

بررسی راه‌های افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی

علیرضا باقری^۱، جلال صفرخانلو^۲

از صفحه ۲۱ تا صفحه ۵۰

چکیده

عصر حاضر دوران تبادل اطلاعات و انفجار دانش است که در کنار فرصت‌ها، تهدیدهایی را نیز به همراه دارد و این تهدیدها سازمان‌های اطلاعاتی را نیز در معرض لغزش قرار می‌دهد. پدیده پیچیدگی‌های محیطی در این دوران سازمان‌های اطلاعاتی را بر آن داشته است نگرش‌ها و رویکردهای گوناگونی به آن داشته باشند. این سازمان‌ها، با توجه به کارکردهای ویژه‌ای که دارند، باید بتوانند با ایجاد اعتماد درونی و تفکر و اندیشه درست، برای عبور از تهدیدهای فرارو، اشراف اطلاعاتی را نهادینه کنند و هوش اطلاعاتی را برای توسعه و پیشرفت سازمان گسترش دهند.

پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق توصیفی (اسنادی و کتابخانه‌ای)، ضمن تبیین مفاهیم هوش اطلاعاتی، جایگاه و نقش آن را در سازمان‌های اطلاعاتی نشان می‌دهد و در نهایت، در پی پاسخ به این پرسش است که راه‌های افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی کدام‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد هوش اطلاعاتی در کارکنان زمانی شکل می‌گیرد که مهارت‌های درون‌فردی، بین‌فردی و بین‌سازمانی گسترش یابد؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت نیروی انسانی در تحقق هدف‌های سازمان‌های اطلاعاتی نقش محوری دارد و برای افزایش هوش اطلاعاتی باید مهارت‌های اشاره‌شده در لایه‌های میانی و اجرایی تقویت شود.

کلیدواژه‌ها: هوش اطلاعاتی، درون‌فردی، بین‌فردی، بین‌سازمانی، سازمان‌های اطلاعاتی.

۱. دکترای تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی ساری (نویسنده مسئول) Alireza_4706@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی.

مقدمه

در عصر حاضر، روش‌های جدیدی پدید آمده که تطبیق‌پذیری و همگام‌شدن با محیط برای مدیریت آن‌ها از نیازهای ضروری بسیاری از سازمان‌هاست. در چنین محیطی، قانون انعطاف‌پذیری و هوشمندی جدید به مدیران کمک می‌کند از شیوه‌ها و الگوهای جدید مدیریتی استفاده کنند و با توجه به تغییرهای مداوم محیطی، تغییرهای درونی را قوت بخشند و متناسب با محیط، سازمان را تغییر دهند و تصمیم‌های بهتری را رقم بزنند. از سازمان‌های مورد بحث، سازمان‌های اطلاعاتی‌اند که مسئولیت مهم و تأثیرگذاری در ایجاد امنیت و ثبات اجتماعی کشور را برعهده دارند. در شرایط کنونی، سازمان‌های اطلاعاتی می‌توانند کارکردهای متنوعی داشته باشند و بر اساس مبانی فلسفی و نظریه‌های اطلاعاتی، حوادث و چالش‌ها و تغییرها را بازبینی کنند و طبق هدف‌ها و الگوهای سازمانی، ظرفیت‌سازی درونی را انجام دهند. سازمان‌های اطلاعاتی باید، ضمن دوری از موانع موجود، نقش مثبتی در جهان امروز داشته باشند. این نقش می‌تواند شامل گردآوری اطلاعات، پردازش حرفه‌ای آن‌ها و عرضه به‌هنگام محصول به سیاست‌گذاران باشد (عسگری، ۱۳۹۲)؛ بنابراین، فلسفه مدیریت هر سازمان اطلاعاتی، از طریق بهبود مستمر فرایندها، مستلزم درک درست و روشنی از واقعیت‌های محیطی است و با بهره‌گیری از اصول و باورهای نظری و تخصص‌گرایی شکل می‌گیرد. سازمان‌های اطلاعاتی باید بتوانند، با استفاده از امکانات و توانمندی‌های درونی، چالش‌ها و تغییرهای مستمر را پیش‌بینی کنند و با نگاه راهبردی، برای کسب موفقیت در سازمان برنامه‌ریزی داشته باشند. نقش آفرینی این سازمان‌ها در محیط پیش‌بینی‌ناپذیر از راه استفاده بیشینه از ظرفیت‌های اطلاعاتی کارکنان، که برخاسته از هوش آنان است، حاصل خواهد شد. کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی، در طول خدمت در این سازمان‌ها، تجربه‌ها و ارزش‌گذاری‌های فراوانی اندوخته‌اند که می‌توانند در شرایط گوناگون از آن استفاده کنند.

بیان مسئله: در دوران بسیار پیچیده و خارج از اختیار و اراده کنونی که بسیاری چیزها در حال تغییر و تحول است، فقط افراد و سازمان‌هایی می‌توانند مسیر رشد و پیشرفت را با

گام‌های محکم و استوار بپیمایند که بر سازمان خود بازنگری مستمر داشته باشند، آن را به‌روز کنند و بتوانند بر سرعت تحولات اطلاعاتی پیشی بگیرند. سازمان‌ها، در چنین محیط پیش‌بینی‌ناپذیری، مسئولیت سنگینی برعهده دارند؛ چنانچه سازمان‌های عصر حاضر نتوانند، با تشخیص به‌موقع مشکل‌ها، کاستی‌ها را شناسایی و برای حل آن راه کارهای سودمندی تدوین کنند؛ در معرض خطر و افول قرار می‌گیرند. از سویی، اطلاعات پایه و اساس رشد و تعالی سازمانی به‌شمار می‌رود و بسیاری از تحول‌ها و رویدادهای صورت گرفته ناشی از نقش و جایگاه اطلاعات است. در این روزگار که جهانیان خود را درون شبکه‌های اطلاعاتی احساس می‌کنند، فعالیت‌های اطلاعاتی اهمیتی دوچندان یافته است و سازمان‌های اطلاعاتی، در این گیرودار و در فضای حقیقی و مجازی، با چالش‌ها و فرصت‌های فراوانی روبه‌رویند که می‌طلبد، بر اساس تغییرهای مهارنشده محیطی، شرایط فراروی سازمان را بشناسند و برای موفقیت در فضای اطلاعاتی و ارتباطی راهبردهای دقیق و روشنی به‌کار گیرند تا اشراف اطلاعاتی خود را تقویت کنند.

سازمان‌های اطلاعاتی از سازمان‌های تأثیرگذار در جامعه‌های کنونی به‌شمار می‌آیند. آن‌ها جزئی اساسی از عناصر بنیادین قدرت‌اند که در هسته مرکزی امنیت قرار دارند و از ظرفیت‌های مهم کشور محسوب می‌شوند که در ارزیابی ناامنی و شناخت تهدیدها و پیشگیری از آن‌ها، کشف فرصت‌ها، و مقابله اصولی با عوامل ایجاد ناامنی نقش بی‌مانندی دارند و چنانچه درک درستی از شرایط پیش‌رو نداشته باشند، بسترهای ناامنی و تقویت سلطه‌گری و عقب‌ماندگی اطلاعاتی رقم می‌خورد (باقری، ۱۳۹۵)؛ بنابراین، سازمان‌های اطلاعاتی برای کشف فرصت‌های محیطی و تحقق هدف‌های خود نیازمند ایجاد و درپیش گرفتن راهبردهای مناسبی‌اند تا بتوانند با مدیریت یکپارچه و منسجم برنامه‌های هماهنگی را اجرا کنند. برای این منظور، نیروی انسانی موجود در سازمان‌های اطلاعاتی از مؤلفه‌های مهم سازمانی است که نقش ارزشمندی در تحقق هدف‌ها و برنامه‌های سازمانی دارد. نیروی انسانی ظرفیت‌های خدادادی فراوانی دارد که در شرایط سخت و پیچیده، با دشوار شدن تصمیم‌گیری‌ها، می‌تواند ظرفیت فکری خود را برای بالندگی سازمان به‌کار ببرد.

یکی از ظرفیت‌های آن هوش خدادادی است. هوش انواع گوناگونی دارد که در سازمان‌های اطلاعاتی با عنوان «هوش اطلاعاتی» شناخته می‌شود؛ بنابراین، به نظر می‌رسد هوش اطلاعاتی متغیر مهمی در تحقق هدف‌های سازمان‌های اطلاعاتی باشد؛ اما یکی از چالش‌های مهم پیش رو آن است که در یک دهه اخیر بسیاری از کارکنان این سازمان‌ها، در فرایند اقدام‌ها و فعالیت‌های کاری، هیچ‌گاه هوش اطلاعاتی مناسبی از خود بروز ندادند و در کشف حقایق از این برتری اطلاعاتی به‌خوبی استفاده نکرده‌اند. به عبارت دیگر، به دلیل توجه بیش از اندازه و غیرعلمی به اصل حیطة بندی، در برقراری روابط بین فردی و بین سازمانی سهل‌انگاری می‌کنند و گاه نتایج مطلوبی از تلاش‌های اطلاعاتی نمی‌گیرند. برخی از کارکنان با چالشی به نام «روزمرگی» مواجه‌اند و این دغدغه‌ای برای مدیران رده‌های میانی است. با توجه به مباحثی که تا اینجا مطرح شد، پژوهش حاضر با طرح چند پرسش به دنبال تبیین راه‌های افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی است.

اهمیت و ضرورت تحقیق: با دقت در شرح وظایف سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی می‌توان اذعان داشت این‌گونه سازمان‌ها، در ساده‌ترین شکل، قرار است نیازی را تأمین کنند. به بیانی دیگر، سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی کارویژه‌های خاصی دارند. از کارویژه‌های مهم این سازمان‌ها این است که همواره تهدیدها و آسیب‌های محیط را شناسایی کنند تا بتوانند، بر اساس اطلاعات موجود، قدرت پیش‌بینی و پیشگیری خود را افزایش دهند. با توجه به نقش و اهمیت سازمان‌های اطلاعاتی در همه کشورهای، موفقیت و یا شکست آن‌ها مستلزم توانمندی‌های درون سازمانی است. سازوگرگ، فناوری‌ها، ساختار سازمانی، فرایندها و ... ابزار قدرت و موفقیت تأثیرگذار سازمان اطلاعاتی به‌شمار می‌آیند (باقری، ۱۳۹۲). اما سازمان‌های اطلاعاتی، برای انجام دادن تعهدهای خود در قبال حکومت و مردم و برای پاسخگویی به نیاز مخاطبان، باید همواره هدف‌ها و فعالیت‌های خود را بازنگری کنند و رویکردهایی را درون خود پدید آورند تا در شرایط مهارناشدنی محیطی، توان مقابله با تهدیدها را داشته باشند و از این رهگذر، پاسخگوی مخاطبان خود باشند. با چنین شرایطی،

زمانی سازمان‌های اطلاعاتی می‌توانند آرمان‌ها و هدف‌های خود را محقق کنند که دارای کارکنانی: دانشی باتجربه و هوشمند باشند. با توجه به وظایف سنگین و حساس سازمان‌های مورد بحث و نیاز مدیران و کارکنان آن‌ها به درایت، هوشمندی و عقلانیت، هوش اطلاعاتی این توانایی را دارد که در شرایط پیش‌بینی‌ناپذیر و محیط‌های متغیر، چراغ راهی برای کسب موفقیت باشد. در اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر، باید بگوییم تا کنون در سازمان‌های اطلاعاتی، در حوزه هوش اطلاعاتی با رویکردهای درون‌فردی و بین‌فردی و بین‌سازمانی، پژوهشی صورت نگرفته و یا کمتر بدان پرداخته شده است. از سویی، این پژوهش در پی تولید دانش اطلاعاتی است و مطالعات درون‌سازمانی نشان می‌دهد چنانچه در لایه‌های میانی و اجرایی این گونه سازمان‌ها هوش اطلاعاتی (ارتباطات درون‌فردی، بین‌فردی و بین‌سازمانی) نهادینه نشود، تجربه و دانش سازمانی کارکنان به اشتراک گذاشته نمی‌شود و به دلیل نبود همگرایی فکری، موفقیت سازمان‌های اطلاعاتی دستخوش دگرگونی‌های محیطی می‌شود. همچنین، این پژوهش می‌تواند فراراه‌ی برای انتخاب و توجه به رویکردهای جدید در این گونه سازمان‌ها باشد و زمینه‌ای برای مطالعه‌های بیشتر در حوزه هوش اطلاعاتی فراهم کند.

هدف‌های تحقیق

هدف اصلی: بررسی راه‌های افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی.

هدف‌های فرعی

۱. نقش روابط درون‌فردی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی؛
۲. نقش روابط بین‌فردی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی؛
۳. نقش روابط بین‌سازمانی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی.

پرسش‌های تحقیق

پرسش اصلی: راه‌های افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی کدام‌اند؟

پرسش‌های فرعی

۱. روابط درون‌فردی چه نقشی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی دارد؟

۲. نقش روابط بین‌فردی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی چیست؟

۳. روابط بین‌سازمانی چه نقشی در افزایش هوش اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی ایفا می‌کند؟

روش تحقیق: پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش انجام‌شدن کار، توصیفی (اسنادی و کتابخانه‌ای) شمرده می‌شود.

مبانی نظری

هوش: گاردنر^۱ هوش را شامل مجموعه توانایی‌هایی می‌داند که برای حل مسئله و ایجاد محصول‌های جدیدی به کار می‌رود که در یک فرهنگ ارزشمند انگاشته می‌شوند. از نظر وی، انواع هوش عبارت‌اند از: زبانی^۲، موسیقایی^۳، منطقی-ریاضی^۴، فضایی^۵، جنبشی-بدنی^۶، درون‌فردی^۷، بین‌فردی^۸.

اطلاعات: از لحاظ نظری، اطلاعات به هر نوع داده‌ای گفته می‌شود که، با استفاده از روش‌های گوناگون همچون مطالعه، مشاهده و شایعه، گردآوری می‌شود. وقتی به اطلاعات تازه‌ای دسترسی پیدا می‌کنیم، واکنش ما این است که بررسی کنیم آن اطلاعات با دانایی‌ها و باورهایمان در آن زمینه چه هماهنگی‌ای دارد. اطلاعات را دسته‌ای از مفاهیم می‌دانند که ذهن ما آن را دریافت می‌کند، هوشیارانه ضبط می‌کند، به آن معنا می‌دهد و موقعیت دانایی و آگاهی‌های ما را تغییر می‌دهد (هیل، ۱۳۸۱: ۲۷).

-
1. Gardner
 2. linguistic
 3. musical
 4. logical- mathematical
 5. spatia
 6. bodily- kinesthetic
 7. intrapersonal
 8. interpersonal

هوش اطلاعاتی: به مجموعه‌ای از توانمندی‌ها گفته می‌شود که برای حل مسائل و ازین‌بردن چالش‌های پیش روی سازمان‌های حفاظتی و اطلاعاتی به کار می‌رود؛ به گونه‌ای که نتیجه آن ایجاد ظرفیت‌های مناسب سازمانی برای اشراف اطلاعاتی است.

سازمان‌های اطلاعاتی: به سرویسی گفته می‌شود که هرگونه دست‌درازی اطلاعاتی پنهانی حریف و دشمنان احتمالی یا واقعی به حوزه اطلاعات و عملیات خودی را کشف و خنثی کند (کتولی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۵). همچنین، به سازمانی‌هایی از مجموعه حاکمیت گفته می‌شود که برای رسیدن به هدف‌ها، با فعالیت‌های پیشگیرانه و مقابله‌ای مداوم، برای حفاظت از موضوع‌های مهم و اساسی در حوزه مأموریت‌های محول‌شده و تأمین امنیت آن موضوع‌ها و صیانت از سازمان مربوط در مقابل خطر‌ها، در چارچوب قانون، اقدامی هماهنگ دارند (کریمایی، ۱۳۹۱: ۱۲).

رابطه هوش اطلاعاتی و تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی: (رالف کینی، ۱۳۸۱) بیان می‌دارد: «در دنیای پیچیده امروز، که دوران دگرگونی‌های سریع و نبود قطعیت شناخته می‌شود، دو دانش دارای اهمیت اساسی است. نخست، دانش آینده‌پژوهی است که از آن به دانش مقصدشناسی تعبیر می‌شود و دوم، دانش تصمیم‌گیری است که با مقوله حساس راه‌یابی و مشتقات آن سروکار دارد. این دانش‌ها هستند که کارآمدی هر جامعه را رقم می‌زنند. بی‌تردید، مهم است که، دست کم از دیدگاه ذهنی و نظری، قادر به خلق آینده‌ای شکوهمند و معنادار باشیم و آن را مقصد خود در سفر توسعه ملی در نظر بگیریم. اما مهم‌تر از آن توانایی و شایستگی‌ها در یافتن راه‌هایی است که می‌توانند این آینده را به واقعیت تبدیل کنند». یکی از مهارت‌های مهم برای بهبود مدیریت و رهبری در سازمان‌های اطلاعاتی این است که از توانمندی‌های کارکنان و نوع ارتباط آنان با یکدیگر به هنگام فعالیت‌های سازمانی استفاده شود زیرا این نوع ارتباط‌ها:

- سبب به کارگیری عمیق‌ترین منابع درونی می‌شود که قابلیت توجه و قدرت تحمل و تطابق با دیگران را فراهم می‌کند.
- احساس هویت فردی و سازمانی را در کارکنان تقویت می‌کند و محیط کاری باثباتی را به وجود می‌آورد.

- توانایی درک معنای واقعی رویدادها و حوادث و قابلیت معنادار کردن کار را در نیروی انسانی پدید می‌آورد.
 - ارزش‌ها و الگوهای مفهومی جدیدی می‌آفریند که می‌توان، با گسترش آن‌ها، مفاهیم فلسفی تازه‌ای برای سازمان تولید کرد.
 - با تحقق و تولید الگوهای ارزشی جدید، زندگی سازمانی برای کارکنان خوشایند می‌شود.
 - ایجاد آرامش می‌کند و در رویارویی با بحران و آشوب، تمرکز به وجود می‌آورد.
 - نتیجهٔ چنین هم‌گرایی‌ها و آرامش سازمانی، تحقق هدف‌های کلان و خرد سازمانی است.
- جایگاه تصمیم‌گیری به اندازه‌ای در سازمان‌ها مهم است که اگر مدیری از فرایندها و شیوه‌های آن آگاهی نداشته باشد، ابزار مناسب مدیریتی را در اختیار ندارد. با توجه به نقش هوش اطلاعاتی در بهبود رفتارهای کارکنان و مدیران، از یکسو، و نقش تصمیم‌گیری در مهارت‌های مدیریتی از سوی دیگر، [فرض اصلی این است که سازوکار تصمیم‌گیری با منابع اطلاعاتی ارتباط دارد]؛ پس برای گرفتن تصمیمی درست، به شناخت و بهره‌برداری بهینه از اطلاعات نیاز داریم. بر این اساس، تصمیم‌گیری فعالیت چندبعدی-اطلاعاتی است. مدیران و کارکنان، در صورت بهره‌مندی از هوش اطلاعاتی (که مزیتی رقابتی در سازمان به‌شمار می‌آید)، سرمایه‌های مطمئنی برای تصمیم‌گیری‌های مهم‌تر در اختیار خواهند داشت که افزون بر ضعف‌های داخلی، در برابر تهدیدهای خارجی نیز محافظت‌کننده است. مدیری که از هوش اطلاعاتی بالفعل برخوردار است هیچ‌گاه منافع سازمان و کارکنانش را فدای یکدیگر نخواهد کرد، زیرا چنین مدیری به سازمان و کارکنانش نگاه یکپارچه دارد و به این درک و درایت رسیده است که کارکنانش توانایی‌های منسجمی دارند که، در پیچ‌وخم‌های سنگین مأموریتی، سازمان را به سرمنزل مقصود می‌رسانند. تصمیم‌گیری اطلاعاتی یکی از وظایف مهم مدیران در سازمان‌های اطلاعاتی است که می‌تواند به ایجاد راه‌کارهای مناسب در فرایند اقدام‌های اطلاعاتی بینجامد و به فرجام کار اطلاعاتی، که پاسخ مناسب به نیازهای مخاطبان آن است، کمک کند. در این رهیافت،

مدیران باید درک درست و بینش و هوشمندی خوبی داشته باشند. یکی از انواع هوش‌ها که در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی کاربرد فراوان دارد هوش اطلاعاتی است و در صورتی که تصمیم‌گیرندگان اطلاعاتی ویژگی‌های مربوط به هوش اطلاعاتی را در سازمان نهادینه کنند، تصمیم‌های آنان با اقبال بهتری مواجه می‌شود و ظرفیت پذیرش در نتایج آن افزایش می‌یابد. مدیران دارای دیدگاه اطلاعاتی از تغییرها و مدیریت آن درک بهتری دارند و در همسوسازی سازمان با تغییرها موفق‌تر عمل می‌کنند. از سویی در چنین فضای ذهنی، افراد به یکدیگر اعتماد می‌کنند، اطلاعات و کارشان را به اشتراک می‌گذارند و با همکاران و اعضای گروه‌شان هماهنگ می‌شوند تا به هدف‌های بلند سازمانی برسند. مدیران برخوردار از هوش اطلاعاتی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی بر توسعه فردی، تصمیم‌گیری مشترک و کار تیمی برای شکوفایی سازمان تأکید دارند. اگر ارزش‌های اصلی سازمان تهدید شود، به جای تطبیق با عقاید و افکار دیگران، آن‌ها را به چالش می‌کشند تا به نتیجه‌ای والا برسند. تمامی مؤلفه‌های شخصی و سازمانی بالا با تصمیم‌گیری همراه است و با تصمیمی درست و به‌هنگام عملی خواهد شد.

مؤلفه‌های هوش اطلاعاتی

ارتباط درون فردی: یکی از پیش‌نیازهای اصلی هر نوع فعالیت و کار در محیط جمعی آن است که انسان در آغاز به خود رجوع کند و با مفهوم‌سازی مناسب، فکر و رفتار خود را منطبق سازد. در حقیقت، انسان باید با خود خلوت کند و نخست، خود را بشناسد. اغلب وقتی با خود خلوت می‌کنیم، وارد فرایند «ارتباط با خود» شده‌ایم و گاه چنان غرق در این ارتباط می‌شویم که دست و پای خود را بی‌اختیار به حرکت درمی‌آوریم یا اشکال گوناگونی ایجاد می‌کنیم؛ به گونه‌ای که شگفتی ناظر بیرونی را برمی‌انگیزد. گرچه تعریف دقیق و مورد توافقی از «ارتباط درون فردی» مطرح نشده است، می‌توان آن را ارتباط هر فرد با خودش دانست؛ آن گونه که اعمال آگاهانه همچون تفکر، برنامه‌ریزی، به‌یادآوری، محاسبه، تخیل و نیز اعمال ناآگاهانه مانند خواب‌دیدن را شامل می‌شود (گیل و آدامز^۱، ۱۳۸۴). کار در

^۱. Gil & Adamz

سازمان‌های اطلاعاتی نیازمند تلاش فردی و عرضه استعدادها و توانمندی‌های فردی است و کارکنان این سازمان‌ها باید، متناسب با ظرفیت‌های فردی خود، در سامانه اطلاعاتی ایفای نقش کنند. به بیانی دیگر، افراد اطلاعاتی فعل و انفعالاتی درون خود انجام می‌دهند و با تفهیم موضوع‌ها و پدیده‌ها، زمینه رشد فردی را فراهم می‌کنند. «ارتباط درون فردی» نوعی دادوستد ارتباطی است که درون شخص روی می‌دهد و می‌توان آن را «حرف زدن با خود» نامید. این گونه ارتباط، که متضمن نوعی جریان تفهیم و تفاهم درون فرد است و خود او را مورد توجه و محور اصلی بحث و گفت‌گو قرار می‌دهد، مبنای دیگر ارتباطات به‌شمار می‌رود. البته باید در نظر داشت که ارتباط انسان‌ها با خود منحصر به حالت انزوا و تنهایی انسان نیست و افراد، در بسیاری از موارد، همچنان که در میان انبوهی از انسان‌ها قرار گرفته‌اند، در ارتباط با خود مستغرق می‌شوند (فرهنگی، ۱۳۸۰). چنانچه زمینه تفکر فردی برای کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی فراهم شود، استعدادهای نهفته افراد بروز می‌کند و زمینه رشد و بالندگی سازمانی تقویت می‌شود. در این فرایند، محیط امن همراه با آرامش سازمانی می‌تواند به رشد و خلاقیت فردی کمک کند.

ویژگی‌های ارتباط درون فردی: در بیشتر موارد، این ارتباط از راه گفتار خاموش برقرار می‌شود که این نوع از گفتار نیز، مانند گفتار محسوس، دارای وجه احساسی است، بر لحن و نواخت تکیه دارد و معمولاً با زبان بدن همراه است. از وجوه تمایز این گونه ارتباط‌ها با ارتباط بین فردی می‌توان به ناممکن بودن عنصر سکوت در چنین ارتباطی اشاره کرد. سکوت، که در رویارویی‌های بین فردی نقش ارتباطی مهمی دارد، در ارتباط درون فردی ناممکن است و به‌طور اساسی هنگامی که هوشیاریم، نمی‌توانیم نیندیشیم و این ارتباط را قطع کنیم. باید بدانیم سخن گفتن با خود یا ارتباط درون فردی، زمانی که درمورد خویشتن باشد، به انگیزه کسب اطلاعات بیشتر درمورد خویش، رفتار، علاقه‌ها، نگرش‌ها و عقاید خویش صورت می‌گیرد و آن‌گاه که درباره جهان خارج باشد و درمورد جهان خارج اندیشه شود، به‌قصد شناخت جهان برای برخورد مناسب با مشکلات زیستن در آن خواهد بود (گیل و آدامز، ۱۳۸۴). ارتباط درون فردی دربرگیرنده اعمال ذهنی خودآگاه انسان

است؛ مانند تفکر، محاسبه و ارزیابی خود و دیگران و روابط میان خود و دیگران، برنامه‌ریزی، تخیل و یادآوری. در سازمان‌های اطلاعاتی که بخشی از فعالیت‌ها و بروز استعدادها، اطلاعاتی بر اساس مراجعه به تجربه‌ها و اندوخته‌های گذشته است افراد و عناصر اطلاعاتی، بر اساس تصورات ذهنی و هوش اطلاعاتی، روابط پدیده‌ها و چگونگی برقراری ارتباطات و حالت‌های حریف را بررسی می‌کنند. چنین اقدام‌های مهم و تأثیرگذار سازمانی با روابط درون‌فردی محقق می‌شود. مؤلفه‌های مهمی همچون ادراک‌ها، خاطره‌ها، تجربه‌ها، نگرش‌ها، عقیده‌ها، احساس‌ها، تدبیرها، برداشت‌ها، تصورها، ارتباط‌ها، حالت‌های ذهنی و ارزیابی فعالیت‌های احتمالی حریف و شرایط درون‌سازمانی از فعالیت‌های کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی است که نقش مهمی در کشف پدیده‌های اطلاعاتی دارد و سبب تقویت و گسترش اشراف اطلاعاتی می‌شود.

کارکرد ارتباطات درون‌فردی در سازمان‌های اطلاعاتی: سازمان‌های اطلاعاتی، به دلیل اهمیت فعالیت‌های اطلاعاتی‌شان، نقشی راهبردی در توسعه جامعه دارند و در صورت درستی کار و تلاش اطلاعاتی می‌توانند زمینه گسترش فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه را فراهم آورند. برای انجام دادن این راهبرد مهم، کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی یکی از مؤلفه‌های مهم سازمان به‌شمار می‌روند که باید از ظرفیت‌های فکری و تجربی آنان به‌خوبی استفاده شود. مدیران سازمان‌های اطلاعاتی باید زمینه رشد کارکنان سازمان را فراهم کنند تا کارکردهای ارتباطات درون‌فردی نمود یابد. برخی از کارکردهای مهم کارکنان در چنین سازمان‌هایی به شرح ذیل است:

خودکاوی: «خودکاوی» نوعی درون‌نگری است. انسان، برای بهره‌برداری هرچه بیشتر از خود، لازم است توانایی‌ها و محدودیت‌های خود را به‌خوبی بشناسد تا بتواند، در فرصت‌های مناسب، اقدامی مناسب انجام دهد. شناخت این محدودیت‌ها و توانایی‌ها نیازمند تأمل عمیق در «خود» است. روشن است که یکی از راه‌های شناسایی توانایی‌ها و محدودیت‌های درونی هر کس ارتباط‌گیری با خود است و اینکه در هر روز قدری از وقت خود را برای خلوت کردن با خود و حدیث نفس اختصاص دهد تا بتواند هرچه بیشتر به

زوایای پنهان شخصیتی خود پی ببرد (رستگار، ۱۳۸۹) خود کاوی در کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی نیازی ضروری و همیشگی است و به دلیل حساسیت‌های فراوان موجود در این گونه سازمان‌ها و ضرورت گسترش اشراف اطلاعاتی، کارکنان آن باید همواره برای پویایی فکری با خود خلوت کنند و ایده‌پردازی داشته باشند زیرا بخش معتنا بهی از فعالیت‌های اطلاعاتی در آینده‌های پیش‌بینی‌ناپذیر به وقوع می‌پیوندد. از همین روی، آن‌ها باید درک و درایت لازم را داشته باشند تا قدرت پیش‌بینی‌شان افزایش یابد.

اعتماد به نفس: این حقیقت انکارناپذیر است که اگر انسان بتواند خود را در اختیار داشته باشد و یا، به عبارت دیگر، با اعتماد به نفس بالا خود تصمیم‌های زندگی‌اش را بگیرد، از عوامل محیطی و بیرون از خویش کمتر تأثیر می‌پذیرد.

اعتماد به نفس همواره از درون فرد سرچشمه می‌گیرد، نه از بیرون او. اعتماد به نفس باور به توانایی‌های درونی است که فرد را قادر می‌کند آنچه را می‌خواهد انجام دهد. یکی از راه‌های مهم پی‌بردن به توانایی‌ها و استعدادها، نهفته در انسان و باور آن‌ها «برقراری ارتباط با خود» است. کسانی که اعتماد به نفس دارند و می‌دانند چه می‌خواهند خود را دوست دارند، خود را می‌شناسند و مطابق رشد جسمی خود درباره شخصیت خویش کنجکاوی می‌کنند، مثبت‌اندیش‌اند، عملکردی محکم و استوار در مقابل مشکل‌ها دارند و در موقعیت‌های گوناگون، مطابق با وضعیت عمل می‌کنند.

از سوی دیگر، «فقدان اعتماد به نفس موجب می‌شود درباره خود نظری منفی داشته باشیم و احساس نارضایتی و بی‌قراری کنیم. در چنین وضعیتی، احتمال بسیاری وجود دارد که تصویری منفی از دیگران در ذهنمان نقش ببندد یا دیگران برداشتی منفی از ما داشته باشند که، به هر حال، موجب می‌شود افکار و احساس‌های منفی، درباره خود و دیگران، در ما افزایش یابد. ویژگی افراد منفی آن است که ارزش‌های مثبت خود را نادیده می‌گیرند» (رضایی و سلیمی، ۱۳۸۳). وجود ارزش‌های فردی در افراد و توجه به ارزش‌های سازمانی در سازمان‌های اطلاعاتی سنگ‌بنای موفقیت‌های سازمانی و نقطه آغاز توجه به خواسته‌ها و نیازهای سازمانی است. تداعی ارزش‌های مثبت و پرداختن به احساس‌های

مثبت درون‌فردی سبب می‌شود با پدیده‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی با نگاه واقع‌بینانه برخورد شود اما منفی‌نگری و توجه به نگرش‌های منفی مشکل‌های فراوان فردی و سازمانی ایجاد می‌کند که در رفتار سازمانی و تصمیم‌های اطلاعاتی کارکنان و مدیران آثار نامطلوبی برجای می‌گذارد و سبب بی‌هویتی این سازمان‌ها و ناامنی جامعه می‌شود؛ بنابراین، تقویت اعتماد به نفس آثار و ارزش‌های فراوانی برای کارکنان و سازمان دارد.

عزت نفس: یکی از کاربردهای مهم سازمانی ارتباطات درون‌فردی عزت نفس است. شناخت خود و مراقبت از نفس موجب عزت و کرامت آن می‌شود. «خودحرمتی یا «عزت نفس داشتن» یعنی برای خود ارزش قائل شدن و خود را موجودی پست و حقیر ندیدن. با داشتن عزت نفس، انسان خود را با دیگری مقایسه نمی‌کند؛ آن‌گونه که در «عُجب» چنین می‌کند. انسانی که عُجب دارد خود را در مقایسه با دیگران بزرگ می‌بیند اما انسان دارای عزت نفس خود را بدون توجه به دیگران بزرگ می‌بیند. «به تعبیر برخی از روان‌شناسان، نخستین محرک برای خطا و گناه، نداشتن عزت نفس است». وقتی کسی برای خود ارزش قائل نیست، تن به هر پستی و خفتی می‌دهد. زشتی و خطا انسان را سخیف و ذلیل می‌کند و با عزت نفس داشتن همخوانی ندارد. خود ارزشمند همیشه در محافظت خویش می‌کوشد و آن را آلوده نمی‌کند (رستگار، ۱۳۸۹). داشتن عزت نفس و توجه به باورهای اساسی می‌تواند کارکنان سازمان را موجه نشان دهد. کارکنانی که از عزت نفس بالایی برخوردارند در تصمیم‌های کلان سازمان مشارکت و فعالیت می‌کنند و ابزار مؤثری برای مدیران سازمان‌های اطلاعاتی به حساب می‌آیند. مدیران می‌توانند از این افراد در مقابله با مسائل و مشکل‌های سازمانی به‌خوبی بهره‌برند زیرا این افراد بر بسیاری از مشکل‌های فردی فائق آمده و موفق به حل آن شده‌اند.

خودنظارتی یا خودحفاظتی: خودنظارتی یا خودحفاظتی را وضعیت یا شرایطی گویند که فرد در صورت به‌دست آوردن آن قادر می‌شود خود را در برابر تهدیدها و خطرهای امنیتی و حفاظتی، به‌طور آگاهانه و مؤثر، حفظ و صیانت کند. بدیهی است احراز وضعیت آگاهانه و مؤثر درونی کارکنان، به‌منظور حفظ و پاسداری، مبتنی بر تفکر و توانایی عقلانی

آن‌هاست. اعتقاد درونی به رعایت ضوابط امنیتی اصلی‌ترین عامل مؤثر در ایجاد فرهنگ خودحفاظتی است (کریمی، ۱۳۸۹: ۵۶). در واقع خودحفاظتی سلسله اقدام‌هایی است که سلامت فرد یا هدف را در برابر تهدیدها تأمین می‌کند و باعث افزایش ضریب اطمینان می‌شود. خودحفاظتی مراقبت درونی است که بر اساس آن وظایف محول‌شده انجام می‌یابد و رفتارهای ناهنجار، غیرقانونی و زیانبار ترک می‌شود (کوچکی، ۱۳۹۵). زمانی که به خودمان توجه می‌کنیم و بر خویشتن خویش آگاه می‌شویم، عامل خودداری عاملی درونی می‌شود و دیگر عوامل بیرونی توان در اختیار گرفتن ما را نخواهند داشت. در ادبیات عرفانی ما نیز چنین مسئله‌ای بسیار آمده است. سالک طریقت، پس از وقوف بر خود، از سلطه تمامی نیروهای بیرونی به‌در می‌آید و آنچه او را حفظ و نظارت می‌کند همان عامل درونی است. آگاهی از خود در رفتار ارتباطی ما نیز تأثیر می‌گذارد. افرادی که خود را می‌شناسند و به خود آگاهی رسیده‌اند آسان‌تر می‌توانند خود و خواسته‌های خود را تشریح کنند (فرهنگی، ۱۳۸۰). موضوع خودحفاظتی نقش و جایگاه ویژه‌ای در سازمان‌های اطلاعاتی دارد و می‌توان اهمیت آن را در این سازمان‌ها با هدف‌ها کلان سازمانی تطبیق داد. در واقع، بین فرهنگ خودنظارتی و تحقق هدف‌های راهبردی سازمان ارتباطی انکارناشدنی وجود دارد.

وجدان کاری: نقش آفرینی سازمان‌های اطلاعاتی در محیط‌های پیش‌بینی‌ناپذیر از راه تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی حاصل خواهد شد (باقری، ۱۳۹۵). این‌گونه تصمیم‌های سازمانی، که با سرنوشت جامعه‌ها و حکومت‌ها ارتباط دارد، با تحقق وجدان کاری در کارکنان و مدیران شکل می‌گیرد. پس یکی از آثار ارتباطات درون‌فردی موفق افزایش «وجدان کاری» در کارکنان است. وجدان کاری بازگوکننده انگیزه‌ای درونی است که هرکس، با توجه به آن و با شناخت کامل از وظایف خویش، درصدد انجام دادن بهینه کار خود برمی‌آید؛ بنابراین، ملکه‌ای که بر طبق آن کاری بدون احتیاج به محرک‌های خارجی، دقیق و کامل انجام گیرد «وجدان کاری» خوانده می‌شود؛ یعنی وضعیتی که ناشی از حالت روانی ثابت نهفته در فرد است؛ به عبارت دیگر، با داشتن وجدان کاری، شخص

با الهام از ملکه‌ای نفسانی، کار را به درستی و به شایستگی انجام می‌دهد. وجدان کاری مؤلفه مهمی در سازمان‌های اطلاعاتی است و کاربردهای فراوانی دارد. کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی، با توجه به نوع تکالیفی که به‌عهده آن‌هاست و نیز آثار و پیامدهای گوناگونی که شغل آن‌ها در جامعه دارد، گروهی از ویژگی‌های مرتبط با شغلشان دارند که از آن جمله می‌توان به مواردی چون خلاق بودن، هوشیار بودن، باتقوا بودن و بااخلاق بودن اشاره کرد (گل‌آور و منزوی بزرگی، ۱۳۹۵). این ویژگی‌های مهم شغلی و فردی در محیطی شکل می‌گیرد که کارکنان و مدیران آن سازمان وجدان کاری لازم را داشته باشند. در صورت نداشتن وجدان کاری، ناملایمت‌ها و مشکل‌های فردی و سازمانی پیش خواهد آمد و سازمان را، در مقام رقابت‌های اطلاعاتی و در مقابله آفندی با حریف، دچار تزلزل و افول خواهد کرد.

خودشناسی: بسیاری از انسان‌ها سال‌های متمادی عمر خود را سپری می‌کنند و از شناخت درست خود عاجزند. چه بسا عیوبی که دیگران در انسانی سراغ دارند اما خود او منکر آن‌هاست و خود را از آن‌ها مبرا می‌داند. علت را می‌توان در حب نفسی جستجو کرد که گریبان همه انسان‌ها را گرفته است. یکی از راه‌های خلاصی از عواقب وخیم حب نفس پیروی از دستورهای شرع مقدس اسلام است. انسان نمی‌تواند بدون ریاضت شرعی، به صورت واقعی و درست، نقاط قوت و ضعف خود را درک کند. به همین دلیل است که در روایت‌ها از جهاد با نفس با عنوان برترین جهاد و «جهاد اکبر» یاد شده است. یکی از نیازهای سازمانی در سازمان‌های اطلاعاتی نگرش حفاظتی است که کارکنان آن باید داشته باشند. کمترین نتیجه چنین نگرشی این است که، با کاهش ساده‌اندیشی و سهل‌انگاری، می‌تواند طرح‌ها و تلاش‌های مجرمان و دشمنان را در رسیدن به هدف‌های خود بی‌اثر یا کم‌اثر کند و خسارت‌ها و زیان‌ها را به کمترین میزان ممکن کاهش دهد (گل‌آور و منزوی بزرگی، ۱۳۹۵). نگرش حفاظتی کامل و مطلوب فقط زمانی به دست می‌آید که فرد به خودشناسی رسیده باشد؛ به بیانی دیگر، در صورت پیروی از دستورهای شرع (رسیدن به خودشناسی)، می‌توان نتایج مطلوب آن را در زندگی سازمانی مشاهده کرد.

ارتباط بین فردی: روابط بین فردی از مؤلفه‌های مهم زندگی انسان از تولد تا هنگام مرگ است. هیچ‌یک از توانمندی‌های نهفته انسان جز در سایه روابط بین فردی رشد نمی‌کند. فراگیری روابط درست بین فردی در ایجاد سلامت روانی، رشد شخصیت، هویت‌یابی، افزایش بهره‌وری در شغل، افزایش کیفیت زندگی، افزایش سازگاری و خودشکوفایی اهمیت بسزایی دارد. افرادی که مهارت‌های ارتباطی ضعیف‌تری دارند، کمتر از سوی اطرافیان خود پذیرفته می‌شوند و با مشکل‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت بسیاری مواجه‌اند (نوری قاسم‌آبادی، ۱۳۷۷). در واقع، به کاربردن دانش برقراری ارتباط هنری فردی به‌شمار می‌رود که برخی از افراد به‌درستی از آن بهره می‌گیرند؛ یعنی هر فرد باید دانش و مهارت لازم برای برقراری ارتباط سالم و سازنده با دیگران را کسب کند (فیاض و کریمی، ۱۳۸۹). برقراری ارتباط، افزون بر زندگی فردی و سازمانی، در شرع مقدس اسلام نیز جایگاه ویژه‌ای دارد و دین اسلام همواره بر روابط اجتماعی و برقراری ارتباط و صلۀ رحم تأکید داشته است. قرآن کریم می‌فرماید: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، استقامت داشته و شکیبا باشید و (با نیکان) ارتباط خود را حفظ کنید و از خدا بترسید تا شاید رستگار شوید» (آل عمران: ۲۰۰)؛ بنابراین، مهارت‌های ارتباطی در تمامی سطح‌های سازمان اهمیت دارد زیرا فقط از راه ارتباطات است که می‌توانیم اطلاعات مورد نیاز را به‌منظور تصمیم‌گیری‌های موفق برای سازمان خود فراهم کنیم (مزینانی و دیگران، ۱۳۸۹). یکی از آثار برقراری ارتباط این است که افراد از این راه می‌توانند اطلاعات، اندوخته‌ها و دانش فردی و سازمانی خود را به اشتراک بگذارند و تسهیم دانش و اطلاعات سبب هم‌افزایی و ایجاد توانمندی‌های مثبت می‌شود، زیرا سازمان‌های اطلاعاتی، برای کسب موفقیت در محیط‌های رقابتی و رویارویی هدفمند با تهدیدهای فرارو، با مانع‌ها و کاستی‌هایی مواجه‌اند. عبور از این مسیر پرپیچ‌وخم نیازمند درک واقع‌بینانه و روشنی است و هوش اطلاعاتی می‌تواند در سختی‌ها و مشکل‌ها به کمک افراد و سازمان بیاید.

ابعاد مهارت‌های ارتباطی میان فردی: در مهارت‌های ارتباطی میان فردی، کارکنان سازمان تلاش می‌کنند با دیگر کارکنان ارتباطی منطقی و مبتنی بر افزایش کارآیی سازمان ایجاد

کنند تا با تعامل دو یا چندجانبه، هوش فردی افراد تقویت یابد. بدین منظور، چند نوع مهارت باید درون سازمان نهادینه شود.

مهارت کلامی: ارتباط کلامی شامل واژگانی است که بر زبان می‌آوریم. برای نمونه، جذاب‌بودن محتوای کلام، تهدیدآمیزبودن آن، شورانگیزبودن موضوع صحبت و درک‌شدن کلام که باعث روانی ارتباط می‌شود از این دست است. به مجموعه روابطی که از راه سخن و گفتگو حاصل می‌شود «ارتباط کلامی» گویند. سازمان‌های اطلاعاتی، برای ایجاد امنیت و تحقق هدف‌های کلان حکومت‌ها، فعالیت‌های زیربنایی مهمی دارند. در این سازمان‌ها، نمی‌توان بر اساس سلیقه و دیدگاه‌های فردی اقدام کرد بلکه، به دلیل حساس‌بودن مأموریت‌ها و هدف‌ها راهبردی سازمان، بسیاری از فعالیت‌ها باید با جمع‌گرایی و به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات و دانش فردی محقق شود و برای برقراری مهارت‌های بین‌فردی، زمینه‌های کلامی فراهم آید و ارتباط‌های کلامی در سازمان تقویت شود. برای موفقیت در روابط، باید با دقت از کلمات استفاده کنیم. هر کلمه‌ای احساس‌ها، عواطف خاص و عملکرد متفاوتی در افراد برمی‌انگیزد. اگر واژه‌ها در جایگاه مناسب به کار روند، به سرعت در جسم و روح افراد تأثیر می‌گذارند. بیان الفاظ دلپذیر و موزون موجب می‌شود شخص مقابل با متانت به سخن ما گوش فرادهد. اما عبارت‌های مغرضانه و کینه‌جویانه اغلب خشم دیگری را برمی‌انگیزد و او را به جبهه‌گیری دعوت می‌کند و سرانجام، روابط را به دشمنی و تعارض و نبرد می‌کشاند. ارتباط غیر کلامی، با توجه به بافت ارتباط، هدف‌های متفاوتی را برآورده می‌کند. امروزه بیشتر پژوهش‌گران موافق‌اند که از واژه‌ها بیشتر برای انتقال اطلاعات به کار می‌روند؛ در حالی که رفتار غیر کلامی برای طرح نگرش شخصی است. در برخی موارد نیز، آن را به‌منزله جانشین پیام‌های شفاهی به کار می‌برند. به نظر می‌رسد می‌توان افزون بر رفتارهای کلامی، در مواردی، از رفتارهای غیر کلامی نیز بهره گرفت و با ایجاد حالت‌های روحی و روانی، زمینه تعامل را گسترش داد. رفتارهای غیر کلامی حالت‌های عاطفی را نیز بیان می‌کنند و بازتاب بیرونی وضعیت عاطفی ما شمرده می‌شوند، زیرا احساس‌ها و عواطف، حتی بدون توجه به ارتباط‌های کلامی، زمینه تعامل بین فردی را فراهم می‌کنند (هارجی و دیگران، ۱۳۷۷؛ پیز و پیز، ۱۳۹۰).

مهارت شنود: شنیدن و گوش شنوا بودن تکمیل کننده مهارت‌های کلامی است که دو طرف باید از آن بهره ببرند. با توجه به تعریف اشراف اطلاعاتی و شرح اختصاری اجزای آن، محصول این اشراف کسب اخبار و اطلاعات مورد نیاز است. به تعبیری، اشراف اطلاعاتی عبارت است از کسب اخبار و اطلاعات مهم، کامل و جامع مورد نیاز از سریع‌ترین، مطمئن‌ترین و بهترین روش گردآوری اطلاعات. همان‌طور که اشراف اطلاعاتی در سازمان‌های اطلاعاتی اهمیت بسزایی دارد، شناخت بهترین روش ایجاد اشراف اطلاعاتی نیز بسیار مهم است. در این میان، مهارت شنود و خوب شنیدن، به‌رغم سادگی ظاهری‌اش، مهارتی اساسی محسوب می‌شود و در صورت ضعف در این مهارت، به همان نسبت، کسب اخبار و اطلاعات مورد نیاز نیز ضعیف خواهد شد. بررسی‌ها نشان می‌دهند بیشتر ما، در هر ساعت بیداری، حدود پنجاه دقیقه را صرف برقراری ارتباط می‌کنیم که، از این مقدار زمان، پانزده دقیقه صرف خواندن یا نوشتن، ده دقیقه صرف صحبت کردن و ۲۵ دقیقه صرف گوش دادن می‌شود. البته کسانی که شنونده خوبی محسوب می‌شوند از منافع آن مانند بهره‌وری بالاتر، یادگیری سریع‌تر، یافتن مشاغل بهتر، ترفیع‌های بیشتر و روابط بهتر با دیگران بهره‌مند می‌شوند (کینیکی و کریتز، ۱۳۸۴)؛ بنابراین، در تعامل‌های میان‌فردی، گوش دادن اهمیت بسیاری دارد. قابلیت شنوندگی ماهرانه پایه اصلی ساختن رابطه مثبت با دیگران است و اهمیت آن برای سازمان‌های اطلاعاتی روشن است. اصطلاح «گوش دادن» در برخوردهای اجتماعی به دو معنا به کار می‌رود؛ یک معنا اشاره به گوش دادن آشکار است که «گوش سپردن فعال» نامیده می‌شود و دومین معنای آن به فرایند شناختی جذب اطلاعات اشاره دارد. در این تعبیر، گوش دادن نشانه رفتارهای آشکار شنونده نیست بلکه به جنبه‌های نهفته رفتار اطلاق می‌شود. گوش دادن با هدف‌ها درک مطلب، ارزیابی، قدردانی، و همدلی صورت می‌گیرد (هارجی و دیگران، ۱۳۷۷). هر عنصر اطلاعاتی فردی منفعل و صامت نیست؛ تعامل و ایجاد روابط مطلوب را تشخیص می‌دهد و بر اهمیت آن آگاه است زیرا به خوبی می‌داند فعالیت‌های اطلاعاتی حساسیت خاصی دارند و برای پاسخ مناسب به مخاطبان، باید از فکر و اندیشه دیگران استفاده هوشمندانه کرد. همه گونه‌های گوش دادن که اشاره کردیم

می‌تواند شیوه مطمئنی در سازمان‌های اطلاعاتی باشد زیرا هدف اصلی و نهایی آن است که از شیوه‌های پژوهشی کشف‌شده در مراکز علمی و سازمان‌های موفق، برای افزایش موفقیت‌های سازمانی، استفاده شود.

حوزه‌های برقراری رابطه بین فردی مؤثر: نهادهای اطلاعاتی با نهادهای همسان در حال مبارزه و رقابت‌اند و محیطی که نهادهای اطلاعاتی در آن حضور دارند و فعالیت می‌کنند عرصه استفاده از ظرفیت‌ها و منابع بسیار محدود است که در اختیار بازیگران و رقبای حاضر در صحنه قرار دارد. در صورت هرگونه غفلت در دستیابی به منابع شامل نیروی انسانی، زمان، منابع مالی، سازوبرگ و ابزار و همچنین استفاده نابجا و اتلاف این منابع، فرصت دستیابی به برتری از سازمان مورد نظر گرفته و به رقا واگذار می‌شود (اژدر، ۱۳۸۸). برای استفاده مطلوب از منابع محدود موجود، باید روابط بین فردی مؤثری را در سازمان پدید آورد. در واقع باید این چهار حوزه مهارتی را برای کارکنان فراهم کرد:

۱. **برقراری اعتماد در روابط بین فردی:** «انسجام در مجموعه دستگاه اطلاعاتی خیلی مهم است. همه یک‌جور به هم اعتماد کنند. مسئولان دستگاه‌ها با هم کار کنند. یک منظومه مدیریتی منسجم، تیزهوش، مجرب و دلسوز باید این دستگاه عظیم را مدیریت کند. این تعهد و دلسوزی خیلی ارزش دارد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳: ۴۵). برای داشتن سازمانی پویا و مولد و سرزنده، کارکنان سازمان باید به یکدیگر اعتماد داشته باشند زیرا ارتباط مؤثر در سایه اعتماد متقابل شکل می‌گیرد. ارتباط‌های سازمانی اثربخش ارتباطی است که مخاطب همان منظوری را که فرستنده پیام دارد درک کند و منجر به بروز اعتماد و همکاری متقابل شود. در سازمان‌های امنیتی، فردی که مسئول کار چند نفر است باید مطمئن شود کارکنانش می‌دانند در ذهن او چه می‌گذرد. اگر آن‌ها برخی ایده‌ها یا روش‌های کاری او را نپذیرند، مدیر باید این مسئله را با کارکنان به دقت بررسی کند. اگر در مورد ارتباط روان و بدون مشکل میان رئیس و مدیران ارشد، میان مدیران ارشد و مدیران میانی و میان مدیران میانی و کارکنان همین توجه اعمال شود، سازمان از مشارکت مثبت بهره می‌برد و خرد جمعی کارکنان می‌تواند به‌طور کامل به مدیر منتقل شود. همچنین اگر مدیران نتوانند افکارشان را به کارکنان منتقل کنند، این امر به بهای انحراف

پی‌درپی از هدف اصلی سازمان تمام می‌شود (گل‌آور و منزوی بزرگی، ۱۳۹۵). اعتماد متقابل نخستین گستره‌ی مهارتی است. با توجه به ویژگی کار در سازمان‌های اطلاعاتی، باید برای برقراری اعتماد در روابط بین‌فردی به مؤلفه‌های زیر توجه داشت:

- با فرد مقابل، رفتار همراه با تعهد و احساس مسئولیت برای بازآفرینی ارزش‌های سازمانی داشت.

- هنگام برقراری ارتباط ابراز هیجان کرد و احساس علاقه‌مندی را به مخاطب نشان داد؛ به گونه‌ای که روحیه پذیرش و تمایل به برقراری رابطه صمیمی در مخاطب ایجاد شود.

- یکی از مشکل‌ها در برقراری روابط با دیگران برخورد قضاوتی است که سبب دوری و فاصله میان افراد می‌شود. برای مبارزه با این مشکل، باید روحیه دگرخواهی را تقویت کنیم. وجود ویژگی دگرخواهی در کارکنان سازمان موجب می‌شود با همدلی با یکدیگر کار کنند و هنگام نیاز، به سرعت به کمک یکدیگر بشتابند. با چنین شیوه‌ای، ارتباط بین سطوح سازمان انسانی‌تر می‌شود و کارکنان نگرش مثبت‌تری به یکدیگر می‌یابند، رفتار بهتری با هم خواهند داشت و توان مأموریتی سازمان گسترده می‌شود.

- کارکنان سازمان‌های اطلاعاتی باید با یکدیگر صادق باشند. صداقت در حقیقت ارزش نهادن به دیگران و عقیده آن‌هاست؛ یعنی افراد تفاوت‌ها را همچون فرصت ببینند و به این نکته باور داشته باشند که فقط «یک بهترین راه» وجود ندارد. این ویژگی همچنین کمک می‌کند هنگام صحبت با دیگران توانایی دیدن موضوع را از دیدگاه آن‌ها نیز به دست آورند.

۲. برقراری ارتباط شفاف و بدون ابهام: برخی از مشکل‌هایی که در سازمان‌های اطلاعاتی

سبب بروز چالش می‌شود وجود موضوع‌ها و مبحث‌های مبهم در فرایندهای سازمانی است. این گونه ابهام‌ها در رفتار فردی و سازمانی به گونه‌ای تأثیر منفی می‌گذارند که گاه موانع فرایندی را گسترش می‌دهند و در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، در قالب بحران برای مدیران مطرح می‌شوند. برای مقابله با این گونه چالش‌ها لازم است واژه‌ها، مفاهیم، معانی و اصطلاح‌های سازمانی به درستی تبیین شوند و ابهام و کلی‌گویی در تصمیم‌سازی‌های سازمانی تعریف و شفاف شود. شفاف‌سازی پیام‌ها، اقدام‌ها و واژه‌های اطلاعاتی درون

یک سامانه اطلاعاتی ارتباطها را آسان می‌کند و سبب فهم بهتر مفاهیم و درک بیشتر کارکنان از یکدیگر می‌شود.

۳. **پذیرش و حمایت یکدیگر:** از تفاوت‌های مهم فردی که در رابطه افراد با یکدیگر مؤثر است تفاوت در دیدگاه‌هاست. هر فردی احساس، دیدگاه‌ها و رفتارهای مخصوص به خود را دارد؛ به همین دلیل، امکان ندارد دو نفر در همه چیز هم عقیده و همفکر باشند. مهم این است که فرد بیاموزد داشتن اختلاف نظر طبیعی است و این مهارت را به دست آورد که دیدگاه خود را تنها دیدگاه یا بهترین و مناسب‌ترین دیدگاه نداند و توانایی دیدن موضوع از زاویه دید دیگران را نیز داشته باشد.

۴. **حل تعارض‌ها و مشکلات موجود به شیوه‌ای سازنده:** افراد گوناگون برای حل اختلاف، راهبردهای متفاوتی دارند. بر اساس مطالعه‌های صورت گرفته، راهبردهای حل اختلاف در کودکی آموخته می‌شوند و بسیاری وقت‌ها، هنگامی که اختلافی پیش می‌آید، افراد بر اساس آموخته‌های پیشین می‌توانند برای از بین بردن آن بکوشند. یکی از راه‌های رفع تعارض و مشکل‌ها فروتنی است. افراد فروتن مغرور نیستند ولی عزت نفس، اراده و اعتماد به نفس دارند و محدودیت‌های خود را می‌شناسند و می‌دانند به تنهایی قادر به انجام دادن کاری نیستند. آن‌ها به همه افراد گروه امکان رشد می‌دهند، از اشتباه کردن نمی‌هراسند و امکان اشتباه کردن را برای همه در نظر می‌گیرند. فروتنی و تواضع خصلت مناسبی برای کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی است و کسانی که تمامی کوشش‌های خود را برای تحقق هدف‌های کلان و خرد سازمانی صرف می‌کنند روحیه تواضع را در سازمان به صورت فرصت می‌بینند و درصدد ترویج آن برمی‌آیند. مؤلفه‌هایی که در مبحث‌های پیشین مطرح شد همگی ناشی از ارتباط بین فردی برای تبادل تجربه‌ها و دانش سازمانی است که می‌تواند به گسترش و تقویت هوش اطلاعاتی بینجامد.

ارتباط‌های بین‌سازمانی: امروزه همکاری بین‌سازمانی در سازمان‌های اطلاعاتی، همچون مشارکت در تدوین راهبردهای امنیتی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک اطلاعاتی، از ابزارهای مهم مدیریت برای بهبود رقابت‌پذیری و بهره‌وری امنیتی است. تعامل، مشارکت،

همکاری و استفاده از ظروف مرتبط، شکاف بین منبع‌ها و الزام‌های مورد نیاز آینده را پر می‌کند و با دسترسی سازمان‌ها به منابع بیرونی و نیز با ایجاد هم‌افزایی، ترویج یادگیری، افزایش بهره‌وری، کارآیی، انگیزش، رضایت کاری، خلاقیت و پاسخگویی و تغییرهای لازم موفقیت سازمان‌ها را افزایش می‌دهد (بنک و وینی کوب^۱، ۱۳۸۷: ۱۴۶). «تعامل» واژه‌ای عربی است از ریشه «عمل» و به تعبیر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، یعنی تماس و رفت‌وآمد فعالانه، و ارتباط مطالبه‌گراانه و مسئولانه (علیخانی، ۱۳۸۸: ۱۵).

اهمیت ارتباط بین‌سازمانی از دیدگاه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی): ارتباط بین سازمان‌های گوناگون اطلاعاتی از نیازهای ضروری بقای حکومت‌هاست و اگر کشوری بخواهد بنیادهای ساختار کشور را در برابر آسیب‌ها و تهدیدهای پیش رو مقاوم سازد، باید بین سازمان‌های مرتبط با موضوع، با برنامه‌ریزی دقیق و مدون، امنیت و ارتباط ایجاد کند. مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) فرمودند: «کار ضداطلاعاتی شما بسیار مهم است؛ حتی از کارهای اطلاعاتی آفندی و کارهای نظامی هم مهم‌تر و بافضیلت‌تر است. این سنگر را محکم نگه دارید و مبادا برای لحظه‌ای دلسرد و خسته و مردد شوید. با یکدیگر همکاری کنید. یکی از عوامل موفقیت دستگاه‌های اطلاعاتی ما، که از اول انقلاب تا کنون خودش را نشان داده است، احساس مسئولیت عمومی مردم نسبت به تحرکات دشمن و آمادگی آن‌ها برای دفاع از مرزهای انقلاب است ... دستگاه‌های اطلاعاتی باید با یکدیگر همکاری کنند. البته حفاظت‌ها بحث و منطق جداگانه‌ای دارند. مجموعه دستگاه‌های اطلاعاتی کشور، بدون تمرکز و فرماندهی متحد و مستقل، نخواهند توانست به قدر کافی و لازم از همه نیروهای خوب و کارآمد استفاده کنند. باید مدیریت خوب و متمرکز، با رعایت همه جوانب، حرکت عمومی نیروهای اطلاعاتی را در کشور جهت بدهد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۶۸).

در مورد اهمیت همکاری و تعامل بین سازمان‌های اطلاعاتی، افزون بر موارد یادشده، اسناد فراوان دیگری نیز موجود است. یکی از اسناد بالادستی، در این پهنه، سند چشم‌انداز بیست‌ساله است. این سند بیان می‌دارد: «تقویت و تعامل مؤثر دستگاه‌های اطلاعاتی،

1. Beenak, J & Vine cob, S.

انتظامی و قضایی و هماهنگی بین آن‌ها برای تأمین اشراف اطلاعاتی و مقابله با هر نوع اختلال در امنیت عمومی، اقتصادی و اجتماعی و مقابله با تهدیدهای نرم ضروری است» (ابلاغیه سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، ۱۳۸۲: ۱۶).

ارتباط بین‌سازمانی در سازمان‌های اطلاعاتی دنیا: در شرایط فعلی و دوران به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات، حتی سازمان‌های اطلاعاتی نیز از قاعده تبادل اطلاعات مستثنا نیستند و به این نتیجه رسیده‌اند که اجرای مأموریت‌های کلان اطلاعاتی از حالت بومی و محلی خارج و به موضوع مهم بین‌المللی تبدیل شده است. در این مسیر دشوار، دیگر سازمان‌های اطلاعاتی رقیب یکدیگر نخواهند بود. تنها سازمان‌هایی که رقابت بین آن‌ها در رسیدن به هدف‌های امنیتی جایگاهی ندارد سازمان‌های اطلاعاتی‌اند. این سازمان‌ها، با هدف تأمین امنیت جامعه و پاسداری از امنیت کشور، چاره‌ای جز همکاری با یکدیگر ندارند (ترورتون^۱، ۱۳۸۲: ۲۱۱). سرویس‌های اطلاعاتی و حفاظت اطلاعاتی خود را عنصری اساسی در تأمین و حفظ صلح و آرامش به حساب می‌آورند زیرا آن‌ها هستند که حکومت‌های خود را در زمینه نیت‌های دشمن توجیه می‌کنند و در مورد هدف‌ها دشمن یا آمادگی‌ها و گرایش‌های آن‌ها اطلاعاتی را به حکومت‌های خود عرضه می‌کنند (کتولی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۳)؛ از این رو، والاترین هدف هر جامعه اطلاعاتی ردیابی تهدیدها، نیروها، رخدادها و تغییرهایی است که توانایی تهدید حیات ملی کشور را دارند (لوونتال^۲، ۱۳۸۷: ۱۵)، زیرا حفظ و بقای کشور اهمیتی فراتر از هدف‌های سازمانی دارد و کشورها تمامی توان خود را برای تحقق هرچه بهتر آن به کار می‌گیرند. به همین دلیل، سازمان‌های اطلاعاتی و ضداطلاعاتی و نیروهای اطلاعات نظامی از ساختار سنتی روی گردانده و به‌سوی اتحاد شبکه‌های اطلاعاتی گرایش پیدا کرده‌اند تا تبادل اطلاعات بین هر یک از سازمان‌ها ارتقا یابد (فایشتینگر^۳، ۱۳۸۷: ۳۱) زیرا همکاری‌های مشترک می‌تواند جریان به‌هنگام اخبار و اطلاعات مهم و اساسی را، که به‌صورت‌های افقی و عمودی یا داخلی و

^۱. Teroverton

^۲. Lovental

^۳. Fayeshtinger

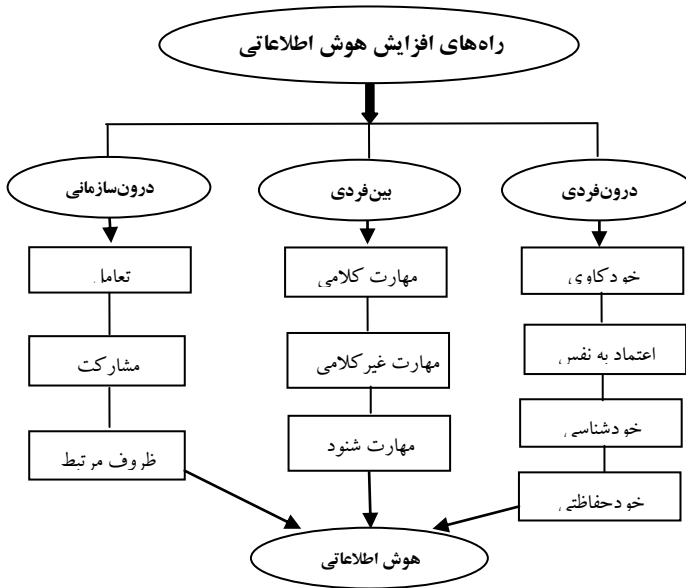
خارجی‌اند، در نیرو و تشکیلات امکان‌پذیر کند (بی‌نا، ۱۳۸۵: ۹۴). به همین علت، همکاری اطلاعاتی و ضداطلاعاتی، در ابعاد گوناگون، در جهان همچون تدبیری تأثیرگذار در نظر گرفته می‌شود که در آن سازمان‌ها به شکل‌های گوناگونی با یکدیگر همکاری دارند.

تئوری یادگیری: به‌استناد این تئوری، ارتباطات بین‌سازمانی فرصتی مناسب برای ایجاد یادگیری سازمان‌هاست. سازمان‌ها برای تحکیم موقعیت رقابتی و انجام دادن فعالیت‌های گوناگون خود به انواع مهارت‌ها و دانش‌ها نیاز دارند که به‌طور معمول قادر نیستند آن‌ها را از محیط بازار به‌دست آورند. در این زمینه، ارتباطات بین‌سازمانی زمینه یادگیری و انتقال دانش و مهارت به سازمان را فراهم می‌آورد. منابع نوآوری فقط درون یک سازمان قرار ندارد بلکه اغلب باید آن را در تعامل سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، عرضه‌کنندگان و مشتریان جست؛ در نتیجه، از دیدگاه تئوری یادگیری، سازمان‌ها ناگزیر به پویایی و تعامل با یکدیگرند که شکل‌دهنده نوع دیگری از ارتباطات بین‌سازمانی است. نتیجه پژوهش پاول^۱ و همکاران (۱۹۹۶) مشخص کرد در صنایعی که پیچیده، گسترده و دارای منابع تخصص بسیار پراکنده‌اند نوآوری و گسترش محصول جدید معمولاً در شبکه‌های بین‌سازمانی محقق می‌شود تا در سازمانی مشخص (زارعی، ۱۳۸۶: ۱۱). یادگیری در سازمان‌های اطلاعاتی بر محور گردآوری داده‌های اطلاعاتی، بررسی‌های اطلاعاتی، کشف حقیقت‌ها، تأمین نیازهای اطلاعاتی مشتریان و با هدف تأمین نیاز کشور به اطلاعات برای افزایش ضریب امنیتی صورت می‌گیرد؛ بنابراین، سازمان‌های اطلاعاتی، برای ایجاد ارتباط، باید همواره به دنبال یادگیری موقعیت‌ها و فعالیت‌های جدید باشند و فرصت‌های لازم را برای موفقیت بسازند. برخی از پژوهش‌گران یادگیری مبتنی بر ارتباطات بین‌سازمانی را به دو بخش تقسیم می‌کنند: یادگیری اکتشافی و یادگیری مبتنی بر بهره‌برداری. یادگیری اکتشافی در ارتباط با کشف فرصت جدید برای سودآوری است که می‌تواند دربرگیرنده نوآوری، خلاقیت و تحقیقات پایه برای ایجاد ظرفیت‌های جدید، ورود به کسب‌وکار تازه یا بهبود توانمندی جذب باشد. یادگیری مبتنی بر بهره‌برداری به افزایش بهره‌وری سرمایه و

^۱. Powell

دارایی‌های شرکت، از راه بهبود توانمندی‌های موجود و کاهش هزینه، مربوط است. در این زمینه، سازمان‌ها اغلب برای افزایش مقیاس اقتصادی در کاهش هزینه یا بهبود کارایی جریان‌های توزیع با یکدیگر مشارکت دارند. یادگیری اکتشافی و مبتنی بر بهره‌برداری در دو افق زمانی جداگانه قرار می‌گیرند: یادگیری مبتنی بر بهره‌برداری در پی بهبود کارایی فعلی است و یادگیری اکتشافی بهبود کارایی آتی را دنبال می‌کند (زارعی، ۱۳۸۶: ۱۲).

الگوی مفهومی: در پژوهش حاضر، با توجه به مبانی نظری و نوع مأموریت سازمان‌های اطلاعاتی و بر اساس دیدگاه تنوریک گیل و آدامز (۱۳۸۴) چهار مؤلفه برای بُعد درون‌فردی، بر اساس دیدگاه تنوریک هارجی و همکاران (۱۳۷۷) سه مؤلفه برای بُعد بین‌فردی، و بر اساس دیدگاه تنوریک بنک و وینی کوب (۱۳۸۷) سه مؤلفه برای بُعد بین‌سازمانی در نظر گرفته و الگوی زیر ارائه شد.



شکل ۱. الگوی مفهومی

بحث و نتیجه گیری

امروزه بسیاری از روان‌شناسان و مدیران سازمان‌ها و نظریه‌پردازان حوزه رفتار سازمانی بر این باورند که موفقیت نهایی سازمان‌های بزرگ ارتباط انکارناپذیری با نوع رفتار و روابط بین مدیران و کارکنان آن‌ها و چگونگی تعامل با محیط درونی و بیرونی دارد. آن‌ها معتقدند سازمان‌های موفق، برای برقراری ارتباطات درون سازمانی، باید از تمامی امکانات موجود استفاده کنند تا محیط درونی سازمان برای کارکنان و مدیران آن سازگارتر و منجر به خلاقیت و نوآوری شود. از سویی، ایجاد ارتباط بین سازمانی با سازمان‌هایی که، برای تأمین منفعت‌های جامعه، در عرض یکدیگر قرار دارند تحقق هدف‌ها کلان سازمان را هموار می‌کند. سازمان‌های اطلاعاتی، در مقام سازمانی پیشرو، نقش و جایگاه ارزنده‌ای در ساختار امنیتی حکومت دارند و چگونگی اجرای مأموریت در این سازمان‌ها بر نوع نگاه کارکنان و مدیران آن متمرکز است. در صورتی که کارکنان سازمان، اطلاعات‌مدار باشند، می‌توانند در تصمیم‌های کلان کشور نیز تأثیرگذار باشند؛ بنابراین، هوشمندی کارکنان افزایش اعتماد، احساس تکامل شخصی، مشارکت شغلی، اخلاق و وجدان کاری را دربر خواهد داشت. در میان انواع هوش‌های شناخته‌شده در ادبیات روان‌شناسی و رفتار سازمانی، نوع دیگری از هوش بین سازمان‌های اطلاعاتی وجود دارد که ادراک مدیران و کارکنان را از کار و خدمت در سازمان‌های اطلاعاتی افزایش می‌دهد و سازه جدیدی در این‌گونه سازمان‌ها شکل می‌دهد. این نوع هوش قادر است کارکرد و سازگاری فرد را در برابر محیط اطراف پیش‌بینی کند و منجر به افزایش کارآیی و اثربخشی در سطح درون سازمانی و محیط پیرامونی شود. این هوش به افراد فرصت سازنده‌ای می‌دهد تا در مقابل واقعیت‌های موجود حساس باشند و تعالی خویش را هر روز در لابه‌لای اشیاء، مکان‌ها، ارتباطات و نقش‌ها جستجو کنند. بر اساس مبانی نظری و یافته‌های علمی در این پژوهش، هوش اطلاعاتی می‌تواند در ایجاد هم‌افزایی سازمانی و تحقق هدف‌های راهبردی سازمان‌های اطلاعاتی راه‌کار موفق‌تری باشد و برای آن سه بُعد مهم، شامل مهارت‌های درون‌فردی و بین‌فردی و بین سازمانی، پیش‌بینی شده است. بعد درون‌فردی چهار مؤلفه

شامل خود کاوی، اعتماد به نفس، خودشناسی و خودحفاظتی دارد؛ بُعد بین فردی دارای سه مؤلفه مهارت کلامی، مهارت غیر کلامی و مهارت شنود است؛ و برای بُعد بین سازمانی نیز سه مؤلفه تعامل، مشارکت و ظروف مرتبط در نظر گرفته شده است. بررسی‌های نظری نشان می‌دهد هر یک از مؤلفه‌های مورد بحث کارکردهای فراوانی دارند و در صورت به کارگیری و نهادینه‌سازی آن‌ها، می‌توان هوش اطلاعاتی را در سازمان‌های اطلاعاتی افزایش داد. مدیران در این گونه سازمان‌ها باید، ضمن شناخت مناسب ظرفیت‌های درونی و تهدیدها و فرصت‌های بیرونی در فرایند اقدام‌های سازمانی، زمینه تحقق مؤلفه‌های هوش اطلاعاتی را فراهم کنند و بسترهای لازم را برای گسترش آن پدید آورند تا شاهد سازمانی موفق، اثرگذار، چابک و انعطاف‌پذیر در برابر دگرگونی‌ها باشیم.

پیشنهادها

- ایجاد زیرساخت‌های مناسب سازمانی در گزینش افراد توانمند و دارای هوش اطلاعاتی که قدرت مقابله با سختی‌ها و شکست‌ها را داشته باشند و ضمن برخورداری از انعطاف، دارای سجایای اخلاقی پسندیده‌ای در مشاغل سازمانی باشند.
- تهیه منشور سازمانی برای افزایش ارتباطات درون‌فردی، بین فردی و بین سازمانی و ابلاغ به کارکنان و مدیران، به منظور بهره‌برداری هدفمند در تصمیم‌گیری‌های سازمانی.
- شناسایی افراد خلاق و نوآور و یادگیرنده و استفاده از ظرفیت فکری کارکنان پیشکسوت برای انتقال تجربه‌های سازمانی.
- راه‌اندازی هیئت‌های فصلی اندیشه‌ورزی در رده‌های میانی و اجرایی سازمان، برای تمرین ارتباط‌های درون‌فردی، و پیش‌بینی ساعاتی در محل کار برای تولید فکر و اندیشه.
- ایجاد فضای مناسب در سازمان برای به اشتراک گذاشتن دانش فردی و تبدیل آن به دانش جمعی، با استفاده از نظر کارکنان توانمند، به هنگام اجرای مأموریت‌های عملیاتی.

- تلاش برای گسترش و تقویت مدیریت مشارکتی، با استفاده از مبانی علمی و تجربه سازمان‌های موفق، و به کارگیری تصمیم‌های مشارکتی و نامتمرکز و منعطف و توجه به تصمیم‌های برنامه‌ریزی نشده در کنار تصمیم‌های از پیش طراحی شده.
- تشکیل کارگاه‌های آموزشی شیوه‌های برقراری ارتباط بین فردی برای کارکنان و مدیران عملیاتی و میانی و گسترش شیوه‌های خاص ارتباطی در بین آنان.
- تشکیل جلسه‌های هدفمند تعاملی و هم‌اندیشی با جامعه اطلاعاتی با رویکرد گسترش اشراف اطلاعاتی و تعریف هدف‌های مشترک اطلاعاتی.
- انجام دادن مأموریت‌های مشترک اطلاعاتی با جامعه اطلاعاتی برای زمینه‌سازی فعالیت‌های مشترک و همگرایی اطلاعاتی.

منابع

قرآن کریم.

- ابلاغیه سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، ۱۳/۸/۱۳۸۲.
- اژدر، محمد (۱۳۸۸)، «نهادهای اطلاعاتی و اصلاح الگوی مصرف»، نگاه ۲، مرکز آموزش اطلاعات آجا، سال دوم، ش ۳.
- باقری، علیرضا (۱۳۹۲)، «راه کارهای افزایش بهره‌وری در سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی»، مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، سال هشتم، ش ۲۷، صص ۱۴۹-۱۸۶.
- باقری، علیرضا (۱۳۹۵)، «تبیین نقش هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی»، مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، سال دهم، ش ۳۸، صص ۴۱-۷۴.
- بنک، جان، و وینی کوب، سوزان (۱۳۸۷)، کار در سازمان‌ها، ترجمه علی محمد احمدوند و غلام چابلقیان، تهران: جام‌جم.
- بی‌نا (۱۳۸۵)، دکترین اطلاعات مشترک، ترجمه پژوهشکده اطلاعات دانشکده امام باقر (ع)، تهران: دانشکده امام باقر (ع).
- پیز، آلن و پیز، باربارا (۱۳۹۰)، زبان بدن، سیمین موحد، تهران: قاصدک صبا.
- ترورتون، گرگوری (۱۳۸۲)، تجدید ساختار اطلاعات در عصر اطلاع‌رسانی، تهران: دانشکده امام باقر (ع).
- رستگار، عباسعلی (۱۳۸۹)، معنویت در سازمان، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
- رضایی، جعفر، و سلیمی، نگین (۱۳۸۳)، «رابطه بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران»، مدیریت صنعتی، دوره دوم، ش ۶، صص ۱۰۶-۸۹.
- زارعی، بهروز، و زارعی، عظیم (۱۳۸۶)، «پارادایم‌های تنوریک تبیین‌کننده شکل‌گیری ارتباطات بین سازمانی»، دانش مدیریت، سال بیستم، ش ۷۸، صص ۶۲-۴۵.
- عسگری، شاداب (۱۳۹۲)، «نیم‌نگاهی به راهبردهای پیشران در سازمان‌های اطلاعاتی»، جامعه اطلاعاتی، سال پنجم، ش ۲.
- علیخانی، حسینعلی (۱۳۸۸)، «میزگرد علمی- کاربردی بررسی راه‌های ارتقای تعاملات جامعه اطلاعاتی»، جامعه اطلاعاتی، شماره ۴، صص ۹-۴۸.
- فایشینگر، والتر (۱۳۸۷)، همکاری‌های چندجانبه سازمان‌های اطلاعاتی اتحادیه اروپا در مبارزه با تروریسم، ترجمه دانشکده و پژوهشکده اطلاعات و امنیت، تهران: مرکز چاپ سپاه.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۰)، ارتباطات انسانی، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- فیاض، ایراندخت، و کریمی، مرضیه (۱۳۸۹)، «بررسی مهارت‌های بین‌فردی در سیره معصومان (ع)»، تربیت اسلامی، دوره ۵، ش ۱۰، صص ۲۸-۷.
- کتولی‌نژاد، خدابخش (۱۳۹۰)، آشنایی با ساختارهای سازمان‌های اطلاعاتی، تهران: معاونت نیروی انسانی ساحفانا جا.
- کریمایی، علی اعظم (۱۳۸۹)، حفاظت عملیات انتظامی، ساحفانا جا.

- کریمایی، علی اعظم (۱۳۹۱)، «بررسی شیوه‌های نوین شایسته‌سالاری حفاظتی و امنیتی»، دانش اطلاعاتی و امنیتی، سال اول، پیش‌شماره اول (بهار)، صص ۳۶-۳۷.
- کوچکی، سعید (۱۳۹۵)، «نقش خودپایی حفاظتی در تعالی رفتار کارکنان ناجا»، مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، سال یازدهم، ش ۳۸.
- کینی، رالف (۱۳۸۱)، تفکر ارزشی راهی به سوی تصمیم‌گیری خلاق، ترجمه وحید وحیدی مطلق، تهران: مؤسسه فرهنگی انتشارات کرانه علم.
- کینیکی، آ و کریتر، رابرت (۱۳۸۴)، مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، مهارت‌ها و کاربردها)، ترجمه علی اکبر فرهنگی و حسین صفرزاده، تهران: پیام پویا.
- گل‌آور، مرتضی، و منزوی بزرگی، جواد (۱۳۹۵)، «تبیین مدیریت مشارکتی در سازمان‌های امنیتی با تأکید بر تدابیر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)»، مطالعات حفاظت و امنیت انتظامی، سال یازدهم، ش ۳۸، صص ۱۰۹-۱۳۹.
- گیل، دیوید، و آدامز، بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات، ترجمه رامین کریمیان و دیگران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- لوونتال، مارک (۱۳۸۷)، فرایند اطلاعات از اسرار تا سیاست، ترجمه علیرضا غفاری، تهران: دانشکده امام باقر (ع).
- مزینانی، فرزانه، و دیگران (۱۳۸۹)، رابطه مهارت‌های ارتباطی کارکنان بخش فروش نمایندگی‌های مجاز شرکت ایران خودرو تهران با رضایت مشتریان.
- نوری قاسم آبادی، ربابه (۱۳۷۷)، «پیوندهای اجتماعی ضامن سلامت فرد و جامعه»، کار و کارگر، ۲۵ آبان‌ماه، صص ۵.
- هارجی، اون و دیگران (۱۳۷۷)، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فردی، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران: رشد.
- هیل، مایکل (۱۳۸۱)، تأثیر اطلاعات بر جامعه، ترجمه محسن نوک‌کاریزی، تهران: چاپار.

برای مطالعه:

- برکو، ری، و دیگران (۱۳۷۸)، مدیریت ارتباطات، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- زبردست، هادی (۱۳۸۵)، «روابط بین‌سازمانی»، تدبیر، سال هفدهم، ش ۱۶۸، صص ۲۳-۱۶.
- کمیته ولایت و اطلاعات (۱۳۹۳)، اطلاعات و ولایت: توصیه‌ها و فرمان‌ها، تهران: دانشکده اطلاعات.

Gardner, Howard, (2006). *Changing Minds: The Art and Science of Changing our own and other People's Minds* و Boston MA: Harvard Business School Press.

Orpen, Christopher, (1997). "The interactive effects of communication quality and job involvement on managerial job satisfaction and work motivation", *The Journal of Psychology*, Vol. 131, No. 5, pp: 519-522.