

مقاله پژوهشی: بررسی نقش و تأثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی با تأکید بر دیدگاه حضرت آیت‌الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)

محمد رضا قرایی آشتیانی؛ ناصر پورصادق^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۲۲

چکیده

مدیریت جهادی به‌عنوان علم و هنر رهبری و کنترل فعالیت‌های دسته‌جمعی، مبتنی بر مبارزه نه صرفاً در عرصه نظامی بلکه در تمامی عرصه‌های علمی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... جهت نیل به اهداف راهبردی تعریف می‌شود که در این مدیریت سه ویژگی خدمت به مردم، نیت خدایی (خلوص) و تکیه بر علم به‌عنوان اصول اساسی قلمداد می‌شوند. تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی با مروری بر دیدگاه حضرت آیت‌الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به رشته تحریر درآمده است و سعی می‌کند به این سوال پاسخ دهد که فرهنگ سازمانی چه تأثیری بر مدیریت جهادی دارد؟ به این منظور با بهره‌گیری از روش توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی با استفاده از یک پرسشنامه محقق‌ساخته متشکل از ۵۰ سوال که پایایی آن توسط نرم‌افزار SPSS ۰/۹۱/۰ محاسبه شد و تعداد ۱۰۰ نفر به‌عنوان جامعه آماری شناسایی و بر اساس جدول مورگان، نمونه آماری ۸۰ نفر انتخاب گردیدند که به سوالات پرسشنامه پاسخ دادند. در این تحقیق مولفه‌های مدیریت جهادی در هفت مفهوم مشارکت سازمانی؛ انعطاف‌پذیری سازمانی؛ رسالت و مأموریت سازمانی؛ سازگاری سازمانی؛ انطباق‌پذیری سازمانی؛ نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی و مولفه‌های مدیریت جهادی در چهار مفهوم دینی و اخلاقی؛ مدیریتی؛ سازمانی و شخصیتی دسته‌بندی گردیدند. پس از انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید که فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهاد تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، مدیریت جهادی، امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی).

۱- دانشیار دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی

۲- استاد دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی، نویسنده مسئول:

مقدمه

«اگر مدیریت جهادی بود، اقتصاد هم پیشرفت می‌کند. فرهنگ هم پیشرفت می‌کند. ملتی که اقتصاد پیشرفته داشته باشد و فرهنگ پیشرفته داشته باشد، در اوج قرار می‌گیرد و تحقیر نمی‌شود» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳).

نظریه‌پردازان سازمانی بر این باورند که فرهنگ، نخست مرز سازمانی را تعیین می‌کند، دوم نوعی احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق کرده و سوم نوعی تعهد در افراد نسبت به چیزی به وجود می‌آورد که بیش از منافع شخصی فرد است و به بیان دیگر، فرهنگ به‌عنوان یک عامل کنترل به‌شمار می‌رود که از طریق ارائه معیارهای مناسب سازمان موجب به‌وجود آمدن یا شکل دادن به نگرش‌ها و رفتار کارکنان می‌شود که ممکن است سازمان را به جلو ببرد و یا از حرکت باز دارد (Pouramen, ۲۰۰۱). در این میان، فرهنگ سازمانی شامل ارزش‌ها، عقاید، فرضیه‌ها، هنجارها و اهدافی است که بر محیط سازمان حاکم است و الگویی از فرضیه‌های اساسی است که به‌عنوان یک روش صحیح ادراک اندیشه و احساس در رابطه با مسائل مختلف در بین کارکنان جا افتاده است (قوچانی و بدری‌زاده، ۱۳۹۰: ۸۲). فرهنگ سازمانی سبب درک مشترک و توافق بر سر رویه‌های سازمانی می‌شود (جیمز و کنت، ۱۳۸۲).

جمهوری اسلامی ایران به‌منظور تغییر جهت‌ها، استفاده از فرصت‌ها، نهادینه‌سازی نگاه‌ها و تعیین وضعیت مطلوب برای رسیدن به اهداف آرمانی نیازمند نگاهی جدید به سبک اداره و مدیریت کشور و ترویج و تثبیت فرهنگ انقلاب اسلامی در عرصه‌های مختلف می‌باشد و این محقق نمی‌گردد مگر به‌وسیله مدیریت جهادی.

رهبر معظم انقلاب حضرت آیت الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، مدیریت جهادی را نوعی روحیه و فرهنگ مبارزه‌جویی و کنش‌گری آگاهانه، معنا و تفسیر می‌کنند؛ معنایی که در فرهنگ اسلامی - ملی ما مصداق‌های فراوانی برای آن می‌توان برشمرد (سلطانی، ۱۳۹۳: ۱۱). مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرمایند: «معیار جهاد، شمشیر و میدان جنگ نیست؛ معیار جهاد همان چیزی است که امروز در زبان فارسی ما در کلمه مبارزه وجود دارد. فلانی آدم مبارزی است؛ فلانی آدم مبارزی نیست. نویسنده مبارز، نویسنده غیرمبارز، عالم مبارز، عالم غیرمبارز، دانشجوی مبارز و طلبه مبارز، دانشجوی غیرمبارز و طلبه غیرمبارز، جامعه مبارز و جامعه غیرمبارز، پس جهاد یعنی مبارزه». معظم‌له در جایی دیگری نیز به تشریح مفهوم جهاد به‌مثابه مبارزه می‌پردازند: «جهاد در زبان عربی عیناً به همین معناست؛ یعنی مبارزه. جهاد در قرآن و حدیث هم به همین معناست؛

همه جا به معنای جنگ مسلحانه نیست» (امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، ۱۳۸۳).

بنا به تعبیر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) «اگر مدیریت جهادی یا همان کار و تلاش با نیت الهی و مبتنی بر علم و درایت حاکم باشد، مشکلات کشور در شرایط کنونی فشارهای خبثت‌آمیز قدرت‌های جهانی، قابل حل است و کشور حرکت رو به جلو را ادامه خواهد داد» (امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، ۱۳۹۲).

در خصوص دستیابی به نوعی از مدیریت که "مجاهدت"، ویژگی بارز آن است، بی‌شک "فرهنگ" یکی از پایه‌ها محسوب می‌شود و بررسی تاثیر فرهنگ بر مدیریت جهادی، می‌تواند به استحکام این رکن منجر شود. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف تبیین چهارچوب علمی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی از دیدگاه حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به رشته تحریر درآمده است و درصدد است به بررسی فرضیه‌های زیر بپردازد:

فرضیه اصلی یا H۱: فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

فرضیه‌های فرعی:

H۲: مشارکت سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۳: انعطاف‌پذیری سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۴: رسالت و مأموریت سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۵: سازگاری سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۶: انطباق‌پذیری سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۷: نوآوری و خلاقیت سازمانی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

H۸: فرهنگ جهادی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

رهبر معظم انقلاب بارها در سخنان و فرمایش‌های خود به مسئله مدیریت جهادی و در پیشی گرفتن این الگوی مدیریتی مطلوب از سوی مسئولان نظام تاکید و مدیریت جهادی را به‌عنوان راهکاری برای حل مسئله جامعه مطرح نمودند. معظم‌له در این باره می‌فرمایند:

«با حرکت عادی نمی‌شود پیش رفت؛ با حرکت عادی و احياناً خواب‌آلوده و بی‌حساسیت نمی‌شود کارهای بزرگ را انجام داد؛ یک همت جهادی لازم است، تحرک جهادی و مدیریت جهادی برای انجام کارها لازم است. باید حرکتی که می‌شود، هم علمی باشد، هم پر قدرت باشد، هم با برنامه باشد و هم مجاهدانه باشد» (بیانات در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲/۱۲/۲۰).

همچنین معظم‌له در بیانات دیگری فرمودند:

«کار جهادی یعنی از موانع عبور کردن، موانع کوچک را بزرگ ندیدن، آرمان‌ها را فراموش نکردن، جهت را فراموش نکردن، شوق به کار، این کار جهادی است. کار را باید جهادی انجام داد تا ان‌شاءالله خدمت به‌خوبی انجام بگیرد» (بیانات در یدار رئیس‌جمهور و اعضای هیات دولت، ۱۳۹۲/۰۶/۰۶).

همان‌طور که از فرمایشان حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) استنباط می‌گردد با مدیریت جهادی می‌توان کارهای بزرگی انجام داد و در شرایط فعلی که بهبود نظام‌های بزرگ سازمانی در کانون توجه قرار گرفته است، فرهنگ سازمان نیز به‌عنوان سرچشمه همه توانایی‌های سازمان جلوه‌گر شده و کامیابی و شکست سازمان‌ها به آن وابسته شده است. بی‌شک پرداختن به مطالعه فرهنگ سازمانی از جمله مباحث مهمی است که در جهان امروز بخش عظیمی از وقت، بودجه و توجه صاحب‌نظران را به خود اختصاص داده است. بر این اساس مطالعه فرهنگ سازمانی نیز که از گسترده وسیع و عمیق زیادی برخوردار است، باید مورد توجه جدی قرار گیرد (فرهی بوزنجانی و همکاران، ۱۳۹۲). در نتیجه مفهوم مدیریت جهادی نیز از این قاعده مستثنی نیست و یکی از مولفه‌هایی است که فرهنگ سازمانی تاثیر بسیاری بر آن دارد به‌گونه‌ای که فرهنگ قوی باعث موفقیت آن و فرهنگ ضعیف باعث شکست آن می‌گردد زیرا فرهنگ سازمانی تقریباً همه چیز را در سازمان شامل مفروضات و اعتقادات اساسی، نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، اخلاق، الگوی رفتار و آداب و رسوم، زبان خاص، شیوه‌ها، عادات، ایده‌ها و نمادها، قهرمانان، هنر، مصنوعات، دانش و فناوری پوشش می‌دهد، لذا قابل قبول است که تفسیرهای مختلف و متنوعی داشته باشد (فرهی و همکاران، ۱۳۹۵).

بنابراین شناخت عوامل فرهنگی تاثیرگذار بر مدیریت جهادی و بررسی میزان تاثیر آن از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد، زیرا با شناخت عوامل فرهنگی تاثیرگذار می‌توان در جهت تقویت عوامل تسهیل‌کننده مدیریت جهادی و یا کاهش عوامل تضعیف‌کننده اقدام کرد.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

جهاد

جهاد: جهاد از ماده «ج ه د» است که جهاد [به فتح] به معنای مشقت و به قولی مبالغه و جهاد [به ضم] به معنای طاقت (روحی و فیاض‌بخش، ۱۳۹۲: ۱۱۱) یا تلاش فراوان (راغب، ۱۳۸۷: ۱۶۲) و به‌طورکلی به‌نوعی واداشتن بدان چه بر آن دشوار و سخت باشد، اطلاق شده است

(طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱۲: ۲۴۷).

واژه جهاد نیز به معنی مبارزه و نبرد (آذرنوش، ۱۳۸۵: ۹۸) و بذل جهد و کوشش در دفع دشمن است و بیشتر بر مدافعه به جنگ اطلاق می‌شود و لیکن گاهی به طور مجاز توسعه داده می‌شود به طوری که شامل دفع هر چیزی که ممکن است شری به آدمی برساند؛ می‌شود. (لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۳: ۹۶). علامه طباطبایی در ذیل آیه «وَمَنْ جَاهِدْ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ» (سوره عنکبوت آیه ۶)، مجاهده و جهاد را مبالغه در جهد، معنا کرده و جهاد نیز به معنای به کار بستن طاقت و قدرت است، پس مجاهده و جهاد، یعنی به کار بستن نهایت درجه قدرت و طاقت (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱۶: ۱۵۲).

از دیدگاه مقام معظم رهبری «جهاد یعنی مبارزه، در مبارزه، دو چیز، حتماً لازم است: یکی این که در آن، جد و جهد و تحرکی باشد ... دوم این که، در مقابلش دشمنی باشد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵). «... اگر همه این‌ها در مقابل دشمن خدا و دشمن علی لسان الله و لسان رسوله و اولیائه (علیهم السلام) باشد، می‌شود جهاد فی سبیل الله» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۳).

