

نگاهی به مبانی فلسفی ارتباطات در سازمان های آموزشی

سید صادق حسینی *

چکیده

در این تحقیق برخی از موضوعات مهم تحت عنوان مبانی فلسفی ارتباطات انسانی، نظیر معرفت شناسی، انسان شناسی، ارزش شناسی و هستی شناسی مورد کنکاش پژوهشی قرار گرفته است، و دیدگاه اسلام نیز در انتهای مباحث خودنمایی کرده و به جمع بندی مطالب و بهترین نظریات را به خود اختصاص می دهد. مثلاً بحث معرفت شناسی شامل مباحث مانند؛ کاربرد شناسی ارتباطات بوده که بعد از توضیح و ذکر انواع کاربرد شناسی اسلام هم نظریات خویش را به زیبایی بیان می کند. در انسان شناسی نیز مسایل مانند، شخصیت، و زیبایی شناسی از جمله مباحثی است به توجه به آن ها می تواند ارتباطات نیروی انسانی را در سازمان های آموزشی تعدیل نماید که اسلام نیز در این موارد رهنمون های موثری را پیشنهاد می کند.

کلید واژه: مبانی فلسفی، ارتباطات، سازمان های آموزشی

مقدمه

در هر علمی، مبانی فلسفی آن یک پشتوانه بحساب آمده و فراگردهای آن را مقبولیت می بخشد، فرایند علم ارتباطات نیز از این قاعده مستثنی نیست، در هر سازمان آموزشی ارتباطات و تبادل اطلاعات از محورهای کلیدی آن قلمداد شده و کارکرد های آن، از موضوعاتی است که بررسی های تخصصی را می طلبد، گرچه در مورد کارکردهای ارتباطات پژوهش های مفیدی صورت گرفته است ولی این که این کارکردها بر اساس کدام اسلوب و قوانین طراحی گردیده است هنوز هم اختلافات

* کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

عمیق بین دانشمندان ارتباطات وجود دارد، پژوهش حاضر سعی دارد که برخی از اصول و ارزشهای کارکرد ها را مورد بررسی قرار دهد تا یک نوع کمکی برای پژوهشگران این حیطه بوده و مورد رضایت آنان قرار گیرد، لذا با توجه به منابع و نظریات دانشمندان، مبانی فلسفی ارتباطات از قبیل انسان شناسی، هستی شناسی، ارزش شناسی بررسی شده است.

در عصر حاضر، سازمان های آموزشی با دنیای از رقابت مواجه هستند به گونه ای که اگر این سازمان ها خودش را بروز رسانی نکنند و با شرایط روز تطبیق ندهند به راحتی کارایی خود را ازدست داده و منحل خواهند شد. روشن است که ارتباطات موثر و تعدیل رفتاری به عنوان مهمترین اهداف تربیتی در سازمان های آموزشی می تواند شرایط رقابت را بوجود آورد؛ اما اینکه تبادل اطلاعات و یا ارتباطات موثر، در سازمان های آموزشی از مبانی فلسفی، هم برخوردار است یا خیر؟ سوالی است که تحقیق حاضر سعی دارد بدان، پاسخ متناسب و علمی ارائه نماید؛ از یافته های این نوشتار می توان نتیجه گرفت که برای ارتباطات مبانی فلسفی وجود دارد؛ ولی غالباً به صورت انفرادی مطرح شده است. بدین معنی که یا فقط مقوله ارتباطات مورد بررسی قرار گرفته و یا مباحث صرفاً متوجه مبانی فلسفی است، که تحقیق حاضر ضمن بیان برخی از مهم ترین مبانی فلسفی ارتباطات مانند معرفت شناسی و انسان شناسی، مباحث ترکیبی آن را نیز به عهده دارد؛ و آن را به صورت یک عبارت مستقل تحت عنوان مبانی فلسفی ارتباطات در سازمان های آموزشی مورد بررسی قرار می دهد.

با توجه به این که ارتباطات با همه جنبه های زندگی انسان در هم آمیخته است، هر فردی برای رفع نیازهای خود مجبور است که با دیگر افراد جامعه تعامل و همبستگی داشته باشد، این میسر نمی شود جز با کسب مهارت های ارتباطی که معمولاً از طریق سازمانهای آموزشی قابل فراگیری است. از طرف دیگر بخش عمده از وقت کارگزاران سازمان های آموزشی نیز صرف فعالیت های ارتباطی می گردد (علاقه بند ۱۳۹۰، ۱۲۱). لذا ضروری است که نیروی انسانی نسبت به مبانی فلسفی

ارتباطات، آگاهی و شناخت کافی پیدا کرده و بر اساس آن رفتارهای بهنجار فردی و سازمانی را در جامعه گسترش بدهند تا زمینه های پیشرفت سازمان های آموزشی و تعالی نیروی انسانی فراهم آیند. لذا تحقیق حاضر برخی از مهم ترین مبانی فلسفی را در حوزه ارتباطات در خور کنکاش علمی قرار می دهد.

از آنجای که مباحث فلسفی، بخصوص مبناشناسی با تمام وسعتی که دارند، همواره در ابهامات لاینحل غطه ور هستند، جمع آوری مطالب مرتبط با ارتباطات نیروی انسانی در سازمان های آموزشی، از لابلای این همه ابهام که به صورت منطقی در هیچ جای دیده نمی شود می تواند نوآوری محسوب گردد.

۱- مفاهیم و کلیات

۱-۱- مفهوم شناسی اصطلاح «مبانی فلسفی ارتباطات»

مبنا از نگاه لغوی یک واژه عربی بوده و به معنی پایه و اساس می باشد، چنانچه که گفته شده است «نمی توانستیم بر خلاف اصلی که آن را مبناي خود قرار داده بودم اقدام نمایم (انوری ۱۳۸۱، ۶۶۰۳). در اصطلاح، واژه مبانی باورهای بنیادینی هستند که در قالب مجموعه ای از قضایا، بخشی از مبادی تصدیقی آن علم را تشکیل داده، و به عنوان اصول موضوعه آن علم شناخته می شوند که مسائل اصلی آن علم بر آن ها

استوارند. <http://www.wikifeqh.ir>

از آن جای که می توان گفت هر علمی دارای مبانی فلسفی است که بر اساس آن علم شکل می گیرد، علم ارتباطات نیز از این قاعده مستثنی نیست و مبانی فلسفی آن، اصول موضوعه و باورهای بنیادینی هستند که روابط همه جانبه انسانی بر آن ها استوار می است شاکر ۱۳۸۲، ج ۱، ۴۰.

