جامعة المصطفى العالمية
Al-Mustafa International University
مجتمع آموزش عالی قرآن و حدیث

دو فصلنامه علمی قرآن و علم، سال هجدهم، شماره ۳۵، پاییز و زمستان ۱۴۰۳، ص: ۱۵۹ـ۱۹۴
Academic Journal of the Qur'an and Science, Autumn and Winter 2025, 18 (35), P:159-194

The Strategic Management Model of Environmental Culture from the Perspective of the Holy Quran *

Hossein Zahedi [1] and Abdullah Tavakkoli [2] and Hamid Reza Toosi [3]

Abstract

Strategic environmental management has gained significant importance in management studies as an effective tool for promoting cultural values. The Holy Quran also emphasizes the role of the environment in fostering a monotheistic culture. This study aims to present a model for strategic management of environmental culture from the perspective of the Quran by examining the role of the environment in propagating monotheistic values. The central research question addresses how Quranic teachings and the prophetic tradition can be utilized to analyze and monitor cultural environments to formulate cultural management strategies. This study employs a qualitative content analysis approach, with data extracted from the Holy Quran. The findings reveal that: The Quran refers to the environment in two ways: comprehensive encompassment and partial encompassment, with the latter being more relevant to management.The propagation of monotheistic culture in the Quran is feasible through a competitive analysis of opportunities, threats, strengths, and weaknesses in divine and satanic environments. Three types of managerial programs—explanatory, purificatory, and adaptive operational programs—can be derived from the prophetic approach to monitoring cultural environments. The study concludes that by analyzing the two competing cultural environments—divine and satanic—and designing operational programs based on prophetic traditions, a comprehensive model for the strategic management of environmental culture from the Quranic perspective can be developed.

Keywords: Holy Quran, Model, Environment, Strategy, Management, Culture.

*. **Date of Receiving:** 19/11/2024**, Date of Revised:** 19/11/2024**, Date of Approving:** 01/01/2025.

1. PhD Candidate in Quran and Science (Management), Quran and Hadith Complex, Al-Mustafa International University, Qom Branch. gagarh1357@gmail.com.

2. Faculty Member, Research Institute of Hawzah and University, Assistant Professor, Al-Mustafa University, Qom Branch. atavakkoli@rihu.ac.ir.

3. Faculty Member, Al-Mustafa University, Qom Branch. hrtoosi123@gmail.com.

جامعة المصطفى العالمية
Al-Mustafa International University
مجتمع آموزش عالی قرآن و حدیث

دو فصلنامه علمی قرآن و علم، سال هجدهم، شماره ۳۵، پاییز و زمستان ۱۴۰۳، ص: ۱۵۹ـ۱۹۴
Academic Journal of the Qur'an and Science, Autumn and Winter 2025, 18 (35), P:159-194

مقاله علمی ـ پژوهشی

الگوی مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی از منظر قرآن کریم *

حسین زاهدی [۱] و عبد الله توکلی [۲] و حمید رضا طوسی [۳]

چکیده

مدیریت راهبردی محیطی به‌عنوان ابزاری مؤثر در ترویج فرهنگ، اهمیت بسزایی در دانش مدیریت یافته است. در قرآن کریم نیز محیط و نقش آن در ترویج فرهنگ توحیدی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این مقاله با هدف ارائه الگویی برای مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی از منظر قرآن کریم، به بررسی نقش محیط در ترویج فرهنگ توحیدی پرداخته است. مسئله اصلی پژوهش، چگونگی استفاده از آموزه‌های قرآنی و سیرهٔ انبیاء برای تحلیل و رصد محیط‌های فرهنگی به‌منظور ارائه راهبردهای مدیریت فرهنگی است. روش تحقیق این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی بوده و داده‌ها از متن قرآن کریم استخراج شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که: ۱. در قرآن، محیط با دو مفهوم احاطه کامل و احاطه جزئی مورد اشاره قرار گرفته است که مفهوم دوم به معنای مدیریتی نزدیک‌تر است؛ ۲. ترویج فرهنگ توحیدی در قرآن، با تحلیل رقابتی فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌های محیط‌های رحمانی و شیطانی امکان‌پذیر است؛ ۳. سه نوع برنامه مدیریتی شامل برنامه‌های تبیینی، پالایشی و عملیاتی تطبیقی بر اساس رصد محیط فرهنگی توسط انبیاء قابل استخراج است. نتیجه‌گیری پژوهش بیانگر آن است که با تحلیل دو محیط فرهنگی رقابتی رحمانی و شیطانی و طراحی برنامه‌های عملیاتی مبتنی بر سیرهٔ انبیاء، می‌توان الگویی جامع برای مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی از منظر قرآن کریم ارائه داد.

واژگان کلیدی: قرآن، الگو، محیط، راهبرد، مدیریت، فرهنگی.

---

*. تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۲۹، تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸ و تاریخ تأیید: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰.

۱. دانشجوی دکتری قرآن و علم گرایش مدیریت، مجتمع قرآن و حدیث، جامعة المصطفی ص العالمیة، واحد قم (نویسنده مسئول): (gagarh1357@gmail.com).

۲. عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه: (atavakkoli@rihu.ac.ir).

۳. عضو هیئت علمی جامعة المصطفی ص العالمیة واحد قم: (hrtoosi123@gmail.com).

مقدمه

محیط، به‌عنوان بستری تأثیرگذار بر فرهنگ، نقش محوری در هدایت یا انحراف جوامع انسانی ایفا می‌کند. این تأثیر دوسویه محیط و فرهنگ، در دانش مدیریت مورد توجه ویژه قرار گرفته و برنامه‌ریزی‌های راهبردی برای مدیریت فرهنگ محیطی ارائه شده است. قرآن کریم نیز، به‌عنوان کتاب هدایت، محیط را نه‌تنها در ابعاد محسوس بلکه در ابعاد نامحسوس مورد تأکید قرار داده و آن را عاملی کلیدی در ترویج یا تقابل با فرهنگ توحیدی معرفی کرده است.

آیاتی همچون ﴿سَنُرِيهِمْ آيَاتِنا فِي الآفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ﴾ (فصلت: ۵۳)، به ضرورت تأمل در محیط آفاقی (جهان بیرونی) و انفسی (جهان درونی) برای درک حقیقت اشاره می‌کند. این آیه با تأکید بر نشانه‌های الهی در محیط پیرامون، بر نقش آگاهی از محیط در دستیابی به فرهنگ توحیدی دلالت دارد. همچنین آیه ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا...﴾ (روم: ۹)، انسان‌ها را به سیر در زمین و مشاهده آثار گذشتگان فرا می‌خواند که نشان‌دهنده اهمیت تحلیل محیط تاریخی و فرهنگی در تصمیم‌گیری‌های راهبردی است.

پیامبرانی مانند نوح، ابراهیم و موسی علیهم‌السلام همواره با تحلیل محیط‌های پیرامونی و شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی، راهبردهایی چون تبیین پیام الهی، پالایش انحرافات و اجرای برنامه‌های عملیاتی را برای هدایت جوامع به کار گرفته‌اند. برای مثال، داستان حضرت نوح در دعوت قوم خود، نمونه‌ای از تحلیل محیط فرهنگی و ارائه راهبردهای مناسب است که در قرآن ذکر شده است.

این پژوهش با طرح این پرسش که «مدیریت فرهنگ محیطی در قرآن کریم چگونه تبیین شده و چه الگویی برای جوامع ارائه می‌دهد؟»، درصدد است تا مفاهیم و اصول مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی را از منظر قرآن کریم استخراج کند.

با تکیه بر آیات مرتبط با محیط، «رُسل» و مضامین «بما کانوا» و مشتقات آن‌ها، این پژوهش تلاش می‌کند تا ضمن شناسایی ویژگی‌های محیط‌های رحمانی و شیطانی، راهبردهای لازم برای رصد، تحلیل و مدیریت آن‌ها را ارائه دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند به تبیین نقش محیط در تقابل یا تقویت فرهنگ توحیدی و طراحی برنامه‌های راهبردی برای جوامع اسلامی منجر شود.

پیشینه تحقیق: با توجه به اهمیت روزافزون موضوع راهبرد فرهنگی محیطی، بررسی پیشینه پژوهش در این حوزه، به ویژه با محوریت قرآن کریم، امری ضروری است. تاکنون، پژوهش‌های مستقیمی که به طور جامع به بررسی راهبرد فرهنگی محیطی در قرآن کریم پرداخته باشند، به ندرت یافت شده است.

تحقیقات موجود بیشتر بر جنبه‌های جزئی‌تری از این موضوع تمرکز کرده‌اند. برخی پژوهشگران به مفهوم‌شناسی محیط در قرآن کریم پرداخته‌اند و تلاش کرده‌اند تا ابعاد مختلف محیط از دیدگاه این کتاب آسمانی را تبیین نمایند. برای مثال، عسکرپور و نجفی (۱۳۹۹، ۳۳-۶۲) در پژوهشی جامع، به بررسی مفاهیم مختلف محیط در قرآن پرداخته و نقش تربیتی آن‌ها را مورد تحلیل قرار داده‌اند.

از سوی دیگر، برخی دیگر از پژوهش‌ها به سیاست‌گذاری و راهبرد فرهنگی پرداخته‌اند، اما بدون توجه به ابعاد محیطی آن. به عنوان مثال، مصلای‌پور (۱۳۹۴، ۵۶-۹۷) در پژوهش خود به بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی پرداخته است، اما محیط فرهنگی را به عنوان یک عامل کلیدی در این فرآیند در نظر نگرفته است.

همچنین، برخی پژوهش‌ها صرفاً به بررسی محیط فیزیکی در قرآن کریم پرداخته‌اند و از بررسی ابعاد فرهنگی محیط غافل مانده‌اند. برای مثال، کریمی و جمالی‌نژاد (۱۳۹۱، ۲۹-۳۸) در پژوهش خود به بررسی محیط فیزیکی در قرآن پرداخته‌اند، اما به ارتباط این محیط با محیط فرهنگی و راهبردهای فرهنگی توجهی نداشته‌اند.

با توجه به بررسی‌های انجام شده، می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه پژوهش‌های متعددی در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش حاضر انجام شده است، اما پژوهشی که به طور مستقیم و جامع به بررسی راهبرد فرهنگی محیطی در قرآن کریم پرداخته باشد، تاکنون به دست نیامده است. پژوهش‌های موجود یا بر جنبه‌های جزئی‌تری از موضوع تمرکز کرده‌اند یا اینکه به ابعاد مختلف محیط فرهنگی توجه کافی نداشته‌اند.

با توجه به خلاء موجود در پژوهش‌های پیشین، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این خلا و ارائه یک تحلیل جامع از راهبرد فرهنگی محیطی در قرآن کریم، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این پژوهش می‌تواند به عنوان یک مرجع برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران در حوزه فرهنگ و محیط زیست مورد استفاده قرار گیرد.

روش تحقیق: در این تحقیق (راهبرد فرهنگی محیطی قرآن کریم) از روش تحلیل محتوای کیفی و توصیفی استفاده شده است که برای پاسخ دادن به سؤال‌های پژوهش از متن مناسب است (بازرگان، ۱۳۹۱: ۱۳۲). این روش به منظور کدگذاری و مقوله‌بندی برای حمایت از یک دستاورد جدید یا ارزیابی صحت و سقم نظریات موجود به کار گرفته شده است (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۸). پس از جمع‌آوری اسناد و مشخص شدن اهداف و پرسش‌های تحقیق، واحدهای خاصی از محتوا با توجه به هدف تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین، برای ارتباط بین مؤلفه‌ها و شاخصه‌های مدیریتی و قرآنی، روش تحلیل محتوا مورد استفاده قرار گرفته است.

با توجه به اینکه برداشت بر اساس واحدهای قرآنی از یک تحلیل تفسیری به تحلیل تفسیری دیگر متفاوت است، در این پژوهش روش تحلیل کیفی انتخاب شده است. در این روش، گاه مضامین و گاه عبارات به عنوان واحد بررسی قرار می‌گیرد (باردن، ۱۳۷۴: ۱۱۷، ۱۱۹). بنابراین، در این مقاله بر اساس روش تحلیل محتوای کیفی و توصیفی، ابتدا مفاهیم آیات نزدیک به گزاره‌های هدف استخراج و سپس بر اساس تحلیل توصیفی کدگذاری باز شده است. بعد از آن، برای پاسخگویی به رویکرد دانشی و بین‌رشته‌ای، از طریق تحلیل کیفی صحت‌سنجی و کدگذاری بسته انجام شده است.

الف. مفاهیم کلیدی

۱. استراتژیک (راهبرد)

به‌صورت کلی مسائل راهبردی با این سه ویژگی شناخته می‌شود که عبارتند از: ۱. اهداف بلندمدت ۲. فضای رقابتی ۳. حیاتی بودن (احمدی، ۱۳۷۷: ۱۵).

متکفل این سه خصیصه، مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک است. اساساً برنامه‌ریزی‌های راهبردی تلاش نظام‌مند، به‌منظور اخذ تصمیمات و انجام فعالیت‌هایی بنیادی است که به شکل‌دهی ماهیت و چگونگی و چرایی اقدامات می‌پردازد که در نهایت بررسی دقیق راهکارهای مختلف برای دستیابی به اهداف و نتایج آتی تصمیمات کنونی است (لطیفی، ۱۳۹۵: ۳۲). استراتژیک روند پیوسته و تعاملی است که هدف از آن حفظ تناسب و هماهنگی مجموعه سازمان با محیط پیرامون آن است (Riston. 2017: 14).

۲. فرهنگ

در مورد فرهنگ نمی‌توان به یک تعریف اصطلاحی که مورد اجماع همگان باشد دست یافت، چون فرهنگ گاهی تاریخی و گاهی کارکردی و گاهی چندبعدی مطرح شده است. در اینجا به برخی از این تعاریف اشاره می‌شود:

۱. فرهنگ مجموعه همه عناصر رفتاری و خصلت‌های آموخته اعضای جامعه یا مجموع ویژگی‌های رفتاری و عقیدتی اکتسابی اعضای یک جامعه خاص است (کوئن، ۱۳۷۲: ۱۳). فرهنگ مفروضات، باورها و مفروضات عمیق و اساسی است (Schein, E. 1997: 205-196).

