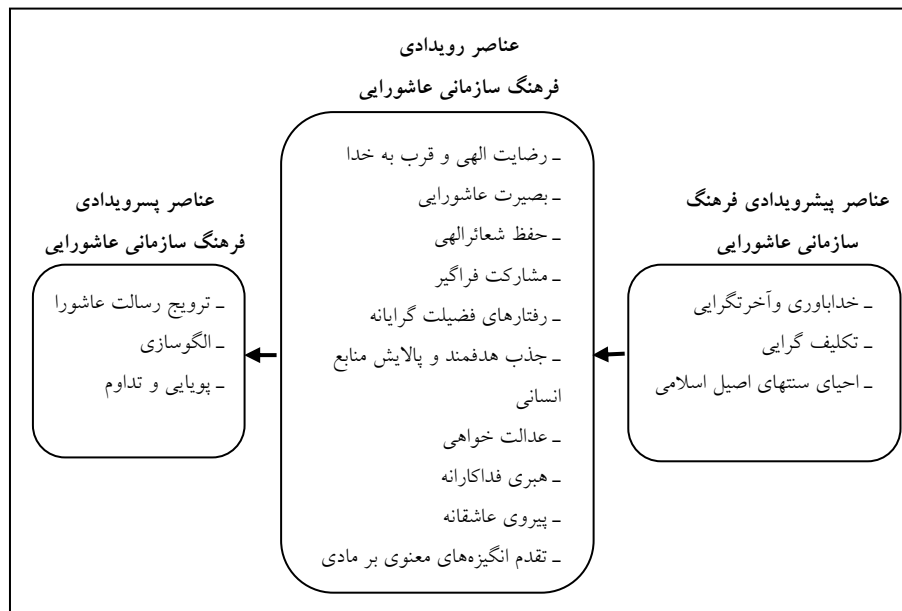


سخن سردبیر

فرهنگ سازمانی عاشورایی

با توجه به آموزه‌های دینی، درس گرفتن از سنتهای نیکو و به کار بستن آنها در تمام شئون اجتماعی، ضروری و بایسته است. یکی از الگوهای جاودانه و سراسر عبرت‌آموز، صحنه عاشوراست که امام حسین(ع) و یاران وفادارش، صحنه گردان آن بودند و سنتهایی را پایه‌گذاری کردند که به جرأت می‌توان ادعا کرد، سازه‌های فرهنگ سازمانی آخرتگرا را می‌توان بر مبنای آنها بنا کرد. نهضت عاشورا و حادثه کربلا را از یک دید می‌توان در قالب سه مرحله مورد بررسی قرار داد و بر اساس آن، الگویی از فرهنگ سازمانی طراحی و تبیین کرد که دارای عناصر پیش از واقعه کربلا، واقعه کربلا و پس از واقعه کربلا است. نگارنده، این عناصر را با عناوین عناصر پیش‌رویدادی یا مقدم فرهنگ سازمانی عاشورایی، عناصر رویدادی فرهنگ سازمانی عاشورایی و عناصر پس‌رویدادی یا موخر فرهنگ سازمانی عاشورایی، نامگذاری کرده است.



الگوی فرهنگ سازمانی عاشورایی برای سازمانهای توحیدگرا (مقیمی، ۱۳۹۴: ۴۰۹)

در این الگو، «عناصر پیشرویدادی»، نقش مفروضات زیر بنایی فرهنگ سازمانی عاشورایی را تشکیل می‌دهد که فلسفه شکل‌گیری نهضت و سازمان عاشورایی در آن نهفته است؛ لذا هویت و اصالت تمامی عوامل اصلی فرهنگ سازمانی عاشورایی، که با عنوان «عناصر رویدادی» از آنها یاد گردیده، برخاسته از مفروضات زیربنایی است که در عناصر مقدم آمده است. «عناصر پسرویدادی» نیز، که جزئی از فرهنگ سازمانی عاشورایی است، نقش تعمیم‌پذیری را ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای که هر سازمان آخرتگرا بتواند با الگوگیری از عناصر آن، ضمن ایجاد بالندگی و پویایی سازمانی، مسیر حرکت خود را به سر منزل مقصود تنظیم کند.