۱-۲- مفهوم شناسی اصطلاح «سازمان های آموزشی»

در لغت نامه دهخدا سازمان به معنی تشکیلات آمده است (معین ۱۳۸۳، ج ۲۸، ۹۹). در اصطلاح، سازمان یک نهاد اجتماعی است که مبتنی بر هدف است، ساختار آن به

صورت آگاهانه طرح ریزی شده است و دارای سستم های فعال و هماهنگ است، و سر انجام با محیط خارجی ارتباط دارد (دفت ۱۳۸۱، ۱۵). برخی دیگر در ابتدا سازمان را به صورت رسمی و غیر رسمی تقسیم نموده و آنکه تعاریفی بر آن ها ارائه می کند: سازمان رسمی نظامی از فعالیت های هماهنگ شده ی خود آگاه است و سازمان غیر رسمی عبارت است از: مجموع تماس های شخصی و تاثیرات متقابل افراد بر یکدیگر (حریری ۱۳۸۷، ۲۰). و بالاخره برخی از اهل فن، سازمان را به «ساخت هدفدار نقشها» تعریف کرده اند. این تعبیر بدین معنی است که افرادی نقش های مشخصی را ایفا می کنند؛ انتظار می رود که که این نقش ها به گونه ای هدفدار طرح ریزی شوند تا فعالیت ها باهم تناسب داشته باشند و افراد بتوانند به نحو کارآمد و موثری همکاری کنند (پیروز ۱۳۸۴، ۸۸).

سازمان آموزشی مکانی است که وظایف انتقال فرهنگ و شکوفا سازی آن، پرورش همه جانبه فرد و تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص را بر عهده دارد و در آن دانش آموزانی برای گذراندن دوره های آموزشی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت به این مراکز می آیند. به طور کلی می توان گفت که سازمان آموزشی مکانی است که در آن « تعلیم و تربیت » جریان دارد.

۳-۱- مفهوم شناسی ارتباطات در سازمان های آموزشی

ارتباطات از واژه ربط گرفته شده و در لغت به معنی پیوستگی آمده است، و در اصطلاح به معنی فرایند ارسال و دریافت نشانه های معنی دار از یک شخص به شخص دیگر است (شفیعی ۱۳۹۱، ۸۳). در این زمینه برخی از پژوهگران چنین نوشته اند: ارتباطات، انتقال اطلاعات از طرف فرستنده به گیرنده است، به شرط این که گیرنده همان معنایی را که فرستنده قصد کرده است درک کند (پیروز ۱۳۸۴، ۱۷۳). برخی دیگری از دانشمندان می نویسند: ارتباطات یعنی میزان هماهنگی یا رابطه ی که بین ارکان سازمان وجود دارد (دفت ۱۳۸۵، ۳۴۸). و بالاخره اینکه در کتاب های اخلاقی، ارتباطات معادل معاشرت گرفته شده و این گونه تعریف می شود: معاشرت های انسانی برخوردهای است که با دیگران، به عنوان یک انسان و هم نوع داریم؛

صرف نظر از اینکه هموطن، همکیش، همشهری یا خویشاوند ما هستند یا نه. در بیان مفهوم ارتباطات، فهم مسئله ارتباطات سازمانی که اصلی ترین بستر جاری شدن موفقیت یک مدیر است اهمیت زیادی دارد و آن فراگردی است که به وسیله آن، مدیران برای گرفتن اطلاع و تبادل معنی به افراد فراوان داخل سازمان و افراد و ارگان های مربوط خارج از آن، سستمی را برقرار می سازند (رضائیان ۱۳۸۴، ۲۸۸).

۲- نگاه انسان شناسی به ارتباطات سازمان های آموزشی

از آن جایی که در سازمان های آموزشی، نیروی انسانی یکی از مهم ترین عناصر ارتباطات بحساب می آید؛ شناخت ویژگی آن، در فرایند ارتباطات اهیت فوق العاده ی دارد:

۲-۱- ویژگی های ثابت نیروی انسانی

۲-۱-۱- موجود قدسی

سهروردی انسان را موجود قدسی، صاحب علم و اراده و فنا پذیر میدانند که از عالم علیی به عالم سفلی سفر کرده است و چون از منزلگاه آسمانی خویش جدا گردیده، پیوسته در این جهان، غریب و افسرده است. انسان موجودی است مشتمل بر بدن و نفس ناطقه که مدبر بدن، نفس ناطقه است. نفس ناطقه جوهری است مجرد و نوری است از انوار الهی که از جسم و اوصاف آن؛ انقسام پذیری، زمان، مکان و قابلیت اشاره حسی پیراسته است (شرفی جم ۱۳۸۶، ۸۷).

۲-۱-۲- موجود عقلایی

ابن سینا، انسان را حقیقت مشتمل بر نفس و بدن، با اوصاف و ویژگی های چون تعقل، تفکر، توانایی یادگیری و عواطف می داند که این ویژگی ها به انسان جایگاه ویژه ی در جهان هستی بخشیده و او را از سایر حیوانات متمایز نموده است (همان)

۲-۱-۳- موجود استعدادی

انسان بر حسب اصل خلقت دارای سلسله استعدادها، و گرایش های فطری است که می تواند علیه محیط طبیعی و اجتماعی - و عوامل تاریخی و وراثتی خود

قیام کرده و خود را از اسارت همه این ها رها کند (لطیفی ۱۳۹۲، ۱۸۲). به حکم این که هر فرد بالفطره انسان متولد می شود، و در هر انسانی ولو پلیدترین آنها، استعداد توبه و بازگشت و پند پذیری وجود دارد، چنانچه که پیامبران مامورند حتی پلیدترین افراد و دشمن تیرن دشمنان خود را در درجه اول پند و اندرز دهند و فطرت انسانی آن ها را بیدار سازند؛ «فَقُلْ هَلْ لَكَ إِلَىٰ أَنْ تَزَكَّىٰ» (نازعات ۱۸). در اینجا قرآن کریم می خواهد مقصود از بعثت موسی را که زدودن غفلت از فرعون و امثال آن باشد، بیان دارد. و دستور می دهد که در امر بمعروف و نهی از منکر باید کمال نرمش و ملایمت را نشان داد تا مردم سریعتر قبول کنند. طبرسی،

۴-۲- موجود استقلالی

قرآن کریم انسان را موجود ترکیبی معرفی می کند که از روح و بدن تشکیل گردیده «ونفخت فیه من روحی» (ص ۷۲). از آیه فوق می توان استنباط کرد؛ انسان در عین اینکه یک مرکب حقیقی است واحد حقیقی نیز بحساب می آید، چرا که روح انسان ارتباط مستقیمی با خداوند داشته و خداوند مبرا از هرگونه ترکیب می باشد، همین خصوصیت انسان باعث می شود که انسان برخلاف سایر موجودات ترکیبی (ترکیب جماد و نبات)، که به محض ترکیب اجزا و عناصر، هویت و استقلال خود را ازدست می دهند؛ اما انسان با این که در خلقتش عناصر متضادی بکار رفته است هویت خود را بکلی از دست نمی دهد و همواره کشمکش های درونی او را از این سو به آن سو می کشاند که از آن اصطلاحاً به تضاد های عقل و جهل، یا عقل و نفس، یا روح و بدن یاد می شود.

