

# بازنمایی ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تحمیلی در سینمای دفاع مقدس مورد مطالعه: فیلم‌های به کبودی یاس، شور شیرین و ایستاده در غبار

نویسنده: میثم فرخی<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۹/۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۱۹

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و یکم، شماره ۸۰، پاییز ۱۳۹۷

## چکیده

مقاله حاضر جهت شناسایی ویژگی‌های رهبری بازنمایی شده از فرماندهان جنگ تحمیلی در سه فیلم دفاع مقدس، ایستاده در غبار، شور شیرین و به کبودی یاس است. در این راستا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، همه صحنه‌های مرتبط با هدف پژوهش به‌عنوان واحد تحلیل مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. نتایج مقاله نشان می‌دهد که ویژگی‌های رهبری فرماندهان در فیلم‌های مذکور را می‌توان به پنج ویژگی شخصیتی (ویژگی‌های ظاهری، مهارت‌ها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها، خصلت‌ها) و سه ویژگی رفتاری (رفتار شخصی، رفتار سازمانی، اقدامات راهبردی) و دو عامل وضعیتی (ویژگی پیروان و ویژگی محیطی) تقسیم و طبقه‌بندی نمود که در مجموع ویژگی‌های رهبری فرماندهان مذکور را تشکیل می‌دهد. تصویری که از ویژگی‌های فرماندهان دفاع مقدس در فیلم‌های مذکور ارائه می‌شود تصویر انسان‌های آسمانی و دست نیافتنی نیست بلکه تصویری که از آن‌ها ارائه شده تصاویر انسان‌های اجتماعی و مردمی است. در واقع شهیدان متوسلیمان، برونسی و کاوه افرادی هستند که دارای شجاعت کم‌نظیر، تلاش خستگی‌ناپذیر، مدیریت قوی، اخلاق حسنه، خودساختگی، همت والا، مدافع سرزمین، مدافع ارزش‌ها و باورهای ملی و دینی، پایداری در برابر دشمن، فداکار، صابر و بردبار، قانع و کمک‌کننده هم‌نوع می‌باشند.

## واژگان کلیدی:

رهبری، فرمانده جنگ، سینما دفاع مقدس، رهیافت صفات مشخص، رهیافت رفتاری، بازنمایی

۱. استادیار گروه مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران، mfarokhi65@gmail.com

## ۱- مقدمه و بیان مسأله

۸ سال دفاع مقدس ملت قهرمان ایران به‌عنوان برگی پرافتخار در تاریخ مقاومت مردم ایران در برابر تجاوز بیگانگان، برای همیشه در تاریخ این مرزوبوم به ثبت رسیده است و محققان، پژوهشگران و تاریخ‌نگاران مؤمن و متعهد، بدون تردید با تلاشی مجدانه و پیگیر، زوایای پنهان و آشکار این دفاع ایثارگرانه را به ثبت خواهند رساند. در این بین چگونگی ثبت تاریخی این مقاومت به‌عنوان یک اقدام مهم و حساس که می‌تواند نقش تعیین‌کننده در تبیین واقعیت‌های موجود داشته باشد، موضوعی است که همواره در علوم اجتماعی مطرح بوده است (سلیمانی، ۱۳۷۸، صص ۹۳-۹۹).

در همین راستا باید اشاره نمود که جنگ هشت‌ساله موجب شکل‌گیری گونه جدیدی در سینمای ایران شد که می‌تواند گونه واقعی سینمای انقلاب قلمداد شود. آثار این نوع سینما از سویی بر اساس حوادثی واقعی شکل گرفت و به همین دلیل سینمای اکشن ایران به مدد جنگ بازتعریف شد. مهم‌ترین عملکرد سینمای دفاع مقدس در سال‌های اولیه نبرد، دعوت مردم به حضور در جبهه‌ها بود، اما به تدریج در کنار قهرمان‌آشنای فیلم‌های حادثه‌ای جنگی، نوع متفاوتی از قهرمان در سینمای دفاع مقدس شکل گرفت، فردی که به‌طور معمول، بسیجی یا عضو سپاه پاسداران بود. او برخلاف قهرمان فیلم‌های اکشن و حادثه‌ای که رنگ و لعاب جنگ نیز بر خود کشیده بود با کارهای محیرالعقول، مخاطب را مجذوب نمی‌کرد، بلکه این قهرمان با ویژگی‌های نظیر از جنس مردم بودن، بی‌ادعا بودن و سرانجام با سکوت و خاموش (و به‌موقع و بر اساس نیاز صحبت کردن) نقش تعیین‌کننده خود را در جنگ به بهترین وجهی به نمایش می‌گذاشت (راو دراد، ۱۳۹۱، ص ۱۳۹). از طرف دیگر پیرامون بحث هدایت و رهبری در مراکز، سازمان‌ها و حوزه‌های از جمله جنگ سخن بسیار گفته شده و تعاریف گوناگون و متنوعی برای آن ارائه شده است اما باین‌همه حال شاید بتوان مهم‌ترین نکته در رهبری را جهت دادن و نفوذ بر پیروان یا اعضای یک مجموعه دانست به‌گونه‌ای که آن‌ها با میل و خواسته خود در جهت حصول به هدف‌های تعیین و مشخص شده گام بردارند. همچنین از آنجاکه جنگ به‌عنوان یک رویداد نظامی، اقتصادی و اجتماعی مهم در یک جامعه محسوب می‌شود، در نتیجه در تولیدات فرهنگی آن جامعه نیز بازتاب پیدا می‌کند و تأثیر خود را در ذهنیت انسان‌ها می‌گذارد. از جمله تولیدات فرهنگی پراهمیت جامعه، تولیدات هنری است که می‌تواند نمایانگر باورها، ارزش‌ها و دیدگاه‌های مهم یک جامعه نسبت به امور مختلف و به همین صورت شکل‌دهنده آن‌ها نیز باشد (بخشی و بستان، ۱۳۹۳، صص ۴۲-۴۷).



در این زمینه نیز باید اشاره نمود که سینما می‌تواند به‌عنوان یک رسانه در جهت ارتقای نگرش‌ها و ارزش‌های دینی و بومی سهم بسزایی داشته و بینش‌ها و ادراک‌ها را تغییر دهد؛ یعنی فیلم‌ها می‌توانند با پرداخت به نقش‌های فرماندهان جنگ تحمیلی و به تصویر کشیدن رفتار و منش یک فرمانده جنگ و ویژگی‌های و سلوک رفتاری را در جامعه رواج دهند؛ بنابراین در سینمای دفاع مقدس ویژگی‌های ارائه‌شده از فرماندهان جنگ تحمیلی که یک نمونه‌های واقعی هستند مثل سردار شهید عبدالحسین برونسی، سردار شهید محمود کاه، سردار احمد متوسلیان... می‌تواند در جامعه مطرح شوند و با بررسی نقش این فرماندهان و تأثیراتی که در هشت سال در روند جنگ تحمیلی داشتند، سینماگران را نیز به‌عنوان هنرمندانی که در همین جامعه روزگار می‌گذرانند، تحت تأثیر قرار دهند و فیلم‌نامه‌نویسان و کارگردانان چنین شخصیت‌هایی از فرماندهان را در آثار خود جای دهند و ادای دین کنند. نقش بسیار مؤثر فرماندهان و ارتباط آنان با رزمندگان در آن التهاب جنگ و تأثیری که از این شخصیت‌ها می‌توان گرفت و به جامعه ارائه داد می‌تواند زمینه‌ساز فیلم‌های متفاوت و عمیق باشد مانند فیلم به کبودی یاس که در آن به شخصیت سردار شهید عبدالحسین برونسی پرداخته می‌شود و روایت واقعی آخرین ماه‌های قبل از شهادت این سردار جنگ را نمایش می‌دهد، زمانی که به شهر می‌آید و می‌خواهد رزمندگان را برای عملیات بدر جمع کند اما هریک از آن‌ها مشکلاتی دارند که برونسی باید آن‌ها را حل کند. یا فیلم شور شیرین که روایت قطعه‌ای از زندگی شهید محمود کاه است؛ قطعه‌ای از حضور باصلابت وی را به تصویر کشیده که طی حوادثی در تاریخ اسفند ۵۹ در خطه کردستان و در منطقه سنندج و سقز به وقوع پیوسته است و نیز فیلم ایستاده در غبار که فیلم بر پایه شخصیت احمد متوسلیان از کودکی تا زمان ناپدید شدن او (به‌زعم فیلم) با روایات مستند افراد (از جمله خانواده، دوستان و هم‌زمان وی) است که به شکل نریشن روی تصاویر داستانی بازسازی شده با صدای واقعی افراد قرار داده شده است. با تمام تلاش‌هایی که برای به تصویر کشیدن نقش فرماندهان در سینمای دفاع مقدس انجام شده است اما هنوز سرداران و فرماندهانی هستند که با به تصویر کشیدن شخصیت آنان می‌توان سلوک و ویژگی‌های رفتاری مناسب و شایسته در جامعه ارائه نمود. توجه به بازنمایی آنان در رسانه‌های مختلف به‌ویژه در فیلم‌های سینمایی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. به همین منظور پژوهش حاضر در تلاش است به بازنمایی ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تحمیلی در فیلم‌های به کبودی یاس (شهید عبدالحسین برونسی)، شور شیرین (شهید محمود کاه) و ایستاده در غبار (احمد متوسلیان) بپردازد و در



این راستا به این سؤال خواهد پرداخت که چگونه ویژگی‌های رهبری این فرماندهان در فیلم‌های مذکور بازنمایی شده است؟

## ۲- ادبیات نظری و پیشینه موضوع

### ۲-۱- بازنمایی

یکی از مفاهیم مهم و برجسته مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای در عصر حاضر مفهوم بازنمایی (representation) است. استوارت هال (Stuart Hall) نیز شاخص‌ترین چهره مطالعات فرهنگی است که نوشته‌ها و آثارش درباره بازنمایی و اهمیتش در فرهنگ رسانه محور امروزی این مفهوم را به یکی از بنیادی‌ترین مسائل حوزه مطالعات فرهنگی تبدیل کرده است. هال بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای بیان نکته‌ای معنادار درباره جهان می‌داند، فرایندی که معنا از طریق آن تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع

می‌شود. در نتیجه، معنا به واسطه نظام بازنمایی شکل می‌گیرد (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۲۲ به نقل از فرخی ۱۳۹۴). نظر هال «بازنمایی، معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد» (Hall, 1997, p15). به عبارت دیگر، بازنمایی بخشی اساسی از فرایندی است که به تولید معنا و مبادله آن میان اعضای فرهنگ می‌پردازد (Hall, 1997, p 15). او برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ، به طبقه‌بندی ابعاد مختلف بازنمایی می‌پردازد. بر این اساس، نظریه‌های بازنمایی به سه رویکرد نظری تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از رویکردهای بازتابی (reflective approach)، التفاتی (تعمدی) (intentional approach) و برساختی (برساخت گرا) (constructive approach)

در رویکرد بازتابی این‌گونه تصور می‌شود که معنا درشی، شخص، ایده یا رویداد موجود در جهان خارج نهفته است و کارکرد زبان همانند آینه‌ای است که معنای صحیح را به همان صورت که در جهان خارج وجود دارد بازتاب می‌دهد. بر این اساس، در متون رسانه‌ای دوربین در حال نشان دادن واقعیت است. در رویکرد التفاتی (تعمدی) برخلاف رویکرد نخست، کلمات معنایی را که مؤلف قصد آن را دارد با خود حمل می‌کنند؛ بنابراین، در متون رسانه‌ای دوربین روایت‌گر اراده و نیت شخصی مؤلف متن است. هال تصریح می‌کند که این رویکرد زبان را به امری کاملاً خصوصی تبدیل می‌کند؛ درحالی‌که زبان نظامی سراسر اجتماعی است. در رویکرد سوم تأکید بر ماهیت عمومی و اجتماعی زبان است. بر مبنای این رویکرد، چیزها و کاربران زبان



قادر به ایجاد معانی پایدار در زبان نیستند. به عبارت دیگر، چیزها معنی نمی‌دهند، بلکه ما معانی را به واسطه نظامی از نشانه‌ها و مفاهیم می‌سازیم. آنچه معنا را با خود حمل می‌کند جهان مادی نیست، بلکه نظام زبانی یا نظامی که ما برای بیان مفاهیم از آن استفاده می‌کنیم حمل‌کننده معناست (Hall, 1997, pp 24-25). رویکرد برساخت‌گرا در ره‌یافت نشانه‌شناختی و گفتمانی را شامل می‌شود. هال پس از بررسی آرای سوسور درباره نظام نشانه‌ای زبان و نیز توجه به عملکرد بازنمایی و زبان در تولید معنا، به نقش تأثیرگذار گفتمان و قدرت در زبان می‌پردازد و به آثار و پیامدهای بازنمایی و سیاست‌های آن توجه می‌کند. در این رویکرد بر زبان به شکل عام آن تأکید نمی‌شود، بلکه تمرکز اصلی بر زبان‌های خاص و نحوه به‌کارگیری آن‌ها در زمان‌ها و مکان‌های خاص است. بر این اساس، درباره بازنمایی واقعیت از طریق رسانه‌ها باید دقت کرد که رسانه‌ها هیچ‌گاه ابزاری خنثی و میانجی‌ای بی‌طرف در ارائه تصویر به شمار نمی‌روند. رسانه به زبان و معنا متکی است و زبان و معنا نیز در چهارچوب گفتمان همواره به قدرت متکی است. در نتیجه، بازنمایی رسانه‌ای همواره دارای سوگیری ایدئولوژیک است و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمانی ویژه گام برمی‌دارد (Hall, 1997, p 32 به نقل از فرخی ۱۳۹۴).

## ۲-۲- رهبری و فرماندهی

پژوهشگران معمولاً رهبری را مطابق با نظر شخصی خود و از جهتی که بیشتر مورد توجه ایشان است، تعریف می‌کنند. استاگدیل پس از بررسی جامع ادبیات رهبری به این نتیجه رسید که تقریباً تعداد تعاریف رهبری به تعداد افرادی است که تلاش کرده‌اند این مفهوم را تعریف کنند (استاگدیل، ۱۹۷۴، به نقل از یوکل، ۱۳۸۲، ص ۳). به عبارتی، اتخاذ تعریفی واحد از رهبری به‌گونه‌ای که هم برای در بر گرفتن همه معانی آن به‌اندازه کافی کلی باشد و هم برای کاربردی کردن این متغیر به‌اندازه کافی خاص باشد، بسیار مشکل است (Karmel, 1978, p 478) نکته حائز اهمیت این است که تعریف رهبری همانند همه مفاهیم علوم اجتماعی، دلخواه و بسیار ذهن‌گرایانه است. برخی تعریف‌ها مفیدتر است اما هیچ‌یک تعریف کاملاً صحیحی نیست. در حال حاضر بهتر آن است که از مفاهیم متعدد رهبری به‌عنوان منبعی از دیدگاه‌های متفاوت درباره یک پدیده چندبعدی استفاده شود (یوکل، ۱۳۸۲، ص ۶).

برخی از تعاریف رهبری عبارت‌اند از:

- رهبری به‌عنوان یک فرایند، به معنی استفاده از نفوذ بدون اعمال زور و برای هدایت و هماهنگی فعالیت‌های اعضای گروه در جهت تحقق هدف است و به‌عنوان



- یک صفت به معنی مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست (مورهدوگریفین، ۱۳۷۵، ص ۳۵۰)
- رهبری، فرایند هدفمند کردن تلاش جمعی است و باعث کوشش داوطلبانه برای رسیدن به هدف می‌شود (جاکوبز و جیکس، ۱۹۹۰، به نقل از یوکل، ۱۳۸۲، ص ۳).
  - رهبری فراگرد نفوذ اجتماعی است که در آن رهبر مشارکت داوطلبانه کارکنان را در تلاش برای کسب هدف‌های سازمانی طلب می‌کند (شریزهایم و دیگران، ۱۹۷۸، به نقل از رضائیان، ۱۳۸۱، ص ۳۷۵)
  - رهبری فرایندی است که طی آن یکی از اعضا برای نیل به اهداف ویژه گروه سایر اعضا را تحت تأثیر قرار می‌دهد (بارون و بایرن، ۱۹۹۷، به نقل از آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۵، ص ۴۳۵).
  - رهبری فرایندی دو جانبه، تبادلی، انتقالی است که در آن فرد امکان می‌یابد بر دیگران تأثیر بگذارد و آنان را در نیل به هدف "هدف‌های گروه" ترغیب کند و خود نیز در این گذر متحول گردد. (بارو، کارترایت، وزاندر، ۱۹۶۸؛ هالندر، ۱۹۸۵، به نقل از فورسایت، ۱۳۸۰، ص ۲۸۸).
  - رهبری عبارت است از تأثیر میان فردی که در وضعیتی خاص اعمال می‌شود و از طریق فرایند ارتباطات برای دستیابی به هدف یا اهداف خاصی هدایت می‌گردد (تا ن. بائوم و شلروماساریک، ۱۹۶۱، به نقل از یوکل، ۱۳۸۲، ص ۳).
  - رهبری را می‌توان به عنوان فرایند اثرگذاری و جهت دهی یک فرد به فعالیت‌های دیگران تعریف کرد؛ به این ترتیب، رهبری فرایندی است در رابطه با کارهایی که رهبر انجام می‌دهد. رهبر فردی است که رفتار دیگران را در راستای هدفی مشخص سوق می‌دهد و تأثیر می‌گذارد. از این توضیحات کوتاه چنین استنباط می‌شود که اساس فرایند رهبری را توان اثرگذاری یک فرد بر دیگران تشکیل می‌دهد (امیر کبیری، ۱۳۸۵، ص ۴۷۸).
- همان گونه که در تعاریف رهبری ملاحظه می‌شود، مهم‌ترین نکته در رهبری، جهت دادن و نفوذ بر اعضای سازمان است. رهبری مستلزم نفوذ کردن و اثرگذاری بر افراد است و مدیر در نقش رهبر کسی است که بتواند بر افراد تحت سرپرستی خود نافذ و مؤثر باشد و به عبارت دیگر، مرئوسان نفوذ و قدرت او را بپذیرند (الوانی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۹).
- به بیان دیگر قدر مشترک بیشتر تعاریف‌های رهبری، بازتاب این فرض است که رهبری، متضمن فرایند نفوذ اجتماعی است؛ به این صورت که یک شخص، نفوذ عمدی بر دیگر افراد اعمال می‌کند تا به فعالیت‌ها و روابط درون گروه یا سازمان، ساختار دهد (یوکل، ۱۳۸۲، ص ۴).



واژه فرماندهی حداقل دارای چهار کاربرد نظامی در زبان انگلیسی به‌عنوان یک اسم، دلالت بر ۱- اقتدار یک فرد ۲- دستوری که یک فرمانده صادر می‌کند ۳- سازمان یا منطقه‌ای که تحت فرماندهی یک فرد قرار دارد؛ و به‌عنوان یک فعل: ۴- دلالت بر تسلط از طریق تسلیحات یا نظارت از یک موضع برتر دارد. سازمان پیمان آتلانتیک شمالی کوتاه‌ترین بیان را در مورد معنای فرماندهی ارائه می‌دهد: «قدرتی که به یکی از افراد عضو نیروهای مسلح برای هدایت، هماهنگی و کنترل نیروهای نظامی واگذار می‌گردد» ستاد مشترک ارتش آمریکا (پنتاگون، ۱۹۸۷) تعریف دقیق‌تری از فرماندهی را تجویز می‌کند: «قدرتی که یک فرمانده ارشد در نیروهای نظامی به‌موجب درجه یا منصب به‌طور قانونی بر زیردستان خود اعمال می‌کند.» (اردستانی، ۱۳۷۶، ص ۴۵) در یک نگاه کلی فرماندهی عبارت است از: رهبری خوب به‌هنگام ضرورت و نیز مدیریت خوب به‌وقت نیاز. به‌عبارت‌دیگر، فرماندهی دربرگیرنده عناصر مدیریت و رهبری است و بدون هر یک این عناصر ناقص است. مطالعات علمی پیرامون فرماندهی به‌همین شکل بر اهمیت تأثیرگذاری شخصیت فرمانده بر واحدش و تشریح راه‌های انجام این کار تأکید می‌کند و به تقلید رفتار و منش فرمانده از سوی زیردستان صحنه می‌گذارند. «تاریخ نظامی شهادت می‌دهد که هنگام محاربه، نفوذ فرمانده در روحیه عده‌اش مخصوصاً منوط به وضع و رفتار اوست. کلیه محاربین چشم خود را به وی دوخته‌اند. هر کاری که او بکند و هر چیزی که او بگوید کاملاً در وجود زیردستانش مؤثر و مسری است. هراندازه فشار خطر زیادتر و حالت دفاعی عده‌ای پریشان‌تر باشد، وظیفه فرماندهان به همان اندازه مهم‌تر می‌گردد. چون حس تقلید یکی از آخرین ملکاتی است که علی‌رغم هیجان نبرد باقی می‌ماند؛ بنابراین در این موارد سرمشق واقع‌شدن فرمانده، یگانه وسیله نجات عده ارتشی است که روحیه آن‌ها در شرف اضمحلال باشد.» (فوزانلو، ۱۳۶۲، ص ۱۲۴).

