

## تبیین نقش خدامحوری در کاهش سکوت سازمانی ناشی از سقف شیشه ای

سیداکبر سیدهاشمی<sup>۱</sup>، صغری مولایی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری قرآن و حدیث دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

siead.akbar@gmail.com

### چکیده

مقاله حاضر با مروری گذرا بر مبنای تفکری خدا محوری به عنوان سنجه‌ای در نظام اداری که می‌تواند از دیدگاه دینی وضع موجود را با وضع مطلوب محک زند به بحث تفکر شیشه ای و سکوت سازمانی می‌پردازد. خلق و اداره بحث، شنیدن صدا های دیگران و داشتن نگرش پرورشی و آینده نگر، از جمله چالش های مدیران در محیط کاری است. مدیریت سرمایه های انسانی از جمله مفاهیمی است که بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است، شاید دلیل اهمیتش نیز به مهم بودن سرمایه انسانی باشد. افکار اداری برخی مدیران، عامل فشار بر افراد برای هم‌رنگ شدن با آنان بوده و دگر اندیشی را بر نمی‌تابد و به همین خاطر است که نخبگان اداری به شدت از ترس انزوا، بر ضد قضاوت ها و ارزیابی های خود عمل نموده و یا به دلیل ایجاد تفکر شیشه ای توسط برخی مدیران، بعضاً "دست به سکوت سازمانی می‌زنند که راه برون رفت، داشتن تفکر خدامحوری و دوری از دگم اندیشی بوده و باید تفکرگاه را به این سمت هدایت نمود که در هر سازمان، پرسنل بی تفاوت، خطرناکتر از پرسنل انتقادگر و حتی مخالف دیدگاه حاکم هستند.

**واژه‌های کلیدی:** خدامحوری، سکوت سازمانی، تفکرشیشه ای، سرمایه اجتماعی، خودپنداره

**مقدمه:**

انجام و یا قصد انجام کلیه اعمال و رفتار انسان به منظور کسب رضایت الهی براساس ملاک و معیارهایی که خداوند برای آنها تعیین کرده است، معیار خدامحوری بوده و ارتباط عمیق آن با موضوع تفکر شیشه ای و سکوت سازمانی وجود دارد. در دنیای پیچیده و متغیر امروزی، منابع انسانی و بالاخص افراد خلاق، نوآور، کارآفرین و صاحبان اندیشه‌های نو به مثابه با ارزش ترین سرمایه‌های سازمانی هستند که بیماریهای مختلفی آنان را مورد تهدید قرار می دهد که از آن جمله می‌توان به پدیده ی سکوت سازمانی ناشی از ایجاد تفکر شیشه ای اشاره نمود. اگر بر دهان کارکنان مهر سکوت زده شود، موتور مولد دانش سازمانی از کار ایستاده و این امر خطر بزرگی را برای سازمان ایجاد می کند. در سال‌های اخیر روان‌شناسان به عواملی که مربوط به تشکیل و تکامل خود پنداره می‌شود، توجه زیادی داشته‌اند. این موضوع حتی برای متخصصان بهداشت روان نیز اهمیت خاصی دارد، زیرا پندار فرد از شخصیت خود تا اندازه زیادی، تصور او را درباره محیطش تعیین می‌کند. اگر تصور از خود مثبت و متعادل باشد، شخص دارای سلامت روان است. بر عکس اگر خودپنداره شخص منفی و نامتعادل باشد، از لحاظ بهداشت روان، شخصی ناسالم تلقی می شود که راه برون رفت، داشتن تفکر خدامحوری و دوری از دگم اندیشی بوده و باید تفکرگاه را به این سمت هدایت نمود که در هر سازمان، پرسنل بی تفاوت، خطرناکتر از پرسنل انتقادگر و حتی مخالف دیدگاه حاکم هستند

**تبیین واژگان کلیدی:****خدا محوری:**

اساسی‌ترین مفهوم در جهان‌بینی اسلامی، خدامحوری و توحید می‌باشد. بر اساس این اصل، کل نظام هستی منشعب از وجود هستی محض و یکتایی الهی است که ضرورت وجود او از ناحیه خودش می‌باشد. همه دیدگاه‌ها و شناخت‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، باید بر پایه همین پایگاه فکری، یعنی توحید استوار باشد (حقیقت و میرموسوی، ۱۳۸۱، ص ۱۴۶).

