

تبیین جایگاه نماد در فرهنگ سازمانی با تکیه بر اندیشه اسلامی

sadr598@chmail.ir

manteghi@qabas.net

کلیه علیرضا عباسی صدر/ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

محسن منطقی/ استادیار مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۱۱ - پذیرش: ۱۳۹۵/۰۵/۲۴

چکیده

فرهنگ سازمانی و مطالعه آن در سازمان‌های امروزی، یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین مباحث مطالعات مدیریتی محسوب می‌شود. عمده مطالعات در این حوزه، توسط اندیشمندان منتسب به مکتب نمادین تفسیری ارائه گردیده است. نتایج گسترده و کاربردی این یافته‌ها در سازمان و دانش مدیریت قابل کتمان نیست. در این میان، توجه به «نماد»، به عنوان جزئی از فرهنگ، و تأثیراتی که به کارگیری آن بر رفتار کارکنان دارد، مبحثی جدید در حوزه مطالعات رفتار سازمانی به شمار می‌رود. مبانی نظری و مفروضات حاکم بر «مکتب نمادین تفسیری»، که مبتنی بر شناخت‌گرایی ذهنی است، یا ترس از دچار شدن به نمادگرایی، و یا برخورد برخی مسلمان‌نماها در مواجهه با نمادها، که التزام به نماد را شرک معرفی می‌کنند، موانعی در توجه به جایگاه نماد در مطالعات مدیریت اسلامی به شمار می‌روند. تلاش این تحقیق بر آن است که با بررسی تحلیلی - توصیفی نگاه برخی عالمان اسلامی نسبت به نماد، جایگاه نماد را در مطالعات مدیریت اسلامی تبیین نماید. یافته‌های حاصل از بررسی کلام بزرگانی همچون علامه طباطبائی و شهید مطهری، نگاه ویژه عالمان دینی به نماد را می‌رساند، که البته این اهتمام به نماد، متکی بر مبانی معرفت‌شناختی و مفروضات اسلامی است. روش گردآوری اطلاعات «کتابخانه‌ای» بوده است.

کلیدواژه‌ها: نماد، رفتار، فرهنگ سازمانی، اسلام، اندیشمندان اسلامی.

مقدمه

دستورهای ناظر بر نوع پوشش و قوانین لباسی یکسان یا همان «کد پوشش» (dress code)، احتمالاً هزینه‌هایی برای سازمان در برخی موارد به همراه داشته باشد. مدیر سازمان با چنین هزینه‌ای به راحتی کنار می‌آید. در مایکروسافت و برخی سازمان‌ها، پوشش رسمی یک هنجار است؛ مثلاً در خطوط هوایی جنوب غربی، پوشش کارکنان به سبک «هالوین» است. البته در بانک‌های سرمایه‌گذاری نظیر گلدمن ساچز و حیطه‌های اداری، نظیر «نیمان مارکوس» و «ساکس» پوشش گران‌قیمت و خوش‌دوخت مد روز هنجار برتر است (جونز، ۱۳۹۰، ص ۲۰۳). در جی‌ام، بخش اجرایی در طبقه بالای دفاتر مرکزی «دترویت»، از دیگر ساختمان جدا می‌شود و صرفاً برای مدیران جی‌ام باز می‌شود. راهرو و دالان اختصاصی، مدیران ارشد را به هم مرتبط می‌کند و آسانسور خصوصی آنان به پارکینگ وصل می‌شود. طراحی ساختمان، خود نمادی از ارزش‌های سازمان است؛ مثلاً والت دیزنی، مهندس ژاپنی مشهور، آراتا ایوزاکی را برای طراحی تیم ساختمان دیزنی استخدام کرد که واحد طراحی دیزنی را در «اولارندو فلوریدا» ساخت. این طراحی غیرمعمول و رنگ‌های روشن آن اهمیت تخیل و خلاقیت را برای والت دیزنی و کارکنان آن به نمایش می‌گذارد (همان). شانل (Chanel S.A.)، به عنوان یک شرکت کالای شیک و خانه مد فرانسوی واقع در پاریس، در سال ۲۰۰۴ برای تبلیغ برند خود، پیش از ۳۳ میلیون دلار هزینه کرد. این پول هزینه فیلمی با بازی نیکول کیدمن شد که در بیشتر نماهای آن لوگوی شانل به چشم می‌خورد (پایگاه اینترنتی ویکی‌پدیا؛ پایگاه اینترنتی صد خبر).

پستن نورژ (Posten Norge)، یک شرکت خدمات پستی در نورژ، در سال ۲۰۰۸ برای بازسازی لوگوی خود، ۳۰۰ میلیون کرون نورژی هزینه کرد.

توجه به نام، برند، لباس مشترک، جایگاه ویژه و اموری از این دست، حاکی از اهمیت نماد به عنوان یکی از لایه‌های فرهنگ سازمانی در نگاه مدیران است. در دوران معاصر، نگاه به فرهنگ در مطالعات سازمانی، نگاه ویژه‌ای است. مفهوم‌سازی فرهنگ سازمانی از همان ابتدا، از نگاه نمادین تفسیری متأثر شد. مطالعه فرهنگ سازمانی در این مکتب، مبتنی بر شناخت‌شناسی ذهنی‌گرا، در برابر شناخت‌شناسی عینی‌گراست (هچ، ۱۳۸۹، ص ۲۷۵). این امر برای محقق مدیریت اسلامی، چالشی جدی فراهم می‌آورد. از سوی دیگر، جایگاه نماد و کارکرد آن در سازمان و فرهنگ سازمانی، قابل نادیده انگاشتن نیست. از سوی دیگر، مبانی قابل توجه در این زمینه، با مبانی اسلامی ناسازگارند.

در این نوشتار، در پاسخ به این سؤال که «آیا در مدیریت اسلامی برای نماد جایگاهی وجود

دارد؟» برای گام نخست، به جایگاه نماد در مطالعات رایج در غرب اشاره گردیده و سپس با بررسی مختصر اندیشه برخی اندیشمندان اسلام‌شناس، به اهمیت و توجه نسبت به نماد در فرهنگ اسلامی پرداخته شده است.

تأکیدهای فراوان و متعدد در آموزه‌های دینی بر تفکر در مبانی معرفتی و فهم آن، و یافتن شناخت عمیق از نظام ارزشی اسلام و التزام به آن، نباید ما را از اهتمام به لایه بیرونی فرهنگ اسلامی دور کند. پرداختن فراوان در آموزه‌های دینی به لایه‌های درونی، باید اهمیت توجه به فرهنگ دینی و البته مغز آن را، که مبانی و مفروضات آن هستند، بیشتر کند، نه اینکه ارزش لایه‌های بیرونی را بکاهد. اما در عمل، خلاف این را مشاهده می‌کنیم. رفتار برخی مسلمان‌نماها نیز این روند را تقویت کرده است؛ مسلمان‌نماهایی که حتی احترام به خانه کعبه را نیز شرک به حساب آورده، بدعت تلقی می‌کنند.

بررسی کارواژه‌های بحث

الف. فرهنگ

واژه «فرهنگ» (culture)، مرکب از «فر»، که پیشاوند است، و «هنگ» از ریشه «تنگ» اوستایی، به معنای «کشیدن»، و «فرهختن» و «فرهنگ» هر دو مطابق است با ریشه Educate و Endure به معنای «تعلیم و تربیت» و «کشیدن»، و به معنای «فرهنج» است که «علم و دانش و ادب» باشد (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱). واژه «فرهنگ» در لغت‌نامه لاتین این‌گونه معنا شده است:

– مجموعه عقاید، سنت‌ها، و شیوه زندگی یک جامعه مشخص (لانگ من، ۲۰۰۳، ص ۶۷)؛

– هنر، موسیقی، و تئاتر (همان)؛

– هنر، اندیشه‌ها و شیوه زندگی یک گروه از مردم (کراولی، ۱۹۹۴، ص ۸۱).

«فرهنگ» همان «نتیجه فعالیت انسانی» است؛ «برنامه‌ریزی جمعی ذهن»، «روح جمعی» یا نوعی «پیوند اجتماعی» است که افراد را در کنار یکدیگر نگه می‌دارد (جوینت و وارنر، ۱۳۸۵، ص ۱۰). «فرهنگ» کلمه راهنمایی برای همه‌الگوهای تفکر و اساس عمل است و امور معمولی و بی‌اهمیت در زندگی را نیز دربرمی‌گیرد؛ اموری مانند سلام و احوال‌پرسی، غذا خوردن، احساسات آشکار و یا نا آشکار، رعایت فاصله فیزیکی خاص از دیگران، عشق‌ورزی و حفظ بهداشت بدنی (هافستد، ۱۹۹۱، ص ۵). «فرهنگ» الگویی است از پیش‌فرض‌های مسلم انگاشته شده درباره یک مجموعه خاص از مردم برای گذران امور روزانه خود چگونه باید بیندیشند، عمل کنند و چه احساسی داشته باشند

(جوینت و وارنر، ۱۳۸۵، ص ۱۰). مفهومی گسترده است که تمام الگوهای که در جامعه آموخته می‌شوند، در آن غنا می‌یابد و از طریق نمادها منتقل می‌شوند (ساروخانی، ۱۳۷۰، ص ۱۶۵) و بر دانش، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها، آداب و رسوم، هنر، زبان، کاربرد فناوری، قواعد مشترک اعضای جامعه یا اجتماع دلالت دارد. فرهنگ از طریق فرایند اجتماعی شدن (Socialization) و سایر مصنوعات، به‌ویژه تماس بین فرهنگی و صنعت فرهنگی، از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. به‌طور کلی، می‌توان گفت: فرهنگ نحوه و روش زندگی است (میرزایی، ۱۳۹۳، ص ۷۹۹).