مدیریت جهادی

مدیریت جهادی هنر توانستن و ارائه طرح و ایده جدیدی بود که با ظهور پدیده انقلاب اسلامی در ایران شکل گرفت (لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۳: ۹۹). در همین راستا، محققان و صاحب نظران تلاش در ارائه تعریف از مدیریت جهادی داشته‌اند. از جمله:

مدیریت جهادی برگرفته از مدیریت اسلامی و با هدف قرب به خدا و خدمت به بندگان او و گرامی داشتن مردم است و هدف آن، انجام کار به شیوه مناسب و ارزشمند و کسب رضای خدا می‌باشد تا رضایت درونی برای فرد ایجاد شود. در این شیوه، اجر معنوی قبل از پاداش دنیوی مدنظر بوده و تعهد از محوری‌ترین مولفه‌های آن است (پالوچ و نقی پورفر، ۱۳۸۶). مدیریت جهادی سبکی از مدیریت است که استوار بر ارزش‌های اسلامی است. همان‌گونه که جهاد به معنای کوشش تمام و همه‌جانبه برای رسیدن به هدف است، مدیریت جهادی نیز نوعی مبارزه و تلاش مقدس برای حذف استثمارگری و استبداد می‌باشد که به دنبال ایجاد فضای نوع دوستانه و ارزش محور بر مبنای اصول اسلامی برای اعضای سازمان و حذف محرومیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و صنعتی جامعه می‌باشد. در این سبک از مدیریت، هدف ایجاد بستری مناسب برای رشد کارکنان و در نتیجه رسیدن به قرب الهی است (قائدعلی و عاشوری، ۱۳۹۱).

بنابراین به طور کلی می‌توان بیان کرد که «جهاد» به معنی بذل طاقت و تحمل مشقت و صبر برای رسیدن به مطلوب است. صبر بر منازعات و مخالفت‌ها در راه رسیدن به هدف، بهره‌مندی از دو عنصر عقل و علم و تفکر و آگاهی در جهاد و التزام بر تقوا و جهت‌گیری الهی، دعوت به خداوند، بهره‌مندی از الگوهای دینی نظیر پیامبر اکرم (ص)، بهره‌مندی از هدایت قرآن کریم، اعتصام و تمسک به خداوند، تحمل مشقات و سختی‌ها و هدف‌گذاری بر اساس سازندگی و اعتلاء، برخی از شاخصه‌های جهاد در قرآن کریم است (بیرنعمتی، ۱۳۹۳: ۸۸).

از آنجا که مدیریت به معنی استفاده مطلوب از همه منابع موجود از طریق نظام مدیریت (برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، نظارت، کنترل و هماهنگی) برای رسیدن به هدفی مشخص است، می‌توان از تلفیق این تعریف با شاخصه‌های مدیریت و شاخصه‌های جهاد در قرآن کریم تعریفی از مدیریت جهادی ارائه نمود که بر تعالیم قرآنی مبتنی باشد. بر اساس می‌توان مدیریت جهادی را چنین تعریف نمود:

«مدیریت جهادی، فرآیند به‌کارگیری همه استعدادها و فردی و بن‌مایه‌های دینی و ویژگی‌های سازمانی مدیر جهادی در راه نیل به هدفی مشخص است». این مدیریت برخاسته از فرهنگ جهادی با شاخص‌های تحمل مشقت و صبر بر موانع و مشکلات است و از دو عنصر عقل و علم به همراه الزامات ایمانی نظیر تقوا و اطاعت تقوا مبتنی بر رعایت سلسله‌مراتب، اسوه‌پذیری دینی، تمسک به قرآن، توکل بر خدا و هدف‌گذاری مقدس بهره می‌گیرد که وابسته به شخصیت فردی، دینی و سازمانی مدیر می‌باشد (بیرنعمتی، ۱۳۹۳: ۸۸).

ویژگی‌های فردی نظیر بهره‌مندی از قوه تشخیص، صلابت همراه با لیئت و پرهیز از خشونت، مسئولیت‌شناسی و عاقبت‌اندیشی به همراه ویژگی‌های دینی نظیر تقوآمداری، اخلاص، توکل، اعتدال و اهتمام بر رشد و تعالی همراه با ویژگی‌های سازمانی نظیر عدالت‌محوری، اعتمادسازی، امیدآفرینی، ایجاد فضای رقابت و تشویق، ارتقای کمی و کیفی معاش، ایجاد آرامش و رضایت‌مندی و رعایت حدود و چهارچوب‌های کاری و مسئولیتی در تحقق مدیریت جهادی مبتنی بر تعالیم قرآن کریم تأثیری عمیق دارند.

مدیریت جهادی از دیدگاه مقام معظم رهبری حضرت آیت الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) رهبر معظم انقلاب همواره در مجامع مختلف به تبیین شاخصه‌های مدیریت جهادی پرداخته و به مناسبت‌های گوناگون، ویژگی‌های این نوع مدیریت را بیان فرموده‌اند. در این جا، ده شاخصه مدیریت جهادی در بیان معظم‌له تبیین می‌شود:

۱- توکل به خدا

توکل به خدای متعال از جمله نشانه‌های جامعه ایمانی می‌باشد. در جامعه اسلامی، مومنین بر اساس وعده‌های الهی، تمام کارهای فردی و اجتماعی خود را با توکل به خدا آغاز کرده و حمایت الهی را برای خود کافی می‌دانند؛ چرا که قرآن کریم می‌فرماید:

«وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلًا»^۱ (سوره احزاب آیه ۶).

مومنین بر اساس وعده ائمه طاهرین (علیه‌السلام) می‌دانند که غنا و عزت، ثمره توکل و اعتماد هر فرد یا جامعه به خداست (اصول کافی، ج ۲: ۹۱) و اگر می‌خواهند جامعه‌ای عزت‌مدار داشته باشند، باید در کارهای خود، خدا را در نظر داشته و به او توکل کنند. به همین جهت، رهبر معظم انقلاب، توکل و اعتماد به امداد الهی را از جمله ویژگی‌های مدیریت و کار جهادی دانسته و می‌فرماید: «در همه کارها توکل به خدای متعال و استمداد از کمک الهی [کنیم]؛ به کمک‌های الهی اعتماد کنیم. [وقتی] شما از خدای متعال کمک می‌خواهید، راه‌ها به سوی شما باز می‌شود» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگران گروه مینا، ۱۰/۲/۱۳۹۳).

۲- خودباوری و اعتماد به نفس

خودباوری یکی از علامت‌های جامعه زنده و فعال است. جامعه‌ای که خودباوری دارد با نشاط و پویاست. با شور و حرارت و صف‌ناشدنی به هدف خود باور دارد و هر لحظه برای رسیدن به آن در حال کوشش بوده و با موانع و دشمنی‌ها مبارزه می‌کند. چنین جامعه‌ای مسئولیت‌پذیر است و از تقلید منفی و کورکورانه دوری می‌کند. افراد در این جامعه، از ویژگی‌های مثبت و منفی خود، آگاهی دارند و در فکر و عمل، استقلال خود را حفظ می‌کنند. بر این اساس، مقام معظم رهبری، خودباوری و اعتماد به نفس را یکی از ویژگی‌ها و عوامل مهم در مدیریت جهادی برمی‌شمارند: «عامل مهم مدیریت جهادی عبارت است از خودباوری و اعتماد به نفس و اعتماد به کمک الهی» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگران گروه مینا، ۱۰/۲/۱۳۹۳).

خودباوری و اعتماد به توانایی نیروهای خودی، یکی از هدیه‌های امام خمینی (ره) به ملت ایران بود که مقام معظم رهبری نیز بارها به این مطلب تاکید داشته‌اند: «همان‌طور که امام فرمودند ما می‌توانیم، باید عزم داشته باشیم، عزم ملی و مدیریت جهادی می‌تواند همه این گره‌ها را باز کند» (بیانات مقام معظم رهبری در مراسم بیست و پنجمین سالگرد رحلت امام خمینی (ره)، ۱۴/۳/۱۳۹۳).

^۱ و بر خدا اعتماد کن همین بس که خدا نگهدار [تو] است.

۳- دشمن شناسی

طبیعی است، جامعه‌ای که نتواند دشمن خود را بشناسد و از تهدیدهای او اطلاع پیدا کند، نمی‌تواند برای مقابله با او برنامه‌ریزی صحیحی داشته و سیاست دفاعی مناسبی اتخاذ کند. به همین جهت، دشمن‌شناسی در رهنمودهای رهبری، جایگاه ویژه‌ای داشته و معظم‌له یکی از شاخصه‌های مدیریت جهادی را دشمن‌شناسی می‌دانند و می‌فرمایند: «باید دشمن را شناخت ... دشمنی او را باید فهمید، نقشه او را باید تشخیص داد ... این شد حرکت جهادی و مدیریت دستگاه؛ چه مدیریت دانشگاه، چه مدیریت وزارت، چه مدیریت هر بخشی از بخش‌های گوناگون این عرصه عظیم، خواهد شد مدیریت جهادی» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اساتید دانشگاه، ۱۱/۰۴/۱۳۹۳).

۴- دوری از اختلافات

توصیه به وحدت و دوری از اختلاف و تفرق، از مهم‌ترین فرامین الهی در قرآن کریم است «وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا»^۱ (سوره آل عمران آیه ۱۰۳). از نگاه قرآن کریم، مومنان برادران یکدیگرند «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا»^۲ (سوره حجرات آیه ۱۰). بر همین اساس، وحدت مومنین در جامعه اسلامی، یکی از اصول اجتماعی می‌باشد که برپایه اعتقاد دینی بنا شده و الفت و مهربانی مسلمانان در رفتار و گفتار آنان با یکدیگر از تکالیف دینی به‌شمار می‌آید و ایجاد اختلاف و دشمنی بین مسلمانان، خواسته شیطان و شیطان‌صفتان است (کریم‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۵).

یکی از نقشه‌های دشمنان اسلام در عصر کنونی، در عرصه بین‌المللی و داخلی، ایجاد اختلاف بین مسلمانان می‌باشد و متأسفانه این اختلافات در هر دو عرصه به یکی از چالش‌های جامعه اسلامی تبدیل شده است. مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با هوشیاری هر چه تمام به این نقشه دشمن وقوف داشته و بارها در بیانات خود، از آن برحذر داشته‌اند. معظم‌له بیان می‌دارند:

«چالش‌های درونی ما این‌هاست: سرگرم شدن به اختلافات در داخل کشور؛ اختلافات فرعی و سطحی، ما را سرگرم بکند. در مقابل هم قرار بدهد، تعارض به وجود بیاورد، ما را از مسائل و خطوط اصلی غافل بکند؛ این یکی از مصادیق آن چالش اصلی است ... از دست دادن انسجام ملت از چالش‌های ماست» (بیانات مقام معظم رهبری در بیست و پنجمین سالروز رحلت امام خمینی (ره)، ۱۴/۰۳/۱۳۹۳).

^۱ و همگی به ریسمان خدا چنگ زنید و پراکنده نشوید

^۲ در حقیقت مؤمنان با هم برادرند

۵- کارآمدی

کارآمدی آن است که کارها به نیکویی انجام شود. کارآمدی، درخور بودن، به کار آمدن، مورد استعمال یافتن، مفید بودن و خدمت کردن است (لغت نامه دهخدا، واژه کارآمد). در فرهنگ اصطلاحات مدیریت، کارآمدی به مفهوم میزان موفقیت در تحقق هدفها و یا انجام ماموریت است که نشان دهنده درجه رسیدن به اهداف می باشد. زمانی می توان یک نظام اجتماعی را کارآمد دانست که با در نظر گرفتن امکانات و موانع موجود به اهداف تعیین شده، رسیده و بتواند مشکلات جامعه را حل کند (کریم زاده، ۱۳۹۳: ۱۴).

از آنجا که کارآمدی یکی از عوامل رشد در هر نظامی بوده و بقای هر برنامه و سیستمی به کارآمدی آن است، هر نظامی، به ویژه نظام های اجتماعی و سیاسی به دنبال بیشینه کردن کارآمدی خویش هستند. در نظام جمهوری اسلامی ایران نیز به عنوان یک الگوی موفق نظام اجتماعی - سیاسی که برپایه قوانین شریعت و دین مبین اسلام، پایه ریزی شده است، کارآمدی یکی از شاخصه های مدیریت دینی و جهادی به حساب می آید. به همین خاطر، رهبر معظم انقلاب، کارآمدی را به عنوان هویت و حیثیت نظام، مطرح کرده و می فرمایند: «مطلب دوم در مورد آن حقیقتی است که یکی از جلوه های زیبای آن را در این مجموعه کاری - مجموعه مپنا - می شود، دید؛ حقیقت کارآمدی، کارآمدی ناشی از دانش و هوش و پشتکار و ابتکار و عزم راسخ که خوشبختانه ما این را در این مجموعه مشاهده می کنیم؛ این نگاه ما به کل حرکت کشور است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگران گروه مپنا، ۱۳۹۳/۰۲/۱۰).

