



ارزش و پاداش از دیدگاه اسلام

(معنوی - سازمانی)

مؤلف:

دکتر نگین سنگری

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهراء (س)



پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

بهار ۱۳۹۴

سنگری، نگین، ۱۳۶۱ -

ارزش و پاداش از دیدگاه اسلام (معنوی-سازمانی) / نگین سنگری. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۳.
ده، ۲۵۴ص: جدول، نمودار. (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛ ۳۰۳: مدیریت؛ ۲۱)

ISBN: 978-600-298-071-7

بها: ۹۳۰۰۰ ریال

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص. [۲۲۹]-۲۳۹؛ همچنین به صورت زیرنویس.
نمایه.

الف. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه. ب. عنوان

شماره کتابشناسی ملی

۳۷۶۴۵۸۹



ارزش و پاداش از دیدگاه اسلام (معنوی-سازمانی)

مؤلف: دکتر نگین سنگری (عضو هیئت علمی دانشگاه الزهراء(س))

ناشر: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه (شماره انتشار: ۳۰۳؛ مدیریت: ۲۱)

ویراستار: سعیدرضا علی عسکری

صفحه آرای: اعتصام

چاپ اول: بهار ۱۳۹۴

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: سعیدی

چاپ: قم - سبحان

قیمت: ۹۳۰۰ تومان

کلیه حقوق برای پژوهشگاه حوزه و دانشگاه محفوظ و نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

قم: ابتدای شهرک پردیسان، بوار دانشگاه، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تلفن: ۰۲۵-۳۲۱۱۱۱۰۰ (انتشارات: ۳۲۱۱۱۳۰۰) نمابر: ۳۲۸۰۳۰۹۰

ص.پ. ۳۷۱۸۵-۳۱۵۱ • تهران: خ انقلاب، بین وصال و قدس، نبش کوی اُسکو، تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۲۶۰۰

Website: www.rihu.ac.ir

Email: info@rihu.ac.ir

سخن پژوهشگاه

پژوهش در علوم انسانی [به منظور شناخت، برنامه‌ریزی و ضبط و مهار پدیده‌های انسانی] در راستای سعادت واقعی بشر ضرورتی انکارناپذیر و استفاده از عقل و آموزه‌های وحیانی در کنار داده‌های تجربی و در نظر گرفتن واقعیت‌های عینی و فرهنگ و ارزش‌های اصیل جوامع، شرط اساسی پویایی، واقع‌نمایی و کارآیی این‌گونه پژوهش‌ها در هر جامعه است.

پژوهش کارآمد در جامعه ایران اسلامی در گرو شناخت واقعیت‌های جامعه از یک‌سو و اسلام به‌عنوان متقن‌ترین آموزه‌های وحیانی و اساسی‌ترین مؤلفه فرهنگ ایرانی از سوی دیگر است؛ از این‌رو، آگاهی دقیق و عمیق از معارف اسلامی و بهره‌گیری از آن در پژوهش، بازنگری و بومی‌سازی مبانی و مسائل علوم انسانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

توجه به این حقیقت راهبردی از سوی امام خمینی رحمته‌الله بنیانگذار جمهوری اسلامی، زمینه شکل‌گیری دفتر همکاری حوزه و دانشگاه را در سال ۱۳۶۱ فراهم کرد و با راهنمایی و عنایت ایشان و همت اساتید حوزه و دانشگاه، این نهاد علمی شکل گرفت. تجربه موفق این نهاد، زمینه را برای گسترش فعالیت‌های آن فراهم آورد و با تصویب شورای گسترش آموزش عالی در سال ۱۳۷۷ «پژوهشکده حوزه و دانشگاه» تأسیس شد و در سال ۱۳۸۲ به «مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه» و در سال ۱۳۸۳ به «پژوهشگاه حوزه و دانشگاه» ارتقا یافت.

پژوهشگاه تاکنون در ایفای رسالت سنگین خود خدمات فراوانی به جامعه علمی ارائه کرده است که از آن جمله می‌توان به تهیه، تألیف، ترجمه و انتشار ده‌ها کتاب و نشریه علمی اشاره کرد. این کتاب به‌عنوان منبع کمک درسی در زمینه مدیریت اسلامی برای دانشجویان رشته‌های «مدیریت دولتی-بازرگانی» و «مدیریت اسلامی» در مقطع کارشناسی ارشد فراهم آمده است که البته دیگر علاقه‌مندان به این زمینه تحقیقی نیز می‌توانند از آن بهره‌مند شوند.

از استادان و صاحب نظران ارجمند تقاضا می شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این پژوهشگاه را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی یاری دهند.

در پایان پژوهشگاه لازم می داند از تلاش های نویسنده گرامی، سرکار خانم دکتر نگین سنگری و نیز ناظر محترم اثر، جناب آقای دکتر عبدالله توکلی تشکر و قدردانی نماید.

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
مقدمه	۳

بخش یکم: تاریخچه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فصل اول: تاریخچه معنویت	۷
۱. ضرورت و اهمیت مطالعه معنویت در سازمان	۱۰
۲. محدودیت‌های مطالعه و پژوهش در زمینه معنویت	۱۹
نتیجه‌گیری	۲۰

فصل دوم: معنویت و ارزش‌های معنوی: مبانی نظری و پیشینه پژوهش	۲۱
۱. مشکلات تعریف معنویت	۲۱
۲. تعریف معنویت	۲۲
۳. تعریف معنویت از دیدگاه اسلام	۲۵
۴. نسبت میان دین و معنویت	۲۷
۵. جهت‌گیری‌های دینی و معنوی	۲۸
۶. هم‌پوشی میان دین و معنویت	۲۹
۷. معنویت عصر جدید	۳۱
۸. معنویت فرادینی	۳۳
۹. معنویت و عرفان	۳۵
۱۰. معنویت و اخلاق	۳۷
۱۱. معنویت و اخلاق حرفه‌ای	۳۹
۱۲. معنویت در کار	۴۰
- تجربه فیزیکی: انرژی و برانگیختگی فیزیولوژیکی	۴۳
- تجربه عاطفی: احساس مثبت، با حالتی از شادمانی و خوب بودن	۴۳