ب. فرهنگ سازمانی

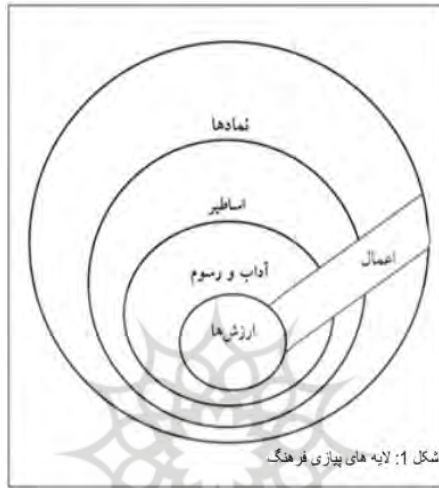
تعاریفی که از «فرهنگ» گفته شده تعاریفی عام است. ما غالباً به فرهنگ در سطح کلان اندیشیده‌ایم؛ مانند فرهنگ آمریکایی، فرهنگ انگلیسی، فرهنگ فرانسوی، فرهنگ آلمانی، فرهنگ اسکاندیناویایی و نظایر آن. اما امروزه این مفهوم را توسعه داده‌ایم، به‌گونه‌ای که «سطح سازمانی» یا «شرکت» را نیز شامل می‌شود. بنابراین، شخص می‌تواند از فرهنگ شرکت آ.ی. بی. ام، فرهنگ جنرال موتورز، فرهنگ شل و نظایر آن سخن به میان آورد (جوینت و وارنر، ۱۳۸۵، ص ۱۱). این کلمه از سوی برخی پژوهشگران و مدیران سازمانی برای نشان دادن فضای سازمانی و اعمالی که سازمان‌ها در خصوص ادارهٔ افرادشان انجام می‌دهند یا برای اشاره به ارزش‌های حمایتی و مجموعه‌ای از باورهای سازمانی به کار رفته است (شاین، ۱۳۸۳، ص ۱۷).

«فرهنگ سازمانی» (organizational culture) به عنوان نظام اعتقادات و باورهای اساسی، ارزش‌ها و الگوهای اساسی رفتاری، که عموماً افراد سازمان به آن پایبند بوده و در طول زمان نیز توسعه یافته‌اند، تعریف می‌شود (زارعی‌متین، ۱۳۸۸، ص ۳۰۱). همچنان‌که شخصیت هر فرد او را از دیگران متمایز می‌کند، فرهنگ سازمانی نیز هر سازمان را از سازمان دیگر متمایز می‌کند (قلی‌پور، ۱۳۸۸، ص ۱۸۷).

فرهنگ هر گروه الگویی است از مفروضات مشترک که گروه فرامی‌گیرد، به گونه‌ای که مشکلات انطباق‌پذیری خارجی و هماهنگی داخلی آن را حل می‌کند، و به سبب عملکرد و تأثیر خویش، معتبر دانسته می‌شود و از این حیث، به مثابهٔ روش صحیح ادراک، تفکر و احساس در خصوص آن مشکلات، به اعضای جدید گروه آموزش داده می‌شود (شاین، ۱۳۸۳، ص ۳۰).

تعریف «فرهنگ سازمانی» بین دو حد «روش انجام دادن کارها» و «روش فکر کردن دربارهٔ کارها» قرار می‌گیرد (زارعی‌متین، ۱۳۸۸، ص ۳۰۱). «فرهنگ سازمانی» شیوهٔ عمل یک سازمان است و متشکل از ارزش‌ها، باورها، فرض‌ها، نمادها، و مصنوعاتی که عملکرد سازمان و اعضای آن را هدایت می‌کنند.

فرهنگ سازمانی تأثیر زیادی بر پیامدهای سازمان، از جمله عملکرد، کشش و جذابیت، تخصیص منابع، نگهداری، رضایت و رفاه کارکنان دارد (میرزایی، ۱۳۹۳، ص ۸۰۳). اگر ما دریابیم که مفروضات معینی در تمام واحدهای سازمان مشترکند، در این صورت، می‌توانیم قانوناً از فرهنگ سازمانی واحدی سخن بگوییم (شاین، ۱۳۸۳، ص ۳۳).



ج. نماد

واژه «نماد» -ن یا ن- به معنای اسم مصدری «نمود»، و به معنای فاعلی «ظاهر کننده» هم آمده است. «نماد» یعنی: نماینده و ظاهر کننده (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۳). «نماد» یعنی نمود، نما، نماینده (عمید، ۱۳۸۷، ص ۱۹۱۹). این واژه در لاتین، به معنای «یک عکس، کلمه، یا نشانه است که نمایانگر چیز دیگری باشد» تعریف می‌شود (لانگمن، ۲۰۰۳، ص ۳۰۸). نماد، که در لغت به معنای «نمود» است، حاصل مصدر از نمودن است و نمودن -ن، ن- به معنای نشان دادن، آشکار کردن، ارائه دادن، هویدا کردن، به نظر رساندن، در نظر جلوه‌گر ساختن، نمایش دادن، معرفی کردن و شناساندن. همچنین به معنای فاعل آمده که ظاهرکننده و نمایاننده باشد و مترادف با «نماد» و «نمودن» (مصدر) نیز گرفته شده، به معنای نشان دادن، ظاهر کردن و نمایان گردانیدن. به تعبیر دیگر، «نماد» به معنای «نمود، نشان، سمبل، آنچه مظهر چیزی است» و به معنای «جهان هستی» به کار می‌رود. معناها و تعریف‌هایی که برای واژه «نماد»، مصدر (نمودن) و حاصل مصدر (نمود) آن بیان شده، با وجود تفاوت و اختلاف در تعبیر، بیان‌کننده مفهوم واحدی هستند یا اینکه به لوازم معنا اشاره دارند، و آن معنای واحد «ظهور و ارائه حقیقتی است که در قالب مصدر به صورت ظهور کردن و ارائه دادن» بیان می‌شود (پارسا، ۱۳۷۳،

ص ۱۱-۱۳). «نماد» هر چیزی است که تجلی نوعی پیوند آگاهانه یا ناآگاهانه با نوعی مفهوم یا معنای گسترده‌تر باشد (هچ، ۱۳۸۹، ص ۲۹۶).

نمادها به نحوی اثربخش، معانی اخلاقی، زیبایی‌شناختی، شناختی و انگیزشی را برای اعضای سازمان خلاصه‌سازی می‌کنند (چامپوکس، ۱۹۹۶، ص ۱۰۷). «نماد» نشانه‌ای است که میان صورت و مفهوم آن، نه شباهت عینی است و نه رابطه همجواری، بلکه رابطه‌ای است قراردادی، نه ذاتی و خود به خودی (محمسنیان‌راد، ۱۳۸۵، ص ۲۰۲). اگر لایه‌های فرهنگ را به صورت لایه‌هایی محاط بر لایه‌های زیرین در نظر بگیریم - همان تعبیر لایه‌های پیازی هافستد (شکل ۱) - «نماد» آن لایه بیرونی است؛ یعنی فرهنگ، که به صورت لایه‌لایه تصور شده است، در دل خود و لایه‌های زیرین خود - به ترتیب - مبانی، ارزش‌ها،... را دارد، تا به خارجی‌ترین لایه، یعنی نماد می‌رسد (هافستد، ۱۹۹۱، ص ۷۸).

نماد در ادبیات دینی

پیش از پرداختن به نظر عالمان و اندیشمندان غربی و اسلامی راجع به نماد، جا دارد برای فهمی بهتر از نماد، به اصطلاحاتی مرتبط اشاره کنیم. تأمل بر این اصطلاحات و از سوی دیگر، توجه به تعریفی که از «نماد» ارائه شد، واژه «نماد» را در ذهن محقق مدیریت اسلامی مأنوس‌تر خواهد ساخت.

در ادبیات دینی، شامل متن مصحف شریف، روایات و نوشته‌های بزرگان دین، لغت و اصطلاحی را نمی‌توان دقیقاً مترادفی یگانه برای «نماد» قلمداد کرد. اما واژه‌هایی وجود دارد که حاکی از مقصود ماست، که به اهم آنها اشاره می‌گردد:

۱. شعائر الله

در برخی آیات، شترهای قربانی، خود حج، صفا و مروه از شعائر الهی معرفی شده‌اند و بر احترام و گرامیداشت آنها تأکید شده است:

«إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ» (بقره: ۱۵۸)؛ همانا (دو کوه) صفا و مروه از نشانه‌های (دین و پرستش) خداست. پس کسی که حج خانه خدا کند یا عمره بجا آورد، بر او گناهی نیست (بلکه واجب است) که بر آن دو طواف کند (میان آن دو سعی نماید؛ از آن رو که مشرکان قبل از اسلام بتی را در هر یک از صفا و مروه نصب کرده بودند و در هر شوط، به آنها احترام می‌گذاشتند سبب حرمت سعی شما نمی‌شود) و هر که کار نیکی افزون بر حد واجب انجام دهد (بر تعداد سعی و طواف بیفزاید) خداوند سپاسگزار و داناست.

- «وَالْبُدْنَ جَعَلْنَاهَا لَكُمْ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ لَكُمْ فِيهَا خَيْرٌ فَاذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهَا صَوَافَّ فَإِذَا وَجَبَتْ جُنُوبُهَا فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطْعَمُوا الْقَانِعَ وَالْمُعْتَرَّ كَذَلِكَ سَخَّرْنَاَهَا لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ» (حج: ۳۶). و شترهای تنومند را برای شما (در مراسم حج) از شعائر خدا قرار داده‌ایم. در آنها، برای شما خیر (دنیا و آخرت) است. پس (در هنگام قربانی) درحالی که سرپا ایستاده باشند نام خدا را بر آنها ببرید (و نحر کنید) و چون پهلوهایشان بر زمین خورد (و تذکبه شدند) از آنها بخورید و به تنگ‌دستان قانع و فقیران اهل توقع نیز اطعام کنید. اینچنین آنها را رام شما کرده‌ایم، شاید که شکرگزارید.

