولویت‌بندی معیارها در حوزه فردی و سازمانی و محیطی با روش فازی

بعد از محاسبه فراوانی‌ها با توجه به اعداد دفازی شده و فرمول‌های ۱ و ۲ به محاسبه میانگین فازی هر شاخص و سپس نرمال‌سازی می‌پردازیم و هر شاخص که وزن نرمال شده بیش‌تری داشته باشد از اولویت بیش‌تری برخوردار خواهد بود و به این ترتیب، معیارها رتبه‌بندی می‌شود: (استر، ۱۹۹۶: ۴۰۰).

همان‌طور که در بخش قبل توضیح داده شد بعد از محاسبه فراوانی‌ها با توجه به اعداد دفازی شده به محاسبه میانگین فازی هر شاخص و سپس نرمال‌سازی می‌پردازیم و هر شاخص که وزن نرمال شده بیش‌تری داشته باشد از اولویت بیش‌تری برخوردار خواهد بود و به این ترتیب

معیارها رتبه‌بندی می‌شود (استر^۱، ۱۹۹۶: ۴۰۰). در ادامه رتبه‌های فازی معیارهای هر حوزه مشخص شده است:

رتبه‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌ی ارتباطات فردی به روش فازی

در این حوزه خداگرایی رتبه‌ی اول، صداقت رتبه‌ی دوم، دوری از تکبر رتبه‌ی سوم، خوش رویی نیز رتبه‌ی سوم، اعتماد به نفس رتبه‌ی چهارم، زمان‌شناسی رتبه‌ی پنجم، پایداری بر پیمان‌ها رتبه‌ی ششم، مسئولیت‌پذیری نیز رتبه‌ی ششم و دوری از حسادت رتبه هفتم را داراست.

رتبه‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌ی ارتباطات سازمانی (مدیر در برابر کارکنان) به روش فازی

در این حوزه شایسته‌سالاری رتبه‌ی اول، حفظ وحدت رتبه‌ی دوم، سعه‌ی صدر رتبه‌ی سوم، انگیزش کارکنان رتبه‌ی چهارم، ارزیابی عملکرد رتبه‌ی پنجم و خطر رشوه و ارتشا رتبه ششم را داراست.

رتبه‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌ی ارتباطات سازمانی (مدیر در برابر سازمان) به روش فازی

در این حوزه برنامه‌ریزی و تمهید مقدمات رتبه‌ی اول، سوءاستفاده نکردن از مقام رتبه‌ی دوم، پی‌گیری تا حصول نتیجه رتبه‌ی سوم، پاسخ‌گویی مدیر و مدیریت مذاکرات و پیشگامی مدیر و ضابطه‌مداری رتبه‌ی چهارم، تفویض اختیار رتبه‌ی پنجم، انتصابات رتبه‌ی ششم، انعطاف در امور رتبه‌ی هفتم، قاطعیت و صلابت رتبه‌ی هشتم، نظارت و کنترل رتبه‌ی نهم، حضور در صحنه رتبه‌ی دهم، نبود تقلید کورکورانه از مدیران قبلی رتبه‌ی یازدهم و مدیریت شایعه رتبه‌ی دوازدهم را داراست.

رتبه‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌ی ارتباطات سازمانی (کارکنان در برابر مدیر)

در این حوزه حفظ شخصیت مدیران رتبه‌ی اول، اخذ اجازه از مافوق رتبه‌ی دوم، پشتیبانی از مدیران رتبه‌ی سوم و رابطه‌ی صمیمانه معاون با مدیر رتبه‌ی چهارم را داراست.

رتبه‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌ی محیطی

در این حوزه آگاهی از محیط و رقبا رتبه‌ی اول، توجه به رقبا رتبه‌ی دوم و منافع ذینفعان رتبه‌ی سوم را داراست.