یکی از عام ترین اصول در تربیت اسلامی اصل خدامحوری است. این اصل جوهره ی اساسی رفتار یک فرد دین دار را تشکیل می دهد و مهم ترین اصل ایجاد تمایز تربیت دینی از دیگر رویکردهای تربیتی به شمار می آید. به طور مشخص مفهوم خدامحوری عبارت است از: «انجام و یا قصد انجام کلیه اعمال و رفتار انسان براساس ملاک و معیارهایی که خداوند برای آنها تعیین کرده است، به منظور کسب رضایت الهی». (مشایخی، شهاب الدین)

**انسان مداری و خدا محوری:**

اومانیسم در مسیر باز یافتن کرامت، شأن و منزلت آدمی که مدعی بود دستگاه کلیسا آن را به تاراج برده است، راه افراط را پیموده و با تصویری منفی از انسان، او را هسته مرکزی و خدایگان هستی انگاشت؛ که موجودات گیتی، در گرداگرد و کمانه های او قرار گرفته اند. پس، آدمی خدایگان زمین و غایت قصوای عالم پنداشته می شود که باید همه چیز در خدمتش قرار گیرد و رضایت و پای بندی او به خواسته ها و علایقش بر محوریت خداوند و توجه به فرمان های الهی و عمل به آنها، پیشی دارد. (مصطفی ملکیان، مجله نقد و نظر، شماره ۳ و ۴)

از آن سو، بر اساس آموزه های وحیانی اسلام، خداوند مرکز و محور هستی است و کل هستی بر مدار کمانه های دایره ربانیت او قرار گرفته و همه عالم، عرصه ی حاکمیت بلامنازع ذات ربوبی به شمار می روند که گردونه ی زیست و حیات بشری و ارتباطات او نیز از سیطره ی ربوبی تشریعی او خارج نیستند. بنابراین، هیچ کس از جمله انسان، نمی تواند شأن خدایگانی یابد و پروردگاران زمین باشد. با این حال، آموزه های آیین اسلام، مقام و منزلت آدمی را تا آن جا ارج می نهند که او را خلیفه ی خدا در زمین به شمار می آورند، (سوره بقره، آیه ۳۰) و بیشتر نعمت های پروردگاران از جمله قوه ی خرد، اراده و اختیار و کنزها و گنجینه های این کره ی خاکی را آفریده برای او (سوره بقره، آیه ۲۹) و آسمان ها و زمین را مسخر او می دانند. از این رو، انسان اشرف مخلوقات به شمار می آید و شایسته است که از اقسام کرامت برخوردار باشد.

در درازای حیات بشری، استثمارگران و ستم پیشگان بسیاری، به کرامت و منزلت انسان ها دست یازیدند و با سلب حقوق مادی و معنوی و سلطه گری، هویت و کرامتشان را به یغما بردند و انواع جفا و بردگی ها را بر آنان روا داشتند. بسیاری از نحله ها و مکاتب درصدد فراهم آوردن کرامت آدمی و مقابله با بردگی ها و ظلم و ستم ها بودند، اما نه تنها موفق نبوده اند، بلکه همواره بردگی ها، جفاها و استثمارهای دیگری را در پی داشتند. بر اساس وعده های الهی، در عصر ظهور، گونه های کرامت آدمی به اوج شکوفایی خود می رسد.