- «ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ» (حج: ۳۲)؛ این است (برنامه حج)، و هر کس شعائر خدا را (علامت‌های حج او و هر علامت دینی را) بزرگ شمارد بی‌تردید، (تعظیم شعائر الهی) نشئت یافته از تقوای دل‌هاست (مشکینی، ۱۳۸۱، ص ۳۳۶).

- «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَّبِعُونَ فَضلاً مَنْ رَبِّهِمْ وَرِضواناً وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نَ أَنْ صَدُّوَكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ» (مائده: ۲)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، شعائر و حدود الهی (و مراسم حج را محترم بشمارید! و مخالفت با آنها) را حلال ندانید، و نه ماه حرام را، و نه قربانی‌های بی‌نشان و نشاندار را، و نه آنها را که به قصد خانه خدا برای به دست آوردن لطف پروردگار و خشنودی او می‌آیند. اما هنگامی که از احرام بیرون آمدید صیدکردن برایتان مانعی ندارد و خصومت با جمعیتی که شما را از آمدن به مسجدالحرام (در سال حدیبیه) بازداشتند، شما را وادار به تعدی و تجاوز نکند! و (همواره) در راه نیکی و پرهیزگاری با یکدیگر تعاون کنید و (هرگز) در راه گناه و تعدی همکاری نکنید. از (مخالفت فرمان) خدا بپرهیزید که مجازات خدا شدید است! (مکارم شیرازی، ۱۳۷۳، ص ۱۰۷).

۲. آیه

«آیه» را نیز می‌توان به عنوان نماد در نظر گرفت؛ زیرا به‌گونه‌ای حکایت‌گری دارد. بر اساس آیات قرآن، همه پدیده‌ها و مخلوقات نماد قدرت الهی‌اند و از آنها به «آیات الله» تعبیر شده است:

«إِنَّ الَّذِينَ يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ النَّبِيَّ بِغَيْرِ حَقٍّ وَيَقْتُلُونَ الَّذِينَ يَأْمُرُونَ بِالْقِسْطِ مِنَ النَّاسِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ، أُولَئِكَ الَّذِينَ حَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَا لَهُمْ مِنْ نَاصِرِينَ» (آل عمران: ۲۱-۲۲)؛ همانا کسانی که به آیات خدا کفر می‌ورزند و پیامبران را به ناحق می‌کشند و از مردم، کسانی را که به قسط و عدل امر می‌کنند به قتل می‌رسانند، آنان را به عذابی دردناک بشارت ده. آنها کسانی‌اند که

عمل‌های (خیرشان) در دنیا و آخرت تباه شده است (کارهای خیرشان آثار نیک دنیوی و پاداش اخروی ندارد) و آنها را هیچ یآوری (شفاعت‌کننده‌ای در آخرت) نخواهد بود (مشکینی، ۱۳۸۱، ص ۵۳).

۳. سنت

واژه سنت را باید در بیان آیات و اصطلاح روایی، به صورت جداگانه بررسی کرد.

الف. سنت در آیات: در آیات قرآن کریم، «سنت» با معنای خاصی در قالب «سنة الله» و مختص خداوند آمده است:

«سنة الله في الذين خلوا من قبل و لكن تجد لسنة الله تبديلاً» (احزاب: ۶۲)؛ (این نوع عذاب) سنت (جاری) خداست درباره کسانی (نظیر آنها) که پیش از این در گذشته‌اند، و هرگز در سنت خدا تبدیلی نخواهی یافت (همان، ص ۴۷۱).

«ما كان على النبي من حرج فيما فرض الله له سنة الله في الذين خلوا من قبل وكان امر الله قدراً مقدوراً» (احزاب: ۳۸)؛ هیچ منعی بر پیامبر در آنچه خدا بر او واجب کرد، نیست. این سنت الهی درباره یشینیان نیز جاری بوده و فرمان خدا روی حساب و برنامه دقیق است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۳، ص ۳۹۷).

«سنة الله التي قد خلت من قبل و لكن تجد لسنة الله تبديلاً» (فتح: ۲۳)؛ این سنت الهی است که در گذشته نیز بوده و هرگز برای سنت الهی تغییر و تبدیلی نخواهی یافت! (همان، ص ۵۱۴).

سنت‌های الهی مبتنی بر علم و حکمت الهی است و با قدرت الهی جاری می‌شود. از این رو، نمادی از علم، قدرت و حکمت خداوند به شمار می‌آیند. برای انسان موحد، در مواجهه با پدیده‌های همچون زلزله - به عنوان یک عذاب الهی - معانی دیگری تداعی می‌کند. این نمایان‌گری به واسطه نماد بودن این واقعه است. تأکیدهای خداوند متعال به اجرای هر سنت در محل خاص خود، و تغییرناپذیری و تبدیل‌ناپذیری آن، این نمایان‌گری را تقویت می‌کند.

ب. سنت در روایات: آنچه در ادبیات روایی ما از «سنت» فهمیده می‌شود عبارت است از: سخن، رفتار و تقریر معصوم (مسعودی، ۱۳۸۹، ص ۳) که شامل هرگونه تجویز و توصیف اعمال و رفتار مسلمان واقعی می‌شود. با تعریفی که از «نماد» ارائه شد، این مجموعه، دربردارنده نمادهای اسلامی است.

جایگاه نماد در نگاه غرب

بررسی جایگاه نماد در دیدگاه اندیشمندان غربی، بحثی گسترده است که از مجال این نوشتار خارج است. بحث از نماد و نشانه را می‌توان از آثار ارسطو و افلاطون آغاز کرد و در حوزه‌ها و رشته‌های گوناگون سرخ‌های این موضوع را یافت - در قرون اخیر نیز در رشته‌های گوناگون

علمی، به شکل‌های گوناگون، بحث‌هایی دربارهٔ نماد مطرح شده است؛ نظرات و نوشته‌های افرادی همچون؛ وایت (Leslie White) در انسان‌شناسی؛ فروید، یانگ و لاکان در روان‌شناسی؛ دوسوسور، بارت، پیرس، و دریدا در هنر، نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی؛ هربرت مید، بلومر و مایرز (Myers) در جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و علوم ارتباطات؛ ادگار شاین و ماری جو هچ در مدیریت که هرکدام نیز بر اساس مکتب، رشته و نگاه خود، از زاویهٔ خاصی به بحث نماد و نشانه پرداخته‌اند (ر.ک: عباسی صدر، ۱۳۹۴).

در اینجا، به تناسب نگاه مدیریتی و سازمانی، به بررسی تفکرات شاین و هچ بسنده شده و فقط به نظر وایت اشاره می‌گردد که از نظر نویسنده، افراطی‌ترین توجه را به نماد دارد:

الف. لسلی وایت

لسلی وایت با نگاهی انسان‌شناسانه مبتنی بر یافته‌های داروین دربارهٔ تکامل انسان از میمون، با تکیهٔ تمام بر داروینیسیم، ممنوع بودن انسان و میمون را مطرح کرده است و تنها تفاوت انسان و دیگر حیوانات را در خلق و فهم نمادها می‌داند. نماد: خاستگاه و پایه رفتار انسان اثر لسلی وایت، انسان‌شناس مطرح قرن بیستم، با نگاه و رویکرد داروینیسیم به ارتباط نماد و رفتار پرداخته است. وی در این اثر مطرح می‌کند که انسان (ذهن انسان) و گاو و یا هر حیوان دیگر تفاوتی بنیادین با یکدیگر ندارند. آنچه هست، یک تفاوت درجه است. از نظر وایت، تنها تفاوت میان انسان و دیگر حیوانات، توان به کارگیری نمادها توسط انسان است. درک و تصور معنای یک نماد توسط حواس ممکن نیست. معنای یک نماد تنها به خاطر میانجی‌ها و وسایل نمادین و معمولاً تولید سخن، می‌تواند مبادله شود. یک سگ هم می‌تواند پاسخ مناسب یک پیام صوتی را بیاموزد. اما این کلام برای یک سگ فقط نشانه است، درحالی‌که کلام برای انسان، نماد است؛ یعنی بین معنا و شکل فیزیکی آن تفاوت وجود دارد. انسان می‌تواند با سگ - و با همهٔ جانوران دیگر - نقشی فعال در تعیین ارزش محرک صوتی ایفا نماید (نمادسازی کند) سگ نمی‌تواند این کار را انجام دهد. تمام فرهنگ (تمدن) به نماد وابسته است. این به کار انداختن قوهٔ نمادین است که فرهنگ را به هستی کشانده و این استفاده از نماد است که دوام فرهنگ را ممکن می‌سازد. بدون نماد، فرهنگی وجود نداشت و بشر صرفاً یک حیوان بود، نه یک موجود انسانی. از آن‌رو که نماد نوع بشر را انسان ساخته، پس با هر عضوی از این نژاد همراه است. یک نوزاد، تا آنجا که به رفتار او مربوط می‌شود یک انسان نیست. تا زمانی که نوزاد سخن گفتن را کسب نکند هیچ چیزی وجود ندارد که رفتار او را از لحاظ کیفی از رفتار یک میمون جوان متمایز کند. کودک زمانی یک انسان

می‌شود که از نمادها استفاده کند و دلیل انسان‌شدنش نیز همین است. تنها با استفاده از سخن است که کودک می‌تواند به امور انسانی نوع بشر وارد شود و ایفای نقش نماید (White, 1944). یافته‌های وایت با توجه به تفاوت‌های بنیادین در نگاه به مبدأ هستی، سیر تکامل و تطور انسان، نگاه انسان‌شناسانه مادی و مانند آن از فضای بحث ما دور است. اما در طیف توجه به نماد یا عدم توجه به آن، وایت را می‌توان در افراطی‌ترین حالت توجه به نماد قرار داد.