۶- استفاده از امکانات و ظرفیت ها

یکی از ویژگی های مدیریت جهادی، استفاده از ظرفیت ها و بهره گیری از امکانات موجود برای نیل به اهداف متعالی جامعه است. لذا مقام معظم رهبری با تاکید بر وجود استعداد و ظرفیت پیشرفت در جامعه، می فرمایند: «اگر ملتی به خود نیاید، خود را قوی نکند، دیگران به او زور می گویند. بعضی ملت ها هستند که تا قوی شدن، فاصله زیادی دارند، امیدی وجود ندارد که بخواهند نیرویی در خود ایجاد کنند که بتوانند با زورگویان و گردن کلفت های دنیا، مقابله کنند؛ اما ملت ما این گونه نیست؛ ما اولاً استعداد قوی شدن، زیاد داریم؛ امکانات و ظرفیت ها هم زیاد داریم؛ ملت ما به سمت اقتدار ملی هم راه افتاده است و این راه زیادی پیموده است؛ من بر این اساس نقشه کلی سال ۱۳۹۳ را در این دو عنصر می بینم و در پیام اول سال عرض کردم؛ اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی» (بیانات مقام معظم رهبری در حرم رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۱۰).

۷- نگاه نقادانه

نگاه نقادانه به خصوص از سوی اهل فن در هر سیستمی، بهترین راه شناخت نقاط قوت و ضعف آن سیستم است. اگر در جامعه، علماء، اساتید، روشنفکران متدین و هنرمندان متعهد با نگاه تخصصی خود، نقاط ضعف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و ... در جامعه را به مسئولین و مدیران جامعه، گوشزد نمایند، جامعه مسیر رشد خود را سریع‌تر و بهتر طی خواهد کرد.

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) درباره نگاه نقادانه در عرصه فرهنگی می‌فرمایند:

«علماء، اساتید، روشنفکران انقلابی، هنرمندان و متعهد، نگاه نقادانه خودشان را نسبت به اوضاع فرهنگی کشور همچنان داشته باشند و تذکر بدهند. البته من در مورد تذکرات، معتقدم باید با منطق محکم و بیان روشن، نقطه نظرات صحیح را ارائه بدهند. بنده با تهمت‌زنی و جنجال‌آفرینی، با تکفیر و متهم کردن این و آن، موافق نیستم. اعتقاد من این است که مجموعه انقلابی کشور که بحمدالله تعداد بی‌شماری از آن‌ها در بین جوان‌ها و صاحب‌نظران، اساتید، بزرگان و تحصیل‌کرده‌های ما حضور دارند، می‌توانند با منطق محکم وارد میدان بشوند، نقادی کنند، نقاط ضعف و نقاط منفی را به رخ ما مسئولین بکشانند. گاهی می‌شود که مسئول، متوجه نیست در متن جامعه چه می‌گذارد، اما آن جوان در متن جامعه است، او می‌فهمد؛ آن عزم ملی و مدیریت جهادی که عرض کردیم در زمینه فرهنگ، این است» (بیانات مقام معظم رهبری در حرم رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۱۰).

۸- حرکت مبتنی بر علم و درایت

مدیریت جهادی، مبارزه با مشکلات و موانع از روی علم و آگاهی، جهت رفع اصولی این مشکلات و موانع می‌باشد. لذا یکی از اصول اساسی این نوع مدیریت، علم و درایت است. معظم‌له در این خصوص می‌فرمایند:

«اگر مدیریت جهادی یا همان کار و تلاش با نیت الهی و مبتنی بر علم و درایت حاکم باشد، مشکلات کشور، در شرایط کنونی فشارهای خباثت‌آمیز قدرت‌های جهانی و در شرایط دیگر، قابل حل است و کشور حرکت رو به جلو را ادامه خواهد داد» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار شهردار و اعضاء شورای شهر تهران، ۱۳۹۲/۱۰/۲۳).

۹- همت همراه با انگیزه خدمت

امام علی (علیه‌السلام) می‌فرمایند: «شرافت به همت‌های بلند است، نه به (تفاخر به گذشتگان) و استخوان‌های پوسیده آنان» (تصنیف غررالحکم و دررالکلم، حدیث ۱۰۲۷۳). بنابراین هر فرد یا

جامعه‌ای که به اندازه تلاش و همتی که از خود نشان می‌دهد، به قله‌های رفیع شرافت و موفقیت، دست خواهد یافت. قطعاً کارهای بزرگ در هر جامعه‌ای، نتیجه همت‌های والا و عالی و به تعبیر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) همت جهادی افراد در جامعه خواهد بود. معظم‌له در این خصوص می‌فرماید:

«با حرکت عادی نمی‌شود پیش رفت؛ با حرکت عادی و احياناً خواب‌آلوده و بی‌حساسیت نمی‌شود کارهای بزرگ را انجام داد؛ یک همت جهادی لازم است، تحرک جهادی و مدیریت جهادی برای این کارها لازم است. حرکتی که می‌شود باید علمی، پر قدرت، با برنامه و هم مجاهدانه باشد» (بیانات مقام معظم رهبری در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۳/۱۲/۲۰).

البته این همت عالی، اگر با نیت خالص، جهت خدمت‌رسانی به جامعه و برادران دینی باشد، ارزشمند خواهد بود. مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) مسئولیت‌پذیری به نیت خدمت به مصالح کشور را بزرگترین کار جهادی می‌نامند و می‌فرمایند:

«این مسئولیت‌ها اگر به طور جدی، به دور از انگیزه‌های شخصی، به دور از هر چیزی جز انگیزه خدمت به مصالح کشور انجام بگیرد، بزرگ‌ترین کار جهادی است؛ کار جهادی یعنی این؛ انگیزه‌های گوناگون را نباید دخالت داد، اولویت‌ها را باید نگاه کرد» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار نمایندگان مجلس، ۱۳۹۳/۰۳/۰۴).

۱۰- حضور مردمی (عزم ملی)

شاه بیت سخنان حضرت امام خمینی (ره) از همان روزهای اول انقلاب و پیرو آن بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) این بوده و هست که پیشرفت و سازندگی در کشور، بدون مشارکت مردم امکان‌پذیر نمی‌باشد. به این علت، یکی از اصول اولیه و ویژگی‌های اساسی مدیریت جهادی، مشارکت و حضور مردمی و یا به تعبیر رهبر معظم انقلاب، عزم ملی می‌باشد و می‌فرماید:

«آنچه برای بنای زندگی و سازندگی آینده مورد انتظار است، بدون مشارکت مردم تحقق‌پذیر نیست ... بدون حضور مردم کار پیش نخواهد رفت و مقصود تحقق پیدا نخواهد کرد. مردم در گروه‌های گوناگون مردمی با اراده و عزم راسخ ملی می‌توانند نقش‌آفرینی کنند. مسئولین هم برای اینکه بتوانند کار را به درستی پیش ببرند، احتیاج به پشتیبانی مردم دارند. آن‌ها هم بایستی با توکل به خدای متعال و با استمداد از توفیقات و تائیدات الهی و کمک مردمی، مجاهدانه وارد میدان عمل بشوند» (پیام نوروزی مقام معظم رهبری به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۳، ۱۳۹۲/۱۲/۲۹).

فرهنگ

فرهنگ واژه‌ای فارسی و مرکب از دو کلمه «فر» و «هنگ» است. «فر» پیشوند و به معنای بالا بوده و «هنگ» از ریشه اوستایی سنگ (THNGE) به معنای کشیدن سنگینی و وزن است. معنای ترکیب آن‌ها نیز از نظر لغت به معنای بالا کشیدن و بیرون کشیدن است (مشبکی، ۱۳۸۳: ۴۳۶). در گذشته در حوزه زبان‌های انگلیسی و فرانسوی، واژه Culture به کار می‌رفته و معنای آن کشت و کار یا پرورش بوده است (آشوری، ۱۳۷۵). این واژه، پدیده گسترده‌ای است که هر کس از دیدگاه خود به معرفی ابعاد آن پرداخته است به طوری که دو نفر از پژوهشگران به نام‌های «کروبر»^۱ و «کلاکهان»^۲ ۱۶۰ تعریف را برای واژه فرهنگ به ثبت رسانیده‌اند (رضایی و سبزیکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۸).

به عقیده تایلور^۳، فرهنگ مجموعه‌ای آمیخته، پیچیده و نظام‌یافته‌ای از دانستنی‌ها، هنرها، باورها، آیین‌ها، حقوق و آداب و رسوم، منشاء خوبی‌ها و بسیار چیزهاست که انسان از جامعه خودش کسب کرده است (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۱).

فرهنگ، مجموعه‌ای از رفتارهای آموخته شده جهت تفکر، احساس و عمل است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و متضمن تجسم این الگوها در بخش‌های مادی است (بردبار و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۸۹).

فرهنگ، یک نظام نظارت اجتماعی بالقوه است که در برابر نظام نظارت رسمی قرار دارد و راه قالب‌ریزی شده اندیشیدن، احساس کردن و پاسخ دادن است (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲-۹) و دارای ویژگی‌های زیر می‌باشد:

الف) فرهنگ آموختنی است: فرهنگ، نظامی است که، پس از زاده شدن انسان در سراسر زندگی آموخته می‌شود.

ب) فرهنگ، اجتماعی است: عادت‌های فرهنگی ریشه‌های اجتماعی دارند و شماری از مردم که در گروه‌ها و جامعه‌ها زندگی می‌کنند در آن شریک‌اند.

ج) فرهنگ پدیده‌ای ذهنی و تصویری است: تا اندازه زیادی، عادت‌های گروهی که فرهنگ از آن‌ها پدید می‌آید به صورت هنجارها یا الگوهای رفتاری، آرمانی، ذهنی می‌شود یا در کلام می‌آیند.

د) فرهنگ، خشودی بخش است: فرهنگ همواره و به ضرورت، نیازهای بنیادی زیستی و نیازهای

^۱ Kroeber

^۲ Kalkan

^۳ Taylor

ثانوی برخواسته از آنها را برآورده می‌سازد.

ه) فرهنگ، سازگاری می‌یابد: فرهنگ دگرگون می‌شود و فراگرد آن همراه با تطبیق و سازگاری است. (و) فرهنگ یگانه‌ساز است: عناصر هر فرهنگ گرایش به آن دارند تا پیکری یکپارچه و به هم بافته و سازگار پدید آورند (رشید و پاشایی، ۱۳۹۲: ۸۵).

گونه دیگری از تعریف‌شناسی فرهنگ صورت گرفته است که به نظر می‌رسد دسته‌بندی مسنجم‌تری از تعاریف فرهنگ با توجه به زوایای مختلف و رویکردهای متفاوت ارائه می‌دهد:

یک دسته، تعاریف «تاریخی» می‌باشند که بر میراث و تمدن اجتماعی و تاریخی تاکید دارند.

نوع دیگری تعاریف‌های «هنجاری» هستند که تاکید آن‌ها بر هنجارها، قواعد و راه و روش‌هاست.

بخش بعدی، تعاریف «روانشناختی» است که بر نگرش‌ها، طرز تلقی‌ها و عادت‌های مشترک متمرکز هستند.

دسته دیگری تعاریف‌های «ساختاری» است که تاکید آن‌ها بر الگوسازی یا سازمان فرهنگ است.

و در نهایت تعاریف «تشریحی» است که بر عناصر تشکیل دهنده فرهنگ تاکید دارد (مشکبی، ۱۳۸۵: ۲۵-۲۴).

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی، منعکس‌کننده خصوصیتی از سازمان است که فعالیت‌های روزانه کارکنان و روابط بین آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده و آن‌ها را در چگونگی برقراری ارتباط‌ها و شکل‌گیری رفتارهایشان هدایت می‌کند (Ribiere and Sitar, ۲۰۰۳: ۳۹-۴۸)، به‌طور نامحسوسی باعث تمایز یک گروه، سازمان یا جامعه از دیگر گروه‌ها می‌شود (Chin- Tsang, ۲۰۰۹: ۱۱۷) و به‌عنوان روح سازمان و انرژی اجتماعی عمل می‌کند که می‌تواند سازمان به جلو راند یا از حرکت باز دارد (شاین، ۱۳۸۳: ۲۶) و همانند کوه یخی است که فقط قله آن آشکار است و بخش عمده آن ناپیدا و پنهان است ولی در واقع نمایان‌گر شیوه زندگی واقعی اعضای سازمان است (قوچانی و بدری‌زاده، ۱۳۹۰: ۸۳).