## ۲-۳- رویکردهای اصلی در پژوهش‌های رهبری

### ۲-۳-۱- رویکرد صفات و ویژگی‌های رهبری

یکی از نخستین رویکردهای مطالعاتی در رهبر، رویکرد ویژگی‌های است. در این گروه از نظریات، برای رهبری خصوصیتی ذاتی ذکر می‌شود. بر اساس نظریات مطرح در این رویکرد، رهبران ابرمردانی هستند که به علت ویژگی‌هایی که موهبت الهی‌اند، شایسته رهبری شده‌اند؛ بنابراین کسانی می‌توانند نقش رهبری را در سازمان ایفا کنند که دارای خصوصیتی همچون هوشمندی، برون‌گرایی، تسلط بر خود، اعتمادبه‌نفس،





سخنوری و جاذبه کلام، زیبایی و جذابیت سیما و... باشند (فرخی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۷) بر اساس این نگرش، رهبران، رهبر به دنیا می‌آیند و رهبری امری ذاتی است که تنها، افراد محدودی به آن آراسته هستند. طرفداران این نظریه، معتقدند به دلیل اینکه صفات و شخصیت اثربخش رهبر با تولد او به دنیا می‌آید و درباره آن کاری از بشر ساخته نیست، از این رو، پژوهش و مطالعه رهبری، مفید فایده چندانی نیست (لوتانزو مارتینکو، ۱۹۷۹، به نقل از خلیلی شورینی، ۱۳۷۳، ص ۳۴). البته بعدها تحت تأثیر مکتب روان‌شناسی رفتاری، این حقیقت مورد قبول واقع شد که صفات رهبری کاملاً ذاتی نیستند و می‌شود آن‌ها را از طریق آموزش و تجربه فراگرفت (لوتانز، ۱۹۸۵، به نقل از خلیلی شورینی، ۱۳۷۳، ص ۳۴).

در نظریه صفات رهبری گفته می‌شود که رهبران موفق دارای صفات شخصیتی، اجتماعی و ویژگی‌های بدنی خاص می‌باشند. هدف از ارائه این نظریه شناخت بهتر فرایند رهبری، توصیف رهبری مؤثر و صفات شخصیتی مؤثر در رهبری، بوده است. در این نظریه گفته می‌شود که اگر رهبر باهوش باشد، با خود و دیگران و با مجموعه متبوعه خویش سازگاری نشان دهد، اصیل، مبتکر و مشتاق باشد و کارها را با جدیت انجام دهد، قادر به برقراری تعامل زیاد و مناسب با دیگران باشد، حوصله و ظرافت اجتماعی داشته باشد و نسبت به دیگران احساس همدلی و همدردی نشان دهد و بالاخره از جذابیت مناسب جسمی و ظاهری برخوردار باشد، در این صورت، در کار رهبری نیز موفق خواهد بود. نتایج حاصل از تحقیقات نشان داده‌اند که عوامل شخصیتی نظیر توانایی ایجاد ارتباط مناسب با دیگران، می‌تواند در رهبری اثربخش و موفقیت‌آمیز، نقش تعیین‌کننده‌ای را به عهده داشته باشد. نتایج حاصل از تحقیقات دیگر نیز نشان دادند که امکان دستیابی به یک الگوی شخصیتی ثابت و فراگیر برای رهبری اثربخش، وجود ندارد و لازم است عوامل دیگری، نظیر موقعیتی که فرد در آن نقش رهبری را به عهده دارد نیز، مورد توجه قرار گیرد. (ساعتچی، ۱۳۷۴، صص ۲۳۰ - ۲۳۲)

### ۲-۳-۲- رویکرد رفتار (رهیافت رفتاری)

نظریه‌های رفتاری، به جای پرداختن به صفات مشخص رهبران، رفتارها و اعمال آنان را بررسی می‌کنند؛ زیرا صفات مشخص در رفتار بروز و نمود پیدا می‌کند و سرانجام افراد، رهبران را بر اساس رفتارهایشان ارزیابی کرده و تصمیم به پیروی از آنان می‌گیرند. در این گروه از نظریات، به جای آن که به دنبال تعیین خصوصیات رهبری باشیم، در پی آن هستیم که دریابیم سبک و روش رهبری چگونه است و رهبران در برخورد با مرئوسان به چه شیوه‌هایی توسل می‌جویند (فرخی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۸). این مطالعات





از مجموع فعالیت‌های مربوط به رهبران و مدیران سازمان‌ها، به‌طور کلی رفتار رهبران را به دودسته تقسیم کردند:

رفتار گرایی: رهبرانی که از طریق اهمیت دادن به کارمی خواهند به اهداف سازمان برسند. رفتار انسان‌گرایی: رهبرانی که می‌خواهند از طریق اهمیت دادن به کارکنان و انسان‌ها به هدف سازمان برسند.

در زمینه تئوری‌های رفتاری رهبری، تحقیقات و مطالعات بسیاری انجام شده است که به‌اختصار به مهم‌ترین این مطالعات اشاره می‌شود:

تحقیقات دانشگاه آیوا: بررسی‌هایی که در دهه ۱۹۳۰ در دانشگاه آیوا در آمریکا انجام گرفت، نخستین بررسی از یک رشته مطالعات شیوه‌های رهبری و رفتار گروهی بود. این تحقیقات از سوی دوروان شناس برجسته: رونالد لیبیت و رالف وایت و تحت نظارت دانشمند پرآوازه، کرت نوین، انجام گرفت (کونتز و دیگران، ۱۹۹۸، ص ۴۲۳ به نقل از موسی خانی ۱۳۸۵). در این تحقیقات آثار سه شیوه رهبری بر روی گروهی بررسی شد که این سه شیوه عبارت‌اند از: ۱. شیوه رهبری مردمی؛ ۲. شیوه رهبری خودکامه؛ ۳. شیوه رهبری بی‌مداخله (Fiedler, 1970, p 4) تحقیقات اوهایو در سال ۱۹۴۵ به‌وسیله دفتر مطالعات تجاری در دانشگاه ایالتی اوهایو آغاز شد. این تحقیقات که قصد داشت ابعاد مختلف رفتار رهبر را شناسایی کند، به رهبری رالف استاگدیل در یک تیم تحقیقی آغاز شد (فیدلر و چمرز، ۱۹۸۵، ص ۲۲۰ به نقل از موسی خانی ۱۳۸۵). پژوهشگران با استفاده از تکنیک‌های ریاضی، توانستند دو گونه رفتار مهم را در پیوند با وظایف رهبری مشخص و بیان کنند: ۱- ساخت ابتکاری، ۲- ملاحظه‌کاری. کاربرد مطالعات اوهایو در مدیریت اثربخشی به‌عملکرد هر دو شیوه وظیفه مدار (ساخت ابتکاری) و روابط انسانی (ملاحظه‌کاری) در رفتار بستگی دارد که در یک ماتریس با چهار ربع به ثبت رسیده است (استاگدیل و کونز، ۱۹۵۷، ص ۶۴ به نقل از موسی خانی ۱۳۸۵).

تحقیقات میشیگان: این مطالعات که پس از جنگ جهانی دوم در دفتر محلی شرکت بیمه عمر ایالت نیوجرسی آمریکا آغاز شد، بر تحقیق علمی و نظام‌گرایی آثار شیوه رهبری بر کارایی و بهره‌وری و رضایت کارکنان متمرکز شده است. به‌طور کلی و خلاصه می‌توان عنوان کرد که این مطالعه عقیده دارد، رفتار رهبران باید بر روی یک محور که در یک‌سوی آن کارگرایی و در سوی دیگر انسان‌گرایی قرار داشت، متمرکز شود (فیدلر و چمرز، ۱۹۸۵، صص ۲۲۰ - ۲۲۹ به نقل از موسی خانی ۱۳۸۵).



## ۲-۳-۴- نظریه اقتضایی رهبری

تئوری اقتضایی رهبری به وسیله فیدلر (Fiedler) بیان شد تا بتواند هم‌زمان درباره شخصیت رهبر و پیچیدگی موقعیت اظهار نظر کند. در نظریه اقتضایی رهبری گفته می‌شود که اثربخشی رهبر بر کنش متقابل یا تعامل بین دو عامل متکی است. این عوامل عبارت‌اند از: ویژگی‌های انگیزشی و شخصیتی رهبر و کنترل یا نفوذی که رهبر بر موقعیت تحت نظارت خود دارد. به عبارت دیگر، رهبری اثربخش وابسته به سازگار بودن انگیزش رهبر و موقعیتی است که در آن رهبر نقش خود را ایفا می‌کند.