ب. شاین

شاین محور بررسی هر سازمانی را فرهنگ آن می‌داند. بر مبنای نظر او، فرهنگ سازمانی در سه سطح قابل بررسی است: سطح مصنوعات و تجلیات خارجی، سطح ارزش‌ها، سطح زیربنایی و مبانی.

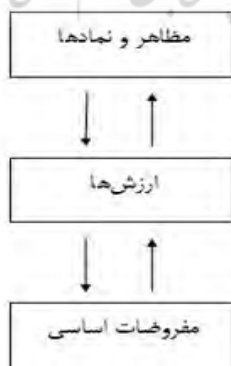
سطح اول. مصنوعات، مظاهر و جلوه‌های ظاهر فرهنگ سازمانی: این سطح از فرهنگ دربرگیرنده آن دسته از جلوه‌های ظاهری، اعم از فیزیکی، کلامی، و رفتاری است که در بدو ورود، به یک سازمان قابل لمس است. معماری، محیط فیزیکی، زبان، فناوری، آیین‌ها، مراسم و تشریفات، نمادها، اسطوره‌ها، تکیه‌کلام‌ها، داستان‌ها، نحوه پوشش، آرایه‌ها و هر آن چه در سازمان ملموس و قابل مشاهده است، نمونه‌ای از این مظاهر فرهنگی است. این سطح به سبب اهداف تجزیه و تحلیل فرهنگی، همچنین شامل آن‌گونه رفتار آشکار گروه و فرایندهای سازمانی می‌شود که چنین رفتارهایی در آن معمول و رایج است. مهم‌ترین نکته در خصوص این سطح فرهنگ آن است که مشاهده‌اش آسان و کشف رمز آن مشکل است. مصریان و اقوام مایایی ساکن مکزیک، هر دو هرم‌های دیدنی و بزرگ می‌ساختند. اما مفهوم اهرام در هر فرهنگی بسیار متفاوت است: در یک فرهنگ آرامگاه، و در فرهنگ دیگر، هم معبد و هم آرامگاه مطمح نظر است. مشاهده‌گر می‌تواند شرح دهد که چه چیزی می‌بیند و احساس می‌کند، اما نمی‌تواند از این مسئله به تنهایی بفهمد که این چیزها در یک گروه معین چه معنایی دارد، یا اینکه آیا آنها حتی مفروضات بنیادی مهمی را منعکس می‌سازند یا خیر (شاین، ۱۳۸۳، ص ۳۹).

یکی از جنبه‌های قابل مشاهده فرهنگ سازمانی، نمادهای موجود در سازمان است. یک «نماد فرهنگی» عبارت است از: یک فعالیت، شیء، و رویداد که در خدمت انتقال یک معنای فرهنگی قرار دارد. لباس‌های متحدالشکل کارکنان شرکت‌های UPS و فدرال اکسپرس، که نمایان‌گر آن شرکت هستند، مثال خوبی برای نماد است. اگرچه نماد کاملاً قابل مشاهده است، اما اهمیت و معنایش چندان آشکار نیست (اسکرمرهوم، ۲۰۰۲، ص ۴۹). برخی معتقدند: پاسخ شخصی فرد به مصنوعات فیزیکی مثل ساختمان‌ها و شیوه چیدن وسایل دفتری، می‌تواند به سمت شناسایی تصویرهای اصلی و

استعاره‌های بنیادینی هدایت شود که عمیق‌ترین سطح فرهنگ را منعکس می‌کند. این امر در صورتی درست خواهد بود که سازمانی که فرد در حال کشف فرهنگ آن است، همان فرهنگ بزرگی را داشته باشد که پژوهش‌گر داراست. مشکل این است که نمادها مبهم‌اند و فرد تنها می‌تواند بینش و نگرش خود را در خصوص منظور و مفهوم احتمالی برخی چیزها بیازماید؛ البته در صورتی که او این فرهنگ را در سطح ارزش‌های آن و مفروضات اساسی‌اش نیز تجربه کرده باشد. اگر کسی بخواهد به درک مصنوعات دست یابد باید تلاش کند ارزش‌های حمایت شده، هنجارها و مقرراتی که اصول عملی روزمره را فراهم می‌کند و اعضای گروه رفتارشان را از آن طریق هدایت می‌کنند، تجزیه و تحلیل نماید (شاین، ۱۳۸۳، ص ۴۰).

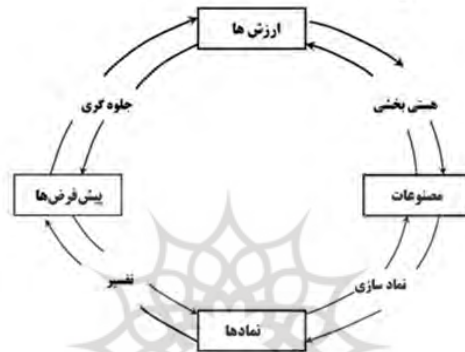
سطح دوم. ارزش‌ها: در این قسمت، چرایی جلوه‌های ظاهری (سطح اول) مشخص می‌شود. ارزش‌ها بایدهای درون سازمانی را مشخص می‌سازد و تعیین می‌کند چه چیزی در سازمان مهم است، و به چه چیزی باید توجه کرد. طبیعی است که حاکمیت هر یک از این روش‌ها، رفتارها، ابزارها و جلوه‌ها ظاهر متفاوتی را در سازمان به وجود خواهند آورد (همان، ص ۴۴).

سطح سوم. مفروضات و باورهای بنیادی: در ژرف‌ترین سطح فرهنگ، مفروضات ناخودآگاه و مسلم دربارهٔ چگونگی حل مسائل سازمانی جای گرفته است. این مفروضات اساسی به اعضا می‌گویند که چگونه دربارهٔ این امور فکر کنند. ذهن انسان به ثبات ادراک نیاز دارد. بنابراین، هرگونه مبارزه با فرضیهٔ اساسی و یا زیر سؤال بردن آن سبب اضطراب و حالت تدافعی می‌شود. آنها نشان‌دهندهٔ مفروضات غیرقابل بحث و خدشه‌ناپذیر در خصوص برقراری رابطه با محیط و نیز ماهیت انسان، فعالیت انسان و روابط انسان هستند. این سطح، غیرقابل مشاهده و کاملاً پنهان است (همان، ص ۴۵-۵۲).



ج. ماری جو هج

الگوی «پویایی‌های فرهنگی»، مبتنی بر نظریه شاین (فرهنگ به عنوان پیش‌فرض‌ها، ارزش‌ها و مصنوعات) ساخته شده است. اما این الگو به جای تمرکز روی این عناصر، بر پویایی‌ها و فرایندهای پیونددهنده این عناصر تمرکز می‌کند. بر اساس الگوی «پویایی‌های فرهنگی»، تعامل عمیق و تأثیرگذاری متقابلی میان پیش‌فرض‌ها، ارزش‌ها، مصنوعات و نمادها - که بر اساس مصنوعات ساخته می‌شوند - وجود دارد و تغییر در یکی از آنها می‌تواند دیگری را تحت تأثیر قرار دهد (هج، ۱۳۸۹، ص ۴۷۹).



شکل (۲): الگوی پویایی‌های فرهنگی (هج، ۱۹۹۷، ص ۳۳۳)

الگوی «پویایی‌های فرهنگی» فرهنگ را به عنوان فرایندی که از طریق آن مصنوعات و نمادها در بستر ارزش‌ها و پیش‌فرض‌های سازمانی خلق می‌شوند، تبیین می‌کند شکل ۲. نیمه بالای الگوی «پویایی‌های فرهنگی» را فرایندهای جلوه‌گری و هستی‌بخشی توصیف می‌کند، درحالی‌که نیمه پایینی الگو آنچه را پس از تبدیل شدن مصنوعات به بخشی از مجموعه نمادین سازمان رخ می‌دهد، توصیف می‌کند. احتمال تغییر فرهنگی زمانی روی می‌دهد که پیش‌فرض‌ها به صورت نمادین، درون فرایند تفسیر، به چالش طلبیده شوند. برای مثال، در فرهنگی که به تبلی انسان معتقد است، ظهور فردی سختکوش این پیش‌فرض بنیادین را، که انسان‌ها ذاتاً تنبل هستند، به چالش می‌کشد و احتمال شکل‌گیری معنای جدیدی را درون فرهنگ میسر می‌سازد. بر اساس الگوی پویایی‌های فرهنگی، مدیران به عنوان حامل نمادها، فقط زمانی در فرایندهای فرهنگی تغییر ایجاد می‌کنند که تفسیر دیگران از آنها موجب تغییر در پیش‌فرض‌ها، ارزش‌ها و یا مصنوعات شود (نظری‌پور، ۱۳۸۶، ص ۵۲).

فرایند ایجاد مصنوعات، پیش‌فرض‌ها و ارزش‌ها انتظاراتی درباره جهان ایجاد می‌کنند که تصاویر ذهنی و چشم‌اندازهایی برای راهنمایی عمل فراهم می‌سازند. این فرایند «جلوه‌گری» نامیده می‌شود.