از طرفی چون در پرسش‌نامه میزان اهمیت شاخص‌ها از پاسخ‌گویان سؤال شده بود بنابراین میزان اطمینان از این میزان اهمیت برای استفاده‌های بعدی این شاخص‌ها مهم بود با این وجود از آزمون t برای تعیین میزان اطمینان میانگین وزن‌های داده شده توسط پاسخ‌گویان تحت عنوان میزان اهمیت استفاده شد. نتایج آزمون t برای شاخص‌های هر پرسش‌نامه نیز در قالب جداول آزمون مربوطه به دست آمد که نتایج آن به شرح زیر است:

در این جداول میانگین ارزیابی یا قضاوت کارشناسان در مورد هر یک از شاخص‌ها که نشان‌دهنده وزن یا اهمیت آن شاخص است، به همراهی انحراف استاندارد و میانگین خطای استاندارد در مورد قضاوت آن‌ها ملاحظه می‌گردد، هم‌چنین با فرض ضریب اطمینان ۹۵٪ فاصله‌ی اطمینان میانگین وزن یا اهمیت داده شده توسط کارشناسان نیز مشخص گردیده است. به عنوان مثال میانگین اهمیت یا وزنی که کارشناسان برای شاخص «خداگرایی» داده‌اند عدد ۰/۹۶۵۰۰۰ است که با توجه به جدول (۱)، میزان اهمیت آن در محدوده، فوق‌العاده مهم است. خطای استاندارد این قضاوت و میانگین انحراف استاندارد آن که توسط ۲۶ نفر پاسخ داده شده به ترتیب ۰/۰۰۶ و ۳/۴۶٪ است که میزان اعتماد بالایی را نشان می‌دهد. فاصله‌ی وزن‌های داده شده توسط پاسخ‌گویان نیز با ضریب اطمینان ۹۵٪ بین ۰/۹۷۹ و ۰/۹۵۰ است که در هر حال در محدوده فوق‌العاده مهم است.

به همین ترتیب می‌توان میزان اهمیت یا وزن تمامی ۵۰ شاخص موجود در پرسش‌نامه‌ی اول را به همراه دیگر اطلاعات مورد نیاز از جمله میزان اعتماد به نتایج حاصله از لحاظ آماری در جداول نتایج آماری ملاحظه نمود (جداول در آرشو مجله موجود است).

از بررسی‌های به عمل آمده در این مقاله، معلوم شد که اگر برای طبقه‌بندی ارزیابی این

شاخص‌ها توسط خبرگان حدود اهمیت مندرج در جدول (۱) را همانند جدول (۲) تقسیم‌بندی کنیم در نتیجه میانگین اهمیت داده شده توسط پاسخ‌گویان در مورد تمامی این ۵۰ شاخص به ترتیب جدول (۲) خواهد بود که این جدول نشانگر انتخاب نسبتاً مناسب شاخص‌ها در مرحله‌ی پیشنهاد توسط تیم متخصصین است.

جدول ۲- جدول حدود کیفی و کمی معیارها

ردیف	حدود عددی وزن داده شده	حدود کیفی وزن داده شده	تعداد
۱	۰/۹۱ به بالا	محدوده «فوق العاده مهم»	۱۰
۲	۰/۷۵ تا ۰/۹۱	محدوده «خیلی مهم»	۳۰
۳	۰/۵۷۵ تا ۰/۷۵	محدوده «مهم»	۱۰
۴	زیر ۰/۵۷۵	محدوده «اهمیت متوسط»	--
جمع			۵۰

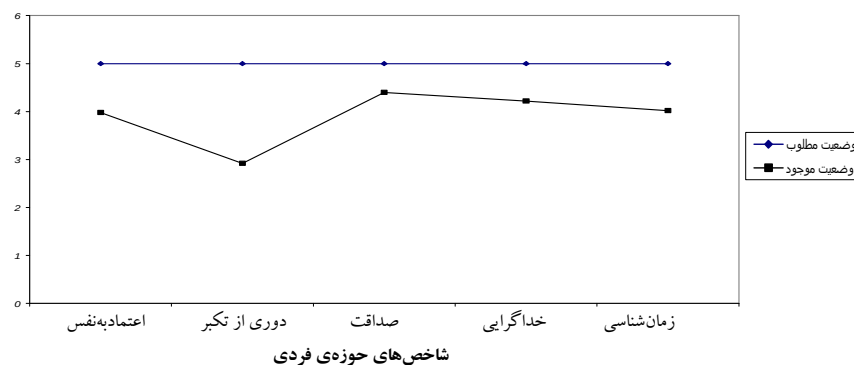
وضعیت معیارهای اولویت‌دار در جهاد دانشگاهی صنعتی شریف