نقش خدامحوری در ارزیابی سیاست این است که خدامحوری به عنوان سنجه ای می تواند از دیدگاه دینی وضع موجود را با وضع مطلوب محک زند. مراد این است که در ارزیابی سیاست براساس خدامحوری هرچه از انسان محوری در سیاست ها فاصله بگیریم و به خدامحوری نزدیک شویم، به وضع مطلوب نزدیک تر شده ایم. بعکس، هرچه از خدامحوری دور و به انسان محوری نزدیک شویم، سیاست موفق نبوده است. به عبارت دیگر، اینکه سیاست اتخاذ شده چقدر جامعه را به سوی کمال نهایی سیر داده است و به چه میزان آنها را از این راه منحرف کرده است، معیاری است که سیاست را می سنجد؛ هرچه سیاستی که جامعه را به سوی کمال مطلوب سیر دهد، مطابق با ربوبیت تشریعی است و بعکس آن مخالف ربوبیت تشریعی می باشد (خلیلی، ۱۳۹۱، ص ۳۲۶-۳۲۸).

انسان به دلیل دارا بودن فطرت الهی، دارای حقیقت جویی همیشگی و مستمر می باشد. فطرت بر اثر غفلت های آدمیان غبار می گیرد، ولی تغییرپذیر نمی باشد. بیان شد که وجود انسان شامل جسم مادی و روحی غیرمادی و ماورای طبیعی است. از نظر قرآن، وجود روح الهی و خداخواهی در انسان، فصل ممیز او با جانداران بیان شده است. روح انسان مجرد و همیشه زنده است و نابودشدنی و از بین رفتنی نمی باشد. بنابراین، جنس روح «حی» است و به سبب وجود فطرت الهی در انسان، «تأله» او یعنی خداخواهی مسبوق به خداشناسی وی و ذوب او در جریان الهیت، مشخصه انسان از منظر قرآن است. «حی متأله» موجود زنده ای است که حیات او در تأله وی تجلی دارد و تأله همان ذوب شدن در ظهور الهیت است (جوادی آملی، ۱۳۹۰: ۹۸-۹۹ و ۱۰۵-۱۰۴).

### سرمایه اجتماعی و سکوت سازمانی:

انسان به ذات مدنی بالطبع بوده و از طریق روابطی که با دیگران دارد تلاش می کند تا نیازمندیهای خود را تامین و اهداف مورد نظر را محقق سازد. بدین طریق پدیده ای به نام جامعه، سازمان و گروه شکل می گیرد. واژه سرمایه دلالت می کند که سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی ماهیتی زاینده و مولد دارد. کلمه اجتماعی هم دلالت بر آن دارد که این

منابع و سرمایه به تنهایی حاصل نمی شود و هیچ فردی به تنهایی مالک آن نیست بلکه در دل شبکه ها و روابط منسجم و با کیفیت وجود دارد.

در مرور مطالب در مورد سرمایه اجتماعی می توان گفت که ادبیات تولید شده، در دو دهه اخیر نوظهور می باشد و هنوز اجماع گسترده ای در میان محققان در مورد تعریف و نقش آن بدست نیامده است (علینی، ۱۳۹۱). سرمایه اجتماعی به نوبه خود هنگامی به وجود می آید که روابط میان افراد به شیوه ای دگرگون می شود که کنش را تسهیل می کند. (جیمز کلمن، ترجمه منوچهر صبوری، ۱۳۷۷).

رابرت پاتنام به بررسی این مفهوم به عنوان دارایی در مقیاس کلان پرداخته و آن را مانند سایر سرمایه ها مولد می داند که امکان دستیابی به اهداف را تسهیل می کند (رابرت پاتنام، ترجمه دل افروز، ۱۳۸۰) در واقع سرمایه اجتماعی بخشی یا جنبه هایی از ساختار اجتماعی می باشد که اعضا از آن، به عنوان منبعی برای رسیدن به منافع خود استفاده می کنند (فقیه خلجانی، ۱۳۹۲) و به مثابه چسبی است که آنها را با یکدیگر پیوند می زند (حسنی، ۱۳۸۸: ۱۰) این سرمایه دارای ابعاد ذهنی و عینی می باشد. آدلر و اون بیان می کنند که ممکن است خطرهای بالقوه را هم برای سازمان داشته باشد