- ۴۳ - تجربه شناختی: اصالت و اعتبار هم‌ترازی و سهیم شدن.....
- ۴۴ (الف) اصالت و اعتبار، بروز خود تمام عیار یک فرد در کار.....
- ۴۴ (ب) هم‌ترازی، هم‌نوایی میان ارزش‌ها و باورهای یک فرد با کار.....
- ۴۴ (ج) باور به اینکه در کار، هدفی متعالی‌تر وجود دارد.....
- ۴۵ - تجربه میان‌فردی: احساس داشتن ارتباط با دیگران و داشتن اهداف مشترک با آنان.....
- ۴۵ - حضور معنوی: آگاهی از ارتباط با چیزی فراتر از خود.....
- ۴۵ - تجربه رازورانه یا عرفانی: احساس کمال یا تعالی.....
- ۱۳. سطوح معنویت در سازمان.....
- ۵۱ - سطح سازمانی؛ همسانی و همسویی با ارزش‌های سازمانی.....
- ۵۱ - سطح گروهی؛ احساس یکپارچگی و همبستگی با دیگران.....
- ۵۲ - سطح فردی؛ کار بامعنا.....
- ۱۴. کاربرد معنویت در سازمان.....
- ۵۵. ۱۵. تبدیل محیط کار به یک محیط کار معنوی.....
- ۱۶. ارزش.....
- ۵۷. ۱-۱۶. طبقه بندی ارزش‌ها.....
- ۵۸. ۲-۱۶. ارزش‌های معنوی از دیدگاه اسلام.....
- ۵۹ (الف) ایمان به خدا.....
- ۶۰ (ب) ایمان به روز واپسین.....
- ۶۰ (ج) تقوا.....
- ۶۱ (د) عبادت و انفاق.....
- ۶۱ (ه) زهد.....
- ۶۵ - ایمان و پرستش خداوند.....
- ۶۶ - توکل.....
- ۶۷ - تقوا.....
- ۶۷ - پرهیزگاری.....
- ۶۸ - یاد مرگ.....
- ۶۸ - دوستی اهل بیت پیامبر اکرم ﷺ.....
- ۶۸ - اخلاص و عبادت.....
- ۷۰ - یاد خدا.....
- ۷۰ - طلب علم و عقل.....
- ۷۰ - تفکر.....
- ۷۰ - انفاق و زکات.....
- ۷۱ - شکیبایی.....

۷۱	قناعت
۷۱	نیکوکاری
۷۲	امانتداری
۷۲	زهد
۷۳	ادب و اخلاق نیکو
۷۳	صداقت
۷۴	شکرگزاری و سپاسگزاری
۷۴	تلاش برای کسب حلال
۷۵	عدالت
۷۵	تواضع
۷۶	مدارا کردن
۷۶	اعتدال
۷۶	یاری نمودن یکدیگر
۷۶	وفای به عهد
۷۷	عفو و بخشودن
۷۷	امر به معروف و نهی از منکر
۷۸	مروت
۷۸	خلوص نیت
۷۸	احقاق حق و اطفای باطل
۷۸	کرامت نفس
۷۸	۱۷. ارتباط انسان با محیط زیست از دیدگاه اسلام
۸۷	۱۸. پیشینه پژوهش در زمینه معنویت در سازمان
۸۸	۱-۱۸. مطالعات داخلی صورت گرفته در زمینه معنویت
۸۹	۲-۱۸. مطالعات خارجی صورت گرفته در زمینه معنویت
۹۳	نتیجه‌گیری

۹۵	فصل سوم: سیستم‌های پاداش در سازمان: مبانی نظری و پیشینه پژوهش
۹۶	۱. ضرورت و اهمیت بررسی پاداش در سازمان
۹۷	۲. پاداش کل
۱۰۰	۳. مدل‌های پاداش کل
۱۰۳	۴. پاداش‌های معنوی یا نامحسوس
۱۰۳	یادگیری و توسعه
۱۰۴	محیط کاری

۱۰۵	۵. پاداش از دیدگاه اسلام.....
۱۰۵	۱-۵. مبانی اعطای پاداش در اسلام
۱۰۶	۲-۵. ویژگی‌های پاداش از دیدگاه اسلام.....
۱۰۷	۳-۵. پاداش ارزش‌های معنوی در اسلام
۱۰۷	الف) نورانیت
۱۰۸	ب) خروج از تاریکی‌ها.....
۱۰۸	ج) ولایت خداوند.....
۱۰۹	د) ارتباط با روح القدس و ملائکه
۱۱۰	۶. پیشینه پژوهش
۱۱۰	۱-۶. مطالعات داخلی در زمینه پاداش
۱۱۰	۲-۶. مطالعات خارجی در زمینه پاداش
۱۱۲	نتیجه‌گیری

۱۱۵	فصل چهارم: مؤلفه‌های ارزش‌ها و پاداش‌های معنوی از دیدگاه اسلام
۱۱۶	۱. تحلیل محتوا.....
۱۱۷	۱-۱. کدگذاری در تحلیل محتوا
۱۵۲	۲. کدگذاری داده‌های پژوهش
۱۵۸	نتیجه‌گیری

بخش دوم: تدوین مدل تعاملی پاداش نامحسوس و تجلی ارزش‌های معنوی کارکنان

۱۶۱	فصل اول: تدوین و تبیین مدل تعاملی پاداش‌های نامحسوس و تجلی ارزش‌های معنوی کارکنان ..
۱۶۱	مقدمه.....
۱۶۱	۱. مدل مفهومی پژوهش
۱۶۲	۲. تبیین مدل تعاملی پاداش‌های نامحسوس و ارزش‌های معنوی کارکنان
۱۶۵	۳. تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری
۱۸۱	نتیجه‌گیری

۱۸۳	فصل دوم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۱۸۳	۱. محدودیت‌های پژوهش
۱۸۴	۲. یافته‌های پژوهش
۱۸۸	۳. تحلیل نتایج
۱۸۸	۴. راهکارهای پیشنهادی
۱۸۹	الف) راهکارهای تجلی ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خدا.....