۲. فرهنگ به ویژگی‌های تمدن، جامعه یا گروهی خاص اشاره دارد که این ویژگی‌ها بر مشخصه‌های متمایز کننده آنها و مقتضیات اجتماعی استوار است که رفتار آنها را ایجاد و حفظ می‌کند (دونالداف، ۱۳۷۷: ۳۶).

۳. در بعد سیاسی، فرهنگ شیوه و حالتی است که مردم تفاوت‌های قدرت را می‌فهمند و تعیین‌کننده فرهنگ دانسته شده است (mc grow: 1991: 28). فرهنگ یا تمدن، آن کل پیچیده‌ای است که شناخت‌ها، باورها، هنر، اخلاق، حقوق، آداب و رسوم و دیگر عادات و توانایی‌هایی را که انسان به عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند، شامل می‌شود (کوش‌دنی، ۱۳۸۹: ۳۷).

۴. فرهنگ اسلامی به معنای مجموعه بینش‌ها و ارزش‌های اسلامی است که با توجه به شرایط موجود در جامعه همچون روحی در کالبد آن جامعه جریان دارد و به اعمال و رفتار افراد معنی می‌بخشد. در این صورت، هسته مرکزی فرهنگ اسلامی را همان توحید و ایمان به خدا تشکیل می‌دهد که اساس و شالوده دین اسلام است و با سایر اعتقادات اسلامی زنجیره‌ای از عادات و آداب را پدید می‌آورد (بالادستان، ۱۳۸۰: ۵۴).

با عنایت به نگاه نسبتاً جامع‌تر به فرهنگ، این تعریف می‌تواند همخوانی با نگاه دینی داشته باشد و به نظر نگارنده مناسب‌تر به نظر می‌رسد: فرهنگ مجموعه‌ای از خصوصیات مادی و معنوی است که یک جامعه یا یک گروه اجتماعی را از دیگر گروه‌ها و جوامع متمایز می‌سازد و محدود به هنر و ادبیات نشده، بلکه شیوه‌های زندگی، همزیستی، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را نیز در بر می‌گیرد (مصلائی‌پور، ۱۳۹۴: ۵۷-۷۶).

۳. محیط و مدیریت راهبردی

الف. مُحِیط از «حوط» به معنای جایی که انسان در آن اقامت دارد و در علم هندسه به معنای خطی است که در اطراف دایره قرار دارد. به اقیانوس و دریا که گرداگرد خشکی زمین است، «بحر محیط» گفته می‌شود. کسی که احاطه و مهارت به چیزی دارد نیز «محیط به فلان امر» خوانده می‌شود (بستانی، ۱۳۷۵: ۷۹۳). از نگاه دانش، محیط امری خارج از سازمان است که دارای سه قلمرو شبکه بین سازمانی، محیط عمومی و محیط بین‌المللی تعریف شده است (هچ، ۱۳۹۴: ۱۲۲).

ب. مدیریت راهبردی: مدیریت فعالانه تناسب راهبردی برای تحقق مزیت رقابتی است که قابلیت‌های سازمان را همسو و متناسب با تقاضاهای محیط می‌کند (همان، ۱۸۵). از شاخصه‌های برنامه‌ریزی راهبردی می‌توان به رصد محیطی و تمرکز بر محیط داخلی و موازنه تهدید و ضعف و تمرکز بر محیط خارجی و موازنه تهدیدها و قوت‌ها اشاره کرد (رضائیان، ۱۳۸۴: ۲۴۷). هر راهبرد، سازمان را به یک محیط رقابتی خاص هدایت می‌کند و چگونگی برنامه‌ریزی مدیران برای تطبیق قوت‌ها و ضعف‌های سازمان با فرصت‌ها و تهدیدات محیطی را معین می‌سازد (همان، ۲۳۹).

ب. چارچوب نظری

۱. مدیریت راهبردی در منابع مدیریتی

برنامه‌ریزی راهبردی به عنوان زیرشاخه‌ای از مدیریت راهبردی قرار می‌گیرد. در اینجا به برخی از تعاریف اشاره می‌شود:

۱. مجموعه تصمیمات و فعالیت‌هایی که به صورت‌بندی و اجرای استراتژی طراحی شده برای دستیابی به اهداف سازمان می‌پردازد. این فرآیند شامل سازماندهی و کنترل تصمیمات استراتژیک و فعالیت‌های کسب‌وکار در مقیاس بزرگ و آینده‌نگر برای تعامل با محیط رقابتی به منظور بهینه‌سازی دستیابی به اهداف سازمان است (پیرس و رابینسون، ۱۳۸۹م: ۱۸ و ۱۹).

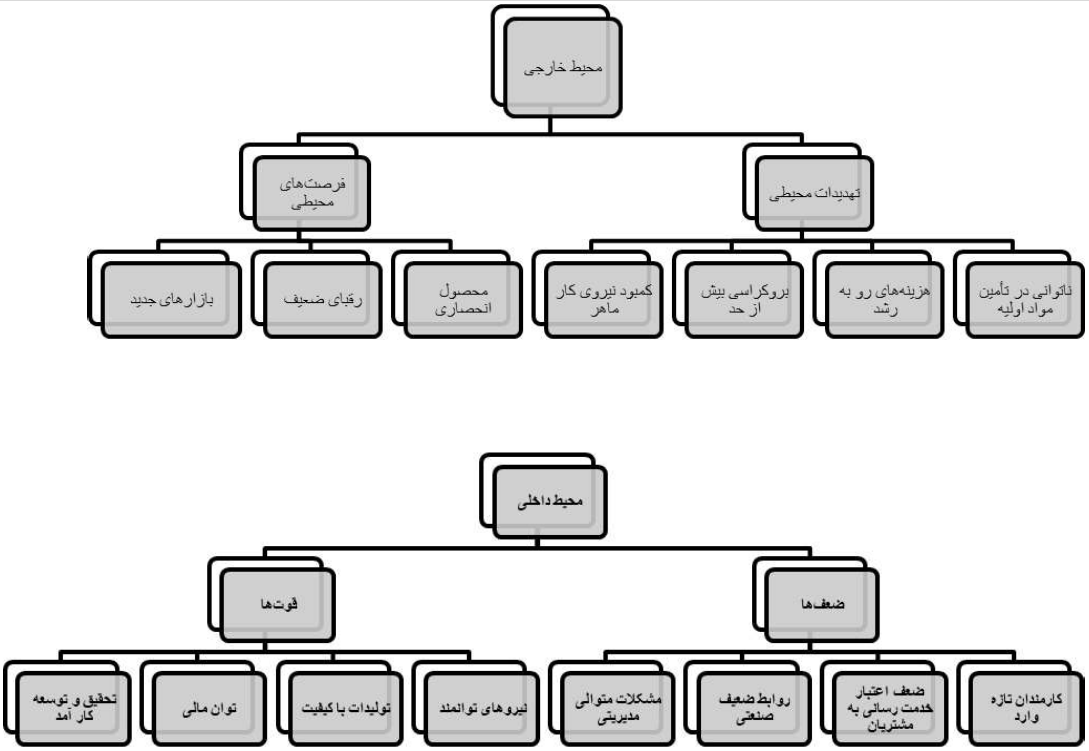
۲. راهبرد به معنای اعمالی است که سازمان برای پاسخ به تغییرات محیط خارجی طراحی می‌کند (رحمانی، ۱۳۹۴: ۱۱۰).

راهبرد یک برنامه جامع برای عمل است که جهت‌گیری‌های عمده سازمان را معین می‌کند و رهنمودهایی برای تخصیص منابع در مسیر کسب اهداف بلندمدت سازمانی ارائه می‌دهد. انتخاب راهبرد، کار پیچیده و حتی مخاطره‌آمیز است؛ زیرا هر راهبرد سازمان را به یک محیط رقابتی خاص هدایت می‌کند و چگونگی برنامه‌ریزی مدیران برای تطبیق قوت‌ها و ضعف‌های سازمان با فرصت‌ها و تهدیدات محیطی را مشخص می‌سازد (رضائیان، ۱۳۸۴: ۲۳۹).

چنانکه ملاحظه می‌شود، سه شاخصه بلندمدت بودن، رقابتی بودن و رصد دقیق محیطی در برنامه‌ریزی راهبردی، آن را از سایر برنامه‌ریزی‌ها متمایز می‌کند.

۲. جایگاه محیط در دانش مدیریت

به معنای عواملی خارج از سازمان گفته می‌شود که اثربخشی عملیات روزمره و رشد بلندمدت سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهند یا سازمان کنترل کمی روی آنها دارد و یا اینکه خارج از کنترل سازمان هستند (رحمانی، ۱۳۹۴: ۱۱۱). محیط از نظر دانشی دارای عواملی است که این عوامل در مدل TOWS به خوبی نشان داده شده‌اند. این مدل در واقع مخفف واژه‌های تهدیدها(Threats) ، فرصت‌ها(Opportunities) ، نقاط ضعف (Weaknesses) و نقاط قوت (Strengths) است. به عوامل محیطی اشاره دارد که در ماتریس ذیل نشان داده شده است.



نمودار (۱): محیط خارجی و داخلی در منابع مدیریتی (پیرس و رابینسون، بی‌تا، ۳۰۷، ۳۰۹)

۳. مدیریت راهبرد در قرآن

در قرآن کریم واژه راهبرد یا استراتژیک به‌صورت مستقیم وجود ندارد، اما بر اساس مشخصه‌های هدفمندی، بلندمدت و رقابتی برنامه‌ریزی راهبردی، می‌توان راهبردها را از پارامترهای قرآنی استخراج نمود:

۱. شواهد جامعیت و راهبردی بودن قرآن: آیات مربوط به جاودانگی برنامه‌های قرآن کریم (نحل: ۸۹)؛ آیات دال بر جامعیت قرآن کریم به روایت مفسرین (زحیلی، ۱۴۲۲، ج ۲: ۱۲۹۳).

۲. نمونه‌های راهبردی در قرآن: راهبردهای حضرت موسی علیه‌السلام: شامل قابل فهم بودن، قاطعیت و شفافیت پیام (آخوندی، ۱۳۹۶: ۱۵۰-۱۷۳)؛ راهبرد چهارده‌ساله حضرت یوسف علیه‌السلام: برنامه‌ریزی برای هفت سال فراوانی و هفت سال قحطی (یوسف: ۴۷-۴۸)؛ راهبرد فرهنگی پیامبر اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله: استفاده از روش تدریجی و مدارا در تغییر نگرش فرهنگی به شراب (نویسندگان، ۱۳۹۵: ۵-۳۷).

۳. راهبردهای کلان قرآنی: دو راهبرد اصلی بر اساس سنت‌های الهی قابل استخراج است: راهبرد تقدیری؛ راهبرد تدبیری (اردکانی، مرکبی، ۱۳۹۷: ۱۹۵۰۲۲۴)

این راهبردها با نگرش فلسفه متعالی، به هر دو بُعد مادی و معنوی انسان توجه دارند، به‌گونه‌ای که حجت ظاهری (عقل)، حیات معقول و مادی را در مسیر رشد حیات اصلی و اخروی قرار می‌دهد.

بنابراین، با تکیه بر مبانی و اصول قرآن کریم می‌توان راهبردهای فرهنگی-محیطی را از دیدگاه قرآن استخراج و مورد استفاده قرار داد.

۴. محیط فرهنگی قرآن

محیط در قرآن کریم با ترکیب‌های: «أَحاط، تحیط، محیط، یحیطون، أَحَطْتُ، تُحِطْ» به معنای اشراف و در بر گرفتن آمده است. حَاطَةً [حوط] به معنای: زیر نظر گرفتن از تمام جهات (مهیار، بی‌تا، ۱۹). به «حائط» از آن جهت حائط گفته می‌شود که آنچه در درونش است را در بر می‌گیرد (فراهیدی، ۱۴۱۰: ۳۷۶/۲)؛ چنان‌که در قرآن آمده است: ﴿إِنَّهُ بِكُلِّ شَيۡءٖ مُحِيطٌ﴾ (فصلت: ۵۴)؛ خداوند به تمام اشیاء، اشراف، احاطه و قدرت دارد (طریحی، ۱۳۷۵: ۲۴۳/۴).

جدول شماره (۱): واژه محیط و فراوانی کاربرد آن در قرآن کریم

کاربردها	تعداد فراوانی	آدرس آیات
«محیط، أَحاطَت، یُحیطُون، مُحیطا، تحیط، یحیط، احاط، احاطت، یحیطوا، تحیطوا»، بیشترین کاربرد را با مشتق «محیط، محیطا» دارد.	۲۷	بقره: ۱۹، ۸۱، ۲۵۵؛ نساء: ۱۰۸، ۱۲۶؛ توبه: ۴۹؛ یونس: ۲۲، ۳۹؛ یوسف: ۶۶؛ اسراء: ۶۰؛ کهف: ۲۹، ۴۲، ۶۸، ۹۱؛ طه: ۱۱۰؛ نمل: ۲۲، ۸۴؛ فصلت: ۵۴؛ فتح: ۲۱؛ طلاق: ۱۲؛ جن: ۲۸؛ بروج: ۲۰.

مفهوم محیط در قرآن کریم، که به معنای احاطه از تمام جهات است، با مفهوم محیط در دانش راهبردی متفاوت است. در دانش راهبردی، محیط به عنوان بستری برای تحلیل: نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها مورد بررسی قرار می‌گیرد (رضائیان، ۱۳۸۴: ۲۴۷).

برخلاف مفهوم قرآنی، در مدیریت راهبردی محیط لزوماً به معنای احاطه از تمام جهات نیست و حتی احاطه از برخی جهات نیز محیط نامیده می‌شود. از این رو، لازم است قلمرو مفهومی محیط مدیریتی در قرآن به‌طور دقیق‌تر مورد بررسی قرار گیرد.