پس از اولویت‌بندی شاخص‌ها در حوزه‌های مختلف؛ پرسش‌نامه‌ی دوم با استفاده از آن‌ها طراحی شد و با بهره‌گیری از طیف لیکرت وضعیت معیارهای ارتباطی قرآنی در جهاد دانشگاهی صنعتی شریف مشخص گردید و با استفاده از روش‌های آماری و با مقایسه با وضعیت مطلوب، شکاف موجود در حوزه‌های مختلف فردی، سازمانی و محیطی تعیین شد و در نهایت جهت کاهش این شکاف‌ها در حوزه‌های فردی، سازمانی و محیطی راهبردهایی با رویکرد قرآنی ارائه گردید.

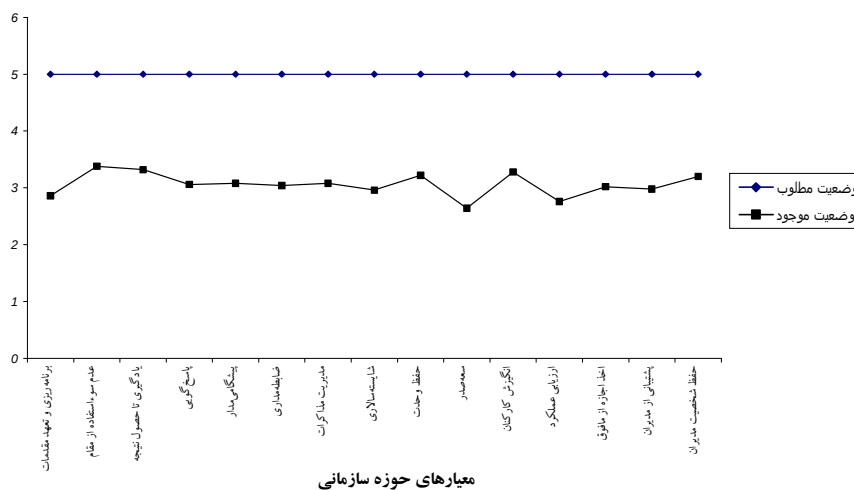
جهت تحلیل شکاف در حوزه‌های مختلف، از میانگین وزنی معیارها استفاده شده است (مقیمی، ۱۳۸۶: ۶۷). تعداد پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده جهت تحلیل شکاف ۱۰۰ پرسش‌نامه است.

تحلیل شکاف در حوزه‌های فردی، سازمانی و محیطی

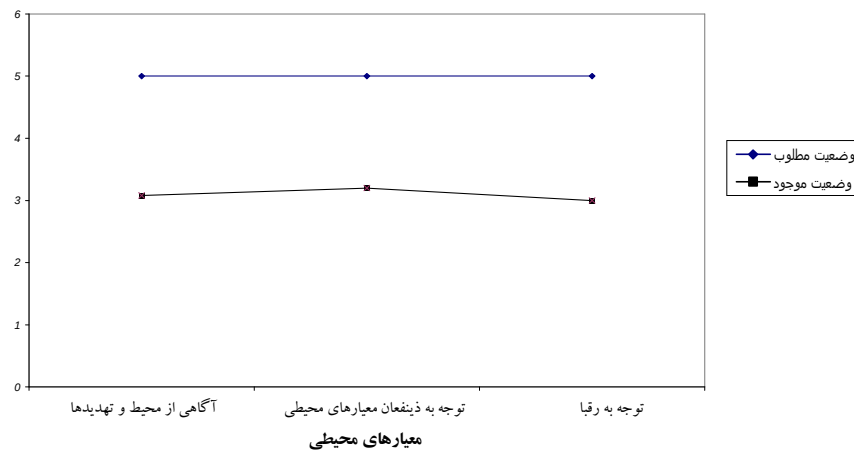
میانگین وزنی معیارهای ارتباطی در حوزه‌های فردی، سازمانی و محیطی در محور عمودی نمودارهای (۱) و (۲) و (۳) نشان داده شده است و حالت مطلوب ۵ (بهترین حالت در طیف لیکرت ۵ تایی) و به صورت خط افقی در نظر گرفته شده است.