- ۱۸۹ گذر از دینداری سطحی به معنویت‌گرایی ژرف
- ۱۸۹ (ب) راهکارهای تجلی ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خویشتن
- ۱۸۹ - ایجاد زمینه و فرصت برای پرورش ارزش‌های معنوی در پیوند با خویشتن
- ۱۹۰ (ج) راهکارهای تجلی ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خلق خدا
- ۱۹۰ (د) راهکارهای تجلی ارزش‌های معنوی سازمان در تعامل با کارکنان
- ۱۹۰ - احترام به انسان و اندیشه‌های والای او
- ۱۹۱ - پرورش روحیه و نگرش خوش‌بینانه و مثبت‌گرا به انسان و اعمال او
- ۱۹۱ - برقراری عدالت و رفع تبعیض
- ۱۹۲ - ایجاد آرامش برای کارکنان در سازمان
- ۱۹۲ - مشارکت عمومی کارکنان در فرایند تصمیم‌گیری
- ۱۹۳ - اجرای فرایند مدیریت عملکرد
- ۱۹۳ آموزش و هدایت
- ۱۹۴ ۵. پیشنهادهایی برای توسعه پژوهش
- ۱۹۵ ۶. پیشنهادهای کاربردی و اجرائی

۱۹۷ **واژه‌نامه**

۱۹۹ **پیوست‌ها**

- ۱۹۹ پیوست ۱: روش‌شناسی اثر
- ۲۰۰ ۱. پرسش‌های پژوهش
- ۲۰۱ ۲. نوع تحقیق
- ۲۰۲ ۳. روش تحقیق
- ۲۰۲ ۴. جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری
- ۲۰۳ ۵. روش گردآوری داده‌ها
- ۲۰۳ ۶. ابزار گردآوری داده‌ها
- ۲۰۴ ۷. روایی و پایایی ابزار پژوهش
- ۲۰۴ روایی محتوایی
- ۲۰۵ روایی عاملی
- ۲۰۵ پایایی
- ۲۰۶ ۸. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های آماری
- ۲۰۶ ۸-۱. روش تحلیل مسیر
- ۲۰۷ ۸-۲. مدل اندازه‌گیری
- ۲۰۷ ۸-۳. مدل معادلات ساختاری

۲۰۸	۹. شاخص‌های برازش مدل
۲۰۹	پیوست ۲: تجزیه و تحلیل آماری داده‌های پژوهش
۲۰۹	۱. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۲۱۰	۲. آمار توصیفی
۲۱۳	۲-۱. آمار توصیفی متغیرها و شاخص‌های تحقیق
۲۱۹	۳. آزمون پایایی (قابلیت اطمینان) پرسش‌نامه
۲۲۰	۴. آمار استنباطی
۲۲۱	۵. آزمون‌های رگرسیون خطی چند متغیره
۲۲۶	۶. نتیجه‌گیری آماری

۲۲۹	منابع
-----	-------	-------

نمایه‌ها

۲۴۱	نمایه آیات
۲۴۴	نمایه روایات
۲۴۵	نمایه اشخاص
۲۴۹	نمایه موضوعات

پیشگفتار

سرآغاز گفتار نام خداست
که رحمت‌گر و مهربان خلق راست

با توجه به اهمیت تدوین الگوی اسلامی ایرانی توسعه، به نظر نگارنده نخستین گام در این راستا، شناسایی و طبقه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه براساس قرآن کریم و متون معتبر اسلامی است.

این اثر نیز با چنین هدفی به نگارش درآمده و سعی شده است که یک طبقه‌بندی جامع از انواع مؤلفه‌ها و شاخص‌ها ارائه شود که با بهره‌گیری از تحلیل آیات قرآن کریم و نامه‌ها، خطبه‌ها و حکمت‌های امیر مؤمنان علی (علیه السلام)، مؤلفه‌ها و شاخص‌های ارزش‌های معنوی کارکنان، سازمان و نیز پاداش‌های معنوی سازمانی باشد و سر لوحه عمل کارکنان و سازمان قرار گرفته و بر مبنای آن در مسیر توسعه گام نهند و یک طبقه‌بندی جامع از انواع مؤلفه‌ها و شاخص‌ها ارائه شود. در ادامه به تدوین مدلی از تعاملات میان مؤلفه‌های ارزش‌ها و پاداش‌های معنوی و نیز آزمون این مدل از طریق مطالعات میدانی پرداخته شده و در نهایت راهکارهای کاربردی برای نهادینه نمودن ارزش‌ها و پاداش‌های معنوی در سازمان‌ها مبتنی بر آموزه‌های دین مبین اسلام ارائه گردیده است.

در این مجال مراتب تشکر و تقدیر خود را از راهنمایی‌های ارزشمند جناب آقای دکتر عبدالله توکلی که مسئولیت نظارت بر روند تدوین کتاب را عهده دار بودند، اعلام می‌دارم. همچنین از مسئولان محترم پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، به ویژه جناب آقای دکتر ابوالفضل گائینی که زمینه چاپ این اثر را مهیا کردند کمال تشکر را دارم و توفیقات روزافزون علمی این سروران ارجمند را آرزو مندم.

۲ ارزش و پاداش از دیدگاه اسلام (معنوی-سازمانی)

در پایان ضمن اذعان به وجود کاستی‌هایی در این مجموعه، از خبرگان و صاحب‌نظران در عرصه مدیریت اسلامی درخواست می‌کنم تا با بیان دیدگاه‌ها، انتقادات و پیشنهادهای مؤثر خود، مؤلف را در بهبود چاپ‌های بعدی یاری رسانند.

نگین سنگری

زمستان ۱۳۹۳

مقدمه

سازمان‌های معاصر در محیطی فعالیت می‌کنند که به‌طور فزاینده‌ای پیچیده و متغیر است؛ جهانی‌شدن اقتصاد در دو دهه گذشته و پیشرفت تکنولوژی، نیرو محرکه این تغییرات بوده‌اند. بنابراین، سازمان‌ها امروزه در یک اقتصاد بدون مرز، در بازاری به پهنای جهان که به‌طور مستقیم به‌وسیله اطلاعات به یکدیگر متصل شده‌اند، رقابت می‌کنند و باید چابک‌تر شوند. سازمان‌های معاصر برای مواجهه با چالش‌های بیرونی باید محیط کاری‌ای را خلق کنند که قادر به جذب، نگهداری و برانگیختن تیمی از کارکنان با عملکرد بالا باشد، به همین جهت، خلق یک محیط کاری که احساس کار چالشی و معنادار را در کارکنان تقویت کند، تبدیل به یک اولویت برای بقای سازمان‌ها شده است. دستیابی به این هدف با بروز معنویت در سازمان‌ها امکان‌پذیر است و سازوکار یا نظام‌واره مدیریت منابع انسانی با ابزار پاداش، به‌ویژه پاداش‌های معنوی یا نامحسوس، می‌تواند محیط سازمان را به محیطی معنوی تبدیل سازد.