عناصر پیشرویدادی فرهنگ سازمانی عاشورایی

حادثه عاشورا به ماجرای غصب خلافت از خاندان پیامبر(ص) و بازیگری با حاکمیت اسلامی و خلافت اسلامی باز می‌گردد که اوج آن به خلافت رسیدن یزید است. معاویه بر خلاف پیمان صلحی که با امام حسن(ع) بسته بود، یزید را به جانشینی خود انتخاب کرد که پس از مرگش، جامه عمل به خود پوشید. حادثه کربلا پیش زمینه‌هایی داشت که امام حسین(ع) در بیانات خود، قبل از شروع نهضت و حرکت به سمت کربلا بخوبی به آنها اشاره کرده‌اند. امام حسین(ع) در وصیت نامه خود، پس از شهادت بر یکتایی خدا و رسالت جدّ بزرگوارش و نیز گواهی بر معاد و دیگر اصول اسلام، می‌فرماید: «من از روی خودخواهی، خیره‌سری یا به منظور آشوب و ستمگری به پا نخواستام؛ بلکه برای اصلاح کار مسلمانان و امت جد بزرگوارم قیام کرده‌ام. قصد من امر به معروف و نهی از منکر و احیای سنت جدم رسول خدا(ص) و پدرم علی بن ابیطالب(ع) در میان امت اسلامی است». امام حسین(ع) بنا به باور توحیدی خود و تکلیفی که در این زمینه احساس می‌کرد با شجاعت تمام در مقابل غاصبان و ظالمان ایستاد و خون خود و یاران باوفایش را تقدیم کرد تا از انحراف دین اسلام جلوگیری کند و سنتهای اصیل اسلام ناب محمدی(ص) را احیا نماید. سازمان آخرتگرا می‌تواند از عناصر پیشرویدادی فرهنگ سازمانی عاشورایی به عنوان عواملی در جهت تدوین مأموریت و تبیین چشم‌انداز سازمانی استفاده کند که بر اساس آن، بهبودی کار امت اسلامی در راستای اهداف ترسیم شده در قرآن و سنت پیامبر به عنوان چشم‌انداز اصلی در نظر گرفته می‌شود.

عناصر رویدادی فرهنگ سازمانی عاشورایی

رضایت الهی و قرب به خدا: واقعه کربلا نماد گویای پایداری و پایمردی و بهترین الگوی همه نهضت‌های حقیقت‌گرا است تا از اندک‌بودن نیروی خود نهراسند و تنها با توکل بر خدا به جنگ باطل پرستان بروند. در فرهنگ سازمانی عاشورایی، تمامی تلاشها و خدمات مدیران باید به جلب رضایت الهی معطوف باشد و رضایت کارکنان، مشتریان و... در همین راستا پیگیری شود. این عنصر فرهنگ سازمانی عاشورایی، زمینه «وحدت جهت» در سازمان آخرت‌گرا را فراهم می‌کند. بصیرت عاشورایی: یکی از زیبایی‌های عاشورا به جلوه‌گذاری بصریت زیبا و عمیق امام حسین (ع) و یاران بزرگوارش بود که برای همیشه تاریخ، درس و پیام دارد. عاشورا به ما می‌آموزد که در صحنه‌های زندگی در پیروزیها و حمایتها، در دوستیها و دشمنیها و موضعگیریها بر اساس شناخت عمیق و بصیرت عمیق عمل کنیم و با یقین و اطمینان به درستی کار و حقانیت مسیر و شناخت خود و بیگانه و حق و باطل گام در راه بگذاریم. همان‌گونه که امام حسین (ع) برای ایجاد بصیرت و آگاهی یارانش از هیچ تلاشی فروگذار نکرد در فرهنگ سازمانی عاشورایی نیز مدیران باید در بصیرت‌بخشی و ایجاد بینش از طریق تبیین اهداف سازمان و مسیری که این اهداف دنبال می‌کند، کارکنانشان را در این زمینه توجیه کنند و تعهد سازمانی آنها را ارتقا بخشند.