وقتی فرهنگ از طریق تصاویر ذهنی و ارزش‌های آشکار، کنش افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، کنش متأثر از این نوع فرهنگ، مصنوعات را تولید می‌کند. تولید مصنوعات به فرایند هستی‌بخشی اشاره دارد. فرایندی که از آن طریق نمادها بر اساس مصنوعات ساخته می‌شود «نمادسازی» نامیده می‌شود. برای مثال، وجود ساعت حضور و غیاب و گزارش عملکرد روزانه به کارکنان می‌گوید که آنها قابل اعتماد نیستند و منجر به شکل‌گیری نوعی احساس رنجش و محرومیت در آنها می‌شود. فرایند تفسیر برای کمک به تعیین نمادها از پیش‌فرض‌ها استفاده می‌کند، اما به نمادها اجازه می‌دهد تا پیش‌فرض‌های موجود را حفظ کنند یا آنها را به چالش بکشند. تغییر فرهنگی زمانی رخ می‌دهد که پیش‌فرض‌ها به صورت نمادین درون فرایند تفسیر به چالش کشیده شوند.

بررسی جایگاه نماد در نگاه اندیشمندان مسلمان

در بین آراء اندیشمندان مسلمان در باب نماد، شاید مباحث راجع به زبان، بیش از همه جلوه‌نمایی کند. نخستین دانشمندی که به دسته‌بندی علوم پرداخته، ابونصر فارابی است که مجموع علوم را در کتاب احصاء العلوم، به پنج طبقه علوم زبانی، استدلالی، آموزشی، طبیعی و مدنی تقسیم کرده است. خلاصه نظریه فارابی در علوم زبانی آن است که بحث عمده در این طبقه از علوم، بحث در خصوص اصل لغت یک زبان خاص، قواعد صرفی و نحوی و به‌ویژه بحث درباره جایگاه کلمات مفرد در الفاظ مرکب یا کلام و ارتباط هر یک از کلمات با یکدیگر است. البته مباحث زبان‌شناختی به مسائلی که فارابی آنها را برشمرده است، محدود نمی‌شود. افزون بر مباحث صرفی و نحوی، بررسی‌های صوتی و معنایی نیز در آثار قدما مشاهده می‌شود و اهمیت آنها چه بسا بیش از صرف و نحو باشد. بخشی از این بررسی‌ها از همان آغاز، در کتاب‌های نحو مانند الکتاب سیبویه گنجانده شده و برخی دیگر مانند مسائل معناشناختی و تفسیر متن در آثار فلاسفه، منطقیان و نیز آثار فقیهان در علم اصول فقه بررسی گردیده‌اند. بخشی از آثار علمای منطق و اصول فقه به مباحث الفاظ مربوط می‌شود که در مطالعات زبان‌شناختی جایگاه ویژه‌ای دارد. اهمیت مطالعات زبان‌شناختی در بین مسلمانان، به قرآن است؛ زیرا این مطالعات در جهان اسلام از قرآن سرچشمه گرفته است (دین‌محمدی، ۱۳۸۹، ص، ۲۳-۲۴).

آنچه در زمینه زبان‌شناسی انجام گرفته است نباید ما را از دیگر مباحث دور کند. مباحث تفسیر قرآن در رمزگشایی آیات قرآن تماماً جزو زبان‌شناسی محسوب نمی‌شود. تفسیرهای روایی، تفسیر آیه با آیه، و مدد جستن از تجربه و عقل در تفسیر نیز باید مد نظر قرار گیرند. آموزه‌های گسترده، عمیق و

دقیق در باب نمادهای رفتاری، کلامی و فیزیکی که در آثار علمای بزرگ اسلامی، به‌ویژه در کتاب‌های علمای اخلاق مصادیق زیادی دارد، از نکاتی است که باید به تفصیل بررسی شود؛ آثاری همچون: **جامع السعادات**، اثر ملا محمد مهدی نراقی؛ **معراج السعادة** اثر ملا احمد نراقی؛ **المقامات العلیه** (خلاصه معراج السعاده) اثر شیخ عباس قمی؛ **قلب سلیم**، و **گناهان کبیره** اثر شهید سید عبدالحسین دستغیب؛ **مراحل اخلاق در قرآن و مفاتیح الحیاة** اثر عبدالله جوادی آملی؛ **به سوی خود سازی**، اثر علامه محمد تقی مصباح یزدی؛ **اخلاق و راه سعادت**، اثر بانو مجتهده امین؛ **گناه‌شناسی**، اثر محسن قرائتی؛ **محجۃ البیضاء فی تهذیب الاحیاء**، اثر ملا محسن فیض کاشانی؛ و در رأس همه به **صحیفه سجادیه** و **رسالة حقوق امام سجاد** و شروحی که بر این کتاب‌های ارزشمند نوشته شده اشاره نمود. در این آموزه‌ها، نمادهای رفتاری، کلامی و فیزیکی ذکر شده و در برخی، آثار و اهمیت آنها نیز قید گردیده است. با نگاهی وسیع‌تر، حتی مباحثی را که برخی علما در باب برخی علوم غریبه همچون علم حروف، اعداد و اشکال نسبت به آثار این نمادها دارند نیز می‌توان بررسی کرد. در این مقاله، به اجمال به برخی نظرات به عنوان نمونه اشاره می‌گردد:

۱. شهید اول

برای فهم اهمیت و جایگاه نماد در نگاه اسلامی و اندیشه عالمان دینی، کافی است قدری با سیره عالمان در صدور فتوا آشنا شویم. دقت و تعمقی که عالمان ربانی در کشف یک حکم شرعی به خرج می‌دهند و رعایت احتیاطی که در صدور فتوا لحاظ می‌کنند، ارزش و اعتبار فتوای آنها را بالا می‌برد. با توجه به این نکته، فتوای شهید اول بر وجوب مهاجرت در جایی که امکان اظهار نمادهای اسلامی وجود ندارد، مهر فصل الخطابی بر جایگاه نماد در نگاه اندیشمندان و عالمان اسلامی است: «ویجرمُ المُقَامُ فی بلدِ الشِّرْکِ لِمَنْ لَا یَتِمَّکُنُّ مِنْ إظهارِ شعائرِ الإسلامِ» (شهید ثانی، ۱۴۱۰ق، ج ۲، ص ۳۸۳).

البته این فتوا مخصوص ایشان و شارح کتابشان یعنی شهید ثانی نیست، بلکه دیگر فقها نیز چنین فتوایی دارند (ر.ک: شهید ثانی، ۱۴۱۴ق، ج ۱، ص ۶۶۹، اردبیلی، ۱۴۰۳ق، ج ۷، ص ۴۳۶، نجفی؛ ۱۴۰۴ق، ج ۲۱، ص ۳۴؛ سبزواری، ۱۴۱۳ق، ج ۱۵، ص ۹۹). «یجب المهاجرة عن بلد الشرك علی من یضعف عن إظهار شعائر الإسلام مع المکنة، والهجرة باقیة ما دام الکفر باقیاً» (حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۲۷۹). «وتجب المهاجرة عن بلد الشرك اذا لم یتمکن من اظهار شعائر الاسلام» (همو، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۳۴۳).

۲. علامه طباطبائی

عارف بزرگ، علامه طباطبائی، با کتاب شریف المیزان بیشتر شناخته می‌شود. این کتاب عظیم و ارزشمند در تفسیر قرآن کریم، تحولی عظیم ایجاد کرد. شیوه خاص مرحوم علامه، مشهور به شیوه «تفسیر قرآن به قرآن»، نگاهی عمیق‌تر و استوارتر به مفسران در تفسیر آیات قرآنی ارائه کرد.

رهیافت‌های زبان دینی به دو گروه عمده «شناختاری» (ناظر به واقع و توصیف‌گر واقعیت‌ها) و «غیرشناختاری» تقسیم می‌شود. رهیافت‌های زبانی همچون نمادین دانستن متون دینی، رمزی، اسطوره‌ای، استعاره‌ای یا کنایه‌ای دانستن آن از قسم غیر شناختاری است. مرحوم علامه ساختار زبان قرآن را بر مبنای عرف عام دانسته است، که البته با عرف عام تفاوت‌هایی نیز دارد. چون در زبان عرف عقلا از رمز، استعاره، کنایه و نماد برای تفهیم بهتر و سریع‌تر مطلب استفاده می‌شود، خداوند نیز در قرآن در مواردی این صناعات ادبی را برای تقریب ذهن از محسوس به معقول به کار برده است؛ اما کل زبان قرآن را (اخبار، انشا، نماد، رمز و کنایه و مانند آن) شناختاری، یعنی ناظر به واقع و معنادار می‌داند (محمدرضایی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۹۵).

بر خلاف نظر برخی مفسران، که نگاه نمادین به برخی تعبیر قرآنی را در تعارض با اثبات معجزات می‌داند (رک: مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۲۲۱)، به نظر علامه طباطبائی زبان تمثیلی معانی ناشناخته را با آنچه شناختنی و معهود ذهن عموم است، بیان می‌کند. کاربرد مثل در قرآن از آن روست که آسان‌ترین راه برای تبیین حقایق و دقایق باشد که عالم و عامی - هر دو - و هر یک در سطح و مرتبه خاص خود، از آن بهره‌مند می‌شوند. چون هدایت دینی اختصاص به طایفه خاصی ندارد و در آن، سطح فکری عموم رعایت می‌شود فهم همگانی بشر نیز از لایه محسوسات مادی و طبیعی فراتر نمی‌رود. پس برای اینکه معانی غیرمادی تفهیم شود ذکر امثال ضرورت می‌یابد. درست است که مثل‌های قرآن، عام بوده و به اعتقاد مرحوم علامه برای عموم مردم است، لیکن اشراف بر حقیقت معانی و لبّ مقاصد آنها، ویژه اهل دانش، از بین کسانی است که حقایق امور را تعقل می‌کنند و بر قشرها و ظواهر آنها منجمد نمی‌شوند، بنابراین زبان قرآن گاهی، تمثیلی و نمادین بوده است، و هر قدر زبانی نمادین‌تر باشد باید بیشتر تحلیل منطقی شود (محمدرضایی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۰۷).