نمودار ۱- تحلیل شکاف معیارهای ارتباطی قرآنی در حوزه‌ی فردی



نمودار ۲- تحلیل شکاف معیارهای ارتباطی قرآنی در حوزه‌ی سازمانی



نمودار ۳- تحلیل شکاف معیارهای ارتباطی قرآنی در حوزه‌ی محیطی

بنابراین جهت بررسی این سؤال که آیا بین نظر پاسخ‌گویان درباره وضعیت سه حوزه‌ی فردی، سازمانی و محیطی تفاوت معناداری وجود دارد یا خیر، از طریق آزمون اندازه‌گیری‌های مجدد، اقدام شد.

نتایج به‌دست آمده حاکی از آن است که فرض صفر تحقیق مبنی بر نبود تفاوت نظر افراد در سه حوزه‌ی مورد بررسی، با اطمینان ۹۵٪ رد شده و بنابراین نتایج نشان‌دهنده‌ی وجود اختلاف در وضعیت ارتباطی سه حوزه‌ی مورد بررسی است.

$$F_{(2,198)}=152/14, p<0/05$$

حال در ادامه برای مشخص کردن اختلاف نمره بین هر کدام از سه حوزه‌ی مورد بررسی به آزمون‌های تعقیبی پرداخته شده که نتایج، نشان از اختلاف معنادار (با فاصله‌ی اطمینان ۹۵٪) بین نمرات حوزه‌ی فردی با حوزه‌های سازمانی و محیطی داشت. قابل ذکر است که بین نمره وضعیت حوزه‌ی سازمانی و محیطی اختلاف معناداری مشاهده نشد. بنابراین طبق مقادیر محاسبه شده برای میانگین نمره اختصاص داده شده به حوزه‌های مختلف، مشخص است که از دیدگاه پاسخ‌گویان وضعیت حوزه‌ی فردی ارتباطات در صدر قرار داشته و دو حوزه‌ی دیگر در جایگاه دوم قرار دارند که اطلاعات آماری آن در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳- رتبه‌بندی حوزه‌های فردی، سازمانی و محیطی از بعد

معیارهای قرآنی از دیدگاه پاسخ‌گویان

رتبه‌بندی	تعداد نمونه	انحراف استاندارد	میانگین	حوزه‌های مختلف
۳	۱۰۰	۰/۶۱۶۹۰	۲/۹۸۵۳	حوزه‌ی سازمانی
۲	۱۰۰	۰/۷۴۶۱۱	۳/۰۶۶۷	حوزه‌ی محیطی
۱	۱۰۰	۰/۶۰۷۰۳	۴/۰۸۰۰	حوزه‌ی فردی

ارایه‌ی راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود معیارهای ارتباطی

در نمودارهای تحلیل شکاف ۱ و ۲ و ۳ وضعیت مطلوب، عدد ۵ در نظر گرفته شده است، در حالی که نمرات میانگین برخی شاخص‌ها از عدد ۳ کم‌تر است که با توجه به مقیاس نانلی، جدول (۴) وضعیتی نامطلوب و نسبتاً نامطلوب دارند.

جدول ۴- مقیاس چهارنمایی نانلی

استاندارد	۱ تا ۱/۹۹	۲ تا ۲/۹۹	۳ تا ۳/۹۹	۴ تا ۵
	نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوب

بر این اساس شاخص‌های دوری از تکبر، در حوزه فردی شایسته‌سالاری و ارزیابی عملکرد سعه‌صدر، برنامه‌ریزی و تمهید مقدمات، حمایت و همدلی با مدیران در حوزه سازمانی و توجه به رقبا، در حوزه میانگین وزنی کمتر از ۳ دارند. در ادامه به منظور کاهش شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب برای شاخص‌های فوق راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شود.

۱. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص دوری از تکبر

در آیه‌ی ۱۵۹ سوره‌ی آل عمران به وضوح به نکاتی که افراد باید در ارتباطات مد نظر قرار دهند تا از تکبریه دور باشند اشاره شده است:

۱- نرم خویی و محبت: (لِئْتَ لَهْم)؛

۲- دوری از بد اخلاقی و خشونت: (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَا نَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ)؛

۳- عفو و اغماض و چشم پوشی از خطاها: (فَاعْفُ عَنْهُمْ)؛

۴- استغفار و طلب آمرزش برای زیردستان: (وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ)؛

۵- شخصیت دادن به واسطه‌ی مشاوره با آنها: (وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ)