قلمرو مفهومی محیط در قرآن

با تتبع در آیات قرآن، می‌توان دایره مفهومی محیط به معنای مصطلح دانشی را از واژه‌های مختلف قرآن کریم به دست آورد. به عنوان مثال، واژگانی چون جدار، حاق، استحوذ، حول، اطراف و... در قرآن به معنای احاطه از بعض جهات به کار می‌روند. در ادامه به واژه‌هایی که صراحت بیشتری به این مفهوم دارند، اشاره شده است:

جدول شماره (۱): مفاهیم قرآنی دلالت‌کننده بر معنای محیط

ردیف	مفاهیم دلالت‌کننده	توضیح معنایی	فراوانی کاربرد قرآنی	آدرس آیات
۱	شمول	معنای واژه: به معنای فراگرفتن، احاطه و پیچیدن چیزی است (قرشی، ۱۳۷۱: ۷۳/۴) ویژگی‌های احاطه: به گونه‌ای است که شیء را در بر می‌گیرد و کاملاً منطبق بر آن شیء است. شمال (به معنای یسار و مخالف راست) نیز از همین ماده است (مصطفوی، ۱۳۶۰: ۱۲۷/۶) این واژه احتمالاً تنها واژه‌ای است که از تمام جهات، قرابت معنایی با واژه «محیط» دارد.	۲	انعام: ۱۴۳، ۱۴۴.
۲	جدار	جدار همان حائط است با این تفاوت که حائط احاطه به مکان دارد ولی جدار صرفا ارتفاع و حفاظ است (راغب، ۱۴۱۲: ۱۸۹).	۳	کهف: ۷۷، ۸۲؛ حشر: ۱۴
۳	حاق	به معنای احاطه کردن، حاشیه‌ای چیزی که آن چیز را دایره کرده باشد بکار می‌رود (فراهیدی، ۱۴۱۰: ۲۵۶/۳).	۷	هود: ۸؛ نحل: ۳۴؛ زمر: ۴۵؛ غافر: ۸۳؛ جاثیه: ۳۳؛ احقاف: ۲۶
۴	اسْتَحْوَذَ	به معنای غلبه و چیرگی و مستولی شدن بر چیزی است (طریحی، ۱۳۷۵: ۱۸۰/۳).	۱	مجادله: ۱۹

۵	حول	به معنای سال و جانب و اطراف شیء آمده است (طریحی، ۱۳۷۵: ۲۹۵/۵).	۱۸	بقره: ۱۷، ۲۳۳، ۲۴۰؛ آل‌عمران: ۱۵۹؛ انعام: ۹۲؛ انفال: ۲۴؛ توبه: ۱۰۱، ۱۲۰؛ اسراء: ۱؛ مریم: ۶۸؛ شعراء: ۲۵، ۳۴؛ نمل: ۸؛ عنکبوت: ۶۷؛ زمر: ۷۵؛ غافر: ۷؛ شوری: ۷؛ احقاف: ۲۷
۶	ملجاء	به معنای مکان پناهگاه و جایی که در آن پناهنده می‌شود، ذکر شده است. ملجا باید به قدری توانا باشد که پناهنده را حفظ کند (مصطفوی، ۱۳۶۰: ۱۶۵/۱۰).	۳	توبه: ۵۷، ۱۱۸؛ شوری: ٤٧
۷	اطراف	طرف الشیء به معنای جانب آن شیء است و در اجسام، اوقات و موارد دیگر به کار می‌رود (راغب، ۱۴۱۲: ۵۱۷).	۳	رعد: ٤١؛ طه: ۱۳۰؛ انبیاء: ٤٤
۸	قصر	به معنای کوتاهی در مقابل درازی، حبس در مقابل آزادی و همچنین به معنای خانه و عمارت است (قرشی، ۱۳۷۱: ۱۱/۶).	۴	اعراف: ۷۴؛ حج: ۴۵؛ فرقان: ۱۰؛ مرسلات: ۳۲
۹	المأوی	به معنای جایگاهی برای سکنی گزیدن و مسکن گرفتن است (قرشی، ۱۳۷۱: ۱۴۵/۱).	۲۲	آل‌عمران: ۱۵۱، ۱۶۲، ۱۹۷؛ نساء: ۹۷، ۱۲۱؛ انفال: ۱۶؛ توبه: ۷۳، ۹۵؛ یونس: ۸؛ رعد: ۱۸؛ اسراء: ۹۷؛ نور: ۵۷؛ عنکبوت: ۲۵؛ سجده: ۱۹، ۲۰؛ جاثیه: ۳۴؛ نجم: ۱۵؛ حدید: ۱۵؛ تحریم: ۹؛ نازعات: ۳۹، ۴۱
۱۰	وراء	به معنای عقب و جلو در هر دو مورد به کار گرفته می‌شود و همچنین به معنای زمان بعد و قبل نیز ذکر شده است (قرشی، ۱۳۷۱: ۲۰۴/۷).	۱۷	بقره: ۹۱، ۱۰۱؛ آل‌عمران: ۱۸۷؛ نساء: ۲۴؛ انعام: ۹۴؛ هود: ۷۱، ۹۲؛ کهف: ۷۹؛ مؤمنون: ۷؛ احزاب: ۵۳؛ شوری: ۵۱؛ حجرات: ۴؛ حدید: ۱۳؛ حشر: ۱۴؛ معارج: ۳۱؛ انسان: ۲۷؛ انشقاق: ۱۰

۱۱	یمین	به معنای قوت، خیر، برکت و همچنین به معنای جانب و دست راست آمده است. از آنجا که دست راست دارای قوت و برکت است، این معنا از معنای اصلی واژه گرفته شده است (مصطفوی، ۱۳۶۰: ۲۷۰/۱۴).	۱۳	اعراف: ۱۷؛ نحل: ۴۸؛ کهف: ۱۷، ۱۸؛ سبأ: ۳۴؛ صافات: ۲۸؛ ق: ۱۷؛ واقعه: ۲۷، ۳۸، ۹۰، ۹۱؛ معارج: ۳۷؛ مدثر: ۳۹
۱۲	تحت	به معنای مقابل «فوق» است و برخلاف «سفل» مفهوم نسبی دارد (مصطفوی، ۱۳۶۰: ۳۸۲/۱).	۵۱	بقره: ۲۵، ۲۶۶؛ آل‌عمران: ۱۵، ۱۳۶، ۱۹۵، ۱۹۸؛ انعام: ۶، ۶۵؛ نساء: ۱۳، ۵۷، ۱۲۲؛ مائده: ۱۲، ۶۶، ۸۵، ۱۱۹؛ اعراف: ۴۳؛ توبه: ۷۲، ۸۹، ۱۰۰؛ یونس: ۹؛ کهف: ۳۱، ۸۲؛ مریم: ۲۴؛ رعد: ۱۳؛ ابراهیم: ۲۳؛ طه: ۶، ۷۶؛ نحل: ۳۱؛ عنکبوت: ۵۵، ۵۸؛ فصلت: ۲۹؛ فتح: ۱۸؛ تحریم: ۱۰؛ حج: ۱۴، ۲۳؛ فرقان: ۱۰؛ زمر: ۱۶، ۲۰؛ محمد: ۱۲؛ زخرف: ۵۱؛ فتح: ۵، ۱۷؛ حدید: ۱۲؛ مجادله: ۲۲؛ صف: ۱۲؛ تغابن: ۱۱؛ طلاق: ۸؛ تحریم: ۸؛ بروج: ۱۱؛ بینه: ۸؛ مریم: ۲۴؛
۱۳	فوق	این واژه اسم مکان و نقیض «تحت» به معنای بالا آمده است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴: ۳۱۶/۱۰).	۳۳	بقره: ۲۶، ۲۱۲؛ آل‌عمران: ۵۵؛ نساء: ۱۱، ۱۵۴؛ انعام: ۱۸، ۶۱، ۱۶۵؛ مائده: ۶۶؛ اعراف: ۴۱، ۱۲۷، ۱۷۱؛ انفال: ۱۲؛ یوسف: ۳۶، ۷۶؛ نحل: ۲۶، ۵۰، ۸۸؛ نور: ۴۰؛ زخرف: ۳۲؛ دخان: ۴۸؛ عنکبوت: ۵۵؛ فتح: ۱۰؛ حجرات: ۲؛ شوری: ۵؛ نور: ۴۰؛ زمر: ۲۰، ۱۶؛ فصلت: ۱۰؛ ق: ۶؛ ملک: ۱۹؛ حاقه: ۱۷

چنانکه ملاحظه گردید، دستیابی به مفهوم محیط به معنای دانشی آن در آیات متعدد، بر اساس واژه‌های ذکر شده متعدد قابل تبیین و تحلیل است. این مفهوم با توجه به محیط پیرامونی و تأثیرپذیری و تأثیرگذاری انسان بر آن مورد توجه قرار گرفته است. چنانکه در تعدادی از آیات قرآن، تأثیرپذیری انسان از جهات شش‌گانه محیطی (راست، چپ، مقابل، پشت، بالا و پایین) مورد عنایت قرار گرفته است.

احاطه محیطی شیطانی و رحمانی در آیات زیادی مورد توجه قرآن قرار گرفته است که در اینجا به برخی آیات اشاره می‌گردد: ﴿**ثُمَّ لَآتِيَنَّهُمْ مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَ مِنْ خَلْفِهِمْ وَ عَنْ أَيْمانِهِمْ وَ عَنْ شَمائِلِهِمْ وَ لا تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شاكِرِينَ**﴾ (اعراف: ۱۷). این آیه تأثیرپذیری انسان را از جهات چهارگانه بیان می‌کند، بدین معنا که شیطان از این چهار جهت بر انسان تأثیر می‌گذارد (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۳۱/۱). باز هم در تأثیرگذاری شیطان می‌فرماید: «و ما یارانی (شیطانی) بر آنها گماشتیم، تا آنچه جلو روی (نعمت و زیبایی‌ها فانی) را در نظرشان جلوه دهند، و آنچه در پیش دارند، (نعمت و لذت‌های ابدی آخرت را فراموش کنند) تا وعده عذاب الهی بر آنها حتمی شود، از آن جهت که امت‌های از جنّ و انس پیش از آنها (غرق دنیا بودند و با کفر و عصیان) نابود و سخت خوار و زیانکار شدند» (فصلت: ۲۵).

در مورد تأثیرپذیری انسان از محیط رحمانی نیز قرآن به جهات محیطی اشاره فرموده و تأثیرگذاری محیطی پیامبران را مورد توجه قرار داده است: ﴿**إِذْ جاءَتْهُمُ الرُّسُلُ مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَ مِنْ خَلْفِهِمْ أَلاَّ تَعْبُدُوا إِلاَّ اللَّهَ**﴾ (فصلت: ۱۴). مقصود از آمدن پیامبران از پیش رو و از پشت سر، آمدن پیامبران از تمام جهات است، چون بکارگرفتن این دو جهت در تمام جهت امری رایج و شایع است (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۵۶۴/۱۷). و نیز محیط بودن ملائکه با نزول، شهادت (آل‌عمران: ۱۸)، توفی، فرستادن صاعقه (رعد: ۱۳) و تأثیرگذاری بر محیط در آیات متعدد بیان شده است.

در نقطه مقابل، تأثیرگذاری انسان بر محیط نیز در آیات متعدد مورد توجه قرار گرفته است: ﴿**وَ لَوْ أَنَّهُمْ أَقامُوا التَّوْراةَ وَ الْإِنْجِيلَ وَ ما أُنْزِلَ إِلَيْهِمْ مِنْ رَبِّهِمْ لَأَكَلُوا مِنْ فَوْقِهِمْ وَ مِنْ تَحْتِ أَرْجُلِهِمْ ...**﴾ (اعراف: ۹۶). نکته‌ای مورد توجه و قابل استنباط این است که ایمان و عمل صالح نوع بشر در نظام عالم از جهت ارتباطش با زندگی خود او، تأثیر دارد. این تأثیرگذاری انسان بر محیط مادی و معنوی در آیات دیگر نیز مطرح شده است، مانند: تأثیر سامری بر گوساله‌ای که خودش ساخته بود (طه: ۹۶)، احضار تخت ملکه صبا توسط آصف‌ابن برخیا در یک چشم بهم زدن (نمل: ۴۰) و بالاتر از آن، مسخر قراردادن خداوند تمام پدیده‌ها و موجودات محیطی برای حضرت سلیمان علیه‌السلام و حضرت داود (انبیاء: ۷۹، ۸۱؛ سباء: ۱۲) و همراهی محیط با مؤمنین (اعراف: ۹۶).

از موارد ذکر شده و از جمله در جریان سامری، تأثیر قدم رسول بر خاک و تأثیر سامری در استفاده به شیوه خاص از خاک بر محیط فیزیکی‌اش تأثیر گذاشت که بکارگیری دو واژه به صورت متکلم وحده با «بَصُرْتُ»، «فَقَبَضْتُ» و «فنَبَذْتُ» تصرف خاص در محیط را می‌رساند که از دیدن آغاز شده است. سپس تأثیر مشت کردن و ریختن آن خاک در گوساله، موجب خروج صدا از گوساله شده است (زمخشری، ۱۴۰۷: ۲۴۰/۵). این است که انسان می‌تواند بر محیطش تأثیر فرهنگی بد گذاشته و از نظر معنوی موجب سلب رحمت و از نظر فیزیکی باعث سلب نعمت و ویرانی محیط زیست گردد. همچنین می‌تواند با تأثیر مثبت بر محیط اطرافش موجب نزول برکات و آبادانی گردد.

ج. محیط فرهنگی و راه‌های ترویج فرهنگ توحیدی قرآن کریم

به گواهی آیات متعدد، محیط فرهنگی قرآن، محیط توحیدی است و راهبرد ترویج فرهنگ توحیدی را می توان از این کتاب آسمانی برداشت کرد. خداوند به عنوان خالق بدیع (انعام: ۱۰۱)، مدیر و مدبر زمین و آسمان (اعراف: ۵۴)، و حاکم کون و مکان و این محیط بیکران معرفی شده است (حشر: ۲۲ و ۲۴).

اساس فرهنگ توحیدی بر پویش و رصد محیطی در قرآن بنا نهاده شده است. توصیه قرآن از راه‌های مختلف مانند: تدبر، سیر و گردش، تعقل، تفکر، طرح سؤال.

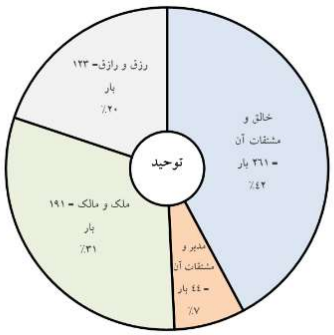
همه برای پی بردن به خالق یکتا و بی‌همتا (رعد: ۱۶) و در راستای ترویج فرهنگ آیین توحیدی محیطی است.