با رویکرد این تحقیق، می‌توان این کتاب را سرشار از رمزگشایی‌ها از مفاهیم مستور در نمادهای کلامی قرآن دانست. با توجه به مطالب ذکر شده، به بررسی این آیه از نظر ایشان بسنده می‌کنیم:

«هَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا أَنْ يَأْتِيَهُمُ اللَّهُ فِي ظُلَلٍ مِنَ الْغَمَامِ وَالْمَلَائِكَةُ وَقُضِيَ الْأَمْرُ وَإِلَى اللَّهِ تُرْجَعُ الْأُمُورُ»

(بقره: ۲۱۰)؛ آیا (پیروان فرمان شیطان، پس از این همه نشانه‌ها و برنامه‌های روشن) انتظار دارند که خداوند و فرشتگان در سایه‌هایی از ابرها به سوی آنان بیایند (و دلایل تازه‌ای در اختیارشان بگذارند، با اینکه چنین چیزی محال است!) و همه چیز انجام شده، و همه کارها به سوی خدا بازمی‌گردد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۳، ص ۳۲).

مرحوم علامه ذیل این آیه شریفه، سه احتمال بیان می‌کند:

احتمال اول: کفار در انتظار چنین مسئله‌ای هستند. ولی مرحوم علامه این احتمال را رد می‌کند؛ زیرا آیاتی که قبل و بعد این آیه، در ارتباط با مؤمنان است و قرآن در اوج فصاحت قرار دارد. بنابراین، کلام آن در اینجا نیز به یکدیگر مرتبط است و سخن در اینجا در ارتباط با مؤمنان است، نه کفار، و آن هم در خصوص اختلاف مؤمنان است که اگر مؤمنان، اختلاف را کنار بگذارند و از حق تبعیت کنند، مسئله‌ای به وجود نخواهد آمد. خداوند در پایان می‌فرماید: «... و إلى الله ترجع الأمور». ایشان سپس می‌فرماید: در اینجا، سه احتمال وجود دارد:

یکی اینکه تحدیدی است برای عالم آخرت؛ یعنی: اینکه در عالم آخرت خدا می‌فرماید: «هل ينظرون...»، که به سبب وجود عبارت: «فی ظلال من الغمام...» که مربوط به این دنیا است و به عالم آخرت مربوط نمی‌شود، در نتیجه این احتمال درست نیست. دوم اینکه تحدیدی در انتظار آنان است، چه در دنیا و چه در آخرت.

سوم اینکه تهدیدی است در ارتباط با واقعه‌ای که توقعش در دنیا متوقع است.

مرحوم علامه در بخش روایی تفسیر، ابتدا سه حدیث در تفسیر آیه نقل می‌کند و می‌فرماید: در تفسیر آیه فوق، سه معنا آمده است: معنای اول روز «قیامت»؛ معنای دوم «روز رجعت»؛ و سومین معنا «ظهور» حضرت مهدی عج. است. این روایات در ظاهر به چیزهای متفاوتی اشاره می‌کنند و متفاوت هستند. اما نظر مرحوم علامه چنین است که گاهی ائمه عج مراتب یک واقعیت را به گونه‌های متفاوتی آورده‌اند و این به سبب وحدت و سنخیتی است که در این سه معنا وجود دارد. به نظر مرحوم علامه، مردم حاضر نشده‌اند به خود زحمت دهند و درباره قیامت تحقیق بیشتری کنند و در نتیجه، نفهمیده‌اند که قرآن راجع به این روز عظیم چه فرموده است و بدین سبب، درباره این روایات که شاید از ۵۰۰ روایت، که در ابواب گوناگون نقل شده است تجاوز کند، دچار اختلاف شده‌اند (طباطبائی، ۱۳۷۴، ص ۱۵۳ - ۱۶۴).

ایشان به معنای این سه روز هم می‌پردازد. آنچه از کلام خدای تعالی درباره قیامت و اوصاف آن به دست می‌آید این است که قیامت روزی است که هیچ سببی از اسباب و هیچ کار و شوری از خدای

سبحان پوشیده نیست. روزی است که تمام اوهام از بین می‌رود و آیات خدا در کمال ظهور، ظاهر می‌شود. در سراسر آیات قرآن و روایات، هیچ دلیلی به چشم نمی‌خورد که دلالت کند بر اینکه در آن روز، عالم جسمانی به کلی از بین می‌رود، بلکه بعکس، ادله‌ای وجود دارد که بر خلاف این معنا دلالت دارد. می‌فرماید: قیامت در همان عالم انجام خواهد گرفت. چیزی که هست از این معنا استفاده می‌شود که در آن روز، بشر، یعنی این نسل که خدای تبارک و تعالی از یک مرد و زن به نام آدم و حوا پدید آورد، پیش از قیامت، از روی زمین منقرض می‌شود. بین عوام چنین جا افتاده است که همه چیز از بین می‌رود، اما در قرآن دلیلی بر این امر نداریم. روایاتی هم داریم که بهشت و جهنم الان هست و در گستره همین عالم هم هست. عالم از نظر ترقی و درک واقعات عوض می‌شود، و می‌شود: عالم آخرت؛ مثلاً، افرادی که از زمان حضرت آدم تاکنون مرده‌اند، الان در عالم برزخ هستند، عالم برزخ کجاست؟ عالم برزخ به گفته آیه، در همین دنیاست. عالم آخرت هم در همین دنیاست، متها به شکل خاص دیگری. خلاصه اینکه می‌فرماید: بین نشئه دنیا و نشئه قیامت مزاحمت و زیادتی نیست - بر خلاف آنچه عوام فکر می‌کنند که این عالم یک چیزی است و عالم آخرت یک چیز دیگر - و وقتی قیامت بیاید بعضی جزئیات دنیا از بین می‌رود. ولی کلیت آن از بین نمی‌رود، همچنان که میان برزخ، که اکنون اموات در آن عالمند، با عالم دنیا مزاحمتی نیست، عالم آخرت هم با دنیا مزاحمتی ندارد (فقهی، ۱۳۸۴، ص ۸).

علامه در ادامه تفسیر آیه مذکور می‌فرماید: به نظر حضرات معصومان علیهم‌السلام ایام خدا (روزی که به خواسته‌های خدا بیشتر عمل می‌شود) سه روز است: روز ظهور حضرت مهدی علیه‌السلام. و روز رجعت و روز قیامت. در روایت دیگری آمده است: ایام خدا سه روز است، روز مرگ، روز رجعت، روز قیامت. چنان‌که ملاحظه می‌شود، اتحاد این سه روز بر حسب حقیقت و اختلاف آنها از نظر مراتب ظهور باعث شده است که در تفسیر ائمه اطهار علیهم‌السلام، بعضی از آیات گاهی به روز قیامت، گاهی به روز رجعت و گاهی به روز ظهور حضرت مهدی علیه‌السلام تفسیر شود. چنین روزی - فی نفسه - ممکن است و منکر آن هیچ دلیلی بر نفی آن ندارد. پس از بررسی‌های فوق و با مراجعه به آیات و روایات، احتمال سوم در نظر قوت می‌گیرد؛ زیرا از این نکات استفاده می‌شود که آخرت آینده، همین دنیا و ظهور امام حقیقی است که در همین دنیا اتفاق خواهد افتاد (همان).

۳. امام خمینی علیه‌السلام

برای بررسی جایگاه نماد در اندیشه حضرت امام، نکات بسیاری وجود دارد. ایشان در تفسیر سوره حمد می‌فرماید:

همه عالم اسم الله‌اند؛ تمام عالم. چون اسم، نشانه است؛ همه موجوداتی که در عالم هستند نشانه ذات مقدس حق تعالی هستند؛ منتها نشانه بودنش را بعضی‌ها می‌توانند به عمقش برسند که این چطور نشانه است؛ و بعضی هم به طور اجمال، می‌توانند بفهمند که نشانه است (موسوی خمینی، ۱۳۵۹، ص ۱۴۴). در اینجا، به نامه‌ای که ایشان در اعتراض به حذف التزام به قسم به قرآن - به عنوان یک نماد اسلامی - به محمدرضا پهلوی نوشته‌اند، اکتفا می‌کنیم. حذف این نماد از نظر ایشان «ذنب لایغفر» و «بدعت» نامیده می‌شود:

تلگراف مبنی بر آنکه اعلاحضرت بیش از هر کس در حفظ شعائر مذهبی کوشا هستند، و تلگراف اینجانب را برای دولت ارسال داشتند، و توفیق اینجانب را در ترویج مقررات اسلامی و هدایت عوام خواستار شدند، موجب تشکر گردید. البته ملت مسلمان ایران از اعلاحضرت همین انتظار را دارند. فرموده اعلاحضرت موافق است با آنچه از پیغمبر اسلام ﷺ به ما رسیده: «إِذَا ظَهَرَتِ الْبِدْعُ فِي أُمَّتِي فَلْيُظْهِرِ الْعَالَمُ عِلْمَهُ. فَمَنْ لَمْ يَفْعَلْ فَعَلَيْهِ لَعْنَةُ اللَّهِ». البته شغل روحانی ارشاد و هدایت ملت است. مع الأسف، با آنکه به آقای اسدالله علم در این بدعتی که می‌خواهد در اسلام بگذارد تنبه دادم و مفاسدش را گوشزد کردم، ایشان نه به امر خداوند قاهر گردن نهادند و نه به قانون اساسی و قانون مجلس اعتنا نمودند، و نه امر ملوکانه را اطاعت کردند، و نه به نصیحت علمای اسلام توجه نمودند... آقای علم تخلف خود را از قانون اسلام و قانون اساسی اعلام و برملا نموده. آقای اسدالله علم گمان کرده با تبدیل کردن قسم به قرآن مجید به «کتاب آسمانی»، ممکن است قرآن کریم را از رسمیت انداخت و اوستا و انجیل و بعض کتب ضاله را قرین آن یا به جای آن قرار داد. این شخص تخلف از قانون اساسی را به بهانه الزامات بین‌المللی شعار خود دانسته با آنکه الزامات بین‌المللی مربوط به مذهب و قانون اساسی نیست. تشبیه الزامات بین‌المللی برای سرکوبی قرآن کریم و اسلام و قانون اساسی و ملت، جرم بزرگ و «ذنب لایغفر» است (موسوی خمینی، ۱۳۵۹، ج ۱، ص ۸۹).