۲. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص شایسته سالاری و ارزیابی عملکرد

۱- توجه به لیاقت و کفایت افراد در انجام امور

سوره‌ی مائده آیه‌ی ۹، سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۹۶، سوره‌ی یوسف آیه‌ی ۸ و ۵۴، سوره‌ی نمل آیه‌ی ۲ / سوره‌ی لقمان آیه‌ی ۱۴، سوره‌ی احزاب آیه‌ی ۴۴، سوره‌ی زلزله آیه‌های ۸ و ۷، سوره‌ی احزاب آیه‌ی ۳۵ / سوره‌ی صافات آیه‌های ۱۰۲ و ۱۲۱، سوره‌ی ص آیه‌ی ۷۲، سوره‌ی غافر آیه‌ی ۵۱ / اصول کافی، ج ۱، ص ۴۰۷ (پیامبر اکرم ص) غررالحکم، ج ۲، ص ۲۵۴ (حضرت علی ع)

۲- توجه به کوشش و سعی افراد در انجام امور

سوره‌ی بقره آیه‌ی ۸۷، سوره‌ی لیل آیه‌ی ۴، غررالحکم، ج ۲، ص ۲۶۳ (حضرت علی ع)

۳- توجه به توانایی علمی و تخصصی افراد در انجام امور

سوره‌ی بقره آیه‌ی ۲۴۷

۴- توجه به تعهد و مسئولیت‌پذیری افراد

سوره‌ی حدید آیه‌ی ۸، سوره‌ی یونس آیه‌ی ۲۲

۳. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص سعه‌ی صدر

۱- داشتن سعه‌ی صدر در همه‌ی امور

(سوره‌ی توبه آیه‌ی ۶۱ و سوره‌ی احزاب آیه‌ی ۶۰ و سوره‌ی احقاف آیه‌ی ۳۵ و سوره‌ی

تحریم آیه‌ی ۳ و سوره‌ی مزمل آیه‌ی ۱۰ و سوره‌ی طارق آیه‌ی ۱۷ و سوره‌ی شرح آیه‌ی ۱)

۲- حلیم بودن

سوره‌ی انسان آیه‌ی ۱۲، سوره‌ی توبه آیه‌ی ۱۱۴، سوره‌ی صافات آیه‌ی ۱۰۲، سوره‌ی آل

عمران آیه‌ی ۱۸۶، سوره‌ی شوری آیه‌ی ۴۳، سوره‌ی بقره آیه‌ی ۴۵، سوره‌ی هود آیه‌ی ۱۱۵،

سوره‌ی بقره آیه‌ی ۱۷۷، سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۱۳ / غررالحکم ج ۱ ص ۴۰ (حضرت علی ع)

۳- استقامت در رویایی با مشکلات

سوره ی لقمان آیه ی ۱۹

۴- تحمل افکار مخالف

سوره ی هود آیه ی ۱۱۸

۴. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص برنامه‌ریزی و تمهید مقدمات