### تغییر سازمانی و سکوت سازمانی :

یکی از موانع عمده برای موفقیت برنامه های تغییر، فقدان اطلاعات و اعتماد و چیزی تحت عنوان سکوت سازمانی است که دانشمندان آن را امتناع از بیان نظرات و اعتقادات درباره مسایل و مشکلات سازمانی است، می دانند (Vakola, ۲۰۰۶) و زمانی که شرایطی به وجود می آید که کارکنان جرات سخن گفتن درباره مسایل و مشکلات را ندارند، سکوت سازمانی گسترش می یابد و این خطر بالقوه ای برای تغییر سازمانی قلمداد می شود. در این صورت کارکنان معتقدند که سخن گفتن درباره حقایق با عکس العمل منفی مواجه می شود. (Marrison & Miliken, ۲۰۰۰) خاموش سازی، ساکت کردن، سانسور، سرکوب، حاشیه نشین سازی، ناچیزشماری و محرومیت از دیگر شکلهای نشان دهنده سکوت سازمانی است (Hazen, ۲۰۰۶)

### عوامل اصلی و موثر:

#### ۱- خودپنداره :

خودپنداره شامل نگرشها، احساسات و دانش ما درباره توانایی، مهارت و قابلیت پذیرش اجتماعی است. خودپنداره تمام ابعاد شناختی، ادراکی، عاطفی و رویه های ارزیابی را در بر می گیرد. بنابراین، مجموعه نگرش های شخص به خود را خود پنداره می نامند. خودپنداره یک واژه کلی است که سه مؤلفه دارد:

تصویر خود، که به شیوه توصیف از خودمان یعنی به آنچه فکر می کنیم هستیم اشاره دارد. (خواه بر اساس واقعیت یا خلاف آن باشد .)

عزت نفس، که به طور اساسی جنبه ارزشیابی دارد و به حدی اشاره می کند که ما خویش را دوست داریم، می پذیریم و ارزش دارد درباره آن فکر کنیم.

خود آرمانی، همان چیزی است که دوست داریم باشیم و این ممکن است وسعت و درجات متفاوتی داشته باشد. هر چه فاصله بین تصویر خود و خود آرمانی زیادتر شود عزت نفس کاهش پیدا می کند.

خودپنداره اکتسابی است و این نکته برای کسانی که مسئول پرورش فرد یا کودک در اوان زندگی هستند، به ویژه خانواده و والدین اهمیت دارد. واکنش دیگران، مقایسه با دیگران، نقش‌های اجتماعی و همانندسازی از عوامل مؤثر دیگر در رشد خودپنداره به حساب می آید [۱]

## ۲-گرداب یا مارپیچ سکوت:

عامل دیگری که وارد عمل می شود، «مارپیچ سکوت» است. پروفیسور الیزابت نیول نیومن، جامعه شناس آلمانی، در سال ۱۳۷۴ نظریه مارپیچ سکوت را مطرح کرد. مارپیچ سکوت در پاسخگویی به پرسش چگونگی شکل گیری افکار عمومی، تأثیر متقابل ارتباطات جمعی، ارتباطات فردی و درک شخصی از فکر خویشتن را در ارتباط با افکار عمومی دیگران در جامعه بررسی می کند. ایده اساسی و پایه این مدل آن است که بیشتر افراد کوشش می کنند تا از داشتن نگرشها و باورهای منزوی دوری کنند. بر اساس نظریه مارپیچ سکوت، مردم به منظور پرهیز از انزوای اجتماعی، عقایدی که تصور می کنند عامه پسند است را ابراز می کنند و عقایدی را که مورد پسند عامه نمی دانند سرکوب می کنند.