۴. شهید مطهری

علامه شهید مطهری ذیل بحث تفاوت تعظیم و پرستش، اشاره‌ای به مراسم حج و آیه مربوط به آن کرده و با استناد به آن، جایگاه تعظیم این نماد الهی را بیان داشته است:

می‌گویند: طواف گرد یک خانه سنگی و استلام و تبرک به حجرالاسود بقایایی از شرک است که در اسلام باقی مانده است؛ اسلام هم نتوانست توحید خالص بیاورد، والا می‌بایست حج را به‌طور کلی، منسوخ کند؛ حج به‌طور کلی، از بقایای شرک است که در اسلام باقی مانده است. اتفاقاً قضیه برعکس

است. قرآن حج را یادگار ابراهیم و ابراهیم را پدر حج و دشمن بت پرستی می‌داند: واجنبی «و بنی آن نعبد الاصلنام. ابراهیم نیز بت شکن بود». «تَاللهَ لَا كِيدَ لاصْنَامِكُمْ... فجعَلَهُمْ جَدَاذًا اَلَا كَبِيرًا لَهُمْ»... قرآن مخصوصاً مراسم حج را به عنوان شعائر الهی یاد می‌کند و این آیه «ذلک و من يعظم شعائر الله فانها من تقوى القلوب» در خلال آیات حج وارد شده است. ما در ورقه‌های عبادت و ورقه‌های توحید در عبادت و ورقه‌های اقسام توحید گفته‌ایم که فرق است میان «تعظیم» و «پرستش». اسلام تعظیم و تواضع را جایز می‌داند و پرستش را منع می‌کند. فرق میان پرستش و تعظیم این است که پرستش نوعی تقدیس و تنزیه و تسبیح و تحمید است، و گفتیم: تسبیح و تحمید و تنزیه از جمیع نقایص و همچنین تکبیر مختص خداست؛ زیرا کامل مزه از همه نقایص خداست و آنکه سپاس مطلق [متعلق] به اوست و اکبر و اعظم مطلق خداست. سجود و رکوع از لحاظ هیأت جسمانی عبادت نیست، از آن لحاظ، عبادت است که حالتی است که اختصاص داده شده برای تسبیح و تکبیر. لهذا در سجود می‌گوییم: «سبحان ربی الاعلی و بحمده» و در رکوع می‌گوییم: «سبحان ربی العظیم و بحمده»، در موقع رفع رأس می‌گوییم: «الله اکبر» و در حال قیام می‌گوییم: «الحمد لله رب العالمین» و یا «سبحان الله والحمد لله ولا اله الا الله والله اکبر». تقدیس منحصرأ باید برای خدا باشد و یا به خاطر امر خدا. اگر چیزی را به خاطر یک شعار و [به] عنوان یک شعار تقدیس کردیم - نه تسبیح که برای غیر خدا جایز نیست - مثل احترامی که به پرچم و علامت‌های ملی می‌گذارند، در واقع احترام به او نیست، احترام به آن فکر و عقیده‌ای است که این پرچم نماینده اوست. این است که جنبه شعاریت پیدا می‌کند (مطهری، ۱۳۷۷، ج ۶، ص ۵۴۴).

از نظر شهید مطهری، لباس نباید ولایی بیگانه باشد.

اینکه «لباس آنها را نپوشید» جامه‌ای است که بر پیکر این حکم پوشانده شده است، که البته باید روح آن را درک کرد. اسلام می‌گوید: شخصیت باختن، الاغ مرده دیگری را قاطر پنداشتن، حتی فرش و لوازم خانه را مثل بیگانه آرایش کردن حرام است؛ هضم شدن در دیگری حرام است؛ مستسبح شدن حرام است؛ اسلام می‌گوید: میمون‌صفتی حرام است. تغییر خط، که به دنبال خود، تغییر شخصیت می‌آورد، حرام است. تعظیم شعائر دینی یکی از پوسته‌هاست که شکل و طریقه‌اش فرق می‌کند. لهذا، از نظر ساختمان در مذهب، استیل مخصوص شرط نشده است که حتماً باید چنین باشد یا نباشد، فقط تشبه و تقلید و طفیلی‌گری نباید باشد، هضم شدن نباید باشد، کلیسا مانند یا آتشکده مانند یا کنیسه مانند نباید باشد. تغییر لغت و زبان خود، تابلوهای خود، طرز تکلم خود، مثل آنها آروق زدن، لغات آنها را وارد لغت خود کردن - و الا برای اسلام لغت و زبان معنا ندارد، روح چیز دیگر است - اسم‌گذاری‌ها از این قبیل است (همان، ج ۱۰، ص ۱۴۸).

۵. علامه مصباح یزدی

هر چند لباس جنبه نمادین دارد و نشانه است، اما این نمادها در زندگی اجتماعی نقش مهمی دارند، به گونه‌ای که زندگی انسانی بدون این نمادها و نشانه‌ها محقق نمی‌شود. برای نمونه، صیغه ازدواج، صیغه

بیع، ایستادن رو به قبله در نماز و نظایر آنها، همه نمادها و نشانه‌هایی هستند که در ماهیت افراد و اشیا نقشی ندارند؛ اما حاکی از نیت و تعهد و پذیرش بر تکالیف است. توهین به کسی که در لباس مأمور انتظامی است جرمی سنگین است، درحالی که توهین به همان شخص درحالی که لباسی نپوشیده، جرمی خفیف‌تر به حساب می‌آید؛ زیرا لباس مخصوص مأمور انتظامی نماد نظام و تعهد و تکلیف افراد است. نیتی که در ورای این نمادها وجود دارد مهم است، وگرنه بدون نیت‌ها اگر ده‌ها بار هم صیغه ازدواج خوانده شود، اثری ندارد. پوشیدن لباس روحانیت اگر با نیت واقعی باشد، نقطه عطف زندگی یک طلبه است (مصباح‌بزدی، ۱۳۹۳).

۶. آیت‌الله جوادی آملی

۱. نماد به دو قسم «حقیقی» و «اعتباری» تقسیم می‌شود. از موجود حقیقی، به صورت نماد اعتباری می‌توان استفاده کرد؛ یعنی نماد اعتباری می‌تواند وصف موجود حقیقی باشد، اما موجود اعتباری نمی‌تواند نمادی حقیقی باشد؛ زیرا نماد حقیقی امری تکوینی است، امر تکوینی هرگز وصف موجود اعتباری و بی‌حقیقت نمی‌گردد. درباره نمادها، توجه به دو نکته لازم است:

اول. پرهیز از به‌کارگیری نمادهای اعتباری در براهین عقلی؛

دوم. امتیاز گذاردن بین دو جنبه اعتباری و حقیقی موجودی حقیقی که به صورت نمادی اعتباری مطرح‌نظر قرار می‌گیرد؛ زیرا جنبه واقعی و حقیقی شیء در جنبه اعتباری آن دخالت ندارد و به همین سبب، با آنکه جنبه واقعی اشیاء به اعتبارات گوناگون دگرگون نمی‌شود، ممکن است یک موجود حقیقی نزد دو گروه از دو حیثیت اعتباری نمادین برخوردار گردد که مخالف با یکدیگرند.

۲. نماد اعتباری از قلمرو اعتبار معتبران تجاوز نمی‌کند و با اختلاف اعتبار، دگرگون می‌شود؛ مانند زبان، پرچم، تابلو. نماد حقیقی، همواره متبوع واقع می‌شود، نه تابع؛ نظیر نماد بودن چمن نسبت به آب. نماد حقیقی گاهی متأثر از گوهر هستی خویش است و زمانی متأثر از وصف خاص تکوینی خود. در صورت اول، شیء نمادین همواره نشانه است و هرگز دگرگونی اوصاف او زمینه زوال جنبه نمادین آن را فراهم نمی‌آورد، برخلاف صورت دوم که با تغییر وصف، سمّت نماد بودن او نیز دگرگون می‌شود؛ مانند دگرگونی و پژمردگی چمن و تبدل آن به صورت خاک و نظیر آن؛ زیرا چمن در این حال هرگز نشانه آب نیست (پارسا، ۱۳۷۳).