۱- وحدت هدف

سوره ی انفال آیه ی ۶۷، سوره ی اسرا آیه ی ۴۱، سوره ی هود آیه ی ۱۰۹، سوره ی صف

آیه ی ۴

۲- مشارکت

سوره ی قصص آیه ی ۲۵، سوره ی آل عمران آیه ی ۶۱

۳- کلی نگری و پرهیز از جزئی نگری

سوره ی توبه آیه ی ۱۲۲، سوره ی آل عمران آیه ی ۱۹۵، سوره ی اسرا آیه ی ۷

غررالحکم، ج ۱، ص ۲۷۳

۴- بهره‌برداری از فرصت‌ها

سوره ی روم آیه ی ۴۳، سوره ی قصص آیه ی ۴۰، سوره ی عنکبوت آیه ی ۲۵، سوره ی سجده

آیه ی ۵ و ۶، سوره ی ص آیه ی ۳۱

نهج البلاغه حکمت ۲۶۳

۵. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص حمایت و همدلی با مدیران

۱- روابط محبت آمیز با مدیران و شدت عمل در برابر مخالفان

سوره ی فتح آیه ی ۲۹

۲- روحیه همکاری و همیاری

سوره ی مائده آیه ی ۲

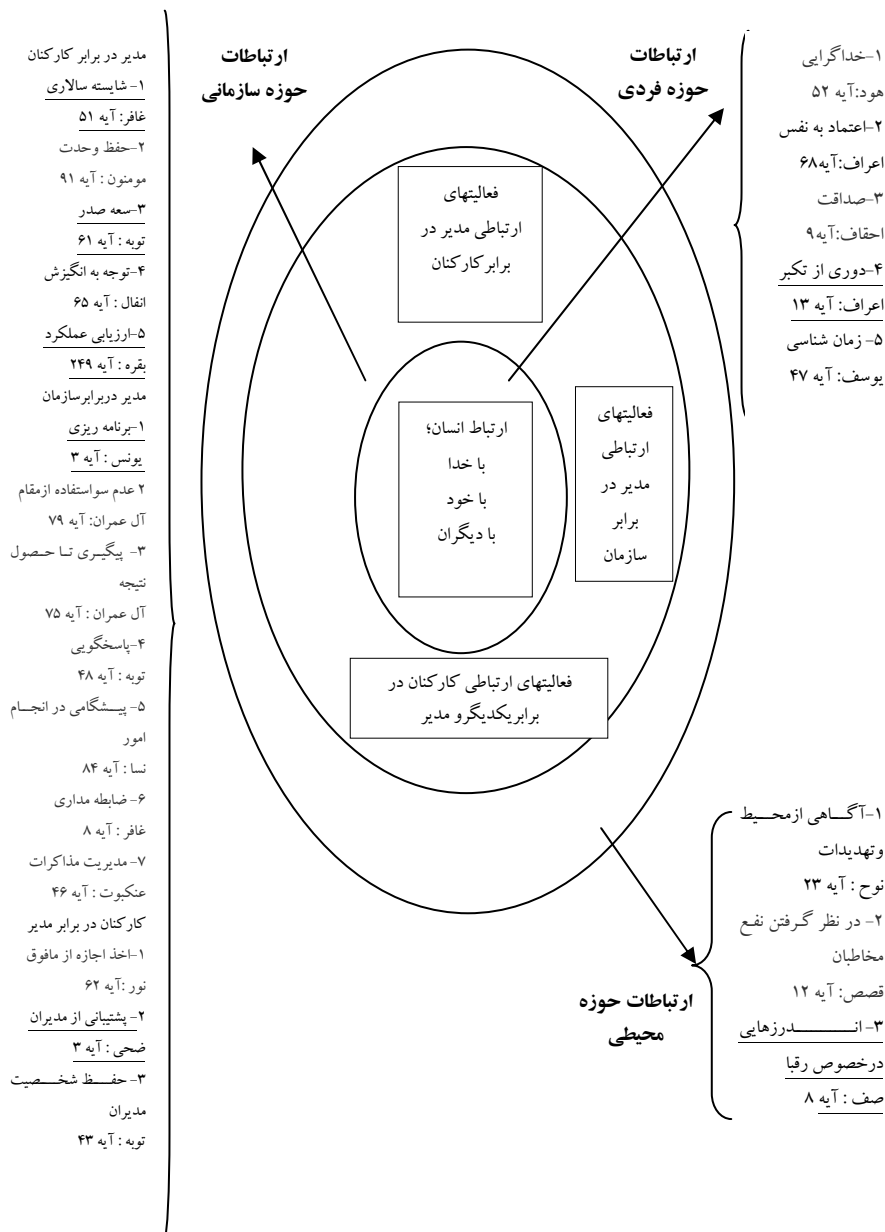
۳- سبقت در انجام کارهای خیر

سوره ی مومنون آیه ی ۶۱ و سوره ی بقره آیه ی ۱۴۸

۶. راهبردهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص توجه به رقبا

از سوره ی آل عمران آیه ی ۶۴ و به طور مشابه سوره ی عنکبوت آیه ی ۴۶ راهبردهای زیر

استخراج می‌شود:



نمودار ۴- مدل پیشنهادی تحقیق - معیارهای ارتباطی با رویکرد قرآنی

۱. تأکید بر مشترکات و توجه به اهداف مشترک؛ ۲. مبنا قرار دادن مفروضات ذهنی و معرفتی مشترک؛ ۳. توجه به عدالت و تساوی در حقوق زندگانی؛ ۴. نفی هر گونه ربوبیت و ارباب منشی خود یا دیگران؛ به تعبیر دیگر نفی تسلط خود بر دیگران و دیگران بر خود؛ ۵. برگزیدن روش «مجادله‌ی احسن» در گفت‌وگوها که توأم با نوعی نرمش و سازش است و بر اندیشه‌ی مشترک تأکید دارد. ۶. تأکید بر مشترکات عقیدتی و ارزش‌های محوری در نحوه‌ی ارتباط.