شهید مطهری از زبان امام صادق (ع) چنین نقل می کند: مؤمن یک حالتی پیدا می کند که اگر بدنش با مقراض قطعه قطعه بشود، برایش خیر و سعادت خواهد بود، و اگر هم ملک شرق و غرب به او داده شود باز برایش سعادت است. خیر مؤمن ناشی از روح ایمان و عقیده اوست لذا مؤمن واقعی در هر حالت وظیفه ایمانی خود را انجام داده و استقلال هویتی خود را حفظ می کند (مطهری ۱۳۷۸، ۶۱).

۲-۲- ویژگی های متغیر نیروی انسانی

منظور از ویژگی های متغیر، آن ویژگی های است که معمولاً با حالت های متفاوتی بر انسانها حمل شده و از یک فرد به فرد دیگر متفاوت می گردد، گرچه این گونه ویژگی ها زیاد هستند ولی به ذکر چند مورد آن بسنده می شود.

۱-۲-۲- شخصیت

شخصیت عبارت است از مجموعه صفات و ویژگی های شخص که می تواند برای مقایسه اشخاص با یکدیگر مورد استفاده قرار گیرد (مورهد گرین ۱۳۸۴، ۸۰). به نظر گیلفورد شخصیت هر فرد مجموعه ویژگی های یکتا و یگانه است که مجموعه ساخت شخصیتی، افراد را از یکدیگر متمایز می کند و برخی از عوامل سازنده شخصیت عبارت است از استعدادها، طرز تلقی ها، رغبت ها، خصوصیات جسمانی، نیازها و خلق و خوی فردی (شفیع آبادی ۱۳۸۲، ۶۸). یانگ چهار کارکرد اساسی: اندیشیدن، احساس کردن، حس کردن و شهود را برای انسانها قایل است و معتد است که کارایی و اثربخشی این کارکردها زمانی اتفاق می افتد که انسانها گرایش های احساساتی خود را کشف کنند، تفاوت های فردی خود را نیز به خوبی بشناسند، و روابط انسانی خود تعدیل نمایند (رضائیان ۱۳۹۰، ۲۴). اندیشمندان اسلامی گفته اند که در روان شناسی شاکله مرادف شخصیت بوده و آن عبارت است از مجموعه از نیت، خلق و خوی، حاجات، طرق و هیئت روانی انسان (مقیمی ۱۳۹۴، ۳۳۵).

۲-۲-۲- گرایش ها

گرایش کلی نیروی انسانی نسبت به ارتباطشان با یکدیگر به دو دسته درونگرا و برونگرا تقسیم بندی شده است. اینکه افراد انرژی خود را از کجا بدست آورده باشد بستگی دارد که فرد چه گرایشی دارد؛ شخص برون گرا انرژی خود را در تعامل با یکدیگر بدست می آورد و فرد درون گرا فقط با زمان تنهایی انرژی می گیرد. برون گراها نوعاً شبکه اجتماعی گسترده ای دارند در حالی که درون گراها روابط محدود تری با دیگران دارند. یونگ اذعان می کند که ترجیح برون گرایی و درون گرایی بیانگر مهم ترین تمیز میان افراد است (رضائیان ۱۳۹۰، ۲۵).

۳- گرایش های نیروی انسانی از منظر اسلام

اسلام امیازات اصلی افراد را به نحوه ارتباطات صحیح افراد با خداوند، خود افراد و سایر کسانی که با او در ارتباط هستند می داند و برای هر کدام ملاک ها و حقوقی را در نظر گرفته است و بیان می دارد که در بحث روانشناختی افراد، توجه انسان به خالقش و تفکر درست در مورد افراد یا اشیای مرتبط با آن نقش عمده ی دارد؛ به طوری که هنجار های ارتباطی او مرهون همان تفکر درست و حسن نیت او می باشد. این مهم را امام صادق (ع) به زیبایی بیان فرموده است: «کنونا دعاه الناس بغیر السنتکم»، با اعمالتان مردم را بسازید (مظاهری ۱۳۸۶، ۱۶۵) از این حدیث چنین استفاده می شود که ارتباطات صحیح در هر شرایط، با هر گرایش و با هر وسیله ی که باشد باید بتواند نیروی انسانی را به رشد و تعالی همه جانبه سوق دهد، وگرنه ارتباطات کارا و اثر بخش نیست.

۳-۱- چستی نگرش ها

همه سازمان ها از افراد تشکیل می شوند و افراد از بسیاری جهات با یگدیگر متفاوتند؛ به عنوان مثال با آنکه سستم های زیستی ما تقریباً شبیه همدیگر است ولی به هر حال اشخاص تفاوت های زیادی با یگدیگر دارند. روش فکر کردن و تشریح محیط اطراف و چگونگی واکنش در برابر محیط، برای هرکسی منحصر به خود اوست، این مجموعه عوامل را، تفاوت های فردی می نامند (مورهد گرین ۱۳۸۴، ۷۹). در این زمینه استیفن پی، رابینز می گوید: رفتار آدمی امر تصادفی نیست، بلکه معلول است و در جهتی میل می کند که فرد آن را باور دارد (استیفن پی ۱۳۸۵، ۱۶).