حفظ شعائر الهی: یکی از زیباییهای حماسه عاشورا، «ترویج فرهنگ نماز» است؛ حتی در ظهر عاشورا و در گرما گرم کارزار، نماز اول وقت امام حسین (ع) و یاران با وفایش ترک نشد. امام (ع) در میدان رزم، بدون اعتنا به تیرباران دشمن، نماز عشق به جا آورد و به این صورت، اهمیت نماز را به شیعیان و پیروان راستین خود گوشزد کرد. سازمانی که دارای فرهنگ سازمانی عاشورایی است، حتی در بحرانی‌ترین وضعیت‌ها نیز نباید به بهانه‌های مختلف از عمل به شعائر الهی و فرایض جمعی و بویژه نماز جماعت، که نماد وحدت اعضا برای قرب به خداست، غافل شود. بزرگداشت شعائر اسلامی باعث انسجام، یکپارچگی و همدلی افراد در سازمان آخرت‌گرا می‌شود.

مشارکت فراگیر: عاشورا تجلی حضور افراد با طیف سنی کودک ششماهه (علی اصغر (ع)) تا پیرمرد هشتاد ساله (حیب بن مظاهر) است. در کربلا زنان در کنار مردان حضور دارند و هر یک به تناسب جایگاه خود، ایفای نقش می‌کنند به گونه‌ای که اگر حضرت زینب (س) در کربلا حاضر نبود، ای بسا این نهضت ابر باقی می‌ماند و بخوبی پیام‌رسانی صورت نمی‌پذیرفت. در فرهنگ

سازمانی عاشورایی باید از ظرفیت تک تک اعضای سازمان از طریق سامانه مشارکت و تعریف نقشها به تناسب توانایی افراد استفاده کرد.

رفتارهای فضیلت‌گرایانه: «صبر و بردباری»، «جوانمردی و فتوت» و «ایثار و از خودگذشتگی» برای اعتلای ارزشهای مکتب اسلام از زیباییهای واقعه عاشوراست. در فرهنگ سازمانی عاشورایی شاهد جلوه‌های رفتاری فضیلت‌گرایانه هستیم که انتظار می‌رود، مدیران و کارکنان سازمان آخرنگرا از آنها به عنوان الگوهای رفتاری در فعالیتهای سازمانی بهره‌گیرند.

رهبری فداکارانه: وقتی کسی پرچمدار فکر و نظری است، ابتدا باید از خود و نزدیکان و عزیزانش مایه بگذارد تا صحت ادعایش ثابت شود. در جریان کربلا، اولین نفر از بنی هاشم، که از امام حسین(ع) اجازه رفتن به میدان می‌گیرد و حضرت هم بلافاصله اجازه می‌دهد، فرزند عزیز و بزرگوارش حضرت علی اکبر(ع) است. در فرهنگ سازمانی عاشورایی، مدیران باید در تعامل تنگاتنگ با کارکنان باشند و در مواقعی که ضروری باشد در فعالیتهای سازمان پیشقدم شوند و فداکاری کنند.

جذب هدفمند و پالایش منابع انسانی: چگونگی پیوستن وهب مسیحی، زهیر، حر بن یزید ریاحی و...، و همراه شدن یاران با امام حسین(ع)، هر کدام داستان جالب و عبرت‌آموزی دارد. برخی از این افراد را امام حسین(ع) خود به سویشان رفت و آنها را هدفمند انتخاب کرد. در سازمان با فرهنگ سازمانی عاشورایی، کیفیت منابع انسانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و افراد باید با عنایت به ویژگیهای تعریف شده به استخدام در آیند؛ گرچه شمار اندکی مشمول این معیارها شوند. در جذب نیروهای کارآمد، اگر لازم شود، مدیران باید از طریق نیرویابی، افراد ممتاز را برای حضور در سازمان، شخصا دعوت کنند.