سراسر این کتاب آسمانی، اثبات توحید و دعوت به خدای یگانه (سبزواری، ۱۴۱۹: ۴۱۵) از طریق دال‌های محیطی است. به دلیل فراوانی موارد مرتبط با فرهنگ توحیدی محیطی، در اینجا صرفاً به نمونه‌هایی از آیات قرآن در سیره انبیای الهی بسنده می‌گردد: آیات خلقت انسان، آیات خلقت هستی، آیات مسخر کردن پدیده‌های خلقت برای انسان.

این آیات ضمن بیان اصل توحید، به فرهنگ توحیدی مانند شکوفایی ارزش‌ها، باورها و اعتقادات پرداخته و موضوعات فرهنگی مانند: ایمان، تقوی، نظم، عدالت، زیبایی، وفای به عهد، اخوت، رحمت.

را در پرتو آیین توحیدی بیان نموده است که به تعبیر برخی مفسرین باعث ازدیاد یقین، قوت ایمان و تثبیت دل‌ها به سوی توحید می‌گردد (ابن‌عربی، بی‌تا، ۸۱۴/۲).

دو فصلنامه علمی قرآن و علم، سال هجدهم، شماره ۳۵، پاییز و زمستان ۱۴۰۳، ص: ۱۵۹ـ۱۹۴
الگوی مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی از منظر قرآن کریم
حسین زاهدی و همکاران

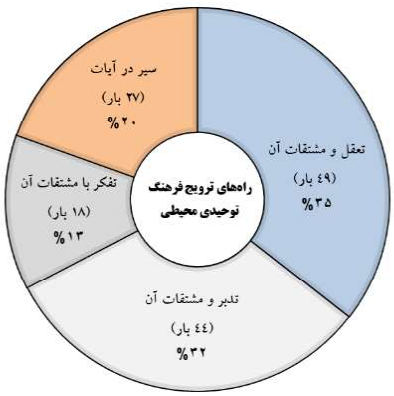


نمودار (۲): واژگان تبیین‌کننده فرهنگ توحیدی

چنانکه در تعریف فرهنگ بیان گردید (کوش، ۱۳۸۹: ۲۷)، بخش مهم فرهنگ باورها، اعتقادات و ارزش‌ها است. قرآن کریم به دلیل ماندگاری و حکایت‌گری محیط فیزیکی (قصص: ۷۱، ۷۲)، (مخلوقات‌عالم وجود) به عنوان اولین‌گام ترویج فرهنگ توحیدی به ترویج باورها و ارزش‌ها از راه تدبر، تفکر و سیر در آیات آفاقی‌اش در سیره پیامبران به عنوان متولیان امور فرهنگی پرداخته است.

بدون تردید در خلقت آسمان‌ها، زمین، رفت و آمد شب و روز و کشتی‌ها که برای نفع خلق بر روی آب در حرکت است، بارانی که از بالا فرستاد تا به آن، زمین را بعد از مردن زنده، سبز و شاداب گردانید، در پراکندن انواع حیوانات در زمین، دگرگونی بادها (به هر طرف) و در آفرینش ابر مسخر میان زمین و آسمان، در تمام این امور ادلّه‌ای واضح برای عاقلان است (بقره: ۱۶۴).

بر اساس ابزارهای شناختی (اسرا: ۳۶) که خداوند در اختیار بشریت گذارده، پایه‌های اساسی فرهنگ را که همان باورها، ارزش‌ها و اعتقادات باشد، از طریق تفکر، تعقل، تدبر (یونس: ۳۱) و سیر در آفاق و محیط پیرامونی با فرستادن پیامبران برای انسان آموزش داده است.



نمودار (۳): راه‌های ترویج فرهنگ توحیدی محیطی

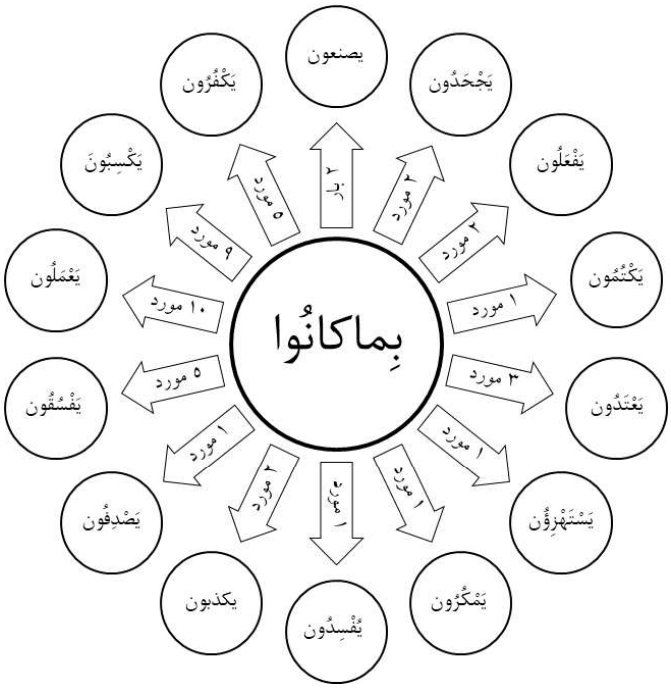
گام دوم ترویج فرهنگی محیطی از راه رصد و اصلاح محیط ثانوی، عارضی و شیطانی در مقابل محیط اصلی و فطری است. در قسمت فرهنگ محیطی شیطانی، قرآن کریم پویش جامعی از عوامل، ریشه‌ها و آثار فرهنگ موجود در تقابل با فرهنگ توحیدی به عنوان رصد محیطی انجام داده است که بیشتر در قالب سیره پیامبران در مواجهه با محیط شیطانی تبلور یافته است. مفسرین در ذیل آیاتی که واژه «بماکانوا» به کار گرفته شده است، روش زندگی، عادت و سیره مستمر محیط فرهنگی برخی جوامع را در تقابل با فرهنگ توحیدی پیامبرانی چون موسی، عیسی و پیامبر اسلام گزارش داده‌اند.

در آیات زیادی، نزدیک به ۲۶۴ مورد، ارزیابی محیطی فرهنگی را با سه تعبیر «بِما کانُوا»، «ما کانُوا» یا «کانُوا» بیان کرده است، مانند این آیه شریفه که محیط فرهنگی قوم بنی‌اسرائیل عصر حضرت موسی و عیسی‌ﷺ را بیان نموده است: ﴿**کانُوا لا یَتَناهَوْنَ عَنْ مُنکَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ ما کانُوا یَفْعَلُونَ**﴾ (مائده: ۷۹). در مورد «ما»، «ماکانوا»، سه احتمال مصدری، موصوفه یا موصوله داده شده است که به معنای بودن آنها، به معنای چیزی که بودن، یا آنچه بودن دلالت می‌کند (زمخشری، ۱۴۰۸: ۴۸۰/۲).

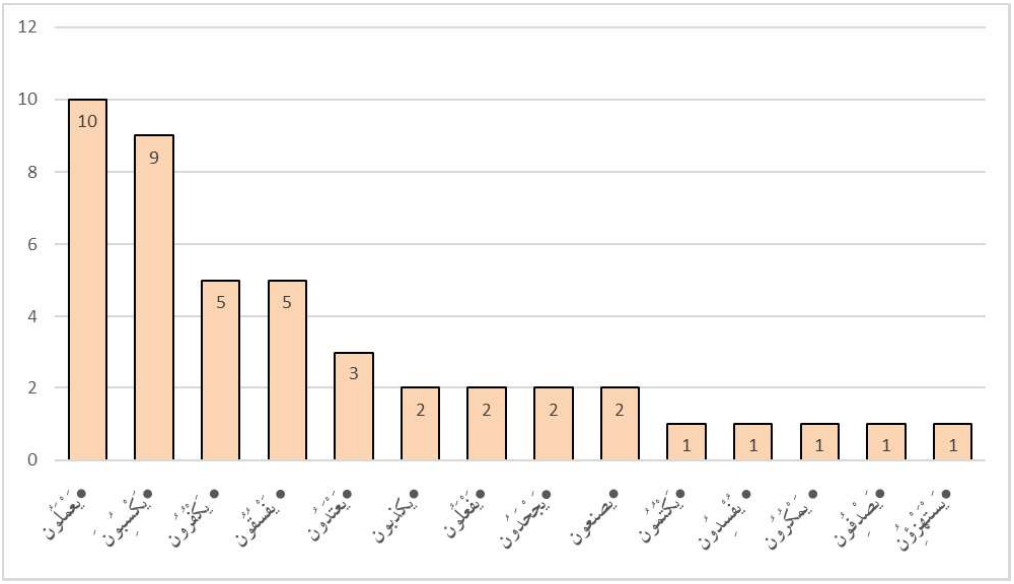
به نظر نگارنده، یکی از مضامین نشان‌دهنده فرهنگ محیطی همگانی جوامع در قرآن «کانوا و ماکانوا» است که فرهنگ رایج حاکم را هم به نمایش گذاشته و هم به نحوی مورد ارزیابی قرار داده است. از قرائن دال بر سیره، رویه و فرهنگ حاکم، استعمال واژه «دَأْب» است که به معنای عادت و رویه در سه جای قرآن کریم در مورد فرعون و فرهنگ حاکم عصر حضرت موسی‌ﷺ به کار رفته است، از جمله در این آیه شریفه که با «کانوا» به صورت یکجا به کار رفته است: ﴿**کَدَأْبِ آلِ فِرْعَوْنَ وَ الَّذینَ مِنْ قَبْلِهِمْ کَذَّبُوا بِآیاتِ رَبِّهِمْ فَأَهْلَکْناهُمْ بِذُنُوبِهِمْ وَ أَغْرَقْنا آلَ فِرْعَوْنَ وَ کُلٌّ کانُوا ظالِمین**﴾ (انفال: ۵۴). این آیه بیانگر عادت بنی‌اسرائیل در تکذیب پیامبران، ظلم و تکبر بوده و با «کانوا» حال آنان را (براساس فرهنگ ظلم) از نظر استحقاق عقاب بیان کرده است (طبرسی، ۱۳۷۲: ۲۴۳/۱۰).

مفسرین بر اساس این تعبیر «کانوا» از فرهنگ محیط شیطانی جوامع، روش، رویه تشابه در حقیقت، طبیعت، وحدت در هدف و مصیر را استفاده کرده‌اند (سیدقطب، ۱۴۱۲: ۱۲۰۹/۳). جمله «وَ کانُوا قَوْماً مُجْرِمِینَ» (یونس: ۷۵) را مفسرین در موضع حال چنین معنا کرده‌اند: قوم موسی دأب و رویه‌ای‌شان بر جرم، جنایت و تکبر بوده است (ابن‌عاشور، بی‌تا، ۱۴۷/۱۱).

دو فصلنامه علمی قرآن و علم، سال هجدهم، شماره ۳۵، پاییز و زمستان ۱۴۰۳، ص: ۱۵۹ـ۱۹۴
الگوی مدیریت راهبردی فرهنگ محیطی از منظر قرآن کریم
حسین زاهدی و همکاران



نمودار (۴): فراوانی ترکیب بِما کانُوا در قرآن



نمودار (۴): فراوانی ترکیب بِما کانُوا در قرآن

عبارت «بِما کانوا» با ترکیبات مختلف در قرآن کریم، بر ارتباط میان فرهنگ غالب یک جامعه یا گروه و نتایج یا پیامدهای مترتب بر آن تأکید دارد. به عنوان نمونه، آیه ﴿**بِما کانُوا یَمْکُرُونَ**﴾ (انعام: ۱۲۴) بیانگر آن است که عذاب عده‌ای در روز قیامت به خاطر مکر و اصرارشان بر کفر و خوار نمودن ایمان و مؤمنین است (ملاحویش، ۱۳۸۲: ۴۰۲/۳). یا ﴿**بِما کانُوا یَفْسُقُونَ**﴾ (اعراف: ۱۶۵) بیان می‌کند که فسق دائم چنین عذابی را به بار می‌آورد (طالقانی، ۱۳۶۲: ۱۷۰/۱). جمله ﴿**بِما کانُوا یَعْمَلُونَ**﴾ (اعراف: ۱۸۰) به روشنی بر این دلالت دارد که مقصود از اعمال، اعمال زشت امت‌ها است (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۱۵۶/۳). معنای جمله ﴿**بِما کانُوا یَکْذِبُونَ**﴾ (توبه: ۷۷) چنین است که بخل‌شان به خاطر اینکه باعث خلف وعده و پایداری در دروغ بود، موجب نفاق و مخالفت باطن آنان با ظاهرشان گردید (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۴۷۴/۹).

این ترکیب‌ها نشان می‌دهند که اعمال تکرارشده، رفتارها و گرایش‌های پایدار افراد و جوامع، محیط فرهنگی ویژه‌ای را شکل می‌دهند که پیامدهای آن هم در عرصه اجتماعی و هم در عرصه فردی تجلی می‌یابد. در مدیریت فرهنگ محیطی، این مفهوم به طور مستقیم می‌تواند به رصد محیط فرهنگی اشاره داشته باشد؛ بدین معنا که برای تحلیل یک محیط فرهنگی (مانند محیط مؤمنانه یا منافقانه) باید به الگوهای رفتاری مستمر افراد در آن محیط توجه کرد. از سوی دیگر، «بِما کانوا» نشان‌دهنده رابطه علت و معلول میان فرهنگ حاکم و سرنوشت جمعی یک جامعه است. این رابطه می‌تواند در طراحی استراتژی‌های مدیریتی به عنوان ابزاری برای تحلیل محیطی استفاده شود. رصد فرهنگ‌های یک جامعه که از طریق شناسایی رفتارها و گرایش‌هایی که فرهنگ غالب را شکل داده‌اند، انجام می‌شود یا توجه به پیامدها که با تحلیل نتایج و آثار این فرهنگ‌ها به دست می‌آید، از نمونه‌های روشنی برای تحلیل محیط شناخته می‌شوند که ارتباط مستقیم با آیات بیان شده دارند.

بنابراین، ترکیب‌های مختلف «بِما کانوا» در آیات قرآن بازتاب‌دهنده الگوهای رفتاری و فرهنگی پایدار یک جامعه است که بر اثر اعمال و رفتار مستمر افراد شکل گرفته است. از این رو، این مفهوم می‌تواند به‌عنوان مبنایی قابل‌اعتماد برای تحلیل محیط فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد و در مدیریت فرهنگی، ابزاری مؤثر برای شناخت محیط، ارزیابی ویژگی‌های آن، و طراحی راهبردهای مناسب برای اصلاح یا تقویت فرهنگ‌های موجود باشد.