۲- معضل بودن تفاوت نگرش ها و راه برون رفت از آن

دانشمندان غالباً تفاوت های فردی را یک معضل یا مشکل قلمداد کرده و برای حل این معمی و برون رفت از مشکل گفته اند که ثبات رویه منشا رفتار همه افراد است که می توان به وسیله آن نقش تفاوت ها را کاهش داد. ثبات رویه در رفتار اهمیتی زیادی دارد زیرا که بر اساس آن می توان پیش بینی ها را اعمال کرد؛ مثلاً هنگامی که فرد وارد اتومبیل خود می شود می تواند رفتار آینده سایر رانندگان پیش

بینی های دقیق و قطعی بکند. او پیش بینی می کند که سایر رانندگان در برابر چراغ قرمز می ایستند، از سمت راست خیابان رانندگی می کنند، از سمت چپ سبت می - گیرند و (همان).

نگرش های نیروی انسانی از منظر اسلام

قرآن کریم نگرش های نیروی انسانی را در صورت مطلوب می داند که توام با بینش صحیح باشد؛ در سوره رعد آیه ۱۱، ما را از انقلاب بیرونی منع کرده و می فرماید: خود را به نکوهش زمامداران مشغول نکنید، بلکه توبه کنید تا آنها را نسبت به شما بر سر مهر و انصاف آورم. (طبرسی، احمد بهشتی، ج ۸، ص ۲۷۶)

لذا برای پایان دادن به بدبختیها و ناکامیها باید به نگرش ها توجه کرده و با بینش درست دست به انقلاب از درون زد (مکارم ۱۳۸۲، ۴۹۶). حضرت علی^(ع) در نهج البلاغه حکمت ۴۲۳ می فرماید: کسی که نهان خود را اصلاح کند، خدا آشکار او را نیکو گرداند، و کسی که برای دین خدا کار کند، خدا دنیای او را کفایت فرماید، و کسی که میان خود و خدا را نیکو گرداند، خدا میان او و مردم را اصلاح خواهد کرد.

از آنجایی که در روابط انسانی سه نوع ارتباطات مهم وجود دارد (ارتباطات فرد با خودش، با دیگران و با خداوند) اسلام بینش های برتر و مختص هر کام را یاد آوری می کند؛ به عنوان مثال اسلام می گوید: ارتباطات افراد با خداوند مبتنی بر رابطه تکوینی و حقیقی است یعنی وجود ما وابسته به خدا است (مصباح ۱۳۹۲، ۳۶). ارتباطات افراد با دیگران مبتنی بر اصل نیکی است (قصص ۷۷). در جای دیگر امام سجاد^(ع) نیز این حقیقت را تشریح می کند: و اما حق هم نشین این است که با او برخورد ملایم داشته باشی و با خوبی پذیری و خوش آمد بگویی و در گفتگو با او منصفانه رفتار نمایی و به یکباره دیده و توجهت را از او بر نداری و (نراقی ۱۳۹۳، ۳۷۵).

۱. زیبایی شناسی

چیستی زیبایی شناسی

زیبایی شناسی تلاشی است که برای درک میزان لذت بردن مردم از ارتباطات صورت می گیرد (ولفگانگ دونزباخ ۱۳۸۵، ۳۷۱). گانت در توضیح معنای لذت زیبایی شناختی

و درک کردن این مقوله در قالب مثال می گوید: هنگامی که می گوییم «این گل زیبا است» از احساس شخصی خود سخن گفته ایم و حکم زیبایی شناسانه صادر نکرده ایم، چرا که حکم ما مشخصا به حس شخصی خود ما باز می گردد. اما اگر بگوییم «گل زیبا است» بر خلاف بار نخست این بار حکم زیبایی شناسانه صادر کرده ایم که بر اساس آن نه تنها خویشان بلکه دیگران را نیز در دریافت حظ مواجهه با آن به مانند خویش شناسایی نموده ایم (کانت ۱۳۷۵، ۸۵).

نقش زیبایی شناسی در ارتباطات

گرچه زیبایی شناختی کاربرد وسیعی در ارتباطات نیروی انسانی دارد که باید آنها را شناسایی کرد، ولی در این قسمت به عنوان نمونه به دو نقش مهم آن اشاره می گردد:

کشف واقعیت ها

اصولا یکی از مهم ترین کارکرد زیبایی شناسی این است که دقت و توجه نیروی انسانی را به پیام های ضمنی، یا نهان فراگرد ارتباطات در سازمان های آموزشی جلب کرده و واقعیت ها را آشکار می کند؛ به عنوان مثال، مفهوم نیستی که در نگاه اولیه و غیر زیبایی شناختی غالبا از مفاهیم معدوم قلمداد شده و توجهی به آن نمی شود، ولی از نظر برخی دانشمندان توجه به ماهیت نیستی و نگاه زیبا شناختی به آن، موجب تقویت ارتباطات نیروی انسانی می گردد؛ تا جای که گفته شده است بین مفهوم نیستی و تجربیات بنیادین وجودی انسان رابطه مستقیمی برقرار است (حسینی ۱۳۸۸، ۴۴۹). معنی این جمله آن است که نیروی انسانی می بایست صرفا به هست ها بسنده نکنند بلکه برای یک ارتباط مفید، در سازمان های آموزشی توجه به جنبه های مختلف پدیده ها لازم است؛ پر واضح است که توجه به پدیده نیستی و ماهیت آن، که یک بحث زیبایی شناختی بحساب می آید و فهم آن به یک بینش فلسفی نیاز دارد.

گاستون باشلار در این زمینه می نویسد: هر پدیده موجودی هیچ وقت معدوم مطلق نمی گردد ولی شکلش را بد حفظ می کند، چون شکل یا هر پدیده دیگری از ریخت می افتد؛ در هم فشرده، پرخلل و فرار می شود. اما دست کم اگر حتی به یک

نقطه هم باشد باز هم در وجود باقی می ماند و همانند نوعی گرانیگاه وجود شناختی، به مثابه ریشه ی تجربه ی مکان شناختی ظاهر می گردد (باشلار ۱۳۸۵، ۵۱).