به این معنا که در خصوص یک موضوع مناقشه انگیز، افراد درباره ی توزیع افکار عمومی حدس هایی می زنند. آن ها سعی می کنند دریابند که آیا در اکثریت قرار دارند یا در اقلیت؛ و سپس می کوشند تعیین کنند که آیا تغییر افکار عمومی در جهت موافقت با آن هاست یا خیر. به باور نئومان، اگر آن ها احساس کنند در اقلیت قرار دارند یا تغییر افکار عمومی در جهت فاصله گرفتن از آن هاست، ترجیح می دهند سکوت اختیار کنند. هر چقدر اقلیت بیشتر سکوت کنند، مردم احساس می کنند که دیدگاه خاص و متفاوت ارائه نشده است و لذا مارپیچ سکوت تشدید می شود (سورین و تانکارد، ۳۸۱: ۷-۹۶).

لیو (۲۰۰۹) و دیگران نیز معتقدند اگر چه بسیاری از کارکنان، دارای برخی از افکار و ایده های حیاتی در مورد سازمان هستند؛ اما آنها ترجیح می دهند ایده های خود را بیان نکنند. سازمانها ی در حال تغییر امروزی نیازمند کارکنانی هستند که پیوسته ایده ها، اعتقادات، دانش و تجارب خود را آزادانه به اشتراک بگذارند. در صورتی که کارکنان به صورت آزادانه نظرها و پیشنهادها ی خود را به سازمان ارائه نکنند با پدیده های روبه رو خواهند شد که موریسون و میلیکان آن را «سکوت سازمانی» نامگذاری کرده اند.

ویندال، سیگنایزر و اولسون معتقدند که نظریه ی مارپیچ یا گرداب سکوت بر فرضیات زیر استوار است:

۱. اگر مردم احساس کنند دارای عقاید مشترک با دیگران هستند، درباره ی آن ها با یکدیگر صحبت می کنند؛ اما اگر احساس کنند فقط خودشان صاحب عقیده ی خاصی هستند، آن عقیده را آشکارا ابراز نمی کنند.

۲. افراد ممکن است از رسانه های جمعی به عنوان منبع توزیع عقاید استفاده کنند. اگر عقیده ی خاص آن ها در رسانه مطرح نشده باشد، آن ها نتیجه می گیرند که آن عقیده مورد پذیرش عمومی نیست.

۳. همه ی رسانه ها به شیوه ای تقریباً انحصاری، عقاید مشابهی را بیان می کنند (هم صدایی) و موجب می شوند که مردم، اغلب از جو فکری جامعه تصویر نادرستی داشته باشند.

مک کوایل و ویندال، ریشه ی این الگو را در تفکر روان شناسی اجتماعی اولیه (آلپورت، ۱۹۳۷) می دانند که براساس آن، عقیده ی شخص تا حد بسیار زیادی به آن چه دیگران فکر می کنند و حتی به آن چه فرد به عنوان عقیده ی دیگران درک می کند، بستگی دارد (مک کوایل و ویندال، ۱۳۸۸: ۱۱۳-۱۱۲). [۲]

سکوت سازمانی پدیده جدیدی است که در آن کارکنان سازمان به دلایل متفاوت از اظهارنظر در رابطه با مشکلات سازمان خودداری و امتناع ورزیده و سکوت می کنند. سکوت علامتی برای بیماری سازمانی محسوب میشود و مدیران باید عامل اصلی آن را ردیابی و برطرف نمایند. بی توجهی به این موضوع می تواند سبب سکون و حتی مرگ سازمان شود. با توجه به نوع انگیزه کارکنان سکوت در سازمانها به ۳ دسته زیر قابل تقسیم بندی است ون داین (۲۰۰۳):

۱- سکوت مطیع: انگیزه این نوع سکوت کناره گیری، تسلیم بودن و رضایت دادن به هر چیزی است.