در این پژوهش با بررسی پیشینه موضوع، تعریف‌هایی از معنویت، معنویت در کار و پاداش‌های نامحسوس ارائه شده، سپس به بررسی مؤلفه‌های ارزش‌های معنوی کارکنان و نیز پاداش‌های نامحسوس از دیدگاه اسلام پرداخته شده است. بدین منظور، تحلیل محتوای کیفی همه آیات قرآن کریم بر مبنای تفسیر نمونه نوشته آیت‌الله مکارم شیرازی و جمعی از دانشمندان و نامه‌ها، خطبه‌ها و حکمت‌های کتاب نهج البلاغه، براساس ترجمه فیض الاسلام صورت گرفته است. براساس نتایج تحلیل محتوای صورت گرفته، ارزش‌های معنوی کارکنان به صورت یک سازه ارتباطی، به سه مؤلفه تقسیم شده‌اند: نخست، ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خدا؛ دوم، ارزش‌های معنوی کارکنان در ارتباط با خلق خدا و سوم، ارزش‌های معنوی کارکنان

در پیوند با خویشتن. در روند گردآوری و تحلیل داده‌ها، در زمینه ارزش‌های معنوی از فرایند تحلیل محتوا مؤلفه دیگری حاصل شد که «ارزش‌های معنوی سازمان در تعامل با کارکنان» نام گرفت و به‌عنوان متغیر میانجی به بررسی نقش آن در رابطه میان ارزش‌های معنوی کارکنان و پاداش‌های معنوی یا نامحسوس پرداخته شد. در نهایت نیز از نتایج تحلیل محتوا در مورد متغیر پاداش‌های معنوی یا نامحسوس نیز دو مؤلفه اصلی پاداش‌های نامحسوس (معنوی) دنیوی و پاداش‌های نامحسوس (معنوی) اخروی شناسایی گردید.

از آنجا که مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و سنجه‌ها، براساس تحلیل محتوایی قرآن کریم و نهج‌البلاغه استخراج شده‌اند، نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری لیزرل) صورت گرفته، مناسب بودن متغیرهای مشاهده شده را برای سنجش متغیرهای مکنون تأیید نموده است.

در نهایت، نتایج پژوهش بیانگر آن است که پاداش‌های معنوی دنیوی و اخروی بر ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خلق خدا و در پیوند با خویشتن تأثیرگذار هستند و ارزش‌های معنوی کارکنان در پیوند با خلق خدا نیز بر پاداش‌های معنوی دنیوی و اخروی تأثیر دارند. متغیر ارزش‌های معنوی سازمان در تعامل با کارکنان در میزان تأثیر پاداش‌های نامحسوس یا معنوی بر ارزش‌های معنوی کارکنان نقش میانجی ندارد، اما در تأثیرگذاری ارزش‌های معنوی بر پاداش‌های معنوی نقش میانجی دارد.

نتایج حاصل از پیمایش مدل در سازمان مورد بررسی نیز گویای این است که هم کارکنان و هم سازمان از لحاظ شاخص‌های پاداش‌های معنوی یا نامحسوس در سطح متوسط و پایین‌تر از حد متوسط مقیاس لیکرت قرار دارند.

در پایان نیز براساس نتایج تحلیل محتوا و طبق آموزه‌های اسلام، با بهره‌گیری از نقش انگیزشی پاداش‌های معنوی، راهکارهایی برای نهادینه نمودن ارزش‌های معنوی اسلامی در کارکنان، به سازمان‌ها پیشنهاد شده است. راهکارهایی همچون آموزش و پرورش، قدردانی، فراهم نمودن فرصت رشد و توسعه شخصی، ارتقای قابلیت استخدام و برقراری عدالت در سازمان.

بخش یکم

تاریخچه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش

- تاریخچه معنویت
- معنویت و ارزش‌های معنوی: مبانی نظری و پیشینه پژوهش
- سیستم‌های پاداش در سازمان: مبانی نظری و پیشینه پژوهش
- مؤلفه‌های ارزش‌ها و پاداش‌های معنوی از دیدگاه اسلام

فصل اول

تاریخچه معنویت

امروزه تکامل تاریخی در حوزه مدیریت و سازمان، به لحاظ تئوری و علمی، تحت تأثیر نیرویی قدرتمند قرار گرفته است؛ نیرویی که اگر به درستی هدایت و اداره شود، به نظر می‌رسد توانایی لازم را برای منجر شدن به ژرف‌ترین همکاری‌ها، چه در زمینه‌های حرفه‌ای و چه در زمینه انسانی را دارا باشد (نیل، برگمن، بنر، ۱۹۹۹)^۱ اگر چه در چند دهه اخیر این باور رایج بوده که این نیرو تناسب چندانی با جهان کسب‌وکار ندارد (کانگر، ۱۹۹۴)^۲ و همچنین منحصرأدر ادبیات عامه‌پسند مورد بحث و گفتگو قرار می‌گرفت (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹)^۳، اما اکنون موضوع تحقیق و پژوهش جدی در بسیاری از حوزه‌ها و قلمروهای دانشگاهی و علمی قرار گرفته است (کونلی، ۱۹۹۹)^۴. این نیرو چنان بر اصول مدیریت و سازمان تأثیر گذار بوده که برخی افراد آن را پیشرفت و تحولی اساسی در حوزه مدیریت و سازمان توصیف کرده‌اند (وانگر-مارش، کونلی، ۱۹۹۹)^۵ به‌رغم انتقادات و تردیدها در زمینه تئوری و تجربه آن، شاهد رشد روزافزون و تحقیق و پژوهش در این قلمرو در میان دانشگاهیان، مشاوران و نظریه‌پردازان مدیریت و سازمان هستیم؛ تا جایی که سازمان‌های مدیریتی حرفه‌ای، همچون «آکادمی مدیریت» (۲۰۰۱) و «آکادمی بین‌المللی اصول بازرگانی» (۲۰۰۱) مطالعه و پژوهش در این زمینه را به رسمیت شناخته‌اند (روجاس، ۲۰۰۱)^۶، این نیروی بزرگ و ژرف، چیزی جز «معنویت» نیست؛ به‌گونه‌ای که اداره و هدایت آن در سازمان، مهم‌ترین فعالیت آینده