فیدلر، عبارت خاصی را تحت عنوان دو انگیزش (وظیفه‌مداری و رابطه‌مداری) برای توصیف خصوصیات اساسی شخصیت رهبر ابداع کرد. فیدلر انگیزش وظیفه‌مداری و انگیزش رابطه‌مداری را صفتی می‌داند که اساساً برای هر شخصی ثابت است. درجه انگیزش وظیفه‌ای یا رابطه‌ای با شاخص «ناخوشایندترین همکار» سنجیده می‌شود. فیدلر موقعیت را برحسب درجه مطلوب بودنش برای رهبر از موقعیت بسیار مطلوب تا موقعیت نامطلوب تقسیم‌بندی کرد. از رهبران خواسته می‌شود، همه کسانی را که تاکنون با آن‌ها کار کرده‌اند را به یاد بیاورند و ناخوشایندترین همکار را انتخاب کنند. سپس پاسخ‌دهندگان، ناخوشایندترین همکارشان را با علامت‌گذاری بر روی شانزده شاخص که کیفیت هر طرف آن با علامت مثبت و منفی مشخص شده است توصیف می‌کنند. (مورهد و گریفین، ۱۳۷۵، ص ۳۷۴)

بر اساس نظریه رهبری اقتضایی، در شرایطی موقعیت رهبری مطلوب است که بتواند بر موقعیت کنترل داشته باشد و بنابراین، احساس کند که می‌تواند بر تعامل گروهی نفوذ داشته باشد. وقتی کنترل و نفوذ یک مدیر زیاد است که افراد گروه تحت نظارتش ۱. از او حمایت کنند ۲. می‌دانند که دقیقاً چه کارهایی را و به چه نحو انجام دهند ۳. ابزار و وسایل یا اختیار لازم برای پاداش و تنبیه مرئوسان را در اختیار دارند. پژوهش در زمینه نظریه اقتضایی نشان داده است رهبرانی که نمره آنان در مقیاس «ناخوشایندترین همکار» (آن دسته از مدیرانی که اصطلاحاً بیشتر کارانگیزخته هستند) در موقعیت‌هایی بهتر کار می‌کنند که کنترل و نفوذ آنان بسیار زیاد یا بسیار کم است. از طرف دیگر، مدیرانی که سطح نمره آنان در مقیاس مورد نظر بالاست (مدیرانی که اصطلاحاً رابطه‌انگیزخته هستند) در شرایطی بهتر عمل می‌کنند که کنترل و نفوذ آنان متوسط یا در حد اعتدال است. (ساعتچی، ۱۳۷۷، ص ۲۲۰)

از آنجا که نظریه‌های خصوصیات فردی رهبری در اغلب موارد مصداق‌پیدانمی‌کردند و رهبرانی موفق پیدا شدند که بدون خصوصیات برشمرده در نظریه‌های مذکور بودند



و به علت آنکه نظریه‌های رفتار رهبری نیز بدون انعطاف لازم بودند و در تمامی موارد پاسخگو نبودند، نظریه‌پردازان به نظریه‌هایی روی آوردند که آن‌ها را موقعیتی یا اقتضایی نام نهاده‌اند. در این نظریه‌ها بر یک سبک و شیوه رهبری تأکید نشده و روش واحد در رهبری، غیرواقعی و غیرعلمی قلمداد شده است. در نظریه‌های موقعیتی و اقتضایی، شیوه مناسب و مطلوب رهبری بر اساس شرایط و به اقتضای موقعیت‌ها تعیین می‌شوند (الوانی، ۱۳۸۵، ص ۱۴۱) نظریه‌های اقتضایی رهبری پژوهش‌های خود را به‌طور مستقیم در جهت کشف متغیرهای زمینه‌ساز اثربخشی برخی از ویژگی‌های و رفتارهای رهبر در یک وضعیت معین هدایت می‌کنند؛ برای مثال، نظریه‌های اقتضایی بیان می‌دارند که یک مدیر اداری در یک دانشکده و یک گروه‌بان تعلیم‌دهنده فنون نظامی به ویژگی‌های و رفتارهای متفاوتی نیاز دارند؛ زیرا با وضعیت‌های کاملاً متفاوتی روبه‌رو هستند. متغیرهای چهارگانه مؤثر بر سبک رهبری عبارت‌اند از: ۱. ویژگی‌های شخصی رهبر؛ ۲. ویژگی‌های فردی کارکنان؛ ۳. ویژگی‌های گروه و ۴. ساختار گروه، بخش یا سازمان (رضائیان، ۱۳۸۱، صص ۳۹۱-۳۹۲).

#### ۲-۴- فرهنگ و مدیریت جهادی

اصطلاح فرهنگ و مدیریت جهادی هم‌زمان با تشکیل جهاد سازندگی و در هنگامه کار و تلاش بی‌ریای جوانان انقلابی کشور که برای لبیک به فرمان امام و رهبر خویش در رفع محرومیت از چهره روستاهای ایران کمر همت بسته بودند، به منصف ظهور رسید (محمودزاده و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۳). فرهنگ جهادی به‌عنوان فرهنگ‌سازمانی است که در آن کار، عبادت محسوب می‌شود و عناصر شاکله این فرهنگ عبارت‌اند از: ایمان، معنویت، آرمان‌گرایی و داشتن اهداف بلند و مقدس، ولایت‌مداری، زیرپانهادن فرهنگ مادی‌گرایی، خدمت به مردم، جوشش و تحرک ذاتی، اخلاص، ایثار، تعاون و تلاش، تعهد، سادگی و ساده‌زیستی، پرهیز از اسراف، مشورت، مشارکت، سخت‌کوشی، خطرپذیری، مسئولیت‌پذیری، رعایت شئون اسلامی و اخلاقی در رفتار با ارباب رجوع، امانت‌داری، وفاداری، صداقت، همدلی و روحیه اجتماعی، آخرت‌نگری، تقدم منافع عمومی بر منافع شخصی، ایجاد روابط صمیمانه، پیشگامی در کارها، گذشت و نوع‌دوستی (قاعدعلی و عاشوری، ۱۳۹۳، ص ۷۹). تحولات پس از انقلاب، فروپاشی ارزش‌های حاکم برگزیده، تغییر نگرش‌ها و باورهای اجتماعی، ضرورت تغییرات اساسی در ساختار و شیوه‌های مدیریتی را ایجاب می‌نمود و این ضرورت اجتناب‌ناپذیر، زمینه ظهور نهادهایی با ساختارهای انعطاف‌پذیر را فراهم نمود تا به تناسب نیاز در عرصه‌های مختلف به انتظارات انقلابی جامعه پاسخ دهند (حاجی احمدی و حاجی میر رحیمی، ۱۳۹۶، ص ۹۱)



مدیریت جهادی نیز بر گرفته از مدیریت اسلامی و با هدف قرب به خدا و خدمت به بندگان او و گرامی داشتن مردم است. از اهداف این مدیریت، انجام کار به شیوه مناسب و ارزشمند و کسب رضای خداوند است تا رضایت درونی برای فرد ایجاد شود. در این شیوه مدیریت، اجر معنوی قبل از پاداش دنیوی مدنظر بوده و تعهد، از محوری‌ترین مؤلفه‌های آن است. جلب مشارکت از طریق تقویت جامعه مدنی، بنیان‌های اجتماعی و درک شرایط محیطی و جلب اعتماد عمومی حاصل می‌شود. مدیریت جهادی از طریق شناخت و به فعلیت رساندن ظرفیت‌ها و پشتیبانی نهادی بر مبنای جامعه روستایی در فرایند تصمیم‌گیری، بسترهای مشارکت آنان در عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی را فراهم آورده است، ضمن اینکه تقویت باورها و آموزه‌های دینی به این هدف کمک می‌کند (محمودزاده و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۸۹) مدیریت جهادی یعنی، تلاش بی‌وقفه در به‌کارگیری مؤثر و کنترل فعالیت‌های افراد، مبتنی بر مبارزه در تمام عرصه‌های علمی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و غیره با نیت الهی جهت نیل به اهداف والای جامعه و رفع موانع موجود. هدف این نظام مدیریتی، پیاده‌سازی ارزش‌ها در جامعه به‌منظور تبدیل آن‌ها به کیفیت زندگی است. مدیریت جهادی با مصرف‌گرایی، اشرافی‌گری، سستی، تنبلی و انحراف از مسیر آرمان‌گرایی تغایر داشته و با آن مبارزه می‌کند. مدیریت جهادی برخلاف شیوه‌های مدیریتی دیگر، فرهنگ خاصی از زندگی است که دین‌محوری، ولایت‌مداری، ایثارگری، مردم‌گرایی، خودباوری، تکلیف‌مداری و... از جمله ثمرات عینی آن در جامعه است. به همین دلیل برای استحکام ساخت درونی قدرت ملی کشور در تمام ابعاد به چنین مدیریتی نیازمندیم و مسلماً عدم توجه به این مقوله و تضعیف و تحلیل سبک مدیریت در کشور، صدماتی جبران‌ناپذیر به دنبال خواهد داشت (نادعلی، ۱۳۹۵، ص ۱۰)

در پژوهش‌های مختلف به بررسی بعدها و مؤلفه‌های مدیریت و مدیر جهادی پرداخته شده است. به‌عنوان مثال خسرو موحد در مقاله‌ای مدیریت جهادی را دارای سه بعد اصلی ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای می‌داند:

۱. بعد ساختاری: مدیریت برای خدا، مدیریت ولایتی، انعطاف‌پذیری ساختار و تشکیلات مناسب با شرایط
۲. بعد رفتاری: مدیریت داوطلبانه، تحول‌آفرین، پویا و انعطاف‌پذیر در مأموریت‌ها، خودباوری، توجه به نیروی انسانی به‌عنوان منابع مهم کاری، پرکاری، سخت‌کوشی، خستگی‌ناپذیری و سرعت عمل در کارها
۳. بعد زمینه‌ای: مدیریت مشارکت‌پذیر، نهادینه کردن اخلاق و ارزش‌های دینی در محیط کار، مدیریت قناعتی با اهمیت دادن به بیت‌المال (موحد، ۱۳۸۶) یا زنگلی



و قنبری در پژوهش خود بر این باور هستند که مدیر جهادی یک برچسب یا عنوان نیست که به صورت صوری یا دائمی به فردی تعلق پیدا کند بلکه وجود جوهره مدیریت جهادی در سیره مدیریتی وی از ضرورت‌های جدایی‌ناپذیر آن است. چنین فردی دارای ویژگی‌های خاصی خواهد بود که دربرگیرنده طیف وسیعی از صفات‌های فردی شامل جنبه‌هایی از شخصیت، روحیه‌ها، انگیزه‌ها و ارزش‌هاست (ازگلی و قنبری، ۱۳۹۲، ص ۳۵۴)

هرچند هیچ‌یک از نظریات و دیدگاه‌های مذکور به صورت کامل و شامل نیستند اما در همه مباحث فوق ویژگی‌های کلی زیر دیده می‌شود. بدیهی است که در انتخاب ویژگی‌های مذکور وجه اشتراک ویژگی مدنظر بوده است

جدول ۱. ویژگی‌های کلی مطرح‌شده در نظریه‌های مربوط به فرهنگ و مدیریت جهادی

موضوع	ویژگی کلی
هدف کلان	قرب الهی و کسب رضای خداوند
مبنای نظری	بر اساس ارزش‌های اسلامی و به نوعی برگرفته از مدیریت اسلامی
بنیان اساسی	تعریف چهارچوب نظریه بر اساس مبارزه
مفهوم محوری	نگاه آرمانی، تعهد، پرکاری و سخت‌کوشی، روحیه کار داوطلبانه، خودباوری

(لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۰)

#### ۴- پیشینه پژوهش

در این زمینه از جمله پژوهش‌های انجام‌شده می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

نویسندگان (سال) - روش	مهم‌ترین یافته‌ها
ناجی (۱۳۹۴) - سیره پژوهی ۲۶ نفر از فرماندهان شهید	نویسنده با استفاده از روش مذکور به اهم عوامل مشترک و معرفت‌زای فرماندهان مذکور در دفاع مقدس با توجه به آموزه‌های اسلامی پرداخته که شامل مواردی مانند اراده و آزادی عمل، انجام تکلیف، اخلاص، تهجد و شب‌زنده‌داری، دعا و توسل، اخوت و برادری، صبر و استقامت، یاد مرگ و آخرت می‌شود و از دیدگاه وی رشد و پرورش جوانان، در دفاع مقدس و ظهور صفات و معارف عالی در شخصیت آن‌ها اتفاقی نبوده، بلکه مطابق با قوانین و سنت‌های جاری الهی در جهان آفرینش است و امکان بازآفرینی این فرهنگ وجود دارد.