۳. جهان امکان از دیدگاه موحد، نماد حقیقی ذاتی است نه وصفی؛ یعنی تمام ذرات در تمام حالات، نشانه جمال یا جلال حق هستند و تحول اوصاف نیز نمونه تحول اراده خداوند است؛ یعنی هیچ

- حالی برای هیچ موجودی فرض نمی‌شود که آن موجود در گوهر ذات خود، نماد حق نبوده یا دگرگونی وصف آن نماد حقیقی نسبت به تحول اراده خدا نباشد.
۴. هر موجودی که از کمال‌های بیشتری برخوردار باشد، نمادی کامل‌تر از نمونه‌های دیگر است، تا برسد به کون جامع (انسان کامل) که کامل‌ترین نمادهاست؛ «ما لله آية اكبر منی» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۳، ص ۲۰۶).
۵. لازمه نماد امکانی آن است که از خود هیچ استقلالی نداشته باشد و از این حیث، هستی در حکمت متعالیه بر دو قسم منقسم است: اول آنکه ذات محض و نفس صرف است، بدون هیچ‌گونه ارتباط به غیر؛ مانند واجب تعالی. دوم آنکه ربط محض و نفس پیوند است، بدون هیچ‌گونه ذات و نفس؛ مانند وجودهای امکانی و تعبیر به «ذات هی عین الربط» درباره این قسم، خالی از تسامح نیست، بلکه «لا ذات للموجود الفقري». پس موجود یا ذات محض است یا ربط صرف، ولی لازمه حقیقت حکایت و ارائه آن نیست که موجود حاکی سهمی از استقلال نداشته باشد، بلکه گاهی موجود مستقل آینه غیرمستقل قرار می‌گیرد؛ چنان‌که حق تعالی آینه جهان امکان می‌گردد و آنچه در شرح فصوص الحکم ... راجع به «المؤمن مرآة المؤمن» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۱، ص ۲۶۸) آمده، ناظر به همین بخش است؛ زیرا یکی از اسما حسناى حق «مؤمن» است.
۶. موانع بینش نمادهای تکوینی در نظر قرآن، غبار غیر دیدن و گرد گرد دیگران گشتن است که از آن به عنوان «رین» یاد شده است: «كَلَّا بَلْ رَانَ عَلَى قُلُوبِهِمْ مَا كَانُوا يَكْسِبُونَ» (مطففین: ۱۴)؛ (همان). آیه‌الله جوادی آملی در کتاب مفاتیح الحیاة، نمونه‌های زیادی از نمادهای اسلامی و برخی از آثار آن اشاره کرده است (ر.ک: جوادی آملی، ۱۳۹۱، ص ۵-۳۳-۳۵).

نتیجه‌گیری

- بحث «فرهنگ سازمانی» درباره تازگی‌اش، در مطالعات مدیریتی معاصر، جایگاه ویژه‌ای یافته است. تأثیرات نماد به عنوان خارجی‌ترین لایه فرهنگ، بر فرهنگ و رفتار سازمانی، به خاطر قابل لمس و کنترل‌پذیر بودنش مورد توجه جدی مدیران امروزی و محققانی همچون خانم هچ قرار گرفته است. برای محقق مدیریت اسلامی، در توجه به نماد، برخی عوامل به عنوان مانع به‌شمار می‌آیند:
- مبانی معرفتی حاکم بر تحقیقات این دست محققان که مبتنی بر ذهنی‌گرایی است.
 - برخورد برخی مسلمان‌نماها با نمادهای اسلامی که عمدتاً هم معاصر هستند.

- اهمیت فراوان آموزه‌های دینی به مبانی معرفتی و نظام ارزشی که البته تأکید بی‌جاست، اما منجر به این شده که ظاهراً نمادها در عمل ارزشی نداشته باشند.

فارغ از نظر عالمان اسلامی بر مردود بودن مبنای ذهنی‌گرایی حاکم بر مکتب نمادین تفسیری، با اندکی توجه به کلام برخی بزرگان اسلامی و بررسی اندیشه آنان می‌توان پی برد التزام به نماد جایگاه ویژه‌ای داشته و محقق مدیریت اسلامی نباید خود را از این حوزه و کارکردهای آن محروم سازد. وقتی فقهای شیعه برای حفظ نمادهای اسلامی حکم به وجوب مهاجرت می‌دهند و اقامت در جایی را که امکان ابراز نماد وجود ندارد حرام اعلام می‌کنند، سهل‌انگاری و بی‌توجهی به نمادهای اسلامی جوازی ندارد.

توجه جدی به نمادهای اسلامی و البته مبتنی بر مبانی معرفتی و نظام ارزشی اسلام می‌تواند تحولی جدی در نگاه به فرهنگ سازمانی و کارکردهای آن در مطالعات مدیریت اسلامی ایجاد نماید.



منابع

- آیه‌الله فقهی، ۱۳۸۴، «مهدویت از دیدگاه علامه طباطبائی»، موعود، ش ۵۸، ص ۶-۱۴، نقل از پایگاه اینترنتی اطلاع‌رسانی حوزه (hawzah.net).
- اردبیلی، احمد بن محمد، ۱۴۰۳ق، *مجمع الفائده و البرهان فی شرح إرشاد الأذهان*، قم، جامعه مدرسین. پارسا، حمید، ۱۳۷۳، نماد و اسطوره، قم، اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۹۱، *مفاتیح الحیة*، چ سیزدهم، قم، اسراء.
- جونز، گراد آر، ۱۳۹۰، *تئوری، طراحی و تغییر سازمانی*، ترجمه حسین صفزاده و محمدرضا دارائی، تهران، مؤسسه کتاب مهربان نشر.
- جوینت، پت و ملک وارنر، ۱۳۸۵، *مدیریت در عرصه فرهنگ‌ها*، ترجمه محمدتقی نوروزی، تهران، سمت.
- حلی، حسن بن یوسف، ۱۴۱۰ق، *ارشاد الأذهان إلی أحكام الإیمان*، قم، جامعه مدرسین.
- خاقانی اصفهانی، محمد، ۱۳۹۱، «علوم انسانی در بستر فرهنگ و ارزش‌های اسلامی (مقاله مبانی رویکردی مبتنی بر جهان بینی اسلامی به ماهیت زبان)»، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۷۳، *لغت‌نامه دهخدا*، تهران، دانشگاه تهران.
- دین محمدی، غلام‌رضا، ۱۳۸۹، *مبانی زبان‌شناسی در جهان اسلام*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- زارعی‌متین، حسن، ۱۳۸۸، *مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته*، تهران، نشر آگاه.
- ساروخانی، باقر، ۱۳۷۰، *دائرةالمعارف علوم اجتماعی*، تهران، کیهان.
- سبزواری، سیدعبدالأعلی، ۱۴۱۳، *مهدب الأحکام فی بیان الحلال و الحرام*، چ چهارم، قم، مؤسسه المنار.
- شاین، ادگار، ۱۳۸۳، *مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری*، ترجمه بزوه فرهی و شمس‌الدین نوری، تهران، سیمای جوان.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، ۱۳۷۴، *المیزان*، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، چ پنجم، قم، جامعه مدرسین.
- عاملی، زین‌الدین بن علی (شهید ثانی)، ۱۴۱۰ق، *الروضة البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة*، قم، کتاب‌فروشی داوری.
- عاملی، محمدبن مکی (شهید اول)، ۱۴۱۴ق، *غایة المراد فی شرح نکت الإرشاد*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
- عباسی‌صدر، علی‌رضا، ۱۳۹۴، *تبیین نظری تأثیر نمادهای اسلامی بر رفتار کارکنان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی *.
- علامه مجلسی، ۱۴۰۳ق، *بحار الأنوار*، تهران، دارالکتب، الاسلامیه، تهران.
- عمید، حسن، ۱۳۸۷، *فرهنگ فارسی عمید*، چ بیست و نهم، تهران، امیرکبیر.

قلی‌پور، آرین، ۱۳۸۸، *جامعه‌شناسی سازمان‌ها*، چ نهم، تهران، سمت.

محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۸۰، *ارتباط‌شناسی*، چ چهارم، تهران، سروش.

محمدرضایی، محمد و همکاران، ۱۳۹۳، *علامه طباطبائی و زبان نمادین و انشایی در قرآن*، پژوهش‌نامه تفسیر و

زبان قرآن، دوره دوم، ش ۴، ص ۹۵-۱۱۴.

مسعودی، عبدالهادی، ۱۳۸۹، *درسنامه فهم حدیث*، قم، زائر.

مطهری، مرتضی، ۱۳۷۷، *یادداشت‌های استاد مطهری*، تهران، صدرا.

مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴، *تفسیر نمونه*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.

موسوی خمینی، سیدروح‌الله، ۱۳۵۹، *شرح دعای سحر*، سید احمد فهری، تهران، نهضت زنان مسلمان.

میرزایی، خلیل، ۱۳۹۳، *فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی*، تهران، نشر فوژان.

نجفی، محمدحسن، ۱۴۰۴ق، *جواهرالکلام فی شرح شرائع الاسلام*، بیروت، دار إحياء التراث العربی.

نظری‌پور، امیر هوشنگ، ۱۳۸۶، «فلسفه‌های سه‌گانه تغییر سازمانی»، تدبیر، سال هجدهم، ش ۱۸۹، ص ۴۹-۵۳.

هچ، ماری جو، ۱۳۸۹، *تئوری سازمان*، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران، مهربان نشر.

پایگاه اینترنتی اطلاع‌رسانی آثار آیه‌الله مصباح یزدی (www.mesbahyazdi.ir)

پایگاه اینترنتی ویکی‌پدیا (Wikipedia.com)

Champoux, Joseph E., 1996, *Organizational Behavior*, New York, West Publishing Company.

Crawley, Angela, 1994, *Oxford Elementary Learner's Dictionary*, Oxford.

Hatch, Mary Jo, 1997, *Organizations Theory*, New York, Oxford.

Hofstede, Geert, 1991, *Cultures and Organizations*, London, MC Graw- Hill.

Longman Basic Dictionary, 2003, Huntingdon, Pearson Education.

Schermerhorn, John R., James G. Hunt and Richard N. Osborn, 2002, *Organizational Behavior*,

۷۰۰ ۰۰۰۰۰۰۰۰، ۰۰۰ ۰۰۰۰، ۰۰۰۰ ۰۰۰۰۰۰.

White, Leslie A. , summer 1944, "The Symbol: The Origin and Basis of Human Behavior", a

Review of General Semantics, Vol I, no.4, p 229- 2۳۷.

Web sites;

A nerds World.com

generalsemantics.org