1. Neal, Bergmann-Lichtenstein & Banner

2. Conger

3. Mitroff & Denton

4. Connell

5. Wanger-Marsh & Conley

6. Rojas

مدیریت خواهد بود (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹). از سوی دیگر، امروزه سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای با محیط‌های متلاطم، پیچیده و متغیّر روبه‌رو هستند. پیچیدگی و تغییر، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی سازمانی شده است. از این‌رو، سازمان‌ها در برخورد با چنین چالش‌هایی، بر الزاماتی از قبیل ایجاد سازمان‌های خلاق، منعطف و پاسخگو تأکید می‌ورزند (از دهه ۱۹۸۰ به بعد، برنامه‌های تغییر و بهبود^۱ که اغلب بر پارادایم مکانیکی تأکید داشته‌اند، نتایج امیدوارکننده‌ی جدی را به ارمغان نیاورده‌اند، یا دست کم باید اذعان داشت که این مداخلات در عصر کنونی پاسخگو نیست) (لاند دید، ۲۰۰۲). امروزه بیشتر کارکنان نسبت به کار خود، احساس دل‌سردی و دل‌زدگی می‌کنند که حاصل کوچک‌سازی‌های سازمانی و مکانیکی است و در مقابل، انتظارات و خواسته‌های سازمان را برآورده نمی‌کنند، در نتیجه سازمان‌ها بر آن شده‌اند تا در جستجوی راه‌های دیگری برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی باشند. این موضوع با در نظر گرفتن جهانی‌سازی و تغییر به سمت سازمان‌های مبتنی بر دانش، ابعاد گسترده‌تری پیدا کرده است، افزون بر این، «امروزه سازمان‌ها با کارکنان رشد یافته‌ای مواجه‌اند که خواستار کار با معنا، هدفمند و ایجاد محیط‌های کاری مساعد برای پرورش خلاقیت و استعدادهای خویش جهت بالندگی خود هستند» (کینجرسکی و اسکرپینک، ۲۰۰۴).

بنابراین، یکی از رهیافت‌های جدید، توسعه‌ی زمینه‌ها و محیط‌های کاری است که خلاقیت و رشد شخصی کارکنان را پرورش دهد و خود واقعی آنان را تحقق بخشد. فرض بر این است که این قبیل محیط‌ها، زندگی کامل‌تری را برای کارکنان فراهم می‌آورند و نتایج و پیامدهای مثبتی از قبیل سودآوری بیشتر برای سازمان‌ها به همراه دارند. اصطلاح «معنویت در کار و محیط کار» توصیف‌کننده‌ی تجربه‌ی کارکنانی است که در کارشان پر حرارت و با انرژی هستند؛ کارشان آنان را ارضا می‌کند؛ معنا و هدف در کارشان را درک می‌کنند و احساس می‌کنند که با همکاران خود ارتباطی اثربخش دارند. «معنویت در کار، با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در محیط کار، همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی و بالندگی کارکنان پیوند خورده است» (همان جا). از این‌رو، ورود معنویت به سازمان‌ها، چالش قرن بیست و یکم تلقی می‌شود و مدیران باید با این پدیده نو پا دست و پنجه نرم کنند.

1. Development

2. Lund Dead

3. kinjerski & Skrypenk

معنویت از واژه لاتین «اسپیریتهاس» گرفته شده است که به معنای «نفس زندگی» است، جیمز (۱۹۶۱) هم چهار خصوصیت برای تجربه‌های معنوی، شامل غیرقابل توصیف بودن، شهود، گذرا بودن و فعل‌پذیری را بر می‌شمارد.

معنویت، شمولی جهانی دارد؛ اگرچه محتوای خاصی از انواع عقاید معنوی وجود دارد، اما همه فرهنگ‌ها مفهومی از نیروی غائی، متعالی، مقدس و الهی را در خود دارند؛ همچنین همه مذاهب در جستجوی کمک به افراد برای رسیدن به هسته ارتباطات وجودی و نقش مثبت و با ارزشی که افراد را به سمت رابطه دوستانه حمایت می‌کند، بوده‌اند که این بهتر از تلاش افراد برای کنار آمدن با رنج‌های زندگی است.

از دیدگاه تاریخی و تطبیقی، فقط می‌توان از کثرت «معنوی»^۱ سخن گفت. معنویت‌های گوناگون و مکتب‌های معنوی بسیاری می‌توان یافت که تعبیرهای فرهنگی خاصی را از آرمان‌های دینی خاص سنت‌های گوناگون نشان می‌دهند. معنویت، نه به مثابه یک ایده یا مفهوم، بلکه عملی است که در سراسر تاریخ بشر یافت می‌شود و آکنده از ظنین آرزوی قلبی بشر برای پابندگی، جاودانگی، یکپارچگی، صلح، شادمانی و سعادت بوده است و در طول تاریخ، دل‌مشغولی دائمی انسان‌ها بوده و امروزه نیز بسیاری از مردم بر روی سیاره ما به دنبال آن هستند (اورسلا کینگ،^۲ ۱۹۹۷). موضوع معنویت، دل‌مشغولی دیرینه بشر است؛ اما بررسی نقادانه و تطبیقی معنویت در بافت جهانی و میان‌فرهنگی، تحول خاص قرن بیستم است (هینلز،^۳ ۱۹۹۵). با این همه، مایه شگفتی است که بسیاری از فرهنگ‌های واژگان و دانش‌نامه‌های معاصر، با اینکه به معنویت‌گرایی، انجمن‌های معنویت‌گرا، تجربه معنوی، یا روش‌های معنوی اشاره می‌کنند، فاقد یک مدخل در باب معنویت به معنای واقعی کلمه‌اند، این نشان می‌دهد که معنویت هنوز یک قلمرو موضوعی نوپدید است. گرایش‌هایی که امروزه در معنویت رایج‌اند، بیشتر بر موضوع و بافت خود تأکید دارند و نیز به روان‌شناسی انسان پیوند می‌خورند (اورسلا کینگ، ۱۹۹۷). در حوزه‌های دینی، بسیاری از ادیان واژه دقیقی برای «Spirituality» ندارند. با وجود این، امروزه مفهوم معنویت عمومی یافته است. علاقه‌مندی جدید به معنویت، با تأکید بر موضوع فردی، خودبالندگی و درک متفاوت‌تری از روان‌شناسی انسان همراه گشته است.

1. Spirituality

2. Ursulla King

3. Hinnells

اکنون معنویت یک کلید واژه جهان‌شمول است که نشان‌دهنده جستجوی جهت و معنا، کلیت و تعالی است (هینلز، ۱۹۹۵).^۱

برخی نویسندگان غربی، به خطا بر این باورند که واژه «معنویت» تنها در دهه‌های اخیر به کار رفته است. اما این واژه پیش از این در زمینه‌های مقایسه‌ای در قرن نوزدهم به کار رفته بود و آن هنگامی بود که اصلا‌حگران هندو، و در رأس آنان سومای ویرکانادا^۲ معنویت هندی را با مادی‌گرایی غربی به مقابله نشانند و ادعا کردند که هند حاوی گنجینه معنوی است که غرب باید همچنان در جستجوی آن باشد (اورسلا کینگ، ۱۹۹۷).