مهم‌ترین یافته‌ها	نویسندگان (سال) - روش
<p>این تحقیق با استفاده از الگوی تصمیم‌گیری و فرآیند اجرا در شرایط بحرانی اسمارت و ورتینسکی «اقدام به مطالعه تطبیقی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی جنگ تحمیلی عراق علیه ایران در جامعه فرماندهان لشکر و قرارگاه سپاه پاسداران انقلاب اسلامی نموده است. پس از تجزیه تحلیل اطلاعات حاصله از جامعه موردتحقیق این نتیجه حاصل شد که انطباق کامل بین الگوی موردنظر با شیوه‌های علمی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی جامعه موردتحقیق تأیید نشده است، ولی وجه اشتراک عمده‌ای بین الگو و تجارب عملی مورد مطالعه وجود دارد. میزان افتراق یا عدم تطابق مشاهده شده، عمدتاً از دو بعد مورد ملاحظه است. بخش اول مربوط به تأثیر فرهنگ و ارزش‌های متفاوت دو جامعه است و بخش دوم آن به نحوه مطالعه و طراحی الگوی مورد مطالعه از جانب طراحان آن است</p>	<p>حسینی خورشیدی (۱۳۷۴) - مطالعه تطبیقی</p>
<p>در این تحقیق، با استفاده از نظریه داده بنیاد، مضامین و کدهای متعددی از ۱۳ مصاحبه دوستان و نزدیکان شهید کاظمی استخراج شده و سرانجام محقق به مدلی برای تبیین الگوی شکل‌گیری وجوه مختلف رهبران معنوی و روابطشان با پیروان دست‌یافته است. در این مدل، عواملی همچون محیط رشد، پیش‌زمینه‌های مؤثر در مسیر رشد افراد، معرفت و خودسازی و ویژگی‌های و رفتارهای فرمانده منجر به ایجاد تولی روحی، فکری و رفتاری در نیروها می‌شود و فرآیند نفوذ اتفاق می‌افتد.</p>	<p>باقری کنی و سعدآبادی (۱۳۹۰) - نظریه داده بنیاد</p>
<p>این پژوهش با توجه به عدم وجود یک الگوی نظام‌مند پیرامون مدیریت منابع انسانی فرماندهان دفاع مقدس، با هدف شناسایی و بررسی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی شهید محمدابراهیم همت نگاشته شده است. داده‌ها از مطالعه و بررسی کتب، مقالات و دیگر منابع اطلاعاتی موجود پیرامون این شهید حاصل شده که پس از اجرای گام‌های روش مذکور، الگوی مدیریت منابع انسانی شهید همت در چهار بخش اصول مدیریت منابع انسانی (شامل هفت اصل)، جذب منابع انسانی (۴ شاخص)، توسعه منابع انسانی (۷ شاخص)، نگهداشت منابع انسانی (۱۲ شاخص) ارائه گردیده است.</p>	<p>باقری و مرادی رودبالی (۱۳۹۵) - تحلیل محتوای کیفی</p>
<p>در این تحقیق، الگوی تصمیم‌گیری راهبردی فرماندهان سپاه در دفاع مقدس متشکل از ۵ بعد، ۱۸ مؤلفه و ۴۶ شاخص بر مبنای مبانی نظری تحقیق، دسته‌بندی و اولویت‌بندی گردیدند که نتایج الگوی اندازه‌گیری تمامی فرضیه‌های این الگو را تأیید کرد؛ بنابراین، ابعاد الگوی تصمیم‌گیری فرماندهان در دفاع مقدس به ترتیب اهمیت و سهمشان در سنجش این الگو عبارت‌اند از: ظرفیت و توان تصمیم‌گیری، فرآیند تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیرنده، ماهیت تصمیم‌گیری و محیط تصمیم‌گیری. طبق نتایج الگوی اندازه‌گیری، روابط بین متغیرها و عوامل، قوی است. بدین معنا که متغیرها در سنجش عوامل مربوط، دارای قابلیت اطمینان و اعتبار درونی مناسبی می‌باشند؛ بنابراین، الگوی طراحی شده، سازگار با ویژگی‌های تصمیم‌گیری راهبردی فرماندهان سپاه در دفاع مقدس بوده و الگوی قابل اتکایی برای اجرا خواهد بود.</p>	<p>مال امیری و دیگران (۱۳۹۳) - توصیفی - پیمایشی</p>



نویسندگان	مهم‌ترین یافته‌ها
سعادت جو و دیگران (۱۳۹۴) - نظریه داده بنیاد	در این پژوهش با پانزده نفر از فرماندهان و رزمندگان دوران دفاع مقدس مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته صورت گرفته و با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده بنیاد، مفاهیم و مقولات مصاحبه‌ها استخراج شده است؛ سپس با تبیین روابط بین مفاهیم و مقولات محوری، الگوی اولیه استنتاج و همچنین با الگوگیری از الگوی استاندارد شده استراوس، الگوی مفهومی دیگری به دست آمده و در انتها نیز با استفاده از استعاره «گلخانه» روایت شده است. از دیگر دستاوردهای این پژوهش، می‌توان به ارائه دسته‌بندی جامعی از مبانی نظری مدیریت تعالی نیروی انسانی به‌رغم ادبیات رایج و تعریف جدیدی از مدیریت تعالی نیروی انسانی سازمان اشاره کرد.

### ۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. در این پژوهش سه اثر سینمایی دفاع مقدس درباره ویژگی‌های رهبری فرماندهان دفاع مقدس به صورت موردهای مطالعه و به‌عنوان مستندات تحقیق برگزیده شدند و با فن تحلیل محتوا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰؛ Mayring, 2000). واحد تحلیل در پژوهش مذکور، همه صحنه‌های مرتبط با ویژگی‌های رهبری فرماندهان در سه فیلم مورد بررسی است که به صورت تمام‌شماری همه موارد لحاظ شده است و تلاش محقق بر آن بوده با نگاه استقرایی داده‌های مرتبط با سؤال پژوهش استخراج شود. در مرحله بعدی داده‌های مستخرج از هر صحنه مقوله‌بندی شده و در یک نظام مقوله‌بندی قرار خواهد گرفت. در ادامه مقوله‌های فرعی به صورت منظم و ساختمان‌دسته‌بندی کلان و جامع تحت عنوان مقوله‌های اصلی (محوری) طبقه‌بندی می‌شوند. جهت اعتبار داده‌های پژوهش نیز از سه استاد مرتبط در حوزه تخصصی و نیز تعدادی دانشجویان کارشناسی ارشد استفاده شده است که داده‌ها در اختیار نامبردگان قرار گرفتند و مجدداً ارزیابی و بازبینی شدند

### ۴- یافته‌های پژوهش

#### ۴-۱- کدگذاری و استخراج مفاهیم و مضامین از صحنه‌های فیلم‌های بررسی شده

۶-۱. نمونه کدگذاری و استخراج مفاهیم و مضامین از صحنه‌های فیلم‌های بررسی شده

نام فیلم	مضامین مستخرج	نکات کلیدی
ایستاده در غبار	آراستگی و جذابیت سیما	در سکانس شروع فیلم متوسلیان با ظاهری آراسته پشت میکروفون در مسجد می‌خواهد سخنرانی کند و در تیتراژ سخنرانی‌های متوسلیان به صورت تیکه تیکه بخش می‌شود و مجموعه‌ای از سخنرانی‌ها را به صورت کاست به تصویر درمی‌آید.
	جوان بودن	
	سخنور	





نام فیلم	مضامین مستخرج	نکات کلیدی
ایستاده در غبار	شجاعت	تصویر به جبهه می‌رود متوسلیان بیسیم را بالا گرفته تا صدای شلیک گلوله را فرد آن طرف بیسیم بشنود. (در آن محیط همه خمیده و در حال حرکت در غبار درگیری هستند، ولی متوسلیان ایستاده در غبار جنگ است)
	ناامن بودن محیط	
	احساس وظیفه	
	خانواده دوست	
	خودسازی	
	همدل بودن در منطقه	
شور شیرین	بسیج پیروان در راستای مأموریت سازمان	در سکانسی که از پشت بیسیم به کاوه خبر می‌دهند مسجد روستا را آتش زدند اگر زودتر برسیم دلخشان را میاریم.
	درونی شدن مبانی و اصول سازمان در پیروان	کاوه گوش بیسیم را می‌گذارد و سریع به گروهبان جعفری می‌گوید: بچه‌ها راه را بنداز، ناصر مهمات را چک کن.
	ایجاد ترس در دشمن	در سکانسی از پشت بیسیم به کاوه اطلاع می‌دهند که مرغ از قفس پرید، انگار مطلع شدند تو داری میای. کاوه پشت بیسیم می‌گه: شکار را می‌گذاریم برای یک‌وقت دیگه، شما برگردید خونه، تأکید می‌کند فقط برگردید خونه.
	مدیریت احساسات	
	سیاست ورزی	
	جوانان شجاع و با معرفت در منطقه	
به کیودی ایس	همدل بودن در منطقه	در سکانسی که یحیی خواب می‌بیند و به پشت خاک‌ریز فکر می‌کند که نتوانست آرپی‌جی را شلیک کند، همان لحظه برونسی میاد، از او آرپی‌جی را می‌گیرد و با گفتن یا زهرا شلیک می‌کند. برونسی به یحیی می‌گوید: اون لحظه‌ای که بهت گفتم حال است یحیی. در ادامه سکانس اسحاق با موتور مهمات می‌آید، برونسی به سمت او می‌رود و می‌گوید کی گفت اینها را به یاری به حمید بگو این چهارراه راز دکننده‌ها می‌ریزند توی آب‌تانی تو اندقایق آماده کن در اسحاق، اسحاق می‌گه: مشت‌گری کن این‌ها را خودت بهش بگو، بگذار چهارتا ترقه سمت تانک‌ها بزنم.
	توجه و تفهیم پیروان	
	نگرانی برای پیروان	
	جوانان مستعد جهت فعالیت در عملیات	
	جوان بودن	
	ارتباط نزدیک با پیروان	
	احترام پیروان نسبت به رهبر	
	جوانان مستعد جهت فعالیت در عملیات	