رصد محیطی یکی از شاخصه‌های اساسی در برنامه‌ریزی راهبردی به شمار می‌رود. با توجه به اینکه بدون شناخت صحیح از فرهنگ حاکم در محیط، بر اساس تعداد فراوانی واژه «بما کانوا»، قرآن کریم برای استراتژی فرهنگی توحیدی، رصد فرهنگ محیطی را مورد توجه قرار داده است. زیرا روش و

رویه مستمر یک نفر یا دو نفر مورد عنایت نبوده، بلکه فرهنگ محیطی جامعه مورد توجه قرار گرفته است. لذا فرهنگ مستمر حاکم بر محیط اجتماعی را قرآن بر اساس آیات یاد شده تعبیر به «کانوا» مورد ارزیابی قرار داده است.

چنانکه در این آیه استراتژی‌های فرهنگی را مبتنی بر رصد فرهنگی محیطی کرده است: ﴿**هُوَ الَّذي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولاً مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آياتِهِ وَ يُزَكِّيهِمْ وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتابَ وَ الْحِكْمَةَ وَ إِنْ كانُوا مِنْ قَبْلُ لَفي ضَلالٍ مُبينٍ**﴾ (جمعه: ۲). فرهنگ محیطی که مورد توجه قرار گرفته است، فرهنگی محیطی حاکم بر جامعه بوده است مانند: فرهنگ بت‌پرستی، مردار خوری، فسق و فجور، قطع رحم، بی‌توجهی به همسایگان، ستم به ضعفا و... (سیدقطب، ۱۴۱۲: ۳۵۶۵/۶). این بدان معناست که قرآن با توجه به ضعف‌ها و تهدیدات محیطی، راهبرد فرهنگی‌اش را برنامه‌ریزی کرده است.

د. الگوی مدیریت راهبرد فرهنگی محیطی

بر اساس سه شاخصه استراتژی راهبردی (بلندمدت بودن، هدفمندی و رقابتی) می‌توان از قرآن کریم برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی را به‌دست آورد، که این شاخصه به عنوان شاکله برنامه‌ریزی محیطی نیز مورد توجه قرار گرفته است:

۱. بلندمدت بودن

برنامه‌ریزی راهبردی را در قرآن کریم می‌توان با کلیدواژه «رُسُل» و پیامبران مورد توجه قرار داد. راهبرد فرهنگی که در زمان و مکان معین برای مخاطبین مشخص در مدت بعثت پیامبران الهی تعقیب می‌شده است، به خوبی در آیات قرآن انعکاس پیدا کرده است: ﴿**وَ ما أَرْسَلْنا مِنْ رَسُولٍ إِلاَّ بِلِسانِ**﴾ (ابراهیم: ۴). منظور از فرستادن پیامبران به زبان قومشان (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۱۹/۱۲)، فرستادن تمامی رسولان نعمتی است که شامل تمام بشریت شده است. پیامبران برای هدایت مردم از تاریکی‌ها به سوی نور، ناگزیر باید به زبان خودشان سخن می‌گفتند تا هدف نهایی رسالت به سرانجام برسد (سید قطب، ۱۴۱۲: ۴/ ۲۰۸۷).

هرچند تعدادی از پیامبران اولوالعزم (صاحب‌شریعت) رسالتشان فرا قومی بوده و هدایت امت‌های دیگری را نیز به عهده داشته‌اند (همان)، اما شاخصه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در اصل دخالت ندارد؛ یعنی این پیامبران راهبرد هدایت به سوی توحید را در میان قوم خودشان و یا اقوام دیگر نیز به عهده داشته‌اند: ﴿**لَقَدْ بَعَثْنا في كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولاً أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ ...**﴾. به‌طور قطع، در بین هر امتی ما پیغمبری فرستادیم تا خدای یکتا را پرستش کرده و از بت‌ها و فرعونیان دوری کنند، پس بعضی مردم را خدا هدایت کرد و برخی دیگر ضلالت و گمراهی بر آنان حتمی شد (نحل: ۳۶).

هر پیامبری دارای رسالتی بوده است که از شاخصه‌های برنامه‌ریزی راهبردی یعنی تعقیب هدف نهایی، بلندمدت و فعالیت در فضای رقابتی برخوردار بوده‌اند. این پیامبران بر اساس برنامه‌های از پیش تعیین شده، مرحله به مرحله رسالت (راهبرد) فرهنگی‌شان را اجرا می‌کرده‌اند. هرچند در قرآن کریم صراحتاً مدتی معین برای رسالت پیامبر اسلام ذکر نشده است، اما راهبرد فرهنگی پیامبر اسلامﷺ در مدت ۲۳ سال رسالت (طبری، بی‌تا، ۳/ ۹۲۲) آن بزرگوار، بر اساس گفته مفسرین در ذیل آیات قرآن، قابل تبیین است. چنانکه مفسرین فرموده‌اند: جبرئیل در مدت بیست و سه سال رسالت حضرت رسول (قرآن را) سوره به سوره و آیه به آیه بر قلب مطهر حضرت نازل کرده است (طیب، ۱۳۷۸: ۱۳/ ۱۷۷).

در ذیل آیات ﴿تَنْزِيلُ الْكِتابِ﴾ و ﴿إِنَّا أَنْزَلْنا إِلَيْكَ الْكِتابَ بِالْحَقِّ﴾، (زمر: ۱، ۲) در تفاوت دو واژه تنزیل و انزال گفته‌اند: مراد از (تنزیل) یعنی نزول یک شیء بصورت چند مرتبه و مراد از (انزال) عام بوده شامل نزول یک مرتبه و چند مرتبه می‌گردد. بعضی نیز گفته‌اند برگشت اختلاف عبارت به (تنزیل) و (انزال) به این است که قرآن به دو صورت نازل شده است: یکی این است که قرآن بصورت دفعی و یکجا بر قلب پیامبرﷺ، در شب قدر نازل شده است که آیاتی قرآن به این مسأله صراحت دارد (قدر: ۱، دخان: ۳، بقره: ۱۸۵). در این آیه واژه (انزال) استفاده شده است (مکارم‌شیرازی، ۱۴۲۱: ۱۵/ ۱۵). دوم واژه (تنزیل) است که نزول قرآن را بصورت تدریجی در مدت ۲۳ سال بیان می‌کند (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۲/ ۱۹). از آیاتی که بر این معنا دلالت دارد این آیه شریفه است: ﴿وَ قُرْآناً فَرَقْناهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلى مُكْثٍ وَ نَزَّلْناهُ تَنْزِيلا﴾. و قرآنی را جزء جزء (و به تدریج) بر تو فرستادیم که تو نیز بر مردم به تدریج قرائت کنی (و با صبر و تأنّی به هدایت خلق پردازی)، و این قرآن کتابی از تنزیلات ماست (اسراء: ۱۰۶). برای اینکه قرآن بر دل‌های مردم به خوبی جای بگیرد و برای فهم بهتر آنرا بتدریج بدون عجله بخوان. بعضی دیگر گفته‌اند: یعنی قرآن را بصورت بخش بخش، نه بصورت یکجا قرائت کن. اینکه فرمود: «وَ نَزَّلْناهُ تَنْزِيلًا» یعنی قرآن را بمناسبت‌ها، احتیاجات و حوادث، به تدریج نازل کردیم (طبرسی، ۱۳۷۲: ۶/ ۶۸۹).

بر اساس نزول تدریجی قرآن که بدان اشاره گردید و با عنایت به تغییر فرهنگی بت پرستی به یکتا پرستی با تمام توابع آن، اعم از عبادی، اخلاقی، اجتماعی و سبک زندگی، در برنامه‌ریزی پیامبران الهی مانند: موسی، یوسف و پیامبر اسلامﷺ می‌توان راهبرد فرهنگی چندین ساله و بلندمدت را در قرآن کریم اثبات نمود.

بر اساس شاخصه بلندمدت بودن برنامه‌ریزی راهبردی دانشی نیز زمان خاصی برای آن در نظر گرفته نشده است. با توجه به ماهیت کار در موضوعات مختلف زمان‌های مختلفی در نظر گرفته شده

است. مثلا برای توسعه محلات شهری برنامه‌ریزی استراتژیک زمانی سه تا پنج ساله و برای استراتژی کلان شهری ملبورن، طرح ۱۵ ساله در نظر گرفته شده است. گاهی در استراتژی سیاست‌گذاری منطقه‌ای بعضی کشورها استراتژی ۵۰ ساله پیش‌بینی شده است (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۶۱-۶۴).

۲. هدفمندی

از نظر دانش استراتژی، هدف نهایی مشخص‌کننده فلسفه وجودی سازمان، دربردارنده اهداف و وظایف اصلی و ارزش‌های حاکم بر سازمان می‌باشد (حیدری، ۱۳۸۶: ۸). مأموریت، هدف یا دلیل موجودیت یک سازمان است که نه تنها وضعیت حال بلکه آنچه در آینده مورد نظر استراتژی مدیریت سازمان است را نیز مورد توجه قرار می‌دهد (معروفی، ۱۳۸۲: ۱۰). اهداف، نتایج نهایی از فعالیت‌های طرح‌ریزی شده هستند که با چه، چرا و چگونه کمیت‌یابی و تبیین می‌گردد (همان، ۱۱).

هدفمندی قرآن کریم نسبت به اهداف اصلی و فرعی به صراحت در آیات متعدد به بیان‌های مختلفی مانند: هدایت برای مردم (بقره: ۱۸۵)، هدایت و رحمت برای مؤمنین (اعراف: ۵۲)، موعظه، شفای سینه‌ها و هدایت برای مؤمنین (یونس: ۵۷، یوسف: ۱۱، نحل: ۶۴)، هدایت، رحمت و بشارت برای مسلمین (نحل: ۸۹، ۱۰۲) در صیاغ (هدی) و مشتقاتش بیش از ۸۶ مرتبه ذکر شده است. بدون شک بر اساس آیات متعدد قرآن کریم، هدف راهبردی قرآن کریم هدایت انسان‌ها به سوی توحید و خالق یکتای بی‌همتا است: ﴿ذلِكَ الْكِتابُ لا رَيْبَ فيهِ هُدىً لِلْمُتَّقين﴾ (بقره: ۳). این کتاب که هیچ شکی در آن نیست، راهنمای پرهیزگاران است. مقصود این است که این قرآن بسته کامل و دارای خصوصیات جامع هدایت برای مردم هر زمان بوده، نقش اصلی این کتاب هدایت انسان‌ها به سوی صراط مستقیم است (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۱/ ۱۰۴). چنانکه بیان گردید، هدفمندی در قرآن بر اساس سه راهبرد تلاوت آیات، تزکیه و تعلیم کتاب توسط پیامبران، تعقیب شده است که این امر در آیات متعدد بیان شده است.

۲ـ۱. راهبرد تبیین برنامه‌ها

از برنامه‌های کلی و ترسیم مسیر رسیدن به هدف قرآن کریم به ﴿يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آياتِهِ﴾ تعبیر شده‌است که یکی از راهبردهای پیامبران ترسیم و تبیین برنامه‌های از پیش تدوین شده است. چنانکه از سوی بعضی از مفسرین نیز چنین برداشتی مطرح شده است: مقصود از تلاوت آیات وحی شده، تمام شرائع، مفاهیم، افکار، روش‌ها، راه‌ها و اهدافی است که در سراسر زندگی انسان‌ها رضایت خداوند را مجسم می‌کند (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۳/ ۳۴). برای آنان قرآنی که دربردارنده حلال، حرام، دلیل‌ها و احکام است،

بخواند (طبرسی، ۱۳۷۲: ۲۵/ ۸). تبیین برنامه‌های کلی از پیش تدوین شده و بیان مأموریت‌هایی است که تعیین‌کننده مسیر هدایت و رسیدن به سعادت است (زمخشری، ۱۴۰۷: ۷/ ۳۲۲). بر اساس رصد محیط داخلی رحمانی و محیط بیرونی شیطانی که صورت گرفته است، برنامه راهبردی از سوی خداوند ترسیم شده است که اولین گام اجرایی پیامبران تبیین برنامه‌ها است. به تعبیر مفسرین، از رهگذر تلاوت آیات گستره طیف وسیعی از مفاهیم عمومی مانند: الوهیت، توحید، حرکت مدار هستی، حیات و هر آنچه که فلسفه نظری اسلام بر آن مفاهیم بنا نهاده شده است، رمزگشایی می‌گردد (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۲۲/ ۲۰۵).

شاید یکی از تفاوت‌های تلاوت آیات با تعلیم کتاب چنانکه تلویحاً از برخی مفسرین بیان گردید، در همین بیان اجمال، رئوس و کلیات برنامه‌های رسالت باشد. بدین معنا، تلاوت آیات تبیین و اجمال برنامه‌ها و دلایل کلی باشد و مراد از تعلیم کتاب تفصیل و رسوخ جزئیات احکام شریعت در جان‌ها باشد. چنانکه بعضی از مفسرین تلاوت آیات را بیان رسالت و آنچه تمیز حلال از حرام و تمیز حق از باطل باشد، دانسته‌اند (بغدادی، ۱۴۱۵: ۴/ ۲۸۹). این همان بیان برنامه‌های کلی و مبنایی احکام و مقرراتی است که مبنای تعلیم و تربیت قرار گرفته است.

۲ـ۲. راهبرد اجرائی، تربیت و آموزش

دومین راهبرد برای نیل به هدف، راهبرد اجرایی است که طبعا بر اساس کلیات برنامه‌های از پیش تعیین شده با تغییرات روشی و منشی به اقتضای زمان و مکان هر پیامبری برای تربیت انسان‌ها بکار گرفته می‌شود. قرآن کریم از این راهبرد به «يُزَكِّيهِمْ» تعبیر کرده است. «یزکی» که برگرفته از ماده «زکو» است، به معنای پاکی، نموّ، رشد، صلاح، شایستگی و مدح است. تزکیه تلاش‌هایی است که به پاکی می‌انجامد و این امر از دو راه عمل شایسته و گفتار و ستایش انجام می‌گردد (رفسنجانی، ۱۳۸۵: ۸/ ۴۵)، که در تفاسیر به معنای تنزیه از شرک، خباثت‌های اعتقادی و اخلاقی بیان شده است (قاسمی، ۱۴۱۸: ۹/ ۲۲۷).