نتیجه‌گیری

براساس این تحقیق الگوی مناسب ارتباطی متکی بر رویکرد قرآنی از اجرای زیر تشکیل شده است:

- در اصل ارتباط در نظام اسلامی بر مبنای بندگی و عبودیت خداوند شکل می‌گیرد. هدف اصلی خلقت و مدیریت جهان هستی، رشد و تعالی خدمات مادی و معنوی انسان است، انسان خلیفه‌ی الهی است و ظرفیت دارد که انسانی الهی شود. در سایه ارتباط با خداوند، عبودیت، اطاعت، عشق و محبت شکل می‌گیرد و براساس این عشق و عبودیت، راه نجات، ایجاد ارتباط بر مبنای احکام و اصول و دستورات قرآنی، در سه حوزه شکل می‌گیرد:

(۱) ارتباطات حوزه‌ی فردی مدیر

(۲) ارتباطات حوزه‌ی سازمانی

(۳) ارتباطات حوزه‌ی محیطی

- در حوزه‌ی ارتباط فردی، فرد باید ارتباط را با خود، خدا و انسان‌های دیگر براساس احکام و اصول اسلامی و قرآنی شکل دهد. از جمله شاخص‌های مهم در این حوزه اخلاص و عبودیت و اطاعت از خداوند کریم، داشتن سعه‌ی صدر در همه‌ی امور، حلیم بودن، استقامت در رویایی با مشکلات و تحمل افکار مخالف، نرم‌خویی و محبت، اغماض و گذشت، استغفار و توجه به کرامت و شخصیت افراد مورد تأکید قرار می‌گیرد.

- در حوزه ارتباطات سازمانی، توجه به وحدت هدف، مشارکت در تصمیم‌گیری، کلی‌نگری و پرهیز از جزئی‌نگری، بهره‌برداری از فرصت‌ها مورد تأکید قرار می‌گیرد. براساس یافته‌های تحقیق مدیر در سازمان با تبیین شاخص‌های فوق می‌تواند فضای برادری، صمیمیت و

انگیزش الهی برای رسیدن به اهداف سازمان را فراهم کند. هم چنین در انتصاب افراد، به لیاقت و کفایت افراد توجه کند و افراد را براساس کوشش و تلاش و توانایی علمی و تخصصی و مسئولیت پذیری به کارگیری کند.

- مدیران که مسئول اصلی سازمان هستند، باید با شاخص‌هایی مانند: برنامه‌ریزی و عدم سوءاستفاده از مقام، ساده‌زیستی، پاسخ‌گویی، پیشگامی در انجام امور، ضابطه‌مداری و مدیریت مذاکرات، مدیریت موفق و مؤثر براساس رویکرد قرآنی را در سازمان پیاده کنند.

از سوی دیگر براساس یافته‌های تحقیق، مدیر باید با دلسوزی، ایجاد فضای مشارکت، سعه‌ی صدر و دادن شخصیت، توجه به کرامت انسانی و عشق و علاقه و همبستگی بین خود و کارکنان اهتمام کند. در این فضا کارکنان با اطاعت از مافوق و پشتیبانی از تصمیم‌های مدیریت و حفظ شخصیت مدیر به این فضای همکاری و صمیمیت و اعتماد پاسخ مثبت می‌دهند.

- براساس یافته‌های الگوی تحقیق، مدیر باید در تعامل با محیط روحیه‌ی تهاجمی داشته و محیط را به‌عنوان یک فرصت رصد کند. در این تحقیق شاخص‌هایی مانند آگاهی از فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، در نظر گرفتن اصول و ارزش‌ها و تناسب منافع ذی‌نفعان با این اصول، توجه به فضای رقابت و رعایت ارزش‌ها در فضای رقابت، برای موفقیت مدیران با رویکرد قرآنی، توصیه‌هایی ارائه شده است.