## ۴-۲- استخراج مقوله‌های فرعی و اصلی صحنه‌های فیلم‌های بررسی شده

جدول ۲. مقوله‌های (اصلی - فرعی) مستخرج فیلم‌های بررسی شده

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین مرتبط (شواهد)
ویژگی‌های شخصیتی	ویژگی‌های ظاهری	آراستگی / جذابیت سیما / اقوای جسمانی / جوان بودن / نوجوان بودن
	مهارت‌ها	سخنور / طراح و ایده پرداز / توانمندی / سیاست ورزی / توانایی مدیریتی عالی / مدیریت احساسات / مخاطب شناس
	ارزش‌ها	بندگی خدا / عبادت / محبوبیت / تقوا / ولایت مداری / اخلاص / خدمت به محرومان / امیدواری به مدد الهی
	انگیزه‌ها	احساس وظیفه / خدمت به مردم و تلاش برای مردم / کسب رضایت الهی / ایثار و شهادت طلبی
	خصلت‌ها	شجاعت / خودسازی / از جنس مردم / تلاش مداوم / اهل مطالعه / آگاهی اجتماعی / جسور / ایثارگر / آینده‌نگری / هوشیار در مقابل دشمن / سعه صدر / جوانمردی در جنگ / جدیت در رفتار / منعطف / شوخ طبعی / پرهیز از شروع جنگ / هوش / تهدید برای دشمن / ایجاد ترس در دشمن / دیگر ساز / نگرانی برای جامعه و مردم / بی‌ادعا
ویژگی‌های رفتاری	رفتار شخصی	صراحت و شفافیت / مهربان / پشتکار / ساده زیستی / ایمان به هدف / متعهد / بیان احساسات / قابل اعتماد / بسیار فعال / پایداری و استقامت / دلسوز / اعتماد به نفس / فروتن / خانواده دوست
	رفتار سازمانی	جمع‌گرایی / پیشگام در عمل به مبانی سازمان / مری در سازمان / اهتمام به حفظ اطلاعات / تعامل مطلوب با اعضاء / سرزنش پیروان خطاکار در سازمان / هشدار به پیروان خطاکار / نگرانی برای پیروان / ارتباط نزدیک با پیروان / روشنگری و اقناع پیروان / توجیه و تفهیم وظایف پیروان / همراهی پیروان خارج از سازمان / نظام ارتباطی کارا با پیروان / مشورت اثربخش با نخبگان / اعتماد به نفس دادن پیروان / سپر بلای پیروان / خیرخواهی برای پیروان
	اقدامات راهبردی	تمرکز به مأموریت اصلی سازمان / بسیج پیروان در راستای مأموریت سازمانی / اعتلای فرهنگ در منطقه / ایجاد راهبرد کیفیت محور در سازمان / ایجاد رویکرد همگونی با محیط / همبستگی در جهات اهداف سازمان
عوامل وضعیتی	ویژگی‌های پیروان	روحیه تکلیف‌مداری در اعضاء / درونی شدن مبانی و اصول سازمان در پیروان / ولایت‌پذیری اعضاء / مسئولیت‌پذیری پیروان / احترام پیروان نسبت به رهبر / اعتماد اعضاء به رهبر / اولویت دادن پیروان به سازمان / صمیمیت و محبوبیت اعضاء نسبت به یکدیگر
	ویژگی‌های محیطی	ناامن بودن محیط / جوانان مستعد جهت فعالیت در عملیات / اعتماد مردم به سازمان / شجاع و با معرفت بودن جوانان در منطقه / همدل بودن در منطقه / اعتماد خانواده‌ها به رهبر



بر این اساس و با توجه به مقوله‌های استخراج شده می‌توان مشاهده نمود که ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تحمیلی در سینمای دفاع مقدس در این سه فیلم چگونه بازنمایی شده است. در ویژگی‌هایی شخصیتی ابتدا به ویژگی ظاهری روبرو هستیم که با مضامین مستخرج در این ویژگی مشخص می‌شود برای فرمانده شدن و رسیدن به رهبر فکری در محیط پیرامونی خود، سن و سال مهم نیست و می‌توان با الگوبرداری از این شهیدان عزیز برای خود و جامعه مؤثر بود؛ و با مشاهده بازنمایی مهارت‌ها و مضامین مستخرج متوجه خواهیم شد، برای رهبر فکری شدن، باید مهارت‌هایی داشت، سخنوری، توانایی مدیریتی عالی، توانمندی در قالب رفتار و سیاست ورزی، طراح و ایده پردازان بودن، مخاطب شناس بودن و ... در قالب ذهنی باید وجود داشته باشد؛ و با مشاهده بازنمایی ارزش‌ها و مضامین آن متوجه خواهیم شد، ارزش‌ها اجتماعی در شخصیت، انسانی که می‌خواهد رهبر و فرمانده شود، باید وجود داشته باشد. نمی‌توان بدون در نظر گرفتن ارزش‌ها به این جایگاه رسید. در این سه فیلم انگیزه فرماندهان بازنمایی شده و با مشاهده مضامین به این نقطه می‌رسیم که انگیزه‌ها نیروی محرک رهبر و فرمانده است. باید حس وظیفه و تا پای شهادت در وجود فرمانده موج بزند؛ و با مشاهده خصلت‌های فرماندهان در این فیلم‌ها به مجموعه‌ای از خصلت‌ها روبرو هستیم که یک فرمانده و یک انسان برای رسیدن به هدفش باید در خودش و محیط پیرامونش نهادینه کرده باشد و در موقعیت‌های مختلف بتواند با بهره‌گیری از این خصلت‌ها موفقیت را لمس کند؛ و در ویژگی‌های رفتاری ابتدا رفتار شخصی بررسی شده و با دقت به مضامین مستخرج از فیلم‌ها، مشخص می‌شود که یک فرمانده در اجرا و عمل باید ویژگی رفتار شخصی او، هماهنگ باشد با ویژگی شخصیتی او. نمی‌توان در شخصیت نمایش بازی کرد ولی در رفتار و عمل یک فرمانده خودش پیشرو نباشد؛ و با مشاهده بازنمایی رفتار سازمانی فرماندهان و مضامین مستخرج از فیلم‌ها متوجه خواهیم شد که رفتار فرمانده در سازمان، پیشگام بودن در عمل و تعامل با پیروان مشخص شده، هرچقدر این تعامل و ارتباط بهتر باشد هدفی که دارند برایش تلاش می‌کنند دست‌یافتنی‌تر خواهد بود، در کنار مربی بودن در سازمان یک فرمانده باید سپهر بالای نیروهایش باشد، به موقع پیروان را تشویق و به موقع سرزنش و هشدار بدهد به پیروان خطاکار و نگرانی برای پیروان و همراهی آنان حتی خارج از سازمان مدنظر فرمانده باشد و در کل فرمانده باید در عمل الگو باشد؛ و بازنمایی اقدامات راهبردی فرماندهان و مشاهده مضامین مرتبط به این نتیجه می‌رسیم، اقدامات راهبردی یک فرمانده تمرکز به مأموریت اصلی سازمان است و با



بسیج پیروان و همبستگی در جهت اهداف سازمان و تفویض قدرت به اعضاء و همگون شدن با محیط می‌توان فرهنگی را در منطقه ایجاد کرد که هم‌راستا با فعالیت سازمان باشد، با این اقدامات می‌توان سازمان را به اهداف اصلی‌اش رساند.

و در عوامل وضعیتی ویژگی پیروان بازنمایی شده و با مشاهده مضامین به این نتیجه می‌رسیم که یک فرمانده و یک رهبر برای پیشبرد اهدافش نیاز دارد پیروانی داشته باشد که روحیه تکلیف‌مداری، وفاداری، مسئولیت‌پذیری اولویت‌بخشی و حس اعتماد و احترام در او وجود داشته باشد و ولایت‌پذیری و مبانی سازمان درون او نهادینه شده باشد؛ و در دومین ویژگی از عوامل وضعیتی، ویژگی محیطی بازنمایی شده با دقت به مضامین مستخرج از فیلم‌ها به این نتیجه می‌رسیم که یک فرمانده باید بتواند در شرایط ناامن و ضعیف بودن امکانات حضور داشته باشد و هم اعتماد مردم و خانواده‌های پیروانش را جلب نماید و برای موفقیت بیشتر به جوانان شجاع و مستعد و با معرفت نیاز دارد.

## ۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

### ۵-۱- بحث و مقایسه

با توجه به مفاهیم و مقوله‌های استخراج‌شده از صحنه‌های مرتبط با موضوع پژوهش، می‌توان پیرامون بحث بازنمایی ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تصمیمی در سینمای دفاع مقدس با تأکید بر فیلم‌های مورد مطالعه عنوان نمود که سه حوزه اصلی ویژگی‌های شخصیتی (ویژگی‌های ظاهری، مهارت‌ها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها، خصلت‌ها) ویژگی رفتاری (رفتار شخصی، رفتار سازمانی، اقدامات راهبردی) و عامل وضعیتی (ویژگی پیروان و ویژگی محیطی) به‌عنوان ملاک‌های محوری ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تصمیمی می‌باشند. بررسی تطبیقی با دیگر پژوهش‌ها نشان می‌دهد که پژوهش مذکور در حوزه رهبری نوآورانه است. در این راستا باید اشاره نمود که مقاله نیز سعادت جو و دیگران (۱۳۹۴) با عنوان طراحی الگوی مدیریت تعالی رزمندگان دفاع مقدس نیز تلاش نموده مختصات الگوی تعالی رزمندگان (شامل ابعاد تقویت‌کننده، تضعیف‌کننده، زمینه‌های مدیریتی و غیر مدیریتی، انگیزه‌های رشد و تعالی و همت و اراده فردی در مرحله اولیه و سپس دسته‌بندی آن‌ها در الگوی استاندارد استروس) را ارائه نماید ولی به حوزه مختصات رهبری و رهیافت‌های آن به‌صورت جامع اشاره نشده است. در مقاله صادقی مال امیری و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان طراحی و تبیین الگوی تصمیم‌گیری راهبردی فرماندهان سپاه در دفاع مقدس



ابعاد و شاخص‌های تصمیم‌گیری راهبردی فرماندهان دفاع مقدس مطرح شده است که شاخص‌های میدان دادن به نیروهای تحت امر، ایثار و فداکاری، ولایت‌مداری و تواضع و فروتنی نیز با مؤلفه‌هایی که در رهیافت صفات و مشخصه‌ها و نیز رهیافت رفتاری این مقاله مطرح شده اشتراکاتی دارد که در این مقاله تلاش شده است که در هر کدام از رهیافت‌های رهبری کلاسیک و ویژگی‌های رهبری فرماندهان به صورت جزئی مطرح شوند. درباره مقاله باقری و مرادی رودبالی (۱۳۹۵) با عنوان طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی فرماندهان دفاع مقدس (مطالعه موردی: سیره شهید محمدابراهیم همت) این مقاله نیز تنها در زمینه مدیریت منابع انسانی است و به همه ابعاد رهبری و مدیریت فرماندهان اشاره نمی‌کند که در نهایت پژوهشگر الگوی مدیریت منابع انسانی شهید همت را در چهار بخش اصول مدیریت منابع انسانی (شامل هفت اصل)، جذب منابع انسانی (۴ شاخص)، توسعه منابع انسانی (۷ شاخص)، نگهداشت منابع انسانی (۱۲ شاخص) ارائه می‌کند. همچنین پیرامون مقاله باقری کنی و سعدآبادی (۱۳۹۰) باید طراحی الگوی رهبری معنوی بر اساس ارزش‌های اسلامی: پژوهشی مبتنی بر راهبرد داده بنیاد با تأکید بر ویژگی‌های فرمانده شهید سرلشکر پاسدار احمد کاظمی اشاره نمود که دغدغه این مقاله بحث رهبری معنوی در راستای نظریه‌های جدید رهبری (برخلاف پژوهش مذکور که در حوزه نظریه‌های کلاسیک رهبری است) به تبیین الگوی شکل‌گیری وجوه مختلف رهبران معنوی و روابطشان با پیروان می‌پردازد؛ اما عواملی همچون محیط رشد، پیش‌زمینه‌های مؤثر در مسیر رشد افراد، معرفت و خودسازی و ویژگی‌های و رفتارهای فرمانده که منجر به ایجاد تولی روحی، فکری و رفتاری در نیروها می‌شود و فرآیند نفوذ اتفاق می‌افتد را می‌توان وجه اشتراک مقاله مذکور با این پژوهش دانست.

## ۵-۲- نتیجه‌گیری

با مضامین مستخرج از پژوهش و مبتنی بر رهیافت صفات و مشخصه‌های رهبری باید اشاره نمود نوجوان و جوان بودن فرماندهان مذکور در فضای رهبری آنان و نیز فرایند باورپذیر کردن پیروان بسیار حائز اهمیت بوده است همچنین در حوزه مهارت‌ها باید اشاره نمود که فرماندهان جنگ تحمیلی، برای رهبر فکری شدن جامعه دارای مهارت‌هایی مانند سخنوری، توانایی مدیریتی عالی، توانمندی در قالب رفتار و سیاست ورزی، طراح و ایده پردازان بودن، مخاطب شناس و ... بودند؛ و با مشاهده بازنمایی ارزش‌ها می‌توان به این نتیجه رسید که ارزش‌هایی مانند بندگی خدا، عبادت، تقوا، ولایت‌مداری، اخلاص، خدمت به محرومان، امیدواری به مدد الهی رمز موفقیت آنان در



جبهه‌های نبرد و در تعامل با رزمندگان بوده است... در این سه فیلم انگیزه فرماندهان بازنمایی شده ترکیبی از انگیزه‌های الهی و مردمی است که هم رضایت الهی و نیز خدمت به خلق مدنظر فرماندهان مذکور بوده است و با مشاهده خصلت‌های فرماندهان در این فیلم‌ها به مجموعه‌ای از خصلت‌ها را می‌توان احصا نمود که یک فرمانده و یک انسان برای رسیدن به هدفش باید در خودش و محیط پیرامونش نهادینه کرده باشد و در موقعیت‌های مختلف بتواند با بهره‌گیری از این خصلت‌ها موفقیت را لمس کند. بر اساس رهیافت رفتاری با دقت در مضامین مستخرج از فیلم‌ها، مشخص می‌شود که یک فرمانده در اجرا و عمل باید ویژگی رفتار شخصی وی با ویژگی شخصیتی او هماهنگ باشد به بیان دیگر یک فرمانده باید در عمل و رفتار خودش نسبت به پیروان پیشرو باشد؛ و در حوزه رفتار سازمانی باید اشاره نمود که پیشگام بودن در عمل و تعامل با پیروان از جمله خصیصه‌ای رفتاری فرماندهان دفاع مقدس بوده است که هرچقدر این تعامل و ارتباط بهتر باشد هدفی که دارند برایش تلاش می‌کنند دست‌یافتنی‌تر خواهد بود همچنین یک فرمانده در این حوزه باید در کنار مربی بودن در سازمان، می‌بایست سپهر بالای نیروهایش باشد و به موقع پیروان را تشویق و به موقع سرزنش و هشدار بدهد. در حوزه اقدامات راهبردی نیز باید اشاره کرد که تمرکز یک فرمانده در راستای مأموریت اصلی سازمان بوده و با بسیج پیروان و همبستگی در جهت اهداف سازمان و تفویض قدرت به اعضاء و همگون شدن با محیط می‌تواند فضا و بستری را در منطقه ایجاد کرد که هم‌راستا با فعالیت سازمان باشد و در نهایت سازمان را به اهداف اصلی‌اش برساند. در حوزه رهیافت اقتضایی با بررسی مضامین مستخرج از فیلم‌ها نیز مشخص می‌گردد که یک فرمانده و یک رهبر برای پیشبرد اهدافش نیاز دارد پیروانی داشته باشد که روحیه تکلیف‌مداری، وفاداری، مسئولیت‌پذیری و اولویت‌بخشی و حس اعتماد و احترام در او وجود داشته باشد و ولایت‌پذیری و مبنای سازمان درون او نهادینه شده باشد. در حوزه ویژگی‌های محیطی نیز یک فرمانده باید بتواند در شرایط ناامن و ضعیف بودن امکانات حضور داشته باشد و هم اعتماد مردم و خانواده‌های پیروانش را جلب نماید و برای موفقیت بیشتر به جوانان شجاع و مستعد و با معرفت نیاز دارد در این سه فیلم تصویری که از فرماندهان ارائه شد تصویر انسان‌های آسمانی و دست‌نیافتنی نیست بلکه تصویری که از آن‌ها ارائه شده بیش از اینکه تصاویر مقدس و آسمانی باشند، تصاویر انسان‌های اجتماعی است. در واقع متوسلین، برونسی و کاوه به خیل آدم‌های معمولی متعلق هستند که در زندگی روزمره و عادی‌شان سرگرم می‌باشند و در برهه‌ای از تاریخ کشورشان وارد عرصه‌ای می‌شوند که به دلیل



ویژگی‌های شخصی‌شان نظیر از جنس مردم بودن، بی‌ادعا بودن، سکوت و خاموشی تعیین‌کننده، میل به احقاق حق، مایه‌های مذهبی داشتند (راودراد، ۱۳۹۱، صص ۱۳۹-۳۳۱) شجاعت کم‌نظیر، تلاش، خستگی‌ناپذیر، مدیریت قوی، اخلاق حسنه، خودساختگی، همت والا (موسی زاده، ۱۳۸۹: ۴۴) دفاع از سرزمین، دفاع از ارزش‌ها و باور، پایداری در برابر دشمن، فداکاری، صبر و بردباری، قناعت و کمک به هم‌نوع از مرتبه آدم معمولی به مرتبه قهرمانی و البته به تعبیر اجلالی (۱۳۸۳، ص ۲۶۹) نه قهرمانی از نوع قهرمانان اروپایی و هالیوودی، بلکه قهرمانی که در تاریخ و فرهنگ ایران و اسلام ریشه‌دارند، از ویژگی‌های فرماندهان مذکور است. فقط در این حالت است که شخصیت اصلی فیلم برای جامعه الگو می‌شود. به بیان دیگر اگر قرار است شخصیتی را برای نوجوانان و جوانان و میان‌سال و مسن الگوسازی کنیم، لازم است شخصیت این الگوها را دست‌یافتنی [لموس و باورپذیر] نشان دهیم. چراکه در غیر این صورت الگوپذیری جامعه از آن‌ها منتفی خواهد شد. به‌واقع یکی از ویژگی‌های الگوها، قابل تکرار بودن آن‌ها است و گرنه اگر شخصیتی دست‌نیافتنی داشته باشد به‌گونه‌ای که مخاطب هرگز نتواند هم‌ذات‌پنداری با او را تصور کند، عملاً جنبه کارکرد الگوسازی از دست می‌رود (سنی، ۱۳۸۷).