به عبارتی، راهبرد تزکیه پیامبران، راهبرد تربیت عملی است که برای پاک کردن سیرت و صورت، منش علمی و عملی و برای تطهیر حیات خانوادگی و اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در بعد اعتقادی، تزکیه انبیاء از عقاید شرک و اوهام باطل به توحید و اعتقادات یقینی صحیح و در بعد عملی، تزکیه از رذائل اخلاقی و ناپاکی‌هایی چون ریا و ربا به فضیلت‌های ایمانی و کسب حلال انسان را هدایت می‌کند. تزکیه شامل تربیت زندگی فردی، اجتماعی، حیات ظاهری و واقعی انسان می‌شود که

به تمام نیازهای مادی و نورانی انسان پاسخ می‌دهد و انسان را به تناسب ادراک و عملکردش به خالق هستی متصل و به عالم ملکوت رهنمون می‌کند (سید قطب، ۱۴۱۲: ۶/ ۳۵۵). راهبرد تزکیه شامل رصد محیطی و شناخت تهدیدات، فرصت‌ها، ضعف‌ها و قوت‌ها برای تعیین راهبرد مناسب می‌باشد.

این راهبرد به عنوان اساسی‌ترین راهبرد تربیتی قرآن کریم دارای ظرافت‌های علمی و عملی است که در آیات مختلف ابعاد نگرشی، انگیزشی و رفتاری آن بیان شده است (رفسنجانی، ۱۳۸۵: ۸/ ۴۵-۵۲). در این‌جا، برای طرح تفصیلی آن مجالی نیست. مقصود آن است که پیامبرﷺ، مردم را به اخلاق نیکو و اعمال صالح رشد داده، اخلاق فاضله و اعمال نیک را عادتشان نماید تا استقامت دنیا و آخرت و سعادت در حال زندگی و مردگی شامل انسان گردد (طباطبائی، ۱۴۱۷: ۱۹/ ۲۶۴).

۲ـ۳. راهبرد تعلیم و تطبیق

پس از انجام تزکیه و پیراستگی اعتقادی و رفتاری در سطح فردی و اجتماعی، نوبت به راهبرد سوم می‌رسد؛ راهبردی که قرآن برای هدایت انسان‌ها به پیامبران ارائه داده است. این راهبرد، تعلیم و تطبیق نام دارد که قرآن آن را با عبارت ﴿يُعَلِّمُهُمُ الْكِتابَ وَ الْحِكْمَةَ﴾ (جمعه: ۲) بیان کرده است. تعلیم کتاب به معنای آموزش شریعت و اصول آن است (حسینی‌شیرازی، ۱۴۲۴: ۵/ ۴۱۱)، در حالی که تعلیم حکمت به معنای آموزش کتاب بر اساس درک و فهم مخاطب می‌باشد (صادقی‌تهرانی، ۱۳۶۵: ۲۸/ ۳۲۶). در تعبیر دیگر، تعلیم کتاب به معنای تطبیق نظریات قرآنی با ظرفیت و توانایی مخاطب است و این تطبیق بر اساس حکمت، به معنای اعطای علم در حد توان و قرار دادن هر امر در جایگاه مناسب خود صورت می‌گیرد (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۲۲/ ۲۰۶). بنابراین، طبق این راهبرد، آموزش باید بر اساس سنجش ظرفیت و قابلیت درک مخاطب انجام گیرد و در مرحله اجرایی برنامه‌های آموزشی فرهنگی، توانایی و ظرفیت مخاطب به دقت در نظر گرفته شود. این آموزش باید به اندازه، نه کمتر و نه بیشتر، ارائه گردد.

راهبرد اول بر اساس رسالت قرآن کریم، شامل بیان کلیات، دلائل و اجمال رسالت برای عموم انسان‌ها است. در صورت پذیرش دلائل رسالت، نوبت به استراتژی دوم می‌رسد که عبارت است از تزکیه و تربیت انسان‌های راه‌یافته به اسلام برای آمادگی در دریافت معارف قرآنی. پس از راهبرد دوم، تنها کسانی که ظرفیت پذیرش احکام و شریعت را پیدا می‌کنند، طبق تعبیر قرآن، با خواندن آیات الهی سر کرنش و تعظیم فرود می‌آورند (مریم: ۵۸) و در راهبرد سوم، یعنی راهبرد تعلیم و تطبیق، وارد می‌شوند.

آنچه بر اساس دیدگاه مفسرین در مورد سه استراتژی پیامبران برای هدایت انسان‌ها بیان گردید را می‌توان در قالب نمودار چنین تبیین کرد:



نمودار شماره (۵): راهبردهای کلی پیامبران برای هدایت انسان‌ها

۳. رقابتی

وضعیت رقابتی از نظر دانشی استراتژی بیشتر در بعد اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است، بدین معنا که یک برنامه رسمی از جمع‌آوری اطلاعات در شرکت‌های رقابت‌کننده است (معروفی، ۱۳۸۲: ۷۷). رقابت علمی بیشتر از طریق نظارت محیط خارجی به صورت غیررسمی و فردی از طریق منابع مثل مشتریان، عرضه‌کنندگان، سهامداران و... به‌دست می‌آید (همان). از مولفه‌های اساسی برنامه‌ریزی راهبردی، استراتژی رقابتی است که به معنای ارائه فرمولی گسترده برای تبیین رقابت در یک کسب و کار، تعیین اهداف و سیاست‌های لازم برای تحقق آن اهداف می‌باشد. به عبارتی، استراتژی رقابتی ترکیبی از اهداف نهایی است که شرکت سعی در رسیدن به آن‌ها دارد (مایکل، ۱۳۸۵: ۳۰).

در پیمایش محیطی برنامه‌های راهبردی، یکی از فاکتورهای مهم، استراتژی رقابتی است، بدین معنا که شناخت رقبا، محصول رقابتی و اتخاذ استراتژی مناسب با فعالیت‌های رقبای قدیم، جدید و آینده حائز اهمیت است.

چنانکه محیط فرهنگی قرآن را به محیط داخلی (رحمانی) و محیط خارجی (شیطانی) تقسیم کنیم، استراتژی رقابتی در قرآن کریم به عنوان یک فرهنگ راهبردی برگرفته از محیط داخلی و خارجی (رحمانی و شیطانی) مورد توجه قرار گرفته است. رصد علمی رقابت بیرونی و داخلی قرآن را می‌توان به خوبی در جدول ذیل مورد توجه قرار داد:

جدول (۳): کدگذاری باز آیات بر اساس استراتژی رقابتی بیرونی و درونی

ردیف	نمونه آیات مرتبط با استراتژی رقابتی بیرونی	کدهای رقابتی بیرونی	نمونه آیات مرتبط با استراتژی رقابتی درونی	کدهای رقابتی درونی
۱	فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطانُ ...عَدُوٌّ وَ لَكُمْ (بقره: ۳۶، اعراف: ۲۰۰، یوسف: ۱۰۰)	دشمنی و عداوت	إِنَّا لا نُضيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلاً (کهف: ۷، ۳۰)	پاداش حتمی نیکوکاری
۲	الشَّيْطانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ...وَ اللَّهُ يَعِدُكُمْ مَغْفِرَةً مِنْهُ (بقره: ۲۶۸)	وعده‌های فریبنده	لِيَجْزِيَهُمُ اللَّهُ أَحْسَنَ ما عَمِلُوا (نور: ۳۸، عنکبوت: ۷)	پاداش اعمال بهترین
۳	الشَّيْطانُ يُخَوِّفُ أَوْلِياءَهُ (آل‌عمران: ۱۷۵)	ترس و تهدید	أُولئِكَ الَّذينَ نَتَقَبَّلُ عَنْهُمْ أَحْسَنَ ما عَمِلُوا (احقاف: ۱۶)	پذیرش بهترین اعمال
۴	يَعِدُهُمْ وَ يُمَنِّيهِمْ ... الشَّيْطانُ (نساء: ۱۲۰، اسراء: ۶۴، حج: ۵۲)	وعده‌های دروغین	لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلا (هود: ۷، ملک: ۲)	آزمون اعمال بهترین
۵	وَ زَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطانُ أَعْمالَهُم (نمل: ۲۴، انعام: ۴۳، انفال: ۴۸، نحل: ۶۳)	فریب و تزیین	يَقُولُوا الَّتي هِيَ أَحْسَن (اسراء: ۵۳)	بهترین تصمیم
۶	فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطان (اعراف: ۲۰، بقره: ۱۶۸، ۲۰۸، انعام: ۴۲، طه: ۱۲۰، نور: ۲۱، ناس: ۴ و ۵)	وسوسه و القای اشتباه	ادْفَعْ بِالَّتي هِيَ أَحْسَنُ السَّيِّئَةَ (مومنون: ۹۶، فصلت: ۳۴)	نیکوتر شدن در مواجهه با بدی
۷	يا بَني آدَمَ لا يَفْتِنَنَّكُمُ الشَّيْطان (اعراف: ۲۷، حج: ۵۳)	فریب و وسوسه	مَنْ جاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثالِها (انعام: ۱۶۰)	پاداش ده‌برابر برای اعمال خوب

۸	فَأَتْبَعَهُ الشَّيْطانُ فَكانَ مِنَ الْغاوِينَ (اعراف: ۱۷۵، انعام: ۷۱، فرقان: ۲۹)	گمراهی و انحراف	سابِقُوا إِلى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ (حدید: ۲۱)	سبقت گرفتن در رسیدن به مغفرت
۹	إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كانُوا إِخْوانَ الشَّياطِين (اسراء: ۲۷)	اسراف و تبذیر	أُولئِكَ يُسارِعُونَ فِي الْخَيْراتِ وَ هُمْ لَها سابِقُون (مؤمنون: ۶۱)	سبقت در کارهای خیر
۱۰	ما أَنْسانِيهُ إِلاَّ الشَّيْطانُ أَنْ أَذْكُرَهُ (کهف: ۶۳، یوسف: ۴۳)	فراموشی و انحراف	وَ مِنْهُمْ سابِقٌ بِالْخَيْراتِ بِإِذْنِ اللَّه (فاطر: ۳۲)	سبقت در انجام خیرات با رضایت خدا
۱۱	الشَّيْطانُ سَوَّلَ لَهُمْ وَ أَمْلى لَهُم (محمد: ۲۵)	فریب و جلوه‌گری	وَ سارِعُوا إِلى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ (آل‌عمران: ۱۳۳)	سرعت در جستجوی مغفرت
۱۲	اسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطانُ فَأَنْساهُمْ ذِكْرَ اللَّه (مجادله: ۱۹)	سلطه و تسلط بر فکر	أُولئِكَ يُسارِعُونَ فِي الْخَيْراتِ وَ هُمْ لَها سابِقُونَ (مومنون: ۶۱، آل‌عمران: ۱۱۴، انبیاء: ۹۰)	سرعت در انجام کارهای خیر
۱۳	إِنَّمَا النَّجْوى مِنَ الشَّيْطان (مجادله: ۱۰)	فریب در نجوا و گفتگو	-	-

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، آیات مرتبط با استراتژی رقابتی بیرونی شامل مفاهیمی مانند دشمنی و عداوت، وعده‌های فریبنده، ترس و تهدید، فریب و وسوسه هستند که به‌طور مستقیم بر رفتارهای منفی و رقابت‌های بیرونی دلالت دارند. در مقابل، آیات مربوط به استراتژی رقابتی درونی بر مفاهیمی چون پاداش حتمی نیکوکاری، پذیرش بهترین اعمال، سبقت در انجام خیرات و سرعت در جستجوی مغفرت تأکید دارند که نشان‌دهنده رقابت‌های درونی و فضایل اخلاقی است. بر اساس جدول فوق، استراتژی رقبای بیرونی و درونی شامل شیاطین و لشکریانش می‌گردد که قرآن کریم شیوه‌های رقابت را به عنوان یک استراتژی علمی به نمایش گذارده است. کدگذاری بسته به جدول فوق، بر اساس استراتژی رقابتی بیرونی و درونی به‌صورت ذیل قابل مشاهده است:

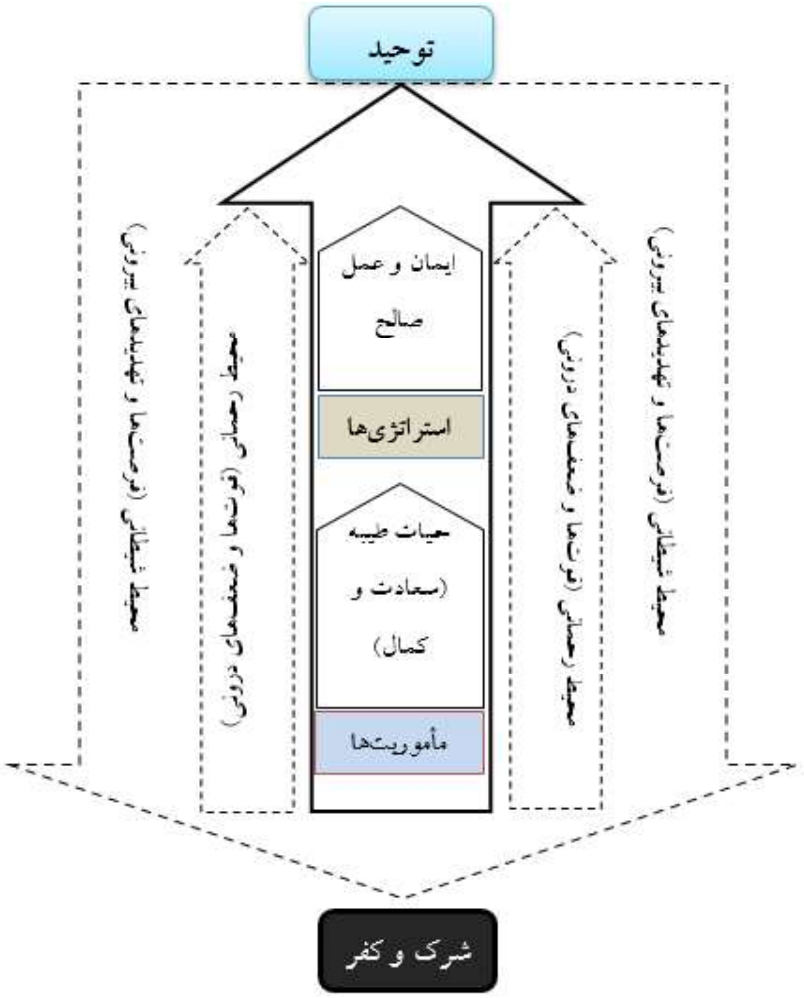
جدول (۴): کدگذاری بسته برگرفته از آیات بر اساس استراتژی رقابتی بیرونی و درونی

ردیف	استراتژی رقابتی بیرونی (کدگذاری بسته)	استراتژی رقابتی داخلی (کدگذاری بسته)
۱	عداوت و دشمنی کردن	برگزیدن بهترین فرد
۲	وعده دادن - ترساندن مخاطب	برگزیدن بهترین عملکرد
۳	پیشنهاد کردن همراه با زینت- جلوه‌گری	مسابقه ارائه بالاترین کارکرد
۴	وسوسه کردن- فریب دادن- گمراه کردن	اعطای پاداش چندین برابر عملکرد
۵	دچار فراموشی کردن مخاطب	پیشی‌گرفتن از یکدیگر در مغفرت پروردگار = سابقون
۶	سلطه‌گری	سرعت‌گرفتن از یکدیگر در مغفرت = سبقت در کارهای خوب

این جدول به‌طور خلاصه، کدهای مربوط به استراتژی‌های رقابتی بیرونی و درونی را بر اساس رفتارها و مفاهیم مختلف که در قرآن کریم آمده است، نشان می‌دهد.