۱. ضرورت و اهمیت مطالعه معنویت در سازمان

مدیریت، همواره در دو حوزه نظری و عملی، تکامل تدریجی و تاریخی داشته است. این تطوّر، به تازگی تحت تأثیر نیرویی قدرتمند قرار گرفته است؛ نیرویی که اگر به درستی هدایت شود، ظرفیت لازم را در زمینه شکوفایی حرفه‌ای و نیز خودشکوفایی انسان دارا خواهد بود (نیل، ۱۹۹۹).^۳ اگر چه این نیرو، بیشتر در حوزه‌های عوام‌پسند مطرح بوده است، اما بنا بر گفته اُکانل^۴ موضوع تحقیقاتی مهمی در بسیاری از نهادهای دانشگاهی شده است. تأثیر این نیرو بر اصول مدیریت، به قدری آشکار بوده که نویسندگانی چون وانگر، مارش و کانلی^۵ آن را یک تحوّل اساسی در مقوله مدیریت توصیف کرده‌اند (روجاس، ۲۰۰۲). به‌رغم انتقادات، جوّ نارضایتی و شکاکیتی که در این زمینه وجود داشته و دارد، بنا بر اظهارات باتس، نتایج و احتمالات مقدّماتی این نیرو، موجب شده تا دانشگاهیان، مدیران، مشاوران و نظریه‌پردازانی که در جستجوی خلاقیت، نوآوری و ابتکار عمل‌هایی در این زمینه هستند، اقبال بیشتری نشان دهند (باتس، ۱۹۹۹).^۶ این جستجو به تولید ایده‌های جدیدی در زمینه پژوهش و تحقیق در مدیریت منجر شده است؛ تا جایی که مراکز آکادمیکی حرفه‌ای، چون آکادمی مدیریت^۷ و آکادمی بین‌المللی اصول بازرگانی^۸ در سال ۲۰۰۱م، آن را به رسمیت شناخته‌اند (روجاس، ۲۰۰۲).

1. Wholeness

2. Swami Wirckanada

3. Neal

4. O'Cannell

5. Wagner-Marsh and Conley

6. Butts.

7. Academy of Management

8. International Academy of Business Disciplines

این نیرو همان «معنویت» است که در دههٔ اخیر شاهد مطالعه و پژوهش بسیاری در زمینه ورود آن به سازمان و پیامدهای آن هستیم. میتروف و دنتون، مدیریت معنویت را یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های مدیریت شمرده و جایگاه و چشم‌انداز معنویت را در این ژرف‌نمایی نشان می‌دهند: «ما بر این باوریم که آنچه بشریت در این وضعیت بحران‌زده با آن مواجه است، انتخاب این نیست که آیا سازمان‌ها باید معنوی تر شوند یا نه؛ بلکه انتخاب این است که آنها چگونه می‌توانند معنوی باشند. اگر قرار است سازمان‌ها با در نظر گرفتن توسعه و پیشرفت باقی بمانند، صادقانه، ما راه چاره‌ای جز معنوی شدن آنها نمی‌بینیم» (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹).

در طول دههٔ گذشته، تغییرات ژرف و بسیاری در کار کارکنان به وجود آمده که این تغییرات فضا و شرایط جدید، نگرانی، تشویش و در برخی موارد، ترس را در میان آنان به وجود آورده است (کونلی، ۱۹۹۸^۲، هرمن، ۱۹۹۸^۳). تلاطم، پیچیدگی، تغییرات محیط، کسب سود بیشتر برای سازمان‌ها، ادغام و کوچک‌سازی، نبودن اطمینان و ناپایداری محیط، موجب شده تا سازمان‌ها در برخورد با این ناپایداری‌ها و تغییرات، متفاوت و مختلف عمل کنند. سازمان‌ها از دهه ۱۹۸۰م، به بعد، برنامه‌های تغییر و بهبود خود را در بازمهندسی، کوچک‌سازی، تکاپوی گروهی (لانداکترین، ۲۰۰۲^۴) کار سخت‌تر و طولانی‌تر و همچنین، ترغیب کارکنان به این امر که با تمام وجود خود را وقف کار نمایند (کندی و مایکل، ۲۰۰۲^۵)، متمرکز ساخته‌اند، اما از آنجا که این تغییرات بیشتر بر پارادایم‌های مکانیکی استواراند، نتایج امیدوارکننده و جدی در پی نداشته‌اند، یا دست‌کم باید پذیرفت که این مداخله‌ها در عصر کنونی پاسخگو نبوده و نیازمند رویکردهای جدیدی برای پاسخگویی به محیط امروزی هستند.

از سوی دیگر، مباحث و موضوعات جدیدی که وارد ادبیات مدیریت شده‌اند، همچون: سازمان‌های کارآفرین، سازمان‌های یادگیرنده، سازمان‌های هولوگرام، تئوری آشوب، تئوری پیچیدگی، تئوری ارزش‌ها، تئوری دانش، تیم‌سازی و مواردی از این دست، همه به گونه‌ای بر مباحث خودسازماندهی، خودشکوفایی، خودکنترلی، خودیابی، خودرهبری و خودمدیریتی کارکنان تأکید دارند؛ چراکه کارکنان «یقه آبی» و «یقه سفید» دیروز، جای خود را به

1. Mitroff & Denton

2. Conley

3. Harman

4. Lund/Katherine

5. Kennedy & Michael

«یقه طلایی»های امروز داده‌اند؛ ویژگی بارز این گروه، دانش آفرینی، کارآفرینی، خودسازماندهی، خودشکوفایی، خلاقیت و نوآوری است.

افزون بر این، مهم آن است که امروزه از یک سو توجه به «انسان» در سازمان بیش از پیش افزایش یافته و از سوی دیگر، نگاه به انسان دگرگون شده است؛ در نگاه جدید به انسان، افزون بر تأکید بر انسان واقعی،^۱ تأکید بر انسان متعالی نیز مشاهده می‌شود. به یقین نیازهای چنین انسانی متعالی تر شده و جستجوی وی برای ارضای نیازهای برتر معطوف خواهد شد. بدین سان، تأمین نیازهای متعالی کارکنان و پرورش نیروهای «یقه طلایی»، نیازمند مباحث جدیدتر و متعالی‌تری در رابطه با رفتار کارکنان خواهد بود. برای پاسخگویی به چنین نیازی، برخی محققان مدیریت، مفهوم «معنویت» را پیشنهاد می‌کنند و «برخی پژوهشگران مدیریت معتقدند معنویت در سازمان، رابطه مستقیمی با رفتار کارکنان در تأمین اهداف فردی و سازمانی دارد. این محققان بر این باورند که ارضای نیازهای متعالی کارکنان را می‌توان در مدل مربوط به معنویت جستجو کرد» (کندی و مایکل، ۲۰۰۲).