فرهنگ سازمانی یکی عامل اصلی و مهم در شکل‌دادن رویه‌های سازمانی (Jarnagin, ۲۰۰۷: ۲۸۹)، یک پارچه سازی قابلیت‌های سازمان (Day, ۱۹۹۴: ۳۷)، ایجاد راه‌حل برای روبه‌رو شدن با مشکلات (Schein, ۱۹۸۴: ۳) و نیز ایجاد مانع یا هموارسازی دستیابی به اهداف سازمان (Denison, ۱۹۹۰) تعریف می‌گردد.

استانلی دیویس فرهنگ سازمانی را الگویی از ارزش‌ها و باورهای مشترکی می‌داند که به اعضای یک نهاد معنی و مفهوم می‌بخشد (Tousi, ۱۹۹۹: ۲۴) و به الگوی رفتار خاصی منجر می‌شود

(نکویی مقدم، ۱۳۹۱: ۲).

وجود یک سری عوامل و معیارها پایه پای شکل گیری سازمان و رشد و بلوغ آن، بر فرهنگ سازمان به طور مستقیم یا غیرمستقیم تاثیر گذار هستند که به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود:

الف) تاریخ و مالکیت سازمان: یکی از عوامل اساسی در شکل گیری فرهنگ سازمان، تاریخچه سازمان است که فرد با ورود به سازمان با فرهنگ سازمان آشنا شده و تلاش می‌نماید تا خود را با آن سازگار نماید و در صورت عدم سازگاری با فرهنگ حاکم، به تدریج از سازمان خارج می‌شود. نوع مالکیت سازمان (دولتی، خصوصی، تعاونی و ...) بر نحوه شکل گیری شاخص‌های فرهنگ سازمان تاثیر گذاشته و به تناسب نوع آن انتظارات خاص فرهنگی را نیز از اعضا دارد.

ب) اندازه سازمان: هر چه اندازه سازمان بزرگ‌تر باشد، افراد، بیشتر ترغیب به تبلور شاخصه‌های نظام بوروکراتیک و رسمی می‌شوند.

ج) اهداف و راهبردها: اینکه سازمان چه نوع راهبردها و اهدافی را برای دستیابی به چشم‌انداز تدوین شده، دنبال می‌کند، تاثیر عمده‌ای برای مولفه‌های فرهنگی سازمان دارد.

د) تکنولوژی: سازمان‌های دانش محور که سعی در ارتقاء بازده و بهره‌وری دارند و از آخرین فن‌آوری‌ها و دانش نوین استفاده می‌کنند و از این طریق بر مشتری‌مداری تاکید دارند، گونه‌ای از مولفه‌های فرهنگی در آن رواج پیدا می‌کند تا سازمان‌هایی که اینگونه نیستند و طبیعی است در آن سازمان‌ها مولفه‌های فرهنگی دیگری حاکم می‌شود.

ه) شرایط زیست محیطی: شرایط اقلیمی و وضعیت فیزیکی کار بر فرهنگ آن سازمان تاثیر می‌گذارد، برخورداری از آب‌وهوای معتدل و مطبوع و محیط فراخ و چشم‌نواز، نوعی فرهنگ را دیکته می‌کند که با سازمانی در مناطقی گرم و سوزان و برخوردار از فضای سازمان تنگ و گرفته متمایز و متفاوت است.

و) افکار و مفروضات بنیان‌گذاران: سبک و سیاق مدیریتی راهبران سازمان و نوع رفتار آنان با کارکنان و خصلت‌های اخلاقی ناشی از شخصیت مدیر، باعث شکل گیری مولفه‌های خاص در سازمان خواهد شد.

ز) خانواده: خانواده از جمله عواملی است که در شکل گیری فرهنگ سازمان و اجتماع تاثیرگذار است، خانواده به‌عنوان اصلی‌ترین و ابتدایی‌ترین نهادهایی است که در ساخت شخصیت انسان نقش بی‌بدیلی ایفا می‌کند و همین آداب، سنت‌ها، اخلاقیات شکل یافته در خانواده به سازمان نیز منتقل می‌شود و بخشی از فرهنگ سازمان را شکل می‌دهد.

ح) مذهب: مذهب سرمنشاء اعتقادات و باورهای بنیادین افراد بوده و سازنده ارزش‌های فردی و رفتار

اجتماعی آن‌ها می‌باشد، بی‌شک در رفتار و فرهنگ سازمانی نیز بروز و ظهور دارد و مبتنی بر آن، بخش اعظم فرهنگ سازمان کارکنان شکل می‌گیرد.

ط) آموزش و پرورش: نظام آموزش و پرورش به‌عنوان دومین نهاد اجتماعی اغلب جوامع در شکل‌گیری فرهنگ آن‌ها تاثیر دارد و بخشی از فرهنگ آموخته‌شده در مراکز آموزشی به سازمان‌ها نیز منتقل می‌شود و فرهنگ سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد (رابینز، ۱۳۸۵: ۱۰۷۳).

همچنین فرهنگ سازمانی می‌تواند کارکردهای زیر را داشته باشد:

الف) فرهنگ موجب تمایز یک سازمان از سازمان دیگر می‌شود؛

ب) فرهنگ به اعضای سازمان احساس هویت می‌بخشد؛

ج) فرهنگ موجب ایجاد تعهد به چیزی فراتر از منافع شخصی فرد می‌شود؛

د) فرهنگ موجب ثبات سیستم اجتماعی می‌شود؛ به این صورت که با ارائه معیارها، افراد را در تشخیص رفتار و گفتار مناسب یاری می‌کند؛

ه) فرهنگ به‌عنوان یک مکانیزم کنترل و آزمون، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را جهت می‌دهد. بدین ترتیب ابهام آن‌ها را در این باره که کارها چگونه انجام می‌شود و چه چیزی مهم است، کاهش می‌دهد (رابینز، ۱۳۸۵: ۱۰۶۸).

در پایان این بخش جهت حسن‌ختم دو تعریف از حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در رابطه با فرهنگ ارائه می‌گردد و در نتیجه به تعریف فرهنگ خاتمه می‌دهیم.

حضرت امام خمینی (ره):

«بی‌شک بارزترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه در بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد، ولی پوچ، پوک و میان‌تهی است» (امام خمینی، ۱۳۶۰).

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی):

«هویت ملی، با فرهنگ شکل می‌گیرد. هویت هر ملتی، فرهنگ اوست. فرهنگ مثل آب و هوا است، فرهنگ یعنی همین رسوم و آدابی که بر زندگی من و شما حاکم است».

«اساس و ریشه فرهنگ عبارت است از عقیده و برداشت و تلقی هر انسانی از واقعیت و حقایق عالم و نیز خلیقات فردی، خلیقات اجتماعی و ملی. بنابراین دغدغه‌های فرهنگی ناشی از دغدغه نسبت به انسانیت انسان و نسبت به اهداف والای انسانی و نسبت به آن چیزهایی است که حقیقتاً می‌خواهیم به آن‌ها دست

پیدا کنیم و برای آن‌ها تلاش می‌کنیم و برای آن‌ها زنده هستیم» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۹).

پیشینه پژوهش

سعید حجازی فر (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «شناسایی مولفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی با روش فراترکیب» با استفاده از روش فراترکیب پس از جستجوی منابع پیرامون فرهنگ و مدیریت جهادی، ۲۸ مقاله مرتبط را شناسایی و با این روش نتایج آن‌ها را با توجه به وظایف و موضوعات مرتبط با علم مدیریت در ۱۰ بخش دسته‌بندی کرد و از این طریق مدلی برای مدیریت جهادی ارائه نمود.

دل‌آرا نعمتی پیرعلی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «مدیریت جهادی از منظر قرآن کریم»، مدیریت را یکی از عرصه‌های مهم و قابل توجه در سبک زندگی اسلامی بیان نموده و مدیریت جهادی را برخاسته از فرهنگ جهادی و حاکی از مدیریت بر مبنای ارزش‌های اسلامی می‌داند. بر اساس یافته‌های تحقیق فوق می‌توان گفت مهم‌ترین شاخصه جهاد، بذل طاقت برای رسیدن به مطلوب با مولفه‌های عقل، علم، تقوا، اسوه‌مداری، ولایت‌مداری و اعتصام و توکل به خداست و مدیریت جهادی به‌کار گرفتن این شاخصه‌ها و مولفه‌ها همراه با کاربست تمامی استعدادها، توانمندی‌ها و بن‌مایه‌های فردی، اعتقادی و سازمانی مدیر به‌منظور تحقق هدف والای آن یعنی ارتقای کمی و کیفی حیات انسانی است.

محمدرضا سلطانی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «مدیریت جهادی، چالش‌ها و الزامات» ضمن شناسایی چالش‌های فرا روی مدیریت جهادی، نسبت به شناسایی و طبقه‌بندی آن‌ها در سه شاخه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای اقدام نموده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، در یک تقسیم‌بندی منطقی می‌توان چالش‌های مدیریت جهادی را در سه طبقه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای (محیطی - فرهنگی) و الزامات آن را در چهار بعد رویکردی، مدیریتی، انسانی و ساختاری بیان نمود.

حمیدرضا قائدعلی و مهدی عاشوری (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «مدیریت جهادی شیوه‌ای تحقق یافته از مدیریت اسلامی (مطالعه موردی جهادسازندگی در دهه نخستین انقلاب اسلامی ایران)» با روش مطالعه کتابخانه‌ای و با رویکردی توصیفی، تطبیقی و تحلیلی به بررسی مدیریت در جهاد سازندگی پرداخته است. نتایج تحقیق این مقاله نشان می‌دهد که هسته مرکزی ارزش‌های جهادگران جهاد سازندگی را گزاره‌های «خدمت به خلق خدا»، «کار برای رضای خدا» و «تلاش در رفع تنگناهای ایجاد شده به‌وسیله تجاوز دشمنان» تشکیل می‌دهد که با رویکرد مدیریت متأثر از

ارزش‌های اسلامی تطبیق دارد.

علی‌اکبر احمدیان (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «مدل‌سازی مدیریت جهادی با بهره‌گیری از بیانات مقام معظم رهبری» با مبنا قرار دادن سخنان مقام معظم رهبری در حوزه جهاد و مدیریت جهادی و استفاده از آیات و بهره‌گیری از تجارب مدیریتی و با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی داده‌ها و تحلیل گفتمان، مدلی از شکل‌گیری عملی مدیریت جهادی را بر اساس مدل چرخه‌ای شامل سه مرحله کلی بعثت، جهاد و راه‌یابی ارائه نموده است.

میثم لطیفی و حسن سعدآبادی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «پژوهشی پدیدارشناسانه برای فهم جوهره مدیریت جهادی» به بررسی و تحلیل بیش از ۶۰ مورد از بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در موضوع جهاد پرداخته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، تمایز محوری فعالیت‌های جهادی در قالب ایمان به غیب، معنادار است و کسب و تقویت آن از طریق تقوا ممکن می‌باشد. ریشه اثرگذاری مدیریت جهادی به روح عرفانی و معنوی فرد برمی‌گردد و در نهایت، ماهیت مدیریت جهادی بر مبنای مبارزه تعریف می‌شود و بر دو رکن اساسی «کوشش فراوان» به همراه «مقابله با موانع موجود» در مسیر دستیابی به پیشرفت و تمدن اسلامی قوام یافته است.

مهدی مرتضوی و فضل‌اله زارعی‌پور نصیرآبادی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «فرهنگ سازمانی جهادی، عامل کلیدی مدیریت جهادی» ضمن اشاره به مبانی علمی و با بهره‌گیری از مدل سنجش فرهنگ رابینز، به تبیین فرهنگ سازمانی جهادی به‌عنوان عامل کلیدی مدیریت جهادی پرداخته شده است و ۱۱ عامل هویت جهادی، سیستم تشویقی در سازمان جهاد، نظام ارزشی مورد قبول جهادگران، انسجام گروهی در جهاد، الگوی ارتباطی در سازمان جهادی، تحمل اختلاف سلیقه، ابتکار جهادگران، هدایت و سرپرستی جهادی، خطرپذیری (مسئولیت‌پذیری)، کنترل و در نهایت حمایت مدیریتی را به‌عنوان شاخص‌های فرهنگ سازمانی جهادی بیان نموده‌اند.