ملاحظه گردید که از نظر دانشی در پیمایش محیطی برنامه‌های راهبردی، یکی از فاکتورهای مهم استراتژی رقابتی است. بدین معنا که شناخت رقبا، محصول رقابتی و اتخاذ استراتژی مناسب با فعالیت‌های رقبای قدیم، جدید و آینده حائز اهمیت است.

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول، دو محیط رقابتی از قرآن کریم قابل استفاده است که گزارش علمی از رقابت‌های بیرونی و درونی بر اساس رصد دقیق محیطی ارائه کرده است. استفاده از ابزارهای انگیزش مادی مانند وعده‌های مادی به عنوان وجه مشترک در هر دو راهبرد مطرح شده است. ولی در راهبرد رقابتی رحمانی، برخلاف راهبرد دانشی، به هر دو بعد محیط مادی و معنوی توجه شده است که در الگوی ذیل به‌صورت جامع راهبرد فرهنگی محیطی قرآن نشان داده شده است.



الگوی جامع راهبرد فرهنگی محیطی از منظر قرآن

در الگوی طراحی‌شده، هدف بلندمدت، «توحید» به‌عنوان هدف حرکت انسان در رأس قرار گرفته است. در این الگو، محیط شیطانی و رحمانی به‌عنوان دو فضای تأثیرگذار بر حرکت به سمت توحید تعریف شده‌اند. در محیط شیطانی(T/W)، تهدیدها به‌صورت راهبردهای رقابتی منفی است که از سوی شیاطین ظاهر می‌شوند و شامل اموری مانند: عداوت و دشمنی کردن برای ایجاد تفرقه و کینه‌توزی، وعده دادن و ترساندن مخاطب به‌منظور ایجاد ناامیدی و تزلزل، پیشنهاد همراه با زینت و جلوه‌گری برای جلب توجه به لذت‌های مادی، وسوسه کردن، فریب دادن و گمراه کردن جهت دور کردن افراد از مسیر درست، دچار فراموشی کردن مخاطب برای از بین بردن آگاهی و هوشیاری، و سلطه‌گری به‌منظور کنترل و محدودسازی آزادی‌های فردی و معنوی است.

در مقابل، محیط رحمانی (O/S) به‌عنوان فضایی که فرصت‌ها و قوت‌ها در آن وجود دارد، راهبردهای رقابتی مثبت را در بر دارد. این راهبردها شامل: برگزیدن بهترین فرد به‌عنوان الگو و معیار، برگزیدن بهترین عملکرد به‌منظور تشویق به ارتقای کیفی، مسابقه در ارائه بالاترین کارکرد برای ایجاد انگیزه در عمل صالح، اعطای پاداش چندین برابر عملکرد برای قدردانی و ترغیب بیشتر، پیشی‌گرفتن از یکدیگر در مغفرت پروردگار (سابقون) به‌عنوان هدفی معنوی، و سبقت گرفتن در کارهای خوب به‌منظور ارتقای سرعت و کیفیت اعمال نیک است. این راهبردهای مثبت و منفی به‌طور مستقیم بر مسیر حرکت به سمت مأموریت «حیات طیبه» و تحقق هدف نهایی «توحید» تأثیر می‌گذارند.

استراتژی کلیدی این الگو «ایمان و عمل صالح» است که نه‌تنها تعادل میان مقابله با تهدیدهای محیط شیطانی و بهره‌گیری از فرصت‌های محیط رحمانی را حفظ می‌کند، بلکه به‌عنوان محرک اصلی برای حرکت به سمت مأموریت «حیات طیبه» عمل می‌کند. مأموریت «حیات طیبه» که در حقیقت مسیر سعادت و خوشبختی انسان را فراهم می‌سازد، نتیجه مستقیم اجرای موفق این استراتژی است و زمینه‌ساز تحقق هدف نهایی «توحید» خواهد بود.

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب بیان شده و بر اساس مقایسه گزاره‌های طرح شده، نتایج ذیل به‌دست آمده است:

در بررسی مفهوم محیط، ابتدا به قرآن کریم پرداخته شد. دو مفهوم اصلی از محیط در قرآن استخراج گردید: اول، مفهوم خاص «احاطه از تمام جهات» که به معنای احاطه کامل و جامع است. دوم، مفهوم عام‌تر که با بررسی واژگانی چون «حاق»، «جدار»، «حول» و ... به دست آمد و به معنای احاطه از برخی جهات است. این مفهوم دوم با مفهوم محیط در دانش مدیریت که به مجموعه‌ای از عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر یک سیستم اشاره دارد، تطابق بیشتری دارد.

انبیاء‌ﷺ به اهمیت شناخت محیط فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن (مانند تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط ضعف و قوت) واقف بودند. آنها محیط را به دو دسته رحمانی و شیطانی تقسیم می‌کردند و با تأکید بر آیاتی مانند: «کانوا» و «بما کانوا»، بر تأثیر متقابل انسان و محیط و اهمیت رصد آن تأکید می‌ورزیدند. ترویج فرهنگ توحیدی از طریق تعقل و تفکر در آیات آفاقی و انفسی، نمونه‌ای از استفاده راهبردی قرآن از محیط برای هدایت انسان است.

بر اساس اصول برنامه‌ریزی راهبردی، می‌توان سه محور اصلی در برنامه‌ریزی فرهنگی توحیدی قرآن کریم شناسایی کرد:

۱. مدت‌زمان بلندمدت: قرآن کریم با توجه به شرایط محیطی و پیچیدگی تغییر باورها، برنامه‌ای تدریجی و بلندمدت برای ترویج توحید ارائه کرده است.

۲. رویکرد جامع و هدفمند: قرآن کریم با استفاده از روش‌های مختلف مانند آموزش، تربیت و الگوسازی، به دنبال ایجاد تغییرات بنیادین در اندیشه و رفتار انسان است.

۳. موازنه بین محیط‌های رحمانی و شیطانی: قرآن کریم به وجود رقابت فرهنگی بین نیروهای خیر و شر اشاره کرده و راهکارهایی برای مقابله با تأثیرات منفی محیط شیطانی ارائه داده است.

در مقایسه راهبرد دانشی و راهبرد فرهنگی قرآنی، می‌توان گفت که راهبرد دانشی بیشتر بر ابعاد مادی و اقتصادی محیط تمرکز دارد، در حالی که راهبرد قرآنی به ابعاد مادی و معنوی محیط توجه می‌کند. به همین دلیل، اشتراکات بین این دو راهبرد بیشتر در سطح واژگان و مفاهیم کلی است و تفاوت‌های اساسی در مبانی و اهداف آنها وجود دارد.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آخوندی، محمدباقر، راهبرد فرهنگی، نفوذ اجماعی دین در آموزه‌های قرآن، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های قرآنی، شماره، ۳، پیاپی، ۸۴.، ۱۵۰-۱۷۳، ۱۳۹۶ش.
۳. احمدی، محمدحسین، برنامه‌ریزی استراتژیک و کاربرد آن، تهران: کانون فرهنگی انتشاراتی سایه نما، ۱۳۷۷ش.
٤. ابن‌عاشور، محمدابن طاهر، التحریر و التنویر، بی‌نا، بی‌تا.
۵. باردن، لورنس، تحلیل محتوا، ترجمه محمد یمنی‌دوزی، سرخابی و ملیحه آشتیانی، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۴ش.
۶. بازرگان، عباس، مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران: نشر دیدار، ۱۳۹۱ش.
۷. بالادستان، محمدامین، ویژگی‌ها و خاستگاه اساسی فرهنگ، قم: مؤسسه پژوهشی امام خمینی، پایان نامه، ۱۳۸۰ش.
۸. بغدادی، علاءالدین، للباب‌التأویل فی معانی‌التنزیل، بیروت: دارالکت‌العلمیه، ١٤١٥ق.
۹. بستانی، فؤاد، ترجمه المنجد الابجدی، ترجمه: مهیار رضا، تهران: ناشر ایران، ۱۳۷۵ش.
۱۰. پیرس و رابینسون، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمه: خلیلی‌شورینی، سهراب، تهران: مؤسسه انتشارات یادوارة کتاب، ۱۳۸۹ش.
۱۱. حسینی‌شیرازی، سید محمد، تقریب القرآن الی‌الاذهان، بیروت: دارالعلوم، ١٤٢٤ق.
۱۲. حیدری، محمدحسین، نقشه علمی، مرکز مطالعات دین و سلامت، ١٣٨٦ش.
۱۳. دونالد اف. هارون- دونالد ار، براون، ترجمه: عباس محمدزاده، رویکرد تجربی به توسعه سازمان (مدیریت تحول)، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۷ش.
١٤. رحمانی، جعفر، قم، مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفی صلی‌الله‌علیه‌وآله، ١٣٩٤ش.
١٥. رضائیان، علی، مبانی سازمان و مدیریت، تهران: سمت، هفتم، ١٣٨٤ش.
١٦. زحیلی، وهبة بن مصطفی،تفسیر الوسیط، دمشق: دارالفکر، ١٤٢٢ق.
١٧. زمخشری، محمود، الکشاف عن حقائق غوامض التنزیل، بیروت: دارالکتاب‌العربی، ١٤٠٧ق.

۱۸. سبزواری، محمد بن حبیب‌الله، ارشاد الاذهان الی تفسیر القرآن، بیروت: دارالتعارف للمطبوعات، ۱٤۱۹ق.
۱۹. سید قطب، ابن‌ابرهیم، فی‌ظلال القرآن، بیروت: دارالمشرق، ۱٤۱۲ق.
۲۰. صادقی‌تهرانی، محمد، الفرقان فی‌تفسیر القرآن باالقرآن، قم: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳٦٥ش.
۲۱. طالقانی، سید محمود، پرتوی از قرآن، تهران: سهامی انتشار، ۱۳٦۲ش.
۲۲. طباطبائی، محمدحسین، المیزان فی‌تفسیر القرآن، قم: انتشارات جامعه مدرسین، ۱٤۱۷ق.
۲۳. طبری، ابن‌جریر، ترجمه تاریخ طبری، ترجمه: بلعمی، محمد بن علی، تهران: البرز، بی‌تا.
۲٤. طریحی، فخرالدین، مجمع‌البحرین، تهران: انتشارات مرتضوی، ۱۳۷٥.
۲٥. طوسی، محمدابن حسن، التبیان فی‌تفسیر القرآن، بیروت: دار احیاء التراث العربی، بی‌تا.
۲٦. طیب، عبدالحسین،اطیب‌البیان فی‌تفسیرالقرآن، تهران: انتشارات اسلام، ۱۳۷۸ش.
۲۷. فراهیدی، خلیل بن احمد، کتاب‌العین، قم: هجرت، ۱٤۱۰ق.
۲۸. فضل‌الله، محمدحسین، من وحی‌القرآن، بیروت: دارالملاک، ۱٤۱۹ق.
۲۹. قاسمی، جمال‌الدین محمد، محاسن‌التأویل، بیروت: دارالکتب‌العلمیه، ۱٤۱۸ق.
۳۰. کریمی، جعفر، جمالی‌نژاد، مهدی، محیط زیست از منظر قرآن کریم، مجله سفیر، شماره ۲۲، سال ششم، ۱۳۹۱ش.
۳۱. کوش، دنی، مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی، ترجمه: فریدون و حید، تهران: سروش، ۱۳۸۹ش.
۳۲. کوئن، بروس، مبانی جامعه شناختی، ترجمه توسلی، تهران: انشارات سمت، ۱۳۷۲ش.
۳۳. مرادی مسیحی، واراز، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، برنامه‌ریزی استراتژیک در کلان شهرها، اول، ۱۳۸۱ش.
۳٤. مصطفوی، حسن، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، تهران: نگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳٦۰ش.
۳٥. مصلائی‌پور، عباس، الگوی سیاست گذاری فرهنگی قرآن کریم، مطالعات روش‌شناسی دینی، سال دوم، شماره اول، ۱۳۹٤ش.

۳۶. معروفی، فخرالدین، اصول اساسی مدیریت استراتژیک، قم: اول، مرکز چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، ۱۳۸۲ش.
۳۷. هاشمی رفسنجانی، علی‌اکبر، فرهنگ قرآن، قم: دفتر تبلیغات، بوستان کتاب، ۱۳۸۵ش.
۳۸. هچ، ماری جو، نظریه‌های سازمان، ترجمه حسین دانائی فرد، دهم، تهران: مؤسسه کتاب مهربان‌نشر، ۱۳۹۳ش.
۳۹. مؤمنی‌راد، اکبر، علی‌آبادی، خدیجه، فردانش، هاشم و مزینی، ناصر، «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش، ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج»، فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی، شماره ۱٤، ۱۳۹۲ش.
٤۰. میهار، رضا، فرهنگ ابجدی عربی فارسی، بی‌نا، بی‌تا.
٤۱. ناظمی، مهدی، مرکبی، محمدصادق، واکاوی، «الگوی مدیریت راهبردی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال دوم، شماره ششم، ۱۳۹۷ش.
٤۲. عسکرپور، زهراء، نجفی، محمد، «مفهوم‌شناسی محیط در قرآن کریم و نقش تربیتی آن»، مجله پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، شماره ٤۷، ۱۳۹۹ش.
43. Schein, E. Organizational Culture and Leadership, San Francisco: Jossey-Bass. ʿpp196-205 ins. R. Clegg (Ed). 1997.
44. Riston, Neil. Strategic Management. 2nd edition. Download free ebooks at mbookboon.com. 2017.
45. McGrow-Hill, Culture & Organization, Geert Hofstede, 1991.