کشف خلاقیت ها

در رویکرد سازمانی، خلاقیت یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و افزایش کمیت یا کیفیت فعالیت های سازمان (اسحاقی، ۱۳۸۷، ۲۶). انسان موجودی یاد گیرنده تلقی می شود، که به واسطه شور و اشتیاق فراوان برای یادگیری، می تواند مسایل و مشکلات همه جانبه خود را حل کرده و از طریق ارتباطات موثر برای رفع مشکلات دیگران نیز اقدامات موثری نیز انجام دهد، در این که نیروی انسانی میل به یادگیری دارند شکی نیست؛ تا جای که این موضوع (تمایل آنها را به ناشناخته ها مبهمات و اموری پر راز و رمز) زندگی افراد را جذاب و پرچالش کرده است (جهانی ۱۳۸۸، ۱۹). میل به کنجکاوی نیروی انسانی در مورد پدیده های ناشناخته، باعث می شود که افراد، خود را برای ارتباط با محیط اطراف آماده کنند، و به عبارت دیگر می توان مدعی شد؛ از لازمه تمایل انسان به کنجکاوی این است که افراد همواره حالات روحی - روانی و پیش آمادگی خود را تقویت کنند. تا ارتباطات موثر با محیط و پدیده های موجود شکل بگیرد. فرد کجکاو برای کشف روابط میان وقایع، به دنیای تخیلات و تجسم های درونی روی آورده و تلاش می کند این حالت ها را با واقعیت های عینی پیوند دهد. چنانچه فرد در این راه موفق شود به خلاقیت دست یافته است.

زیبایی شناسی از منظر اسلام

فارابی؛ زیبایی را چنین تعریف می کند: «پیدایی وجود برتر هر موجودی و حصول واپسین کمالش، زیبایی است»

فارابی می گوید: مثلاً وجود برتر انسان به این است که بیشترین تشابه را به حق تعالی داشته باشد و مظهر اسما و صفات جمال و جلال خداوند باشد؛ اما داشتن چشمانی به تیزی چشمان عقاب و گوش هایی به تیزی گوش های برخی حیوانات برای انسان وجود برتر و کمال نهایی تلقی نمی شود. فیلسوفان اسلامی منشأ زیبایی را

زیبایی مطلق (خداوند متعال) می‌دانند، همه زیبایی‌های موجود در این جهان را تجلی و سایه زیبایی حق تعالی می‌دانند. صدرالمتألهین شیرازی می‌گوید: هر زیبایی و کمالی، پرتوی از زیبایی و کمال خداوند است. شیرازی، صدرالمتألهین، بی تا.

نگاه معرفت شناسی به ارتباطات سازمان های آموزشی

صاحب نظران معرفت پذیری، معرفت (یادگیری) را تغییر نسبتا پایدار یا رفتار بالقوه، که از تجربه مستقیم یا غیر مستقیم ناشی می‌شود، تعریف کرده اند (رضائیان ۱۳۸۴، ۷۴). اگر این تعریف پذیرفته شود؛ چهار نکته را باید مورد توجه قرار داد: نخست اینکه معرفت به تغییر می‌انجامد، بدین معنی که آدمی پس از یادگیری، قدری نسبت به گذشته اش چه خوب و چه بد تفاوت خواهد کرد. دوم این که تغییر ناشی از یادگیری و معرفت پذیری تا حدودی پایدار است؛ لذا دانش آموز یا دانشجویی که مطلبی را برای امتحان حفظ کرده باشد بعد از امتحان به سرعت آن را فراموش خواهد کرد و می‌توان گفت که در واقع چیزی را فرا نگرفته است. سوم این که یاد گیری بر رفتار بالقوه اثر دارد؛ به دلیل این که ذهن دیگران را نمی‌توان خواند، برای تعیین معرفت کسب شده باید بر مشاهده متکی بود. و سر انجام تغییرات از طریق تجربه های مستقیم یا غیر مستقیم ناشی می‌شود. مباحث معرفت شناسی در حوزه ارتباطات سازمان های آموزشی از جهات مختلفی مورد توجه قرار گرفته است:

معرفت شناسی در سازمان های آموزشی

در سازمان های آموزشی که کانون تبادل اطلاعات بحساب می‌آیند؛ مهمترین بحث معرفت شناسی، کارکردهای است که از فرایند یادگیری و یاد دهی انتظار می‌رود؛ بنا بر این کارکرد های آن را می‌توان به دو بخش عمده تقسیم کرد:

معرفت های آشکار

معرفت های آشکار همان مهارت های است که جنبه آموزشی دارد و افراد در سازمانهای آموزشی آن را بدست آورده اند؛ ولی کاربرد صحیح آن، چیزی است تعدیل رفتارهای افراد را مورد سنجش قرار می‌دهد، بنا بر این کاربرد شناسی از مهم

ترین بحث تبادل اطلاعات است که باید در حیطه ی معرفت شناسی مورد بررسی قرار گیرد:

دانشمندان علوم ارتباطات گفته اند که کاربرد شناسی مطالعه اصول و توانایی های شناختی عام دخیل در تفسیر پاره گفتار و اثرات شناختی آنها است (کوپلی ۱۳۹۱، ۳۵۲). در این زمینه ویگنشتاین می گوید: در ارتباطات موثر، به جای جستجو از معانی واژه ها، باید در پی کاربرد آنها بود، چرا که فهم یک واژه متکی به دانستن چگونگی کاربرد آن است (حسن زاده، ۱۳۹۴: ۱۴۰). اهمیت کار بردشناسی در بحث ارتباطات نیروی انسانی به اندازه است که برخی از دانشمندان، معرفت پیدا کردن و آگاهی به کاربرد شناسی را در تعدیل روابط افراد لازم دانسته و چنین بیان می کنند: کاربرد دانش در مورد اینکه چگونه انسانها به عنوان افراد و به عنوان گروه ها در سازمان ها رفتار می کنند، رفتار سازمانی را شکل می دهد (اس اس خانکاه ۱۳۸۹، ۴).

خلاصه این که بر اساس دیدگاه کاربرد شناسی معانی وقتی افراد می توانند ارتباطات کلامی خود را در محیط های فردی و اجتماعی، از جمله در محیط سازمان های آموزشی به گونه اثر گذار افزایش دهد که شناخت روشنی نسبت به واژه ها و عبارات کاربردی داشته باشند، در غیر این صورت ممکن است که مشاجرات شدید، اختلاف نظرهای فراوان و حتی نزاع های غیر متعارف بین مدیر و سایر عوامل انسانی در سازمان های آموزشی اتفاق بیافتد.

معرفت های پنهان

مراکز آموزشی در باره افراد شاغل حساسیت ویژه ای نشان می دهند که معمولاً این حساسیت نسبت به کارکنان سایر سازمان ها به چشم نمی خورد. برای مثال از این افراد؛ رفتار متعادل، متین، والدین مآب و دارای صفات متعدد دیگر انتظار می رود، چرا که تمامی این رفتار ها در شاگردان تاثیر دارد و از آن نقش می پذیرند، و این تاثیر پذیری در روان شناسی، یادگیری پنهان نامیده شده است (سرمد ۱۳۸۲، ۱۳۰).