علی بنیادی و محمدحسن کامفیروزی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی تاثیرات مدیریت جهادی بر استقرار اقتصاد مقاومتی با روش ویکور فازی»، به بررسی اهمیت شاخصه‌های مدیریت جهادی بر استقرار و تحکیم نظام اقتصاد مقاومتی پرداختند. رویکرد تحقیق نامبردگان استفاده از روش تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه در شرایط غیرقطعی بود. نتایج تحقیق نشان داد که ویژگی‌های فرهنگ جهادی، ویژگی‌های مدیریت جهادی و ویژگی‌های ساختاری به ترتیب بر اقتصاد مقاومتی تاثیرگذار هستند.

مهدی حسینی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «طراحی مدل سازمان جهادی» به‌منظور

طراحی مدل سازمان جهادی سه مرحله را اجرا کردند به طوری که در مرحله اول از طریق مقاله و مرور ادبیات و پیشینه مرتبط با مفهوم سازمان جهادی، شاخص‌های اولیه طراحی مدل شناسایی شد. در مرحله دوم از طریق اجرای مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۰ نفر از خبرگان مرتبط با حوزه جهاد و با توجه به پیش‌فرض‌های مدل سازمان، مدل اولیه سازمان جهادی به شیوه‌ای کیفی را طراحی کردند. در مرحله سوم، اعتباریابی مدل از طریق سه دور دلفی در میان ۱۵ نفر از خبرگان و تحلیل داده‌های حاصل، انجام گرفت. در نهایت مدل سازمان جهادی در قالب سه بعد اصلی (بعد ساختاری، بعد رفتاری و بعد زمینه‌ای)، ۱۲ رکن سازمانی و ۳۶ شاخص طراحی و پیشنهاد شد. بر مبنای مدل طراحی شده، در بعد ساختاری، سازمان جهادی سازمانی متشکل از واحدهای اجرایی با پیچیدگی، رسمیت و تمرکز در سطح پایین می‌باشد. همچنین در بعد زمینه‌ای، سازمان جهادی سازمانی است که از طریق اجرای طرح‌های جهادی برگرفته از نیازهای مردمی در قالب تیم‌های کاری کوچک به دنبال رشد و پویایی می‌باشد. همچنین در بعد رفتاری، حمایت از کارکنان توسط رهبری سازمان، اشاعه ویژگی‌های اخلاقی تواضع، دیگرخواهی و شجاعت در سازمان و وجود فضای معنوی مبتنی بر صمیمیت و ارزش‌های دینی از ویژگی‌های مشخصه یک سازمانی جهادی می‌باشد.

بهنام عبدی و میثم توکلی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «مفهوم‌پردازی مدیریت جهادی در پرتو آموزه‌های نهج البلاغه»، با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد، مضامین و ابعاد مدیریت جهادی را استخراج نمودند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که قرب الهی، توکل، آینده‌نگری و دور اندیشی، واقع‌گرایی، عقلانیت و خردورزی، اشاعه وحدت، مدیریت راهبردی سرمایه انسانی، مدیریت راهبردی علم و فناوری، خودارزیابی و بهبود مستمر و در نظر گرفتن مدیریت به‌عنوان «آزمایش» از جمله مهم‌ترین موارد قابل توجه در رابطه با مدیریت جهادی هستند.

در جمع‌بندی پیشینه‌ها می‌توان اذعان کرد که پژوهش‌های فوق و جستجو در سایر مقالات منتشر شده در حوزه فرهنگ سازمانی و مدیریت جهادی، گویای این نکته است که تاکنون در هیچ اثر پژوهشی مستقلی، جایگاه فرهنگ و تاثیر آن بر مدیریت جهادی به‌طور کامل و با بررسی ادبیات غنی و ارائه یک الگوی جامع (نمودار شماره ۱) مورد بررسی قرار نگرفته است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف پوشش دادن این خلاء علمی - فرهنگی برای بررسی میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی به رشته تحریر درآمده است.

مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق با بهره‌گیری از خصوصیات فرهنگ جهادی ارائه شده توسط ایروانی (۱۳۷۷)،

ویژگی‌های مدیریت جهادی ارائه شده توسط روستایی (۱۳۷۹)، ویژگی‌های فرهنگ جهادی در سخنان امام خمینی (ره) ارائه شده توسط شعبانی و تاج‌آبادی (۱۳۸۶)، ویژگی‌های فرهنگ جهادی ارائه شده توسط جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶)، شاخصه‌های مدیریت جهادی ارائه شده توسط حقیقی (۱۳۸۸)، راهکارهای توسعه و ترویج فرهنگ و مدیریت جهادی از منظر امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) ارائه شده توسط زواره (۱۳۸۸)، فوائد بازسازی فرهنگ جهادی ارائه شده توسط فتح‌الهی (۱۳۸۸)، چالش‌ها و الزامات مدیریت جهادی ارائه شده توسط سلطانی (۱۳۹۳)، مفهوم‌پردازی مدیریت جهادی در پرتو نهج‌البلاغه ارائه شده توسط عبدی و توکلی (۱۳۹۵) و طراحی مدل سازمان جهادی ارائه شده توسط حسینی و همکاران (۱۳۹۵)، مدل مفهومی تحقیق تدوین و منابع استفاده شده برای تدوین الگوی تحقیق در جدول شماره ۱ ارائه می‌گردد.

جدول شماره ۱: منابع الگوی مفهومی تحقیق

ابعاد	ردیف	مؤلفه	منبع
فرهنگ سازمانی	۱	مشارکت سازمانی	علیرضایی و پاشایی‌هولاسو (۱۳۹۵)، روستایی (۱۳۷۹)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)
	۲	انعطاف‌پذیری سازمانی	علیرضایی و پاشایی‌هولاسو (۱۳۹۵)، جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶)، زواره (۱۳۸۸)
	۲	رسالت و مأموریت سازمانی	علیرضایی و پاشایی‌هولاسو (۱۳۹۵)، روستایی (۱۳۷۹)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)، سلطانی (۱۳۹۳)
	۳	سازگاری سازمانی	حقیقی (۱۳۸۸)، زواره (۱۳۸۸)
	۴	انطباق‌پذیری سازمانی	علیرضایی و پاشایی‌هولاسو (۱۳۹۵)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)
	۵	نوآوری و خلاقیت	دهقانی‌پوده و پاشایی‌هولاسو (۱۳۹۵)، سلطانی (۱۳۹۳)
مدیریت جهادی	۶	فرهنگ جهادی	شعبانی و تاج‌آبادی (۱۳۸۶)، ایروانی (۱۳۷۷)، روستایی (۱۳۷۹)، حقیقی (۱۳۸۸)، زواره (۱۳۸۸)، جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)
	۷	بُعد دینی و اخلاقی	عبدی و توکلی (۱۳۹۵)، ایروانی (۱۳۷۷)، جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)

ابعاد	ردیف	مؤلفه	منبع
	۸	بُعد مدیریتی	ایروانی (۱۳۷۷)، روستایی (۱۳۷۹)، زواره (۱۳۸۸)
	۹	بُعد سازمانی	عبدی و توکلی (۱۳۹۵)، ایروانی (۱۳۷۷)، حقیقی (۱۳۸۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۵)
	۱۰	بُعد شخصیتی	شعبانی و تاج‌آبادی (۱۳۸۶)، ایروانی (۱۳۷۷)، جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶)، زواره (۱۳۸۸)

با توجه به جدول شماره ۱، مدل مفهومی تحقیق در نمودار شماره ۱ ارائه می‌گردد:



نمودار شماره ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی تحقیق

این مقاله حاصل پژوهشی است که از نظر هدف کاربردی از نظر روش توصیفی-تحلیلی، پیمایشی و از نوع همبستگی است.

جامعه آماری تحقیق

مورد مطالعه در این پژوهش صاحب نظران دانشگاهی و خبرگان آشنا به علم مدیریت منابع انسانی، رفتار سازمانی و افرادی بودند که در زمینه مدیریت جهادی مطالعه داشتند که با توجه به معیار دسترسی به نخبگان، تعداد ۱۰۰ نفر به عنوان جامعه آماری شناسایی و بر اساس جدول مورگان، نمونه آماری ۸۰ نفر انتخاب گردید.

ابزار جمع آوری اطلاعات

در این پژوهش ابزار اصلی سنجش، پرسشنامه است. این پرسشنامه از ۵۰ سؤال تشکیل و با استفاده از طیف لیکرت به عنوان مقیاس مورد نظر طراحی گردیده است.

روایی پرسشنامه

در این پژوهش چهار نوع روایی بررسی شده است.

روایی محتوا

پژوهشگر برای سنجش یک متغیر، بر اساس ادبیات موجود تعدادی سؤال در قالب یک پرسشنامه مطرح می کند. روایی محتوی به این بستگی دارد که این سؤال ها تا چه میزان حوزه محتوایی متغیر مورد نظر را پوشش می دهد (بوهریستر، ۱۹۸۳: ۲۵). یکی از روش ها برای ارزیابی و تضمین روایی محتوا شکل گیری معقول ابزار است. اتکای زیاد به ادبیات موضوع و استفاده از نظر متخصصان برای ارزیابی پرسشنامه می تواند روایی محتوا را تضمین کند (چرچیل، ۱۹۷۹: ۵۲). از آنجائی که همه گویه های پرسشنامه بر اساس مطالعات قبلی بوده است، می توان از روایی محتوایی آن اطمینان پیدا کرد.

روایی سازه

روایی سازه یک ابزار اندازه گیری نمایانگر آن است که ابزار اندازه گیری تا چه حد اندازه یک سازه یا خصیصه ای را که مبنای نظری دارد می سنجد (چرچیل، ۱۹۷۹: ۵۲). به عبارتی دیگر برای قبول روایی یک مدل و در نتیجه روایی نشانگرهای یک سازه، لازم است نشان دهیم بین این نشانگرها هماهنگی و هم سوئی وجود دارد (ویکترمان، ۱۹۸۹: ۱۴). تحلیل عاملی تأییدی یکی از مفیدترین روش ها در این زمینه است. همان گونه که در نمودارهای شماره ۲ و ۳ مشاهده خواهد شد بار عاملی همه فاکتورها بالا بوده و بیانگر روایی خوب سازه مدل خواهد بود.

روایی وابسته به معیار

هر چه همبستگی بین شاخص ها و متغیر وابسته یا ملاک بالاتر باشد، روایی بهتر است (فردان، ۱۳۸۲: ۴۶). به عبارتی دیگر در این پژوهش هر چه همبستگی بین زیرمعیارهای عوامل ژئوپلیتیکی با معیارها بیشتر باشد، روایی وابسته به معیار پرسشنامه بهتر است. از این رو هفت معیار عوامل مشارکت سازمانی، انعطاف پذیری

سازمانی، رسالت و مأموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی به‌عنوان متغیر مستقل و فرهنگ سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. همان‌گونه که در جدول شماره ۱ دیده می‌شود، هر ۷ فاکتور با فرهنگ سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ همبستگی مثبت و معناداری دارند.

جدول شماره ۲: همبستگی فاکتورهای اصلی موثر بر فرهنگ سازمانی

فاکتورها	مشارکت سازمانی	انعطاف‌پذیری سازمانی	رسالت و مأموریت سازمانی	سازگاری سازمانی	انطباق‌پذیری سازمانی	نوآوری و خلاقیت	فرهنگ جهادی
فرهنگ سازمانی	۰/۸۹	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۹۴

سنجش اعتبار محتوا (CVR)

این روش میزان موافقت میان ارزیابان یا داوران را در خصوص "مناسب یا اساسی بودن" یک گویه خاص می‌سنجد. لاوشه پیشنهاد کرد که هر گویه یا پرسش به مجموعه‌ای از ارزیابان یا داوران داده شود و از آن‌ها پرسیده شود که آیا گویه مورد نظر برای سنجش سازه موردنظر "اساسی یا سودمند" می‌باشد یا نه؟ طبق نظر لاوشه، اگر بیش از نیمی از ارزیابان یا داوران بیان داشتند که آن "اساسی یا سودمند" است، آن گویه دست کم از مقداری اعتبار محتوا برخوردار است. هرچه میزان موافقت میان ارزیابان یا داوران در مورد "اساسی یا سودمند" بودن یک گویه معین بالاتر باشد، سطح اعتبار محتوا بالاتر است. لاوشه با استفاده از این فرض، فرمول زیر را برای سنجش اعتبار محتوا ابداع کرد که به آن نسبت اعتبار محتوا گفته می‌شود (میرزایی، ۱۳۸۸: ۳۲۷).