۲- سکوت تدافعی: انگیزه این نوع سکوت خود حفاظتی است یعنی علت سکوت کارمند در سازمان ترس است

۳- سکوت دوستانه: انگیزه این نوع سکوت علاقه به دیگران و ایجاد فرصت برای تشریک مساعی می باشد. همچنین می تواند شامل خودداری از ارایه اطلاعات به دلیل حفظ ویژگی هایی همچون محرم اسرار بودن باشد (زارعی متین، طاهری، سیار، ۱۳۹۰)

### ۳- تفکر شیشه ای:

استعاره ای به نام «سقف شیشه ای» منجر شد که منظور از آن، بودن موانع ضمنی و نانوشته ای است که افراد را از صعود به مراتب عالی سازمانی، باز نگه می دارد. سقف شیشه ای (Glass Ceiling)، تکنیکی متداول برای کنترل و توقف پیشرفت زنان شاغل می باشد. ولیکن واقعیت این است که این مهم در مورد مردان نیز اعمال میگردد.

در تعریف سقف شیشه ای گفته می شود: به موانع مصنوعی و نامرئی، تصمیمات سازمانی و تعصبات مسئولان سازمان اطلاق می گردد که مانع پیشرفت اشخاص با صلاحیت و یا اقلیتها (بویژه زنان) در داخل سازمانها می گردد. این اصطلاح به مفهوم نقطه ای است که پس از آن اقلیتها و زنان ارتقا پیدا نمی کنند. این اصطلاح از دهه ۱۹۷۰ در آمریکا شکل گرفت. (خوشنویس [۶])

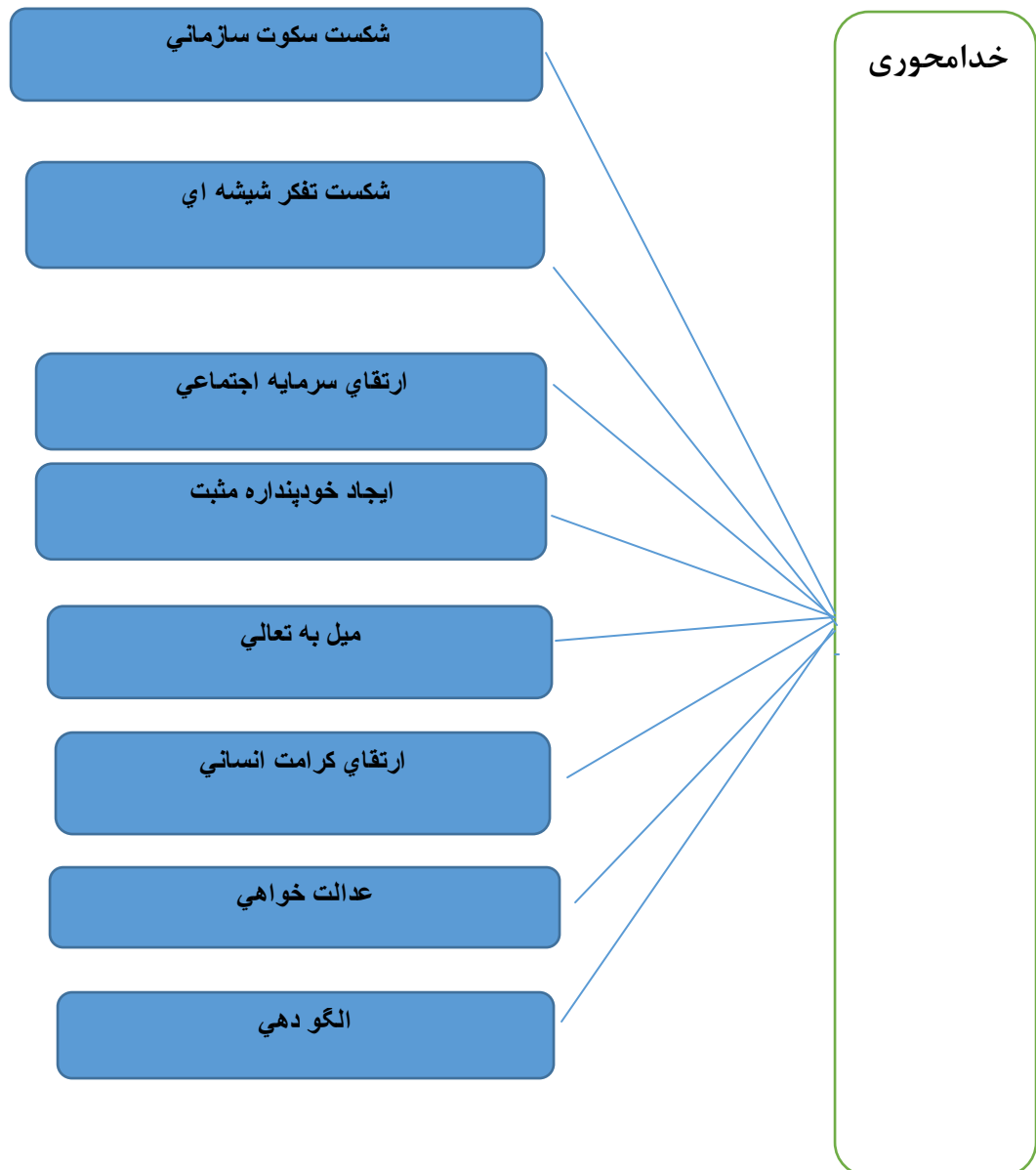
سقف شیشه ای از دو جهت هزینه زا است:

۱- از نظر افت بهره وری در آن بخش از نیروی کار که حس می کند جلوی پیشرفتش گرفته شده است.

۲- از جهت هزینه جابجایی نیروی کار.

بسیارند مدیران میانی توانمند، که بعلت وجود سقف شیشه ای، سازمانهای خود را ترک کرده و به شغل های انفرادی موفق و یا ناموفق رو آورده اند. بعضی از مدیران معتقدند که: پیشرفت در محیط های کاری فقط برای طبقه ای خاص از افراد است

## مدل مفهومی:



## جمع بندی و نتیجه گیری

انسان خدامحور تمام توجهش معطوف به خداست و از هر امری خدا را نتیجه گیری می کند و همه نیروها را از او می بیند. ایمان به خدا، و یاد او در همه حال و اعتقاد به اینکه همه ما در محضر خدا هستیم از اساسی ترین اهرم های کنترل نوع بشری است. کنترل رفتارهای جمعی، تعدیل حب و بغض های اجتماعی، مهرورزی و بسط روحیه گذشت، توحید باوری، تقوا پیشگی، کسب رضایت الهی و سایر مولفه های مرتبط باعث ایجاد روحیه تفاهم و کنشگری شده و میل به تعالی را در سازمانها ارتقا داده و تفکر شیشه ای و سکوت سازمانی را به حداقل می رساند. تفکر شیشه ای، حائل ذهنی ایجاد شده است که از دیوار واقعی سخت تر و بلندتر بوده و از جنس محدودیت و از ناتوانی فرد است. مثل داستان زندگی مسالمت آمیز ماهی های بزرگ با کوچک در اکواریوم، که بدنبال برداشت دیوار شیشه ای حایل پس از مدتها، صورت گرفت. لذا ارتباط این موضوع با سکوت سازمانی غیر قابل انکار بوده و باعث تقویت و تثبیت تفکر شیشه ای گردیده بطوریکه بعضاً "حتی منجر به صخره شیشه ای هم شده است. پدیده ی سکوت سازمانی را میتوان در دو بعد سکوت سازمانی مثبت و سکوت سازمانی منفی بررسی کرد. سکوت برای حفظ وحدت در سازمان، رازداری و عدم افشای اطلاعات و اسرار سازمان در برابر بیگانگان و برای مصالح کشور مثبت بوده اما خودداری از برخی امورات از قبیل امر به معروف و نهی از منکر، نصیحت نکردن مسئولان برای رشد و تعالی سازمان و مشورت ندادن به مافوق و همچنین بیان نکردن حق و حقیقت از موضوعات سکوت سازمانی منفی است. بنابراین برای رشد سازمانها در حکومت اسلامی تبیین موضوعات برای کارکنان ضروری به نظر می رسد زیرا فرهنگ سازمان های سنتی، پاسدار ارزش هایی مانند فرمانبری، همرنگی و تقدیس قدرت بود، در حالی که فرهنگ سازمان های نوین، خودگردانی، نوگرایی، نوآوری، مسئولیت پذیری و خود باوری را پاس می دارد.

## منابع :

## قرآن کریم

- ۱- حسن زاده، رمضان، سیدحمزه حسینی، ذبیده مرادی (۱۳۸۴)، بررسی رابطه بین خودپنداره کلی دانش آموزان و عملکرد تحصیلی آنها، فصلنامه دانش و پژوهش در روان شناسی، سال هفتم، شماره ۲۴.
- ۲- حقیقت، صادق، و علی، میرموسوی (۱۳۸۱)، مبانی حقوق بشر از دیدگاه اسلام و دیگر مکاتب، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر
- ۳- مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۹)؛ نظریه های رسانه: اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، تهران: نشر همشهری، چاپ اول ۱۳۸۹.
- ۴- فقیه خلجانی، سیده فاطمه، (۱۳۹۲)، سرمایه اجتماعی در اندیشه و عمل امام خمینی، موسسه چاپ و نشر عروج
- ۵- علینی، محمد، (۱۳۹۱)، سرمایه اجتماعی در آموزه های اسلامی، دانشگاه باقرالعلوم، بوستان کتاب
- ۶- زارعی متین، حسن، طاهری فاطمه، سیار ابوالقاسم، "سکوت سازمانی، مفاهیم، علل و پیامدها"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۰
- ۷- ملکیان، مصطفی، مجله نقد و نظر، شماره ۳ و ۴.



۸- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۹۰) انسان از آغاز تا انجام. چاپ سوم. قم: انتشارات اسراء.

۹- خلیلی، عزیزالله، ۱۳۹۱ پایان نامه کارشناسی ارشد، بررسی اصول مؤثر بر سیاست گذاری عمومی از دیدگاه اسلامی

۱۰- مشایخی، شهاب الدین، اصول تربیت از دیدگاه قرآن، مجله حوزه و دانشگاه، پاییز ۱۳۸۱ - شماره ۳۲ (از صفحه ۵۰ تا ۶۸)

۱۱- [www.noormags.com](http://www.noormags.com)

۱۲-Van Dyne, Linn, Soon Ang and Isabel C. Botero, (۲۰۰۳), Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs, Journal of Management Studies ۴۰:۶. ۱۳۶۰-۱۳۹۱.

۱۳-Morrison, EW. (۲۰۱۱) "Employee Voice Behavior: Integration and Directions for Future Research", The Academy of Management Annals, ۵ (۱): ۳۷۳-۴۱۲.

۱۴-Liu, D., Wu, J., Ma, J. (۲۰۰۹). Organizational silence: A survey on employees working in a telecommunication company. Computers & Industrial Engineering, IEEE Conference Publications, ۱۶۴۷-۱۶۵۱.

۱۵-Kuhn, T.s. (۱۹۷۰). The structure of scientific revolution. Chicago: University of Chicago press.

۱۶-Adler, p. s. & kwon s. (۲۰۰۲). Social capital, Academy of management Review, vol ۲۷.

۱۷-Hazen, M A. ۲۰۰۶, Silences, perinatal loss and polyphony: A post Modern perspective, journal of organizational change management, vol. ۱۹ no. ۲, pp: ۲۳۷-۲۴۹.

۱۸-Morrison, E. and Milliken, F. ۲۰۰۰, sound of Silence, academy of Management review, vol. ۲۵, pp. ۳۱-۳۵.

۱۹-Valkola, M., and dimitris, B. ۲۰۰۶, Organizational silence: A New Challenge for Human Resource Managem