معرفت شناسی از منظر دانشمندان اسلامی

حضرت علی (ع) نیز در مورد معرفت شناسی می فرماید: «هر چیزی شدنی است،

مگر دگرگون ساختن طبیعت و سرشت افراد» (بی ریا ۱۳۷۵، ۵۴۱). در اسلام فقط معرفت های مطلوب است که زمینه های رضایتمندی خداوند و رفتار بهنجار نیروی انسانی را فراهم کند (آملی ۱۳۹۴، ۳۳۳). در فرهنگ اسلامی سرمایه و علمی که سبب غرور و اعراض از خداوند و معنویت شود منشا گمراهی و خطا است. (گائنی، ش ۳۷: ۶۹-۱۰۹)

گفتار چهارم «نگاه ارزش شناسی به ارتباطات سازمان های آموزشی»

ارزش ها مجموعه قواعدی است که متناسب با نقش افراد، تعیین کننده رفتار صحیح شان در جامعه است که پارسونز آنها را هنجار نامیده است (لطیفی ۱۳۹۲، ۱۰۰). با توجه به این تعریف می توان استنباط کرد که اصول ارزشی ارتباطات در سازمان های آموزشی مجموعه قواعدی است که رعایت آن ها فرایند ارتباطات را کنترل کرده و در نهایت رفتار های افراد را اصلاح می نماید. لذا در این قسمت برخی از ارزش های اساسی در بخش ارتباطات مورد بررسی قرار می گیرد.

• ضابطه گرای (کل گرایی)

پارسونز ضابطه گرایی را یکی از ارزش های کلیدی ارتباطات دانسته و می گوید؛ به همه افراد جامعه باید به یک چشم نگریست و نباید برخوردها و تعاملات نیروی انسانی، بر اساس ملاحظات بخشی گرایی (رابطه گرایی)، و پایگاه های اجتماعی- وراثتی باشد تا حس رقابت صحیح بوجود آمده و در نتیجه آن پیشرفت همه جانبه حاصل گردد. از نظر پارسونز افراد تمایل دارند همان انتظاراتی را بر آورند که جامعه از آن ها دارد (همان)

• الگو مداری

افراد معمولاً به دلیل ترس از تنبیهی که همراه با انحراف است برخورد لازم می دانند که بر اساس الگوهای استقرار یافته عمل کنند. لذا دوران کودکی، دوران حساسی برای درونی ساختن هنجارها و ارزش ها است؛ لکن این فرایند فقط به این دوره محدود نمی شود (همان)

نگاه ارزشی اسلام به ارتباطات

با توجه به این که نگاه اسلام به ارزش ها یک نگاه حقیقی و مطابق با واقعیت است؛ لذا این قسمت از نوشتار در سدد آن است مسئله حقیقت ارزش ها و اکتسابی بودن ارزش ها و ثبات ارزش ها را که معمولا مورد غفلت نیروی انسانی قرار گرفته اند پی گیری نماید.

۱) حقیقت ارزش ها

به صورت کلی، ارزش ها با توجه به مبانی و جهان بینی فلسفی مختلف هستند، این که آیا همه آنها حقیقی هستند یا خیر؟ سوالی است که این نوشتار در صدد توضیح آن بر آمده و با توجه به رویکرد ارتباطات نیروی انسانی در سازمان های آموزشی که معمولا با مقوله آموزش و پرورش سروکار دارند؛ فقط به ارزش های حقیقی اشاره شده است:

خدا یابی (قرب الی الله)

در نظام روابط انسانی، ارزش ها به نحوی با نیازهای انسانی سر و کار دارند، بناا در سازمان های آموزشی که نیروی انسانی در آن جا تعاملات سازنده ای دارند، چیزی ارزشمند است که نیازی از نیازهای ارتباطی آنان را برآورده کند و یا خواسته ی از خواسته های آنان را تامین نماید. اگر خوب دقت کنیم برای ما روشن خواهد شد؛ که معمولا نیروی انسانی در سازمان های آموزشی، کمال جویی را به عنوان یک نیاز اساسی دنبال کرده و بر اساس آن رفتارهای ارتباطی خود را تنظیم می نمایند. استاد محمد تقی مصباح یزدی در این باره می نویسد: در نظام ارزشی اسلام حقیقت و ملاک ارزش ها در ارتباط با تامین نیازهای متعالی انسان بوده و آن کمالی است که در روح انسان پدید می آید و انسان را به طرف خدا پرستی و قرب به حق تعالی رهنمون می- شود. (رهنمایی، ۱۳۸۳، ۱۸۰).

➤ راهنمایابی

انسان ها علی رغم اینکه کمال جو هستند، و فترتا تمایل به خدا پرستی دارند، همواره نگران آینده خویشتن می باشند و این نگرانی کم و بیش در ارتباطات نیروی

انسانی اثر گذاشته و اگر وجود راهنمایی در میان نباشد؛ افراد نمی‌توانند رفتارهای خویشتن را به درستی مدیریت کرده و در مسیر صحیح گام بردارند، گذشته از این، بشر در طول تاریخ نشان داده است که بارها و بارها در تشخیص مصالح و مفاسد خود دچار اشتباه می‌شود و هرگز بی‌نیاز از وجود راهنما (وحی رسول) نبوده است.

۲) اکتسابی بودن ارزش ها

در این که انسان ها فطرتا خدا شناس بوده و گرایش معنی داری هم به کمال جویی دارند شکی نیست، ولی ازطرف دیگر ما شاهد هستیم که همین انسان ها روحیه حیوانی هم دارند و علی رغم فطرت خداجویی و وجود راهنما، باز هم به ارزش های حقیقی دست پیدا نمی‌کنند و در نتیجه محیط سازمان های آموزشی نمی‌تواند زمینه های رشد و تعالی همه جانبه را برای نیروی انسانی فراهم نمایند؛ بدیهی است که برای رسیدن به ارزش های واقعی ارزش ها را باید کسب کرد؛ و خود افراد، باید دنبال آن ارزش ها رفت؛ البته برای کسب آن نیز را های متعددی وجود دارد که مهم ترین آن تزکیه در کنار تعلیم است «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ» (جمعه ۲). لذا تزکیه مهم ترین ویژگی و امتیازی است که اسلام بر سایر ادیان دارد (مغنیه ۱۳۷۸).