به‌همین منظور از روش سی ایچ لاوشه^۱ برای سنجش اعتبار محتوا (CVR) استفاده شد و یک نمونه آماری ۲۰ نفره به سوالات این پرسشنامه پاسخ دادند. نسبت اعتبار بدست آمده برای تمامی سوالات پرسش‌نامه در جدول شماره ۳ برآورد شده است، مورد قبول بود.

جدول شماره ۳: نتایج مرتبط با نسبت اعتبار محتوای بدست آمده برای سوالات پرسش‌نامه

شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا
۱	۱	۱۸	۰/۸۵	۳۵	۱
۲	۰/۸	۱۹	۱	۳۶	۰/۹
۳	۱	۲۰	۱	۳۷	۱
۴	۱	۲۱	۱	۳۸	۱

شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا
۵	۱	۲۲	۱	۳۹	۱
۶	۱	۲۳	۰/۹	۴۰	۱
۷	۱	۲۴	۱	۴۱	۱
۸	۱	۲۵	۱	۴۲	۱
۹	۱	۲۶	۱	۴۳	۱
۱۰	۱	۲۷	۱	۴۴	۱
۱۱	۱	۲۸	۱	۴۵	۱
۱۲	۱	۲۹	۱	۴۶	۱
۱۳	۱	۳۰	۱	۴۷	۱
۱۴	۰/۸	۳۱	۱	۴۸	۰/۹
۱۵	۱	۳۲	۱	۴۹	۱
۱۶	۱	۳۳	۱	۵۰	۱
۱۷	۱	۳۴	۱		

پایایی پرسشنامه

به منظور بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ که توسط نرم افزار SPSS محاسبه گردید، استفاده شد. از آنجائیکه ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ قابل قبول است؛ مقدار آن برای سوالات پرسشنامه در جدول شماره ۴ برابر ۰/۹۱ شد که مقدار قابل توجهی جهت پایابودن پرسشنامه می باشد.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون آلفای کرونباخ مرتبط برای هر کدام از ابعاد پرسشنامه

حوزه پرسشنامه	تعداد سوالها	ضریب آلفای کرونباخ	متغیرهای مکنون	تعداد سوال	ضریب آلفای کرونباخ
تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی	۵۰ سوال	۰/۹۱	مشارکت سازمانی	۳	۰/۸۹
			انعطاف پذیری سازمانی	۴	۰/۸۶
			رسالت و مأموریت سازمانی	۳	۰/۸۹
			سازگاری سازمانی	۳	۰/۹۳
			انطباق پذیری سازمانی	۴	۰/۹۱
			نوآوری و خلاقیت	۳	۰/۹۳
			فرهنگ جهادی	۸	۰/۹۱
			دینی و اخلاقی	۵	۰/۹۳
			مدیریتی	۷	۰/۸۹
			سازمانی	۵	۰/۹۲
			شخصیتی	۵	۰/۹۳

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم افزار SPSS می‌توان اطلاعات حاصل را به صورت زیر بیان نمود:

جدول شماره ۵: مشخصات پاسخ‌دهندگان

- مشخصات سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان:			
لیسانس: ۱۷,۱٪	فوق لیسانس: ۲۹,۵٪	دکتر: ۵۳,۴٪	
- مشخصات سن پاسخ‌دهندگان:			
۲۰ - ۳۵: ۱۰,۱٪	۳۵ - ۴۰: ۳۶,۹٪	۴۰ به بالا: ۵۳,۰٪	
- مشخصات سابقه کاری پاسخ‌دهندگان:			
۵-۱۰: ۶,۰٪	۱۰-۱۵: ۶,۶٪	۱۵-۲۰: ۲۰,۴٪	۲۰ به بالا: ۶۷,۰٪

آمار استنباطی

به منظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای فرضیه‌های تحقیق ابتدا به بررسی نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیات از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف پرداخته می‌شود و سپس با استفاده از نتایج این آزمون، از روش‌های آماری پارامتری یا غیرپارامتری مناسب برای آزمودن فرضیه‌ها استفاده می‌شود. بنابراین فرضیه‌ها به شکل زیر می‌باشد:

H^۰: توزیع داده‌ها نرمال است (داده‌ها از جامعه نرمال استخراج شده‌اند).

H^۱: توزیع داده‌ها نرمال نیست (داده‌ها از جامعه نرمال استخراج نشده‌اند).

جدول شماره ۶: نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

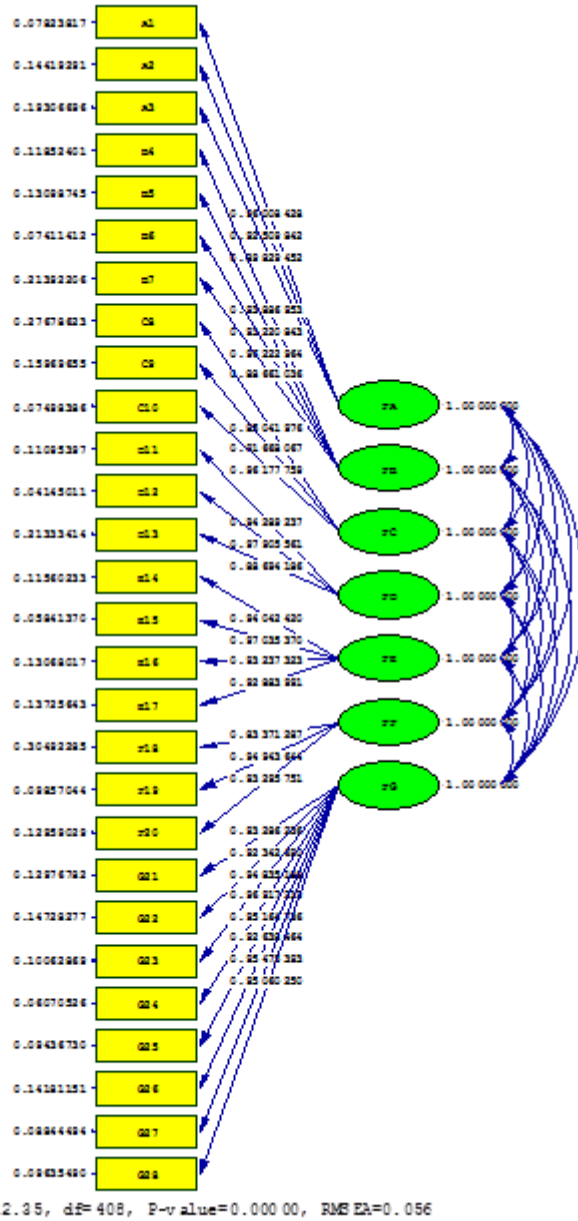
نتیجه‌گیری	فرض صفر	مقدار خطا	سطح معنی‌داری	منغیر
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۳۱۹	مشارکت سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۵۱۲	انعطاف‌پذیری سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۳۱۳	رسالت و ماموریت سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۰۲	سازگاری سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۱۱	انطباق‌پذیری سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۳۱۳	نوآوری و خلاقیت
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۱۱	فرهنگ جهادی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۳۸۷	دینی و اخلاقی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۱۸	مدیریتی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۰۱	سازمانی
داده‌ها نرمال است	رد نمی‌شود	+ / ۰,۵	۰ / ۴۱۲	شخصیتی

با توجه به جدول شماره ۶، مشاهده می‌شود که تمامی متغیرها، نرمال هستند به‌همین خاطر از روش‌های آمار پارامتری استفاده می‌گردد.

مدل اندازه‌گیری متغیر برون‌زا

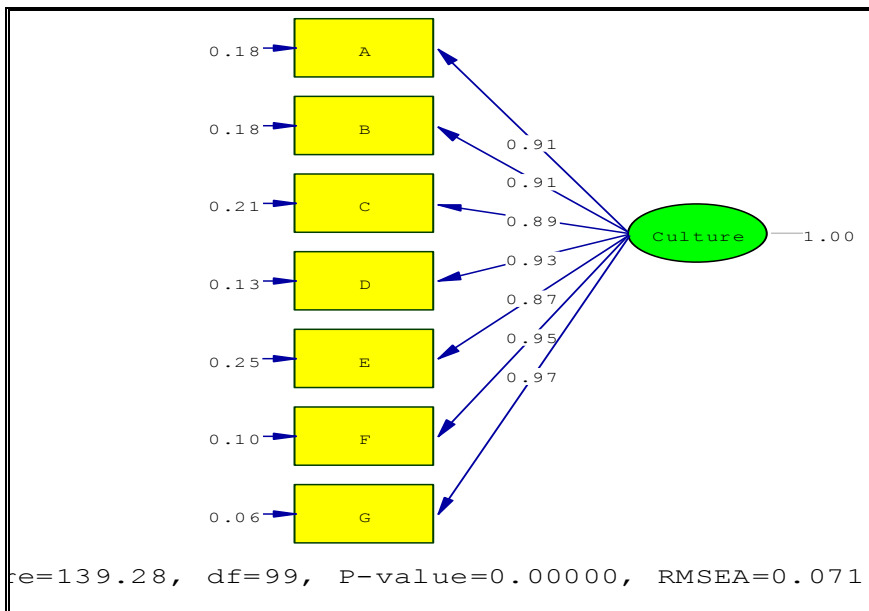
برای شناسایی ضرایب تاثیر بین مکنون‌های شناسایی شده در تحلیل عاملی اکتشافی و شاخص‌ها، از تحلیل عاملی تائیدی توسط نرم‌افزار LISREL استفاده شد. در تحلیل عاملی تائیدی، مهم‌ترین عامل در تصمیم‌گیری رد یا قبول هر فرضیه، میزان شاخص RMSEM است. اگر این شاخص نامطلوب کمتر از ۰/۱ باشد، مدل از تناسب قابل قبولی برخوردار است و چنانچه کمتر از ۰/۰۵ باشد، میزان تناسب مدل ایده‌آل است. با توجه به اینکه میزان RMSEM در نمودار شماره ۲ برابر ۰/۰۵۶ است، تناسب مدل از وضعیت بسیار مطلوبی برخوردار است، ضرایب معناداری در باره قبول بودن (۱/۹۶- X $+1/96$) قرار داشته و شاخص‌های خوب بودن بزرگ‌تر از ۰/۹ هستند، بنابراین مدل از نظر استناد قابل قبول است.

سپس در تحلیل مرتبه دوم (نمودار ۳)، هفت عامل شناسایی شده در تحلیل مرحله قبل، در یک مکنون برون‌زا به نام فرهنگ سازمانی جای داده شده تا ضرایب تاثیر عوامل فرهنگی مشخص شود، مدل دارای سه شرط استناد است و از برازش مناسبی برخوردار است. ضرایب تاثیر مشارکت سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی، رسالت و مأموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی برای عوامل فرهنگ سازمانی به ترتیب ۰/۹۱، ۰/۹۱، ۰/۸۹، ۰/۹۳، ۰/۸۷، ۰/۹۵ و ۰/۹۷ است.



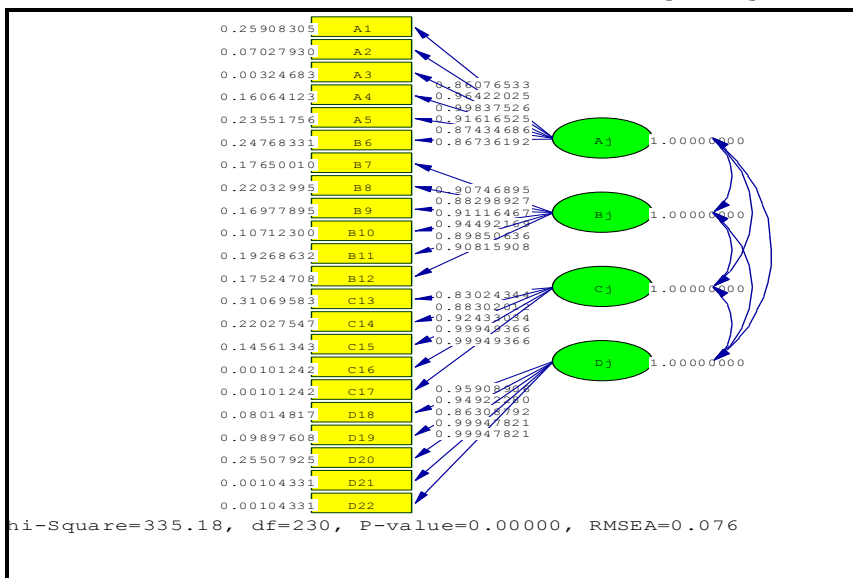
نمودار ۲. مدل استاندارد مکتون برون‌زای عامل فرهنگ سازمانی، مرتبه اول

به این ترتیب تمامی ضرایب تاثیر عوامل مکنون برونزای فرهنگ سازمانی، بزرگ‌تر از ۸۰ درصد به دست آمد و این از تاثیر قابل ملاحظه این عوامل فرهنگی بر مکنون نام برده حکایت دارد.