با همه این تأکیده‌ها بر معنویت در کار و سازمان، برای توجیه ضرورت مطالعه و تحقیق در این زمینه، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

– پدیده نبودن اطمینان در محیط‌ها در عصر کنونی، سازمان‌ها را بر آن داشته است که بسیار انعطاف‌پذیر باشند: یکی از عملی‌ترین شیوه‌ها، ترغیب کارکنان به این امر است که با تمام وجود، خود را وقف کار سازند و از این راه، خود تمام‌عیار خویش را در کار بیابند که پیامد آن، کارکنانی خلاق و نوآور در پاسخگویی به محیط‌های متلاطم خواهد بود. بروز خود تمام‌عیار در کار، با ورود معنویت به سازمان میسر خواهد بود (همان جا).

– ورود معنویت در سازمان، این توانایی را به کارکنان می‌دهد که چشم‌انداز یکپارچه‌تری را در زمینه سازمان، خانواده و جامعه خویش به دست آورند. اغلب کارکنان، زندگی کاری، زندگی خانوادگی و زندگی معنوی‌شان از هم جداست. به لحاظ اجتماعی، پنجاه تا هفتاد ساعت زندگی کاری در طول هفته، پرداختن ساعتی به نیایش، پرسش و مراقبه، و ساعات باقی‌مانده برای گذران زندگی خانوادگی، ضرورت این جدایی است که رهاورد آن، جدایی از یکدیگر، بیگانگی نسبت به کار و محیط کار و کم‌رنگ شدن معنا در زندگی است. همچنین به لحاظ فردی،

موجبات خستگی، افسردگی و نبودن رضایت در کار را فراهم نموده و اغلب، خلأ عمیق در زندگی فردی تجربه می‌شود (کاوناق،^۱ ۱۹۹۹).

– جو دیت نیل، اهمیت و نیاز به معنویت در کار و سازمان را در دلایل ذیل خلاصه می‌کند: اولاً، مردم در بخشی از زندگی خویش، دچار بحران‌هایی می‌شوند که به‌طور معمول در دوران میان‌سالی اتفاق می‌افتند. در این دوران، بسیاری از افراد (که معمولاً در یک سازمان مشغول به کار هستند) به زندگی کاری و زندگی خانوادگی خود می‌نگرند و آینده و زمانی را که پیش رو دارند، محاسبه می‌کنند و از خود می‌پرسند: «بقیه عمرم چه کاری را می‌خواهم انجام دهم؟ هدفم چیست؟ آیا کاری را که درصدد انجام آن هستم، همان است که می‌خواهم؟».

ثانیاً، نوسان‌ها و تقاضای کارفرمایان برای ساعات کار اضافی، واکنش‌هایی را در برداشته است. امروزه نوع کار و میزان انجام آن، برای کارکنان دغدغه‌ای اساسی شده و این موضوع، نوعی خودبازبینی و خودکاوی را در افراد ایجاد کرده است.

سرانجام اینکه، قرن بیست‌ویکم با توجه به رخدادها و حوادث بزرگی که روی داده یا پیش رو داریم، بازتاب و تعهدات جدیدی را برای آینده ایجاد کرده است. از این رو، به نظر می‌رسد که چالش‌های یاد شده، واکنش‌های متناسبی را می‌طلبند که برخی از آنها با ورود معنویت به سازمان و محیط کار، آسان‌تر خواهد شد (نیل،^۲ ۱۹۹۷).

– امروزه به نظر می‌رسد کارکنان در هر کجا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش‌های مادی را در کار جستجو می‌کنند، آنان در جستجوی کاری بامعنا و امیدبخش بوده و خواستار متعادل ساختن زندگی‌شان هستند، سازمان‌ها، با کارکنانی رشدیافته و بالنده روبه‌رو هستند که در پی یافتن کاری بامعنا و هدفمند و دستیابی به محیط‌های کاری با چنین ویژگی‌هایی هستند «معنویت در کار، توصیف‌کننده تجربه کارکنانی است که کارشان ارضاکننده، بامعنا و هدف‌دار است. همچنین تجربه معنویت در کار، با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در کار، همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی کارکنان پیوند می‌خورد» (کینجرسکی و اسکرپینک،^۳ ۲۰۰۱).

– معنویت در سازمان، قاعده نوینی است که می‌تواند نیرویی قدرتمند و ژرف را برای

1. Cavanagh

2. Neal

3. Kinjerski & Skrypnek

زندگی افراد به ارمغان آورد. این نیروی قدرتمند، زمانی حاصل خواهد شد که زندگی کاری، با زندگی معنوی کارکنان پیوند یابد. با چنین نیرویی، کارکنان حتی با ۱۰۰ هزار ساعت کاری، می‌توانند کاری لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتر داشته باشند. یکپارچه‌سازی معنویت با زندگی کاری، باعث می‌شود که افراد، رضایت بیشتری از کارشان داشته باشند و وقتی از محیط کاری به زندگی خانوادگی و جامعه می‌شوند، به جای گریز از یکدیگر، به یاری هم بشتابند. به دلیل یکپارچگی و تلفیق، ممکن است با افراد اخلاقی‌تر و مولدتر، سازمان به سودآوری بیشتری دست یابد. افزون بر این، «معنویت در محیط کار می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای اجتماع، فعالیت و برای محیط، مسئولیت به ارمغان آورد. این مهم‌ترین وظیفه‌ای است که جامعه کنونی ما در نخستین دهه هزاره جدید با آن روبه‌روست» (گیبونز،^۱ ۲۰۰۱).

– کارکنان هوشمند امروزی، سازمان‌هایی را برای کار برمی‌گزینند که تنها برای گذران زندگی کاری آنان نباشند؛ بلکه در یافتن خویشتن کامل خود در کار، آنان را یاری کنند؛ یعنی یافتن ارتباط بین آنچه که انجام می‌دهند و بین آنچه که باید انجام بدهند و این که آنان چه کسانی هستند. آنچه امروزه به اثبات رسیده آن است که برای حلّ دغدغه‌های کاری، راه‌حل‌های قدیمی کاربرد ندارند. کارکنان در سازمان به دنبال چیزی بیش از ارضای نیازهای مادی هستند؛ تا جایی که گریگوری پیرس،^۲ مسئول نشر و مؤسس «بلیج»^۳ (رهبر کسب‌وکار در برابر کمال، اخلاقیات و عدالت) و یکی از پایه‌گذاران معنویت در سازمان در این باره می‌گوید: «بسیاری از ما زمان زیادی را در حال کار کردن سپری می‌کنیم، شرم‌آور خواهد بود اگر نتوانیم خدا را در آنجا پیدا کنیم» (باردلی و کاناوئی،^۴ ۲۰۰۳) در رویکرد جدید، با ورود معنویت به سازمان، به مدیریت تغییر و بهبود سازمانی این امکان را می‌دهد که به جنبه‌های بنیادین شخصیت انسان توجه بیشتری داشته باشد. در حالی که بنا بر رویکردهای سنتی، مدیریت تغییر را می‌توان از بیرون به درون هدایت کرد و آن را تسری بخشید؛ اما با شناخت زیربنای معنوی در زندگی سازمانی، می‌توان تغییر را از درون به بیرون هدایت نمود. به سخن دیگر، افرادی که زیربنایی معنوی در زندگی کاری‌شان دارند، می‌توانند در مسیری سازگار و متناسب با اهداف سازمانی، رشد و توسعه یابند. وقتی کارکنان با توجه به ابعاد شخصیتی آنان، از درون تغییر کنند،