در نهایت، مجموعه‌ی شاخص‌های ارتباطات سازمانی در سه حوزه‌ی فردی، سازمانی و محیط در بستر مدیریت الهی با مراجعه به آیه‌های قرآن و تفاسیر نمونه، المیزان و نور چارچوبی را به مدیران می‌دهد. هر سازمان با استفاده از روش‌های دلفی و با استفاده از نظر مدیران و کارشناسان می‌تواند شاخص‌های مورد نیاز خود را شناخته و با استفاده از آن زمینه‌های ارتباط مؤثر که رشد و پویایی معنوی و مادی سازمان و افراد را بدنبال دارد، پس از تحلیل شکاف وضع موجود با وضعیت مطلوب طراحی و با استفاده از راهبردهای قرآنی اجرا کند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آذر، عادل و منصور مؤمنی (۱۳۸۵). *آمار و کاربرد آن در مدیریت*. تهران: سمت.
۳. استونر، جیمز و ادوارد فریمن (۱۳۷۵). *مدیریت. رهبری و کنترل*. ترجمه پارسائیان. تهران.
۴. الوانی، سید مهدی (۱۳۸۵). *مدیریت عمومی*. تهران: نشر نی.
۵. الوانی مهدی ... و دیگران (۱۳۸۳). *مدیریت در اسلام*. تهران: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۶. حرّ عاملی (بی‌تا). *وسائل الشیعه*. تهران: منشورات الاعلمی.
۷. حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۴). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*. تهران: تولید دانش.
۸. رانی، ابن شعبه (بی‌تا). *تحف العقول*. تهران: منشورات الاعلمی.
۹. رضائیان، علی (۱۳۸۰). *مبانی سازمان مدیریت*. تهران: انتشارات سمت.
۱۰. شفیعی، عباس ... و دیگران (۱۳۸۶). *رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی در سطح گروه*. تهران: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۱۱. علی احمدی، علیرضا و حسین علی احمدی (۱۳۸۳). *مبانی و اصول مدیریت اسلامی*. تهران: تولید دانش.
۱۲. فرهنگ، علی اکبر (۱۳۷۳). *ارتباطات سازمانی*. تهران: مؤسسه تهران تایمز.
۱۳. قرائتی، محسن (۱۳۸۷). *تفسیر نور*. قم: مرکز درس‌هایی از قرآن.
۱۴. کوثری، سحر (۱۳۸۸). *استخراج واولویت‌بندی معیارهای ارتباطی از دیدگاه قرآن*. به راهنمایی لطف‌اله فروزنده دهکردی، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد MBA دانشگاه پیام نور.
۱۴. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۶). *سازمان و مدیریت با رویکرد پژوهشی*. تهران: ترمه.
۱۵. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۰). *تفسیر نمونه*. دار الکتب الاسلامیه. قم.
۱۶. هامیلتون، سیمور (۱۳۷۵). *تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی*. ترجمه داوود محب علی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

17. Baines, Paul (2008). **Public Relations**. Butterworth Heinemann.

18. Belbin, R. Meredith (2000). **Beyond the Team**. Butterworth Heinemann.

19. Boon, Louis E. and Durtz L., David (2006). **Management**. New York: MC Grow-Hill Inc.

20. Hwang, Ching-lia and Masoud, Abu Syed md (1981). **MODM-Methods and Applications**. New York: Berlin Heidelberg.
21. Hwang, Ching-lin and lai (1994). **Fuzzy MADM**. New York: Berlin Heidelberg.
22. Ignizio (1992). **Linear Programming in Single and Multiple Objective Systems**. Prentice Hall, Englewoods.
23. McMans, John (2005). **Leadership**. Butterworth Heinemann.
24. Moorhead, Gregory and Griffin Ricky W. (2001). **Organizational Behavior: Management People and Organizations**. Houghton Mifflin.
25. Pardey, David (2003). **Coaching**. Butterworth Heinemann.
26. Percy, Larry (2008). **Strategic Integrated Communicatons**. Butterworth Heinemann.
27. Steuer, R. E. (1996). **Multiple Criteria Optimization**. John Wiley.
28. Zimmerman, H. J. (2005). **Fuzzy Set Teory and its Applications**. Norwell, Massachusetts: Communitive Qurani Criterias Approach to Individual and Organizational.