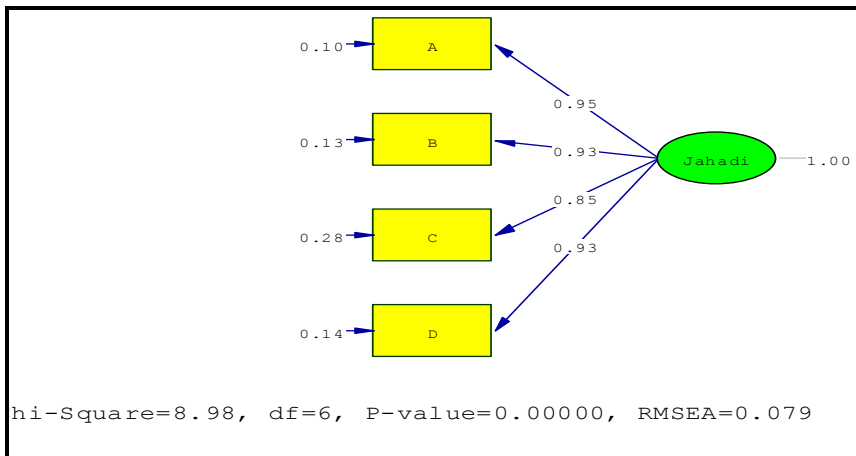
نمودار ۳. مدل استاندارد مکنون برونزای عامل فرهنگ سازمانی، مرتبه دوم

مدل اندازه‌گیری متغیر درون‌زا



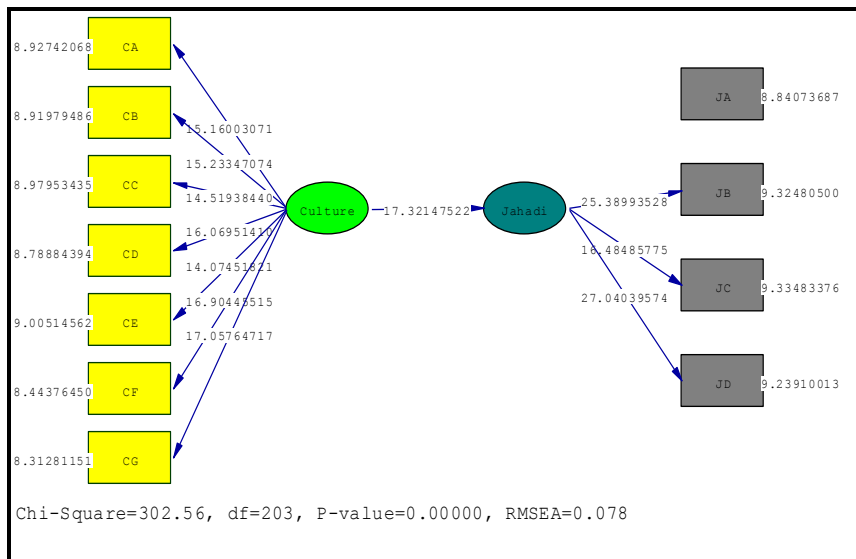
نمودار ۴. مدل تخمین استاندارد متغیرهای درون‌زا، مرتبه اول

مدل ایجاد شده در تحلیل عاملی تأییدی متغیر درون‌زا (نمودار ۴) بزرگتر از ۸۰ درصد برآورد شد که حاکی از تاثیر زیاد عوامل مدیریت جهادی است.

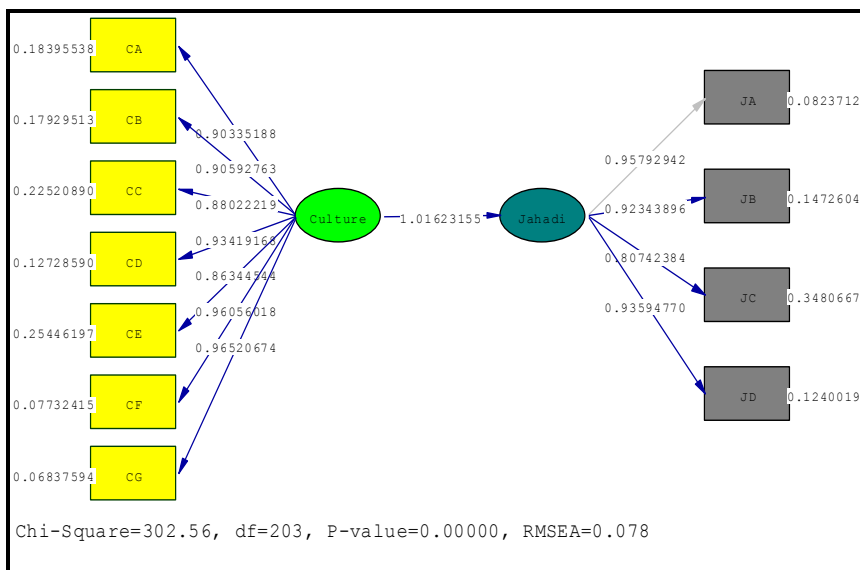


نمودار ۵. مدل تخمین استاندارد متغیرهای درون‌زا، مرتبه دوم

با توجه به نمودار شماره ۵ مشاهده می‌گردد که ابعاد دینی و اخلاقی، مدیریتی، سازمانی و شخصیتی به ترتیب ۹۵٪، ۹۳٪، ۸۵٪ و ۹۳٪ بر مدیریت جهادی تاثیر گذارند.



نمودار ۶. مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد

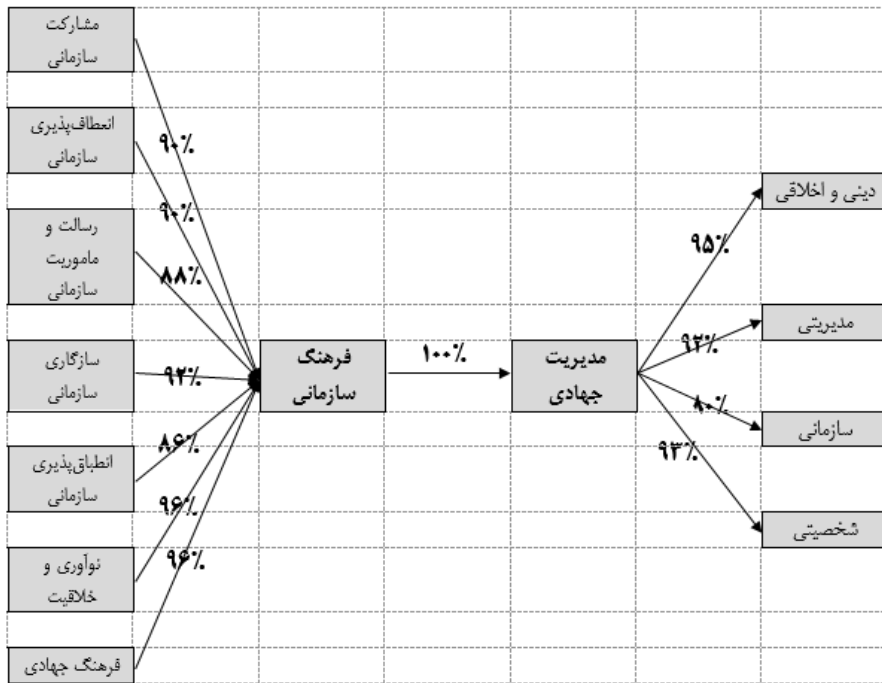


نمودار ۷. مدل مفهومی تحقیق در حالت معنی داری
جدول شماره ۷: بررسی روایی سازه مدل ارائه شده

نتیجه	میزان به دست آمده	دامنه قابل قبول	معادل فارسی	معادل انگلیسی	اختصار
از آنجائیکه بین این نشانگرها هماهنگی و هم‌سویی وجود دارد، در نتیجه روایی سازه مدل تأیید شد.	۱/۴۹	کمتر از ۳	شاخص کای دو بر درجه آزادی	χ^2/df	χ^2/df
	۰/۰۷۸	کمتر از ۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	Root Mean Square of Approximation	RMSE A
	۰/۹۳	نزدیک به یک	شاخص برازش هنجار شده	Normal Fit Index	NFI
	۰/۹۵	نزدیک به یک	شاخص برازش تطبیقی	Comparative Fit Index	CFI
	۰/۹۶	نزدیک به یک	شاخص برازندگی	Goodness of Fit Index	GFI
	۰/۹۴	نزدیک به یک	شاخص تعدیل یافته برازندگی	Adjusted Goodness of Fit Index	AGFI

از آنجائیکه در جدول شماره ۷، شاخص کای دو بر درجه آزادی که یکی از شاخص‌های اصلی می‌باشد که ۱/۴۹ بوده و در محدوده مجاز قرار دارد، برازندگی مدل را مورد تأیید قرار می‌دهد. شاخص تعدیل شده برازندگی که مقادیر بین ۰/۹ تا ۰/۹۵ قابل قبول است در مدل نهایی با مقدار ۰/۹۴ است که عالی می‌باشد. شاخص‌های برازش هنجار شده، تطبیقی، برازندگی و تعدیل یافته برازندگی در

این مدل به ترتیب برابر با ۰/۹۳، ۰/۹۵، ۰/۹۶ و ۰/۹۴ که با توجه به دامنه قابل قبول از وضعیت عالی برخوردار می‌باشند. شاخص بعدی ریشه میانگین مربعات خطای برآورد می‌باشد که باید کمتر از ۰/۰۸ باشد و در این مدل برابر با ۰/۰۷۸ می‌باشد که در محدوده قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین با توجه به کل شاخص‌ها با توجه به شاخص‌های برازندگی محاسبه شده می‌توان گفت که مدل از برآزش مناسبی برخوردار می‌باشد.



نمودار ۸. درصد تاثیر هر یک از مولفه‌های تحقیق بر ابعاد

بنابراین با توجه به خروجی نمودارهای شماره ۶ و ۷ و بررسی روایی سازه مدل ارائه شده در جدول شماره ۶ می‌توان بیان نمود که علاوه بر تاثیر مثبت فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی، عوامل مشارکت سازمانی؛ انعطاف‌پذیری سازمانی؛ رسالت و ماموریت سازمانی؛ سازگاری سازمانی؛ انطباق‌پذیری سازمانی؛ نوآوری و خلاقیت سازمانی و فرهنگ جهادی بر مدیریت جهادی تاثیر مثبتی دارد. به عبارت دیگر تمامی فرضیه‌های تحقیق اثبات می‌شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

نظام اسلامی مانند هر نظام دیگری دارای جهان‌بینی، عناصر، ارکان و اجزایی است که آن را از دیگر نظام‌ها متمایز می‌سازد. مدیریت جهادی به‌عنوان علم و هنر رهبری و کنترل فعالیت‌های دسته‌جمعی، مبتنی بر مبارزه نه صرفاً در عرصه نظامی بلکه در تمامی عرصه‌های علمی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... جهت نیل به اهداف راهبردی و کلان یک سیستم و رفع موانعی که در رسیدن به آن وجود دارد، تعریف می‌شود که در این مدیریت سه ویژگی خدمت به مردم، نیت خدایی (خلوص) و تکیه بر علم به‌عنوان اصول اساسی قلمداد می‌شوند. مدیریت جهادی برگرفته از مدیریت اسلامی و با هدف قرب به خدا و خدمت به بندگان او و گرامی داشتن مردم می‌باشد، از اهداف این نوع مدیریت انجام کار به شیوه مناسب و ارزشمند و کسب رضای خدا می‌باشد تا رضایت درونی برای فرد ایجاد شود. مقاله حاضر به بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی پرداخت. در این مقاله مولفه‌های فرهنگ سازمانی در هفت مفهوم مشارکت سازمانی؛ انعطاف‌پذیری سازمانی؛ رسالت و مأموریت سازمانی؛ سازگاری سازمانی؛ انطباق‌پذیری سازمانی؛ نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی و مولفه‌های مدیریت جهادی در چهار مفهوم دینی و اخلاقی؛ مدیریتی؛ سازمانی و شخصیتی دسته‌بندی گردیدند و به بررسی تاثیر هر کدام از این مولفه‌های بر همدیگر پرداخته شد. در این تحقیق ابعاد مشارکت سازمانی (۹۰ درصد)؛ انعطاف‌پذیری سازمانی (۹۰ درصد)؛ رسالت و مأموریت سازمانی (۸۸ درصد)؛ سازگاری سازمانی (۹۲ درصد)؛ انطباق‌پذیری سازمانی (۸۶ درصد)؛ نوآوری و خلاقیت (۹۶ درصد) و فرهنگ جهادی (۹۶ درصد) بر فرهنگ سازمانی تاثیر گذارند. همچنین ابعاد دینی و اخلاقی (۹۵ درصد)؛ مدیریتی (۹۲ درصد)؛ سازمانی (۸۰ درصد) و شخصیتی (۹۳ درصد) بر مدیریت جهادی تاثیر گذار می‌باشد. همچنین در این تحقیق تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی ۱۰۰ درصد می‌باشد.

پیشنهاد

پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های بعدی عوامل تعاملی و عمومی بیشتری در این زمینه شناسایی و به وزن‌دهی و اولویت‌بندی این عوامل به کمک روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM) پرداخته شود و نتایج این پژوهش در سازمان‌های مرتبط با مدیریت جهادی به کار گرفته شود.

فهرست منابع و مآخذ

۱. آذرنوش، آذرتاش (۱۳۸۵). **فرهنگ معاصر عربی فارسی**، چاپ هفتم، تهران: نشر نی.
۲. احمدی، محمدحسین (۱۳۸۸). «تاثیر فرهنگ سازمانی پلیسی بر نهادینه کردن انضباط دانشجویان دانشگاه علوم انتظامی»، **فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی**، سال چهارم، شماره سوم.
۳. اخوان، پیمان و سنجدی، محمد ابراهیم و اجاقی، حامد (۱۳۹۱). «بررسی روابط بین مدیریت نوآور، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش»، **فصلنامه راهبرد دفاعی**، سال دهم، شماره ۳۸.
۴. اقتداری، علی محمد (۱۳۷۲). **سازمان و مدیریت**، تهران: دیبا.
۵. الوانی، سیدمهدی (۱۳۷۱). «استعاره‌ها ابزار شناخت سازمانی»، **فصلنامه مطالعات مدیریت**، شماره ۷.
۶. ایروانی، محمدجواد (۱۳۷۷). **نهادگرایی و جهاد سازندگی**، چاپ اول، تهران: انتشارات جهاد سازندگی.
۷. بنیادی، علی؛ کامفیروزی، محمدحسین (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر مدیریت جهادی بر استقرار اقتصاد مقاومتی با روش ویکور فازی»، **نشریه مدیریت فردا**، سال سیزدهم، شماره ۴۴، صص ۱۰۴-۹۱.
۸. پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۰). «نقش بسیج دانشجویی در مدیریت تهدیدات نرم دشمن»، **فصلنامه عملیات روانی**، سال هشتم، شماره ۳۱.
۹. پالوج، مجتبی؛ نقی پورفر، ولی الله (۱۳۸۶). «نقش فرهنگ و مدیریت جهادی در تقویت و توسعه سرمایه‌های اجتماعی و مشارکت مردمی»، **مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی. جلد اول**، تهران: نشر آموزش کشاورزی دفتر خدمات تکنولوژی آموزشی.
۱۰. پیرنعمتی، دل آرا (۱۳۹۳). «مدیریت جهادی از منظر قرآن کریم»، **فصلنامه بصیرت و تربیت اسلامی**، سال یازدهم، شماره ۳۱، صفحات ۹۳-۷۳.
۱۱. تاج آبادی، ر؛ مشایخی، کک (۱۳۸۸). «شاخص‌ها و نشانه‌های وجدان کاری معیاری برای ارزیابی مدیر جهادی»، **مجموعه مقالات دومین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۱۲. تشویقی، ش (۱۳۸۸). «نقش مدیریت جهادی در ثبات و تامین امنیت»، **مجموعه مقالات دومین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۱۳. حجازی، سعید (۱۳۹۱). «شناسایی مولفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی با روش فراترکیب»، تهران: **اولین همایش علمی فرهنگ و مدیریت جهادی**.
۱۴. حسینی، مهدی؛ سرلک، محمدعلی؛ دلجو، غلامحسین (۱۳۹۵). «طراحی مدل سازمان جهادی»، **فصلنامه مدیریت سازمان‌های دینی**، سال سوم، شماره ۱۵، صص ۲۶-۱.

۱۵. جاجومی زاده، م؛ خورسند رحیم زاده، م؛ منصوری، ح (۱۳۸۶). «شناخت نقطه عطف در عمر سازندگی جهاد سازندگی و ویژگی های مدیریت و فرهنگ جهادی در آن دوره»، **مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۱۶. حقیقی، ج (۱۳۸۸). «بررسی تشکیل جهاد سازندگی و مدیریت جهادی در تقویت و توسعه اجتماعی و مشارکت مردمی»، **مجموعه مقالات دومین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۱۷. دهقانی بوده، حسین؛ پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۵). «تاثیر فرهنگ سازمانی بر ظرفیت ها و محرک های نوآوری دفاعی»، **فصلنامه مدیریت توسعه و تحول**، سال سوم، شماره ۲۷.
۱۸. رابینز، استیفن پی (۱۳۸۵). **رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه ها و کاربردها**، ترجمه: علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
۱۹. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۸۷). **مفردات الفاظ قرآن کریم**، ترجمه حسین خدایپرست، قم: دفتر نشر نوید اسلام.
۲۰. رشید، غلامعلی و پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۲). «ارائه مدلی مبتنی بر مدیریت دانش جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس»، **دو پاسداری فرهنگی**، سال دوم، شماره ۶.
۲۱. رعنائی کردشولی، حبیب اله و قرآنی، سیدفرامرز (۱۳۸۶). «کاربرد چهارچوب ارزش های رقابتی در پژوهش های فرهنگ سازمانی»، **مجله فرهنگ مدیریت**، شماره ۱۵.
۲۲. روحی، محمد؛ فیاض بخش، محمدتقی (۱۳۹۲). **تفسیر واژگان قرآن کریم برگرفته از تفاسیر مجمع البیان و المیزان**، تهران: انتشارات فردا.
۲۳. زواره، ع (۱۳۸۸). راه های استمرار و ترویج و نهادینه کردن فرهنگ جهادی از منظر مقام معظم رهبری، **مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۲۴. سلیمی دانشگر، مجید (۱۳۷۸). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با وجدان کاری، **پایان نامه کارشناسی ارشد**، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
۲۵. سن، جیمز؛ لادون، کنت (۱۳۸۲). **سیستم های اطلاعاتی در مدیریت با کاربردهای تجارت الکترونیک و اینترنت**، ترجمه محمد راد، تهران: نگاه دانش.
۲۶. شاین، ادگار (۱۳۸۳). **مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری**، ترجمه: برزو فرهی بوزنجانی و شمس الدین نوری نجفی، تهران: سیمای جوان.
۲۷. فتح الهی، پ (۱۳۸۸). «بازسازی فرهنگ و مدیریت جهادی متناسب با تحولات محیطی»، **مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.
۲۸. فرهادی، م و همکاران (۱۳۸۸). «بررسی علل تاثیرپذیری فرهنگ و مدیریت جهادی از نظام بوروکراسی»، **مجموعه مقالات اولین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی**، تهران.

۲۹. کامفیروزی، م؛ بنیادی نائینی، ع؛ موسوی لقمان، س (۱۳۹۲). «بررسی نقش عوامل در اقتصاد بدون نفت در الگوی اقتصاد مقاومتی»، **فصلنامه اقتصاد اسلامی**، سال سیزدهم، شماره ۵۹، صص ۵۹-۸۸.
۳۰. عبدی، بهنام؛ توکلی، میثم (۱۳۹۵). «مفهوم‌پردازی مدیریت جهادی در پرتو آموزه‌های نهج‌البلاغه»، **فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی**، سال یازدهم، شماره دوم، صص ۱۹۱-۲۰۵.
۳۱. طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۴). **تفسیر المیزان**، چاپ پنجم، ترجمه محمدباقر موسوی همدانی، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۳۲. فرهی، علی؛ سنجقی، محمدابراهیم؛ سلطانی، محمدرضا؛ محمدیان، یدالله (۱۳۹۵). «طراحی الگوی فرهنگ جهادی یکی از نهادهای انقلاب اسلامی»، **فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی**، سال هشتم، شماره ۲، صص ۸۳-۵۳.
۳۳. فرهی‌بوزنجانی، بروز (۱۳۹۲). «طراحی و تبیین مدل شناخت، سنجش و مدیریت فرهنگ سازمانی»، **مجله راهبرد فرهنگ**، شماره ۲۱، صص ۱۳۸-۱۱۴.
۳۴. قاعدعلی، حمیدرضا؛ عاشوری، مهدی (۱۳۹۱). «مدیریت جهادی نمونه‌ای از به‌کارگیری مبانی مدیریت اسلامی»، **مجموعه مقالات اولین همایش مدیریت جهادی**، تهران: دبیرخانه همایش ملی مدیریت جهادی.
۳۵. قلناش، عباس و صالحی، مریم و جاودانی، مریم و سینا، حمید (۱۳۹۰). «رابطه فرهنگ سازمانی و یادگیری سازمانی با مدیریت دانش اعضا هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی»، **فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی**، سال هفتم، شماره ۱.
۳۶. قوچانی، فرخ؛ بدری‌زاده، مریم (۱۳۹۰). «بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر استقرار سیستم‌های اطلاعات»، **فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی**، شماره ۷، صص ۹۵-۸۱.
۳۷. لطیفی، میثم؛ سعدآبادی، حسن (۱۳۹۳). «پژوهشی پدیدارشناسانه برای فهم جوهره مدیریت جهادی»، **فصلنامه راهبرد فرهنگ**، شماره بیست و هشتم، صص ۱۲۲-۹۱.
۳۸. مارینا، دوپلیسیس (۱۳۸۷). **تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت دانش**، ترجمه: زهره عباسی، چاپ اول، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
۳۹. منوریان، عباس و قربانی، محمدحسین و شریفی، مسلم (۱۳۸۷). **فرهنگ سازمانی با تکیه بر مدل دنیسون**، چاپ اول، شیراز: نشر دانشگاهی شیراز.
۴۰. نکویی مقدم، محمود و بهزادی گودری، فرانک و کشاورز، حسن (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین انواع فرهنگ‌های سازمانی با مؤلفه‌های موفقیت سازمانی»، **فصلنامه بیمارستان**، سال دهم، شماره ۱.

۴۱. Argyris C. Schon D (۱۹۸۷). *Organizational Learning II*, Reading, Mass-Addison Wesley.
۴۲. - Bhatt, G (۲۰۰۰). "Organizing Knowledge in the Knowledge development cycle", Journal of Knowledge Management: *Journal of Business Transformation*, (۲۰۰۰b), Vol. ۴ No. ۱, pp. ۱۰-۲۶.
۴۳. Fleming N. (۱۹۹۸). *Coping with a revolution*: will the internet clang.
۴۴. Jarnett, De (۱۹۹۶). Effects of Knowledge Management Strategy on Organization Performance. *Journal of High Technology Management*. Vol. ۱۴ No ۱۲.
۴۵. Jung, D.I (۲۰۰۳). *The role of transformational Leadership in enhancing organizational innovation*: hypotheses and some preliminary finding, The Leadership Quarterly, Vol. ۱۴ NO.
۴۶. Pouramen, Behzad (۲۰۰۱), *study and Assessment of the existing organizational culture Center of the Iranian Scientific Information and Documentation*, Research Project.
۴۷. Quintas, jam (۱۹۹۷). *Management Information System*, U.S.A: Prentice Hall.
۴۸. Rastogi, PN (۲۰۰۰). *Knowledge management and intellectual capital*, the new virtuous reality of competitiveness.
۴۹. Ribiere, V.M. and Sitar, A.S. (۲۰۰۳). *Critical Role of Leadership in Nurturing a Knowledge- supporting Culture*, Knowledge Management Research & Practice, Vol. ۱ No. ۱.
۵۰. Shyrme, David (۲۰۰۳). *Knowledge Management*, Making Sense of an Oxymoron.
۵۱. Wunram, Michel (۲۰۰۰). *Concepts of the CORMA Knowledge Management Model*, Available. www.corma.net.