سبک رهبری عاشورایی: یکی از زیباییهای عاشورا، دور اندیشی و تدبیر آن است که به‌عنوان نمونه به چند مورد اشاره می‌شود: تعیین نیروی گزارشگر در مدینه برای رساندن اطلاعات لازم به امام(ع) (محمد حنفیه)، جمع‌آوری اطلاعات از رهگذران و مسافران در طول مسیر کوفه، خنثی کردن توطئه ترور امام(ع) در مکه که قرار بود توسط عمرو بن سعید انجام گیرد، جذب نیروهای کارآمد برای جبهه حق (نمونه‌اش زهیر بن قین)، پالایش نیروها از عناصر نامطمئن و بدون انگیزه شهادت طلبانه، چگونگی آرایش نیروها و کیفیت نصب خیمه‌ها در کربلا، بهره‌گیری از حضور

زنان و کودکان در تأثیرگذاری عاطفی بر مردم دیگر، نامه‌نگاری و پیام‌رسانی به کوفه و بصره و تبیین هدف قیام، سنجش افکار عمومی و...

در سازمان آخرتگرا، که فرهنگ سازمانی عاشورایی بر آن حاکم است، مدیران باید با هوشمندی کامل از تمام ابزارهای مشروع برای تحقق هدف سازمان استفاده کنند.

عدالت خواهی: یکی از زیباییها و درسهای عاشورا، عدالت خواهی است. امام حسین(ع) در زمانی که نزدیک بود عدالت و آزادی زیر پای ستمگران نابود شود، نهضت پرنور عاشورا را آغاز کرد. آن حضرت با رفتار خود نشان داد که آزادمردان و عدالتخواهان، هرگز به خواری تن نخواهند سپرد. در فرهنگ سازمانی عاشورایی، مدیران و کارکنان باید به گونه‌ای رفتار کنند که نه تنها حقوق دیگران را پایمال نسازند، بلکه در مقابل پایمال شدن حقوق دیگران توسط ستمکاران بایستند.

پیروی عاشقانه: اظهارات ایثارگرانه یاران امام(ع) در شب عاشورا مشهور است؛ یک به یک برخاستند و آمادگی خود را برای جانبازی و ایثار خون در راه امام(ع) اظهار کردند. کارکنان در فرهنگ سازمانی عاشورایی با وجود رهبری فداکارانه از مدیریت راغبانه پیروی می‌کنند و عاشقانه آماده خدمت هستند.

تقدم انگیزه‌های معنوی بر انگیزه‌های مادی: در فرهنگ سازمانی عاشورایی باید موقعیت را به گونه‌ای فراهم کرد که انگیزه خدمت به آرمانهای سازمان آخرتگرا، اولویت اصلی کارکنان باشد و اگر زمینه‌ای ایجاد شد که تأمین نیازهای مادی افراد امکانپذیر نشد در وظایف حللی ایجاد نشود و افراد آماده فداکاری باشند. یکی علاقه به فرزند یا همسر را در پای عشق به امام(ع) ذبح می‌کند؛ یکی تشنگی خود را در مقابل عطش امام و اهل بیت نادیده می‌گیرد؛ دیگری بر زندگی خود پس از امام(ع)، خط بطلان می‌کشد و یکی اجازه نمی‌دهد، درد و داغ شهادت پدر، در اجرای وظیفه و ادای تکلیف، مانعی ایجاد کند.

عناصر پسر ویدادی فرهنگ سازمانی عاشورایی

بعد از رویداد بزرگ عاشورا، نهضت حسینی همچنان سرزنده است. این نهضت اسلامی و آزادیخواه در سراسر دنیا با الهام‌گیری از آن، منشأ تحولات شگرفی شده است. ترویج رسالت عاشورا، که از امام سجاد(ع) و حضرت زینب(س) آغاز شد و توسط ائمه بزرگوار استمرار یافت،

امروزه به فرهنگ عمومی تبدیل شده است.