References

1. *The Noble Quran*.
2. ‘Askarpūr, Zahrā, Najafī, Moḥammad, *“Mafhūm Shināsī-yi Muḥīṭ dar Qur’ān-i Karīm va Naqsh-i Tarbīyatī-yi Ān” (Conceptualization of the Environment in the Noble Quran and Its Educational Role)*, Majallah-yi Pazhūhish dar Masā’il-i Ta’līm va Tarbīyat-i Islāmī (Journal of Research in Islamic Education Issues), No. 47, 1399 SH (2020 CE).
3. Aḥmadī, Moḥammad Ḥusayn, *Barnāmah Rīzī-yi Istrātīzhīk va Kārburd-i Ān (Strategic Planning and Its Application)*, Tehran: Kānūn-i Farhangī-yi Intishārātī-yi Sāyah Namā (Cultural Publishing Center of Sāyah Namā), 1377 SH (1998 CE).
4. Ākhūndī, Moḥammad Bāqir, Rāhburd-i Farhangī, *Nufūdh-i Ijmā’ī-yi Dīn dar Āmūzah-hā-yi Qur’ān (Cultural Strategy: The Consensus Influence of Religion in Quranic Teachings)*, Faṣlnāmah-’i ‘Ilmī Pazhūhishī-yi Pazhūhish-hā-yi Qur’ānī (Scientific Research Quarterly of Quranic Studies), No. 3, Serial No. 84, pp. 150-173, 1396 SH (2017 CE).
5. Baghdādī, ‘Alā’ al-Dīn, *Lubāb al-Ta’wīl fī Ma’ānī al-Tanzīl (The Essence of Interpretation in the Meanings of Revelation)*, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah (House of Scientific Books), 1415 AH (1994 CE).
6. Bālādistān, Moḥammad Amīn, *Vīzhigī-hā va Khāstgāh-hā-yi Asāsī-yi Farhang (The Characteristics and Origins of Culture)*, Qom: Mu’assasah-yi Pazhūhishī-yi Imām Khomeinī (Imam Khomeini Research Institute), Thesis, 1380 SH (2001 CE).
7. Bārden, Lūrāns, *Taḥlīl-i Muḥtavā (Content Analysis)*, Translated by Moḥammad Yamānī Dūzī, Sarakhābī, and Malīḥah Āshtiyānī, Tehran: Intishārāt-i Dānishgāh-i Shahīd Bihishtī (Publications of Shahid Beheshti University), 1374 SH (1995 CE).
8. Bāzargān, ‘Abbās, *Muqaddimah-’ī bar Ravesh-hā-yi Taḥqīq-i Kayfī va Āmīkhtah: Rūykard-hā-yi Mutadāval dar ‘Ulūm-i Raftārī (An Introduction to Qualitative and Mixed Research Methods: Common Approaches in Behavioral Sciences)*, Tehran: Nashr-i Dīdār (Dīdār Publications), 1391 SH (2012 CE).
9. Bustānī, Fu’ād, *Tarjumah al-Munjid al-Abjadī (Translation of Al-Munjid Al-Abjadi)*, Translated by Mahyār Riḍā, Tehran: Nāshir-i Īrān (Iran Publications), 1375 SH (1996 CE).
10. Dūnāld F. Hārūn - Dūnāld R. Brown, *Rūykard-i Tajrubī bih Tawsi’ah-yi Sāzmān (Mudīrīyat-i Taḥawwul) (An Empirical Approach to Organizational Development: Managing Change)*, Translated by ‘Abbās Moḥammadzādah, Tehran: Markaz-i Āmūzish-i Mudīrīyat-i Duvlatī (Center for Management Education), 1377 SH (1998 CE).
11. Faḍl Allāh, Moḥammad Ḥusayn, *Min Waḥy al-Qur’ān (From the Inspiration of the Quran)*, Beirut: Dār al-Malāk (House of the King), 1419 AH (1998 CE).
12. Farāhīdī, Khalīl ibn Aḥmad, *Kitāb al-‘Ayn (The Book of ‘Ayn)*, Qom: Hijrat (Hijrat Publications), 1410 AH (1989 CE).
13. Hāshimī Rafsanjānī, ‘Alī Akbar, *Farhang-i Qur’ān (The Culture of the Quran)*, Qom: Daftar-i Tablīghāt, Būstān-i Kitāb (Office of Propaganda, Bustan-e Ketab Publications), 1385 SH (2006 CE).
14. Hatch, Mārī Jū, *Naẓarīyah-hā-yi Sāzmān (Theories of Organization)*, Translated by Ḥusayn Dānā’ī Fard, 10th Edition, Tehran: Mu’assasah-yi Kitāb-i Mihrabān Nashr (Mehraban Publishing Book Institute), 1393 SH (2014 CE).

15. Ḥaydarī, Moḥammad Ḥusayn, *Naqshah-yi ʻIlmī (Scientific Map)*, Markaz-i Muṭāla'āt-i Dīn va Salāmat (Center for Studies in Religion and Health), 1386 SH (2007 CE).
16. Ḥusaynī Shīrāzī, Sayyid Moḥammad, *Taqrīb al-Qur'ān ilā al-Adhhān (Bringing the Quran Closer to Minds)*, Beirut: Dār al-ʻUlūm (House of Sciences), 1424 AH (2003 CE).
17. Ibn ʻĀshūr, Moḥammad ibn Ṭāhir, *Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr (The Liberation and Enlightenment)*, n.p., n.d.
18. Karīmī, Ja'far, Jamālīnejād, Mahdī, *Muḥīṭ-i Zīst az Manẓar-i Qur'ān-i Karīm (The Environment from the Perspective of the Noble Quran)*, Majallah-yi Safīr (Safīr Magazine), No. 22, 6th Year, 1391 SH (2012 CE).
19. Kū'īn, Brūs, *Mabānī-yi Jāmi'ah Shināsī (Foundations of Sociology)*, Translated by Tavassolī, Tehran: Intishārāt-i SAMT (SAMT Publications), 1372 SH (1993 CE).
20. Kūsh, Dānī, *Mafhūm-i Farhang dar ʻUlūm-i Ijtimā'ī (The Concept of Culture in Social Sciences)*, Translated by Farīdūn va Ḥayd, Tehran: Soroush (Soroush Publications), 1389 SH (2010 CE).
21. Ma'rūfī, Fakhr al-Dīn, *Uṣūl-i Asāsī-yi Mudīrīyat-i Istrātīzhīk (The Fundamental Principles of Strategic Management)*, Qom: Markaz-i Chap va Nashr-i Kutub-i ʻIlmī-yi Dānishgāhī (Center for Printing and Publishing Academic Books), 1st Edition, 1382 SH (2003 CE).
22. McGrow-Hill, *Culture & Organization*, Geert Hofstede, 1991.
23. Mīhār, Riḍā, *Farhang-i Abjadī-yi ʻArabī-Fārsī (Arabic-Persian Alphabetical Dictionary)*, n.p., n.d.
24. Mu'minī Rād, Akbar, ʻAlī Ābādī, Khadījah, Fardānesh, Hāshim, and Mazīnī, Nāṣir, *"Taḥlīl-i Muḥtavā-yi Kayfī dar Āyīn-i Pazhūhish*, *Māhīyat*, *Marāḥil va I'tibār-i Natāyij" (Qualitative Content Analysis in Research Methodology: Nature*, *Stages*, *and Validity of Results)*, Faṣlnāmah-yi Andāzhagīrī-yi Tarbīyatī (Educational Measurement Quarterly), No. 14, 1392 SH (2013 CE).
25. Murādī Masīḥī, Vārāz, *Barnāmah Rīzī-yi Istrātīzhīk dar Kalān Shahr-hā (Strategic Planning in Metropolises)*, Tehran: Sharikat-i Padāzish va Barnāmah Rīzī-yi Shahrī (Urban Processing and Planning Company), 1st Edition, 1381 SH (2002 CE).
26. Muṣallā'ī Pūr, ʻAbbās, *Ālūh-yi Sīyāsat Guzārī-yi Farhangī-yi Qur'ān-i Karīm (The Model of Cultural Policy-Making in the Noble Quran)*, Muṭāla'āt-i Ravesh Shināsī-yi Dīnī (Religious Methodology Studies), 2nd Year, No. 1, 1394 SH (2015 CE).
27. Muṣṭafawī, Ḥasan, *Al-Taḥqīq fī Kalimāt al-Qur'ān al-Karīm (The Investigation into the Words of the Noble Quran)*, Tehran: Nigāh-i Tarjumah va Nashr-i Kitāb (Nigāh Translation and Book Publishing), 1360 SH (1981 CE).
28. Nāẓimī, Mahdī, Markabī, Moḥammad Ṣādiq, *"Vākāvī-yi Ālūh-yi Mudīrīyat-i Rāhburdī-yi Farhangī-yi Jumhūrī-yi Islāmī-yi Īrān" (Analysis of the Strategic Cultural Management Model of the Islamic Republic of Iran)*, Faṣlnāmah-yi ʻIlmī Pazhūhishī-yi Muṭāla'āt-i Mudīrīyat-i Rāhburdī-yi Difā'ī-yi Millī (Scientific Research Quarterly of Strategic Defense Management Studies), 2nd Year, No. 6, 1397 SH (2018 CE).

29. Pīrs va Rābīnsūn, *Barnāmah Rīzī va Mudīrīyat-i Istrātīzhīk (Strategic Planning and Management)*, Translated by Sohrāb Khalīlī Shūrīnī, Tehran: Mu'assasah-yi Intishārāt-i Yādvārah-yi Kitāb (Yādvārah-yi Kitāb Publications), 1389 SH (2010 CE).
30. Qāsimī, Jamāl al-Dīn Moḥammad, *Maḥāsin al-Ta'wīl (The Beauties of Interpretation)*, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmīyah (House of Scientific Books), 1418 AH (1997 CE).
31. Raḥmānī, Ja'far, *Markaz-i Bayn al-Milalī-yi Tarjumah va Nashr al-Muṣṭafā (International Center for Translation and Publishing of al-Muṣṭafā)*, Qom: 1394 SH (2015 CE).
32. Riḍā'īyān, 'Alī, *Mabānī-yi Sāzmān va Mudīrīyat (Foundations of Organization and Management)*, Tehran: SAMT (Organization for Researching and Composing University Textbooks in the Humanities), 7th Edition, 1384 SH (2005 CE).
33. Riston, Neil. *Strategic Management*. 2nd Ediion. Download free ebooks at mbookboon.com. 2017.
34. Sabzawārī, Moḥammad ibn Ḥabīb Allāh, *Irshād al-Adhhān ilā Tafsīr al-Qur'ān (Guiding Minds to the Interpretation of the Quran)*, Beirut: Dār al-Ta'āruf lil-Maṭbū'āt (House of Introduction to Publications), 1419 AH (1998 CE).
35. Ṣādiqī Tihrānī, Moḥammad, *Al-Furqān fī Tafsīr al-Qur'ān bi al-Qur'ān (The Criterion in Interpreting the Quran with the Quran)*, Qom: Wizārat-i Farhang va Irshād-i Islāmī (Ministry of Culture and Islamic Guidance), 1365 SH (1986 CE).
36. Sayyid Quṭb, Ibrāhīm, *Fī Ẓilāl al-Qur'ān (In the Shade of the Quran)*, Beirut: Dār al-Mashriq (House of the East), 1412 AH (1992 CE).
37. Schein, E. *Organizational Culture and Leadership*, San Francisco: Jossey-Bass. 'pp196-205 ins. R. Clegg (Ed). 1997.
38. Ṭabarī, Ibn Jarīr, *Tarjumah-yi Tārīkh-i Ṭabarī (Translation of the History of Ṭabarī)*, Translated by Bal'amī, Moḥammad ibn 'Alī, Tehran: Alburz (Alborz Publications), n.d.
39. Ṭabāṭabā'ī, Moḥammad Ḥusīn, *Al-Mīzān fī Tafsīr al-Qur'ān (The Balance in the Interpretation of the Quran)*, Qom: Intishārāt-i Jāmi'ah-yi Mudarrisīn (Publications of the Society of Seminary Teachers), 1417 AH (1996 CE).
40. Ṭāliqānī, Sayyid Maḥmūd, *Partuvī az Qur'ān (A Ray from the Quran)*, Tehran: Sahāmī-yi Intishārāt (Joint Publications), 1362 SH (1983 CE).
41. Ṭayyib, 'Abd al-Ḥusīn, *Aṭyab al-Bayān fī Tafsīr al-Qur'ān (The Finest Explanation in the Interpretation of the Quran)*, Tehran: Intishārāt-i Islām (Islamic Publications), 1378 SH (1999 CE).
42. Ṭurayḥī, Fakhr al-Dīn, *Majma' al-Baḥrayn (The Confluence of the Two Seas)*, Tehran: Intishārāt-i Murtaḍavī (Murtaḍavī Publications), 1375 SH (1996 CE).
43. Ṭūsī, Moḥammad ibn Ḥasan, *Al-Tibyān fī Tafsīr al-Qur'ān (The Elucidation in the Interpretation of the Quran)*, Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī (House for Reviving Arab Heritage), n.d.
44. Zamakhsharī, Maḥmūd, *Al-Kashshāf 'an Ḥaqā'iq Ghawāmiḍ al-Tanzīl (The Unveiler of the Realities of the Subtleties of Revelation)*, Beirut: Dār al-Kitāb al-'Arabī (House of the Arabic Book), 1407 AH (1987 CE).
45. Zuhaylī, Wahbah ibn Muṣṭafā, *Tafsīr al-Wasīṭ (The Mediator Commentary)*, Damascus: Dār al-Fikr (House of Thought), 1422 AH (2001 CE).