### ۵-۳- پیشنهادها

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد با توجه به ویژگی‌بازنمایی شده در این سه فیلم می‌توان فیلم‌های بیشتری در مورد شخصیت‌های واقعی جنگ ساخته شود و با توجه به کمبود آثار در این زمینه که سهم فرماندهان در سینمای دفاع مقدس بسیار کم است، فیلم و سریال‌های موجود از این همه فرمانده سهم‌ناچیزی است. همچنین پیشنهاد می‌شود جهت رفع تعارض بجای پرداخت به شخصیت‌های تخیلی و داستان‌هایی که الگوپردازی از آن‌ها سخت و دست‌نیافتنی است، شخصیت‌های دست‌یافتنی ساخته و پرداخته شود نیز جهت ایجاد الگوی مناسب شکل پرداخت به شخصیت‌های واقعی در نوشتن فیلم‌نامه درست صورت بگیرد تا ببینند بخشی از وجود خودش را بتواند در فیلم حس کند. نویسندگان فیلم‌نامه‌ها و کارگردان‌ها نیز برای جذب مخاطب بهتر است شکل داستان‌گویی در نوشتن فیلم‌نامه را رعایت کند، از همه مهم‌تر کارگردان به مضامینی که می‌خواهد در فیلم ارائه کند دقت نماید. گاهی یک مضمون، مضمون‌های ارائه‌شده در فیلم را خنثی و بی‌اثر می‌کند. همچنین جهت اثربخشی بیشتر مضامین بر مخاطب توصیه می‌شود نمایش این فیلم‌ها در مدارس، دانشگاه و مساجد... صورت بگیرد و هم‌زمان با نمایش فیلم از تحلیل‌گران دعوت کنند؛





که این شخصیت‌ها واقعی و مضامین ارائه شده در فیلم را بعد نمایش بررسی و تحلیل نمایید. همچنین با توجه به موضوع تحقیق که هدف ویژگی‌های رهبری فرماندهان جنگ تحمیلی بود و اشاره‌ای به شهید بودن این فرماندهان نشده بود به فیلم‌سازان توصیه می‌شود فیلم‌هایی در مورد شخصیت واقعی فرماندهان که اکنون زنده می‌باشند ساخته شود هر چند که نباید شهیدان عزیز فراموش شوند ولی برای الگوسازی در فیلم می‌توان الگویی از فرماندهانی که اکنون حضور دارند فیلم‌هایی ساخته و پرداخته شود و نیز به محققان بعدی توصیه نیز شود سبک زندگی این فرماندهان را بررسی نماید و خصوصیات و روش‌های زندگی کردن این فرماندهان را بررسی کند.

## ۶- منابع

### ۶-۱- منابع فارسی

۱. آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۵)، روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
۲. اجلالی، پرویز (۱۳۸۳). دگرگونی اجتماعی و فیلم‌های سینمایی در ایران، جامعه‌شناسی فیلم‌های عامه پسند ایرانی (۱۳۵۷-۱۳۰۹). تهران: انتشارات فرهنگ و اندیشه. ص ۲۶۹
۳. اردستانی، حسین (۱۳۷۶) «رهبری، مدیریت و فرماندهی نظامی» تهران: انتشارات دافوس سپاه، چاپ اول
۴. الوانی، سید مهدی (۱۳۸۵)، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
۵. ازگلی، محمد، قنبری، قاسم (۱۳۸۲) مدیریت و رهبری در سازمان، تهران: دانشگاه امام حسین (ع)
۶. امیر کبیری، علی‌رضا (۱۳۸۵)، رویکردهای سازمان و مدیریت و رفتار سازمانی، تهران، نشر نگاه دانش.
۷. ایمان، محمد تقی و نوشادی، محمدرضا (۱۳۹۰) تحلیل محتوای کیفی، فصلنامه پژوهش، شماره دوم: صص ۴۴-۱۱
۸. باقری کنی، مصباح‌الهدی، سعدآبادی، حسن (۱۳۹۰) طراحی الگوی رهبری معنوی بر اساس ارزش‌های اسلامی: پژوهشی مبتنی بر راهبرد داده بنیاد با تأکید بر ویژگی‌های فرمانده شهید سرلشکر پاسدار احمد کاظمی، اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم پاییز و زمستان، شماره ۲ (پیاپی ۱۰): صص ۱۲۲-۵۷
۹. باقری، مسلم، مرادی رودبالی، سحر (۱۳۹۵) طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی فرماندهان دفاع مقدس (مطالعه موردی: سیره شهید محمد ابراهیم همت)، مطالعات راهبردی بسیج، سال نوزدهم، شماره ۷۱، صص ۱۱۱-۸۱



۱۰. بخشی، حامد، بستان، زهرا (۱۳۹۳)، تحلیل محتوای جلوه‌های ایثار در سینمای دفاع مقدس طی سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۶، مطالعات ملی، شماره ۵۷: صص ۴۲-۴۷
۱۱. حاجی احمدی، امیر و حاجی میر رحیمی، سید داود (۱۳۸۶) بررسی تطبیقی روند تحولات فرهنگ و مدیریت جهادی با چرخه حیات سازمانی: بررسی چرخه فرهنگ و مدیریت جهادی، مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی: صص ۱۰۳-۸۴
۱۲. حسنی خورشیدی ولی‌الله (۱۳۷۴) تصمیم‌گیری در بحران مطالعه تطبیقی بر شیوه تصمیم‌گیری فرماندهان سپاه در جنگ تحمیلی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد
۱۳. خلیلی شورینی، سهراب (۱۳۷۳)، تئوری‌های رهبری سازمانی و کاربرد آن در نظام مدیریت ایران، تهران: انتشارات قائم.
۱۴. راورداد، اعظم (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی سینما، ویراستار فرشاد رضوان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۵. رضائیان، علی (۱۳۸۱)، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)، چاپ سوم.
۱۶. ساعتچی، محمود (۱۳۷۴) روان‌شناسی کاربردی برای مدیران، تهران، ویرایش، چاپ اول.
۱۷. ساعتچی، محمود (۱۳۷۷) روان‌شناسی بهره‌وری، تهران، ویرایش، چاپ دوم.
۱۸. سعادت‌جو، محمد جواد و دیگران (۱۳۹۴) طراحی الگوی مدیریت تعالی رزمندگان دوره دفاع مقدس، دوره ۲۳، شماره ۳: صص ۴۶-۹
۱۹. سلیمانی، سید محمد (۱۳۷۸): سینمای ایران و نقش زنان در دفاع مقدس، مطالعات راهبردی زنان، شماره ۵: صص ۹۳-۹۹
۲۰. سنی، جعفر (۱۳۸۷) «آموزش فیلم‌نامه‌نویسی: از ایده تا فیلم‌نامه: نقش صدق‌پهرمان در فیلم‌نامه» نقد سینما، ش ۵۴ (اردیبهشت): صص ۸۰-۸۱
۲۱. صادقی مال امیری، منصور و دیگران (۱۳۹۳) طراحی و تبیین الگوی تصمیم‌گیری راهبردی فرماندهان سپاه در دفاع مقدس، سیاست دفاعی، دوره ۲۲، شماره ۳ (پیاپی ۸۷)، صص ۱۳۵-۸۹
۲۲. فرخی، میثم، هاشمی، محمد ساجد (۱۳۹۴) بازنمایی نگرش مردم به روحانیت در سینمای ایران (مورد مطالعه: سه فیلم زیر نور ماه، مارمولک و طلا و مس). رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال پنجم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۴: صص ۱۰۵-۱۲۶
۲۳. فرخی، میثم (۱۳۹۱) «رهبری در مسجد مورد مطالعه مسجد صفا»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال نوزدهم شماره دوم (پیاپی ۴۲). پاییز و زمستان ۱۳۹۱: صص ۱۱۳-۱۴۵



۲۴. فورسایت، دانلسون (۱۳۸۰)، *پویایی گروه (شناخت و سنجش)*، ترجمه جعفر نجفی زند و حسن پاشا شریفی، تهران: نشر دوران.
۲۵. قائد علی، حمیدرضا، عاشوری، مهدی (۱۳۹۳) *مدیریت جهادی شیوه‌ای تحقق‌یافته از مدیریت اسلامی*، فصلنامه مهندسی فرهنگی، سال نهم، شماره ۸۲، صص ۸۳-۶۷
۲۶. قوزانلو، جمیل (۱۳۶۲) «جنگ ده‌ساله ایران و روس» تهران: انتشارات دنیای کتاب، چاپ اول
۲۷. لطیفی، میثم، سعدآبادی، حسن (۱۳۹۰) *پژوهشی پدیدارشناسانه برای فهم جوهره مدیریت جهادی*، راهبرد فرهنگ، دوره ۷، شماره ۲۸: صص ۱۲۲-۹۱
۲۸. محمودزاده، علی، فروزش، اکبر و مرتضوی، مهدی (۱۳۸۸) *واکاوی و بازشناسی فرهنگ و مدیریت جهادی*، تهران: دفتر نمایندگی ولی فقیه، ویرایش اول
۲۹. موحد، خسرو (۱۳۸۶) *تبیین ویژگی‌های مدیریت جهادی*. مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی. جلد اول. تهران: نشر آموزش کشاورزی دفتر خدمات تکنولوژی آموزشی
۳۰. مورهدو گریفین (۱۳۷۵) *رفتار سازمانی*، ترجمه سید مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران: انتشارات مروارید.
۳۱. موسی‌خانی مرتضی (۱۳۸۵) *ارائه و تبیین شاخص‌های انتخاب مدل رهبری نوین ونحوه یکپارچه‌سازی آن در سازمان‌ها*. فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره چهاردهم، پاییز و زمستان ۱۳۸۵: صص ۱۶۳-۲۰۱
۳۲. موسی‌زاده، علی (۱۳۸۹). «*همت و کار در سیره فرماندهان شهید: ۳: شهید محمود کاوه*»، حصون ش ۲۸ (بهمن-اسفند): صص ۴۲-۴۸.
۳۳. ناجی عبدالکریم (۱۳۹۴) *بررسی و تبیین مبانی معرفتی و سیره تربیتی فرماندهان شهید دفاع مقدس*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد
۳۴. نادعلی، فتح‌الله (۱۳۹۵) *تکیه بر شانه‌های مدیریت جهادی (قسمت چهارم)*، فکه، شماره ۱۵۶: صص ۱۱-۱۰
۳۵. یوکل، گری (۱۳۸۲)، *مدیریت و رهبری در سازمان‌ها*، ترجمه محمد ازگلی و قاسم قنبری، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه امام حسین، چاپ اول.

## ۶-۲- منابع لاتین

1. Fiedler, Fred, (1970). "Leadership Experience and Leader Performance", *Organizational Behavior and Human Performance*, pp 1 – 14
2. Hall, S. (1997). "The Work of Representation", In *Cultural Representation and Signifying*, London: Sage.



3. Karmel, B. (1978). "Leadership: A challenge to traditional research methods and assumptions", Academy of Management Review, Vol. 3, pp. 475-482
4. Mayring, Philipp (2000). "Qualitative Content Analysis", Qualitative Social Research, Vo. 1, No. 2.