۳) ثبات داشتن ارزش ها

ارزش ها در هر جامعه، به دلیل وجود نهادهای مانند مذهب، خانواده و نظام تعلیم و تربیت که حافظ ارزش ها است رو به ثبات دارد و چون افراد در برخورد با دیگران در صورت انحراف، تنبیه می‌شوند و نیز وجود دستگاه های پلیس و قضاوت در سطح کل جامعه، مردم بر طبق ارزش ها عمل می‌کنند (لطیفی ۱۳۹۲، ۱۰۰).

نتیجه

با توجه به مطالب بیان شده به خوبی می‌توان نتیجه گرفت که شناخت مبانی فلسفی ارتباطات، مانند انسان شناسی، معرفت شناسی، ارزش شناسی می‌تواند در فرایند ارتباطات نقش مهمی داشته باشد؛ در نوشتار حاضر مبانی فوق بارویکرد

ترکیبی (اسلام و دانشمندان غیر اسلامی)، جمع آوری شده است: لذا گفتار اول این نوشتار ناظر به مفاهیم شناسی است که اصطلاحات؛ مبانی فلسفی ارتباطات، سازمان های آموزشی و ارتباطات در سازمان های آموزشی را در لغت و اصطلاح و اصطلاح تخصصی توضیح داده است.

در مباحث ارزش شناسی تحت عنوان ویژگی های ثابت و متغیر، بحث شده که ویژگی های ثابت نیروی انسانی عبارت اند از: قدسی بودن، استعدادی بودن و استقلالی بودن. و ویژگی های متغیر آن عبارت است از شخصیت، گرایش ها، تفاوت ها، ارتباطات و زیبایی شناسی.

در بخش معرفت شناسی، نگاه اسلام به مباحث مانند؛ امکان شناخت، منابع شناخت، ابزار شناخت، موانع شناخت و اهداف شناخت، اشاره کرده و در نگاه دانشمندان، بحث شناخت به دو قسم عمده؛ شناخت آشکار و پنهان تقسیم بندی شده است. در مباحث ارزش شناسی مورد بررسی قرار گرفته است؛ نگاه اسلام بیشتر به مباحث مانند: حقیقت ارزش ها، اکتسابی بودن ارزش ها و ثبات داشتن ارزش هاست، ولی برخی از دانشمندان مباحث ارزشی را به سمت و سوی ضابطه گرایی و الگو مداری سوق داده است.

قرآن کریم

نهج البلاغه

۱. جزنی، نسرين، مدیریت منابع انسانی، ص ۲۵، تهران: انتشارات نی، چاپ دوم ۱۳۷۸ ش.
۲. علاقه بند، علی، مدیریت عمومی، ص ۱۲۱، تهران: انتشارات روان، چاپ بیست و چهارم ۱۳۹۰ ش.
۳. انوری، حسین، فرهنگ بزرگ سخن، ج ۷ (ل - م)، ص ۶۶۰۳، تهران: انتشارات سخن، چاپ اول ۱۳۸۱ ش.
۴. شاکر، محمد کاظم، مبانی و روش های تفسیری، ج ۱، ص ۴۰، قم: انتشارات مرکز جهانی علوم اسلامی، چاپ اول ۱۳۸۲ ش.
۵. معین، محمد، لغت نامه دهخدا، جلد ۲۸، ص ۹۹، تهران: انتشارات سیروس، ۱۳۳۹ ش. (شماره مسلسل ۵۴) و محمد، معین، فرهنگ فارسی (د - ق)، ج ۲، ص ۱۷۹۴، تهران: انتشارات امیر کبیر، چاپ بیست و یکم ۱۳۸۳ ش.
۶. دفت، ریچارد . ال، مبانی تئوری و طراحی سازمان، علی پارسائیان و محمد اعرابی، ص ۱۵، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم، ۱۳۸۱ ش.
۷. حریری اکبری، محمد، مدیریت توسعه ص ۲۰، تهران: انتشارات نشرنی، چاپ اول ۱۳۸۷ ش.
۸. پیروز، علی آقا و ...، مدیریت در اسلام، ص ۸۸، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، چاپ سوم، ۱۳۸۴ ش.
۹. شفیعی، عباس، رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی (سطح گروه)، ص ۸۳، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، چاپ سوم ۱۳۹۱ ش.
۱۰. پیروز، علی آقا و ...، مدیریت در اسلام، ص ۱۷۳، قم: انتشارات زیتون، چاپ سوم ۱۳۸۴ ش.
۱۱. دفت، ریچارد ال، مبانی تئوری و طراحی سازمان، علی پارسائیان و محمد اعرابی، ص ۳۴۸، تهران: دفتر نشر فرهنگی، چاپ هفتم ۱۳۸۵ ش.

۱۲. رضائیان، علی، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، ص ۲۸۸، تهران: انتشارات سمت، چاپ ششم ۱۳۸۴ش.
۱۳. شرفی جم، محمد رضا و خلیلی، بررسی تطبیقی مبانی فلسفی شیخ اشراق و برگسون و دلالت های تربیتی آن، «دوفصلنامه تربیت اسلامی، ص ۸۷، سال: ۱۳۸۶.
۱۴. لطیفی، میثم، مبانی و اصول نظم و انضباط در سازمان، ص ۱۸۲، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام، چاپ اول ۱۳۹۲ش.
۱۵. طبرسی، فضل بن حسن، ترجمه تفسیر مجمع البیان، ج ۱۶، تهران: انتشارات فراهانی، چاپ: ۱.
۱۶. سوره حجر، آیه ۲۹.
۱۷. مطهری، مرتضی، داستان راستان، ج ۲-۱، ص ۶۱، تهران: انتشارات صدرا، چاپ بیس و هشتم ۱۳۷۸ش.
۱۸. مورهد گرین، رفتار سازمانی، مهدی الوانی، ص ۸۰، تهران: انتشارات مروارید، چاپ نهم ۱۳۸۴ش.
۱۹. شفیع آبادی، عبدالله، راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه ای، ص ۶۸، تهران: انتشارات رشد، چاپ سیزدهم ۱۳۸۲ش.
۲۰. رضائیان، علی، مبانی و رویکردهای مدیریت خویشتن (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)، ص ۲۴، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول ۱۳۹۰ش
۲۱. مقیمی، سید محمد، اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام، ص ۳۳۵، تهران: انتشارات راه دان، چاپ دوم ۱۳۹۴ش.
۲۲. رضائیان، علی، مبانی و رویکردهای مدیریت خویشتن (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)، ص ۲۵، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول ۱۳۹۰ش.
۲۳. مظاهری، حسین، عوامل کنترل غرایز در زندگی انسان، ص ۱۶۵، تهران: انتشارات ذکر، چاپ سیزدهم، ۱۳۸۶ش.
۲۴. مورهد گرین، رفتار سازمانی، مهدی الوانی، ص ۷۹، تهران: انتشارات مروارید، چاپ نهم ۱۳۸۴ش.