ترویج رسالت عاشورا: امام زین العابدین(ع) و حضرت زینب (س) با افشاگریها و اقدامات خود در ترویج نهضت عاشورا نقشی اساسی داشتند. بر همین اساس در فرهنگ سازمانی عاشورایی، باید راویان و مروّجانی تربیت شوند که همواره ارزشهای آن فرهنگ را به افراد جدیدالورود سازمان و نسلهای بعدی منتقل کنند. کوتاهی در این امر باعث خواهد شد که ارزشهای فرهنگ سازمانی، که در مقطعی از حیات سازمان تبلور یافته است به فراموشی سپرده شود؛ لذا لازم است برخی واحدهای رسمی سازمان همچون روابط عمومی و برخی از مدیران و کارکنانی که از صلاحیتهای لازم برخوردارند در ترویج این ارزشها به کار گرفته شوند.

پویایی و سرزندگی: یکی از زیباییهای عاشورا، تأثیری است که شهادت امام حسین(ع) و یاران وفادارش بر افکار مردم و بیداری وجدانها داشت؛ حتی بر خانواده یزید و وابستگانش تأثیر گذاشت. در زیارت امام حسین(ع) خطاب به آن حضرت می‌گوییم: «شهادت می‌دهم که تو کشته شدی ولی نمردی؛ بلکه به امید حیات تو، دلهای پیروان زنده می‌شود و با فروغ نور تو، رهجویان تو هدایت می‌شوند». استقرار فرهنگ سازمانی عاشورایی، دشوار است؛ اما دشوارتر از آن، تداوم و استمرار آن در سازمان است. سیاستگذاران و مدیران سازمانها باید تدابیری در پیش گیرند که ویژگیهای این فرهنگ در گذر زمان رنگ نبرد و پویایی و سرزندگی نهضت عاشورا در آن جاری و ساری باشد.

الگوسازی: تأثیری که حادثه کربلا بر اندیشه مردم جهان حتی غیر مسلمانان داشته، بسیار است. مهاتما گاندی رهبر استقلال هند می‌گوید که اگر هندوستان بخواهد کشوری پیروز گردد، باید از سرمشق امام حسین(ع) پیروی کند. توماس کارلایل (فیلسوف و مورخ انگلیسی) می‌گوید: «بهترین درسی که از تراژدی کربلا می‌گیریم این است که حسین(ع) و یارانش به خدا ایمانی استوار داشتند. آنها با عمل خود روشن کردند که برتری عددی در جایی که حق با باطل روبه‌رو می‌شود، اهمیت ندارد و پیروزی حسین با وجود اقلیتی که داشت، باعث شگفتی من است». بی شک انقلاب اسلامی ایران و درخشش جوانان مسلمان این مرز و بوم در عرصه نبرد و شهادت، یکی از برجسته‌ترین پیامدهای نهضت خونین عاشورا است. امام خمینی(ره) در همین زمینه بیان می‌کند: انقلاب اسلامی ایران پرتویی از عاشورا و انقلاب عظیم الهی آن بود.

امروزه سازمانها در سراسر جهان تلاش می‌کنند که الگوهای موفق سازمانی را شناسایی کنند و از آنها برای دستیابی به عملکرد ممتاز الهام بگیرند. فرهنگ سازمانی عاشورایی با امکان الهام‌بخشی‌ای که دارد، می‌تواند برای سایر سازمانها متناسب با اقتضائات امروزی، الگویی کارآمد باشد؛ لذا سازمانی که فرهنگ سازمانی عاشورایی را در خود مستقر می‌سازد، باید تلاش کند که سازمانهای دیگر نیز از فرهنگ سازمانی موفقش الگوپذیری کنند.

آنچه در این مجال کوتاه بیان شد، فقط شمه‌ای از حادثه بزرگ کربلا بود که در کنار دریای بیکران معارف نهفته در این نهضت الهی، مقدار ناچیزی است. اگر چه عاشورا از دیدهای مختلف مدیریتی، درسهای آموختنی فراوانی به همراه دارد، نگارنده تلاش کرد صرفاً از دیدگاه فرهنگ سازمانی، آن را مورد واکاوی قرار دهد و بخشی از عوامل این رخداد عظیم و پر برکت را در قالب الگو ترسیم کند.

سید محمد مقیمی

moghimi@ut.ac.ir

<http://www.prof-moghimi.ir>