1. Gibbons

2. Grejory F. A. Pierce

3. BLEEJ

4. Bradley & Kauanui

عاملانی هستند که تغییرات بیرونی را هدایت می‌کنند. دنیس هیتن^۱ در پژوهشی با نام ساختارها، روش‌ها و مقیاس‌هایی برای تحقیق در زمینه معنویت در سازمان‌ها (۲۰۰۴)، پنج شاخص معنویت را برای تغییر و بهبود کارکنان سازمان از درون، ارائه داده است؛ سلامتی، شادمانی، خرد و فرزاندگی، موفقیت و کمال، این ابزارها بر مبنای مقیاس‌هایی هستند که در برنامه‌های مراقبه و تفکر متعالی به کار می‌روند.

زمانی واژه معنویت، در سازمان تابو^۲ قلمداد می‌شد (مک دونالد،^۳ ۱۹۹۹) اما امروزه آهسته آهسته در حال رخنه کردن در کسب‌وکار است، معنویت، آخرین شعار روز مشترک در بین افراد شده است (همان جا) هال،^۴ تغییرات فزاینده‌ای را در سازمان‌های قرن بیست و یکم پیش‌بینی می‌کند. وی چنین می‌پندارد که افراد، بیش از سازمان‌ها، شغل‌ها را کنترل می‌کنند و موفقیت، بر حسب تحقق روان‌شناختی سنجیده می‌شود، نه تحقق مالی. افزون بر این، وی پیشنهاد می‌کند که هم مدیران و هم کارکنان باید معنا و مفهوم دیگر در کارشان با پارادایم جدید بیابند (هال، ۱۹۹۶) هسن^۵ به تغییرات نیازهای کارکنان اشاره می‌کند (هسن، ۲۰۰۱) سازمان‌های امروزی در صورتی با نیازهای تغییر یافته کارکنان موفق خواهند بود که به‌طور کامل به همه نیازها، از جمله معنویت پاسخگو باشند.

اندیشمندان و صاحب‌نظران مدیریت، از معنویت در کار و در محیط کار، برداشت‌های متفاوتی داشته‌اند؛ اما بیشتر آنان به شکلی از مفهوم ضمنی از دین اشاره می‌کنند؛ بعضی با تعبیرهای الحادی و مادی‌گرایانه (آشموس و دوچن،^۶ ۲۰۰۰، دهلر و ولش،^۷ ۱۹۹۴) و بعضی دیگر با دیدگاه‌های وحدانی و خداگرایانه (بنر،^۸ ۱۹۸۹، محمد و همکاران،^۹ ۲۰۰۱) به تعریف معنویت پرداخته‌اند. با هر دیدگاه و هر رویکردی، تحقیقات میتروف و دنتون نشان دادند که کارکنان از سازمان‌های خود این انتظار را دارند که به پرورش و توسعه معنویت آنان در محیط کار حساس باشند. همچنین در این تحقیقات ثابت شد که بین افزایش کیفیت تولید و خدمات

1. Dennis P. Heaton

۲. تابو (Taboo) نهی شده، تحریم شده، ممنوع.

3. Mcdonald

4. Hall

5. Hensen

6. Ashmos & Duchon

7. Dehler & welsh

8. Benner

9. Mohamed, et. all

و معنویت کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹). گذشته از دیدگاه‌های جانبدارانه، باید پذیرفت که سازمان‌ها باید ورود معنویت به سازمان را با توجه به ویژگی فطری آن در انسان‌ها جدی بگیرند (گریفین،^۱ ۱۹۸۸). برای نمونه، میتروف و دنتون پیشنهاد کردند که معنویت باید به‌عنوان یکی از عوامل مهم شخصیت در مدل روان‌شناختی پنج‌عاملی شخصیت یک، عامل ششم دانسته شود (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹). محمد و همکارانش در مطالعات خود به این نتیجه مهم رسیدند که معنویت با رفتار مدیریتی و همچنین عملکرد شغلی کارکنان درهم‌تنیده شده است (هنسن، ۲۰۰۱). برخی مطالعات و تحقیقات (گریفین، ۱۹۸۸؛ هنسن، ۲۰۰۱؛ ریفکین،^۲ ۱۹۹۵) نشان می‌دهند که رویکردهای کنونی در تئوری‌های مدیریت و سازمان نیازمند تغییرات اساسی هستند؛ تا جایی که به تغییر پارادایمی تعبیر شده است؛ پارادایمی که بتواند رویکردهای تلفیقی‌تری نسبت به زندگی خانواده و کار داشته باشد و بتواند قراردادهای جدیدی را بین کارفرما و کارگران به وجود آورد و افراد بتوانند زمان بیشتری را به دیگر ابعاد وجودی خود، از جمله خودکامی و معنویت پردازند و انرژی بیشتری را برای خدمت به هموعان خود پیدا کنند (هنسن، ۲۰۰۱)؛ زیرا که امروزه افراد با نیازهای گوناگونی در محیط کار حاضر می‌شوند که اهمیت بخشیدن به نیازهای انسانی‌تر در قراردادهای جدید، ضروری به نظر می‌رسد. پالمر (پالمر،^۳ ۲۰۰۱) ثابت می‌کند که بین توجه به نیازهای مختلف انسان، به‌ویژه معنویت و موفقیت سازمانی، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد و برای تأیید نظریاتش، نمونه‌هایی از سازمان‌هایی را که به آن اهتمام ورزیده‌اند، ارائه می‌دهد. برای نمونه، به اینتل،^۴ وال‌مارت،^۵ زیراکس،^۶ فورد،^۷ نایک^۸ و