۲۵. استیفن پی. رابینز، علی پارائیان و محمد اعرابی، ص ۱۶، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ نهم ۱۳۸۵ ش.
۲۶. طبرسی، فضل بن حسن، ترجمه تفسیر مجمع البیان، احمد بهشتی، ج ۸، ص ۲۷۶، تهران: انتشارات فراهانی، چاپ اول. (تاریخ نشر ندارد)
۲۷. مکارم شیرازی، ناصر، برگزیده تفسیر نمونه، ج ۲، ص ۴۶۹، تهران: دار الکتب الإسلامیه، چاپ سیزدهم، ۱۳۸۲ ش.
۲۸. مصباح یزدی، محمد تقی، معارف قرآن: خداشناسی، کیهان شناسی، انسان شناسی، ص ۳۶، قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) ۱۳۹۲ ش.
۲۹. حیدری نراقی، علی محمد، رساله حقوق امام سجاد (ع) شرح نراقی، ص ۳۷۵، قم انتشارات مهدی نراقی چاپ چهارم ۱۳۹۳ ش.
۳۰. توسلی، غلامعباس، جامعه شناسی کار و شغل، ص ۹۳، تهران: انتشارات امام خمینی (ره) چاپ ۱۳۹۲ ش.
۳۱. حسینی زبیدی، مرتضی، تاج العروس من جواهر القاموس، ج ۲۰، ص ۳۵۸، بیروت: انتشارات دار الفکر، چاپ اول، ۱۴۱۴ ق.
۳۲. ولفگانگ دونزباخ، دانشنامه بین المللی ارتباطات، غلام رضا آذری و ...، ج ۱، ص ۳۷۱، تهران: دانشگاه امام صادق (ع) چاپ اول انتشارات سمت، چاپ هشتم ۱۳۸۵ ش.
۳۳. کانت، امانوئل، نقد قوه حکم، ص ۸۵، رشیدیان، تهران، انتشارات نی، چاپ اول ۱۳۷۵ ش.
۳۴. حسینی، سید حسن، زیبایی شناسی و فلسفه رسانه، ص ۴۴۹، تهران: انتشارات صدا و سیما، چاپ اول ۱۳۸۸ ش.
۳۵. باشلار، گاستون، معرفت شناسی، جلال ستاری، ص ۵۱، تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم ۱۳۸۵ ش.

۳۶. اسحاقی، سید حسین، بهار نوآوری (شمیم شکوفایی)، ص ۲۶، قم: انتشارات خادم الرضا (ع)، چاپ اول ۱۳۸۷ش.
۳۷. جهانی، جعفر، پرورش خلاقیت، ص ۱۹، تهران: انتشارات پژوهشکده انتشارات مطالعات فرهنگی و اجتماعی، چاپ اول ۱۳۸۸ش.
۳۸. شیرازی، صدرالمآلهین، اسفار، ج ۱، ص ۱۱۵، بیروت: دارالاحیاء التراث العربی، بی تا.
۳۹. مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار الجامعه لدرر اخبار الائمه الاطهار، ج ۹۱، ص ۳۹۶، بیروت: دار احیاء التراث العربی، چاپ ۱
۴۰. رضائیان، علی، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، ص ۷۴، تهران: انتشارات سمت، چاپ ششم ۱۳۸۴ش.
۴۱. بی ریا، ناصر و دیگران: روانشناسی رشد، ص ۶، تهران: انتشارات دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، چاپ اول ۱۳۷۵ش، به نقل از شرحفرارالحکم و دررالکلم، ج ۴، ص ۵۴۱.
۴۲. مطهری، مرتضی، مقدمه ای بر جهان بینی اسلام، ص ۱۰۲، تهران: انتشارات صدرا
۴۳. گائنی، ابوالفضل، پیش فرض های معرفت شناسی در مدیریت اسلامی، فصل نامه حوزه و دانشگاه، شماره ۳۷، صص ۶۹ - ۱۰۹.
۴۴. کوپلی، پل، نظریه های ارتباطات (مفاهیم انتقادی در مطالعات فرهنگی و رسانه)، هادی خوشنویس، ج ۲، ص ۳۵۲، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و رسانه، چاپ دوم ۱۳۹۱ش.
۴۵. اس. اس. خانکا، رفتار سازمانی، غلامرضا شمس مورکانی، ص ۴، تهران: انتشارات آبیژ، چاپ اول، ۱۳۸۹ش.
۴۶. سرمد، غلامعلی، روابط انسانی در سازمان های آموزشی، ص ۱۳۰، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم ۱۳۸۲ش.

۴۷. عبد الله، جوادی آملی، دانش و روش بندگی، برگرفته شده از صفحه ۳۳۳، قم: مرکز نشر اسراء، چاپ اول ۱۳۹۴ش

۴۸. حسین زاده، محمد، معرفت شناسی در قلمرو گزاره های پسین، ص ۱۴۰، قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) چاپ اول ۱۳۹۴ش.

۴۹. لطیفی، میثم، مبانی و اصول نظم و انضباط در سازمان، ص ۱۰۰، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام، چاپ اول ۱۳۹۲ش.

۵۰. رهنمایی، سید احمد، درامدی بر مبانی ارزش ها، ص ۱۸۰، قم: مرکز انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، چاپ اول ۱۳۸۳ش. به نقل از مصباح یزدی، محمد تقی، توحید در نظام عقیدتی و نظام ارزشی اسلام، ص ۸۴، قم: انتشارات شفق، ۱۳۷۵ش.

۵۱. مغنیه، محمدجواد، ترجمه تفسیر کاشف، ج ۷، قم: (انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم)، چاپ اول ۱۳۷۸ش.

1- <http://www.wikifeqh.ir>

2- <http://ehyagarmarof.ir/1393/11/04>

3-

http://www.aftabir.com/articles/view/applied_sciences/management/cc12_knowledge1254406779

4- <https://www.almaany.com/fa/dict/ar-fa>

5- <http://mahdiyehzahmatksh.blogfa.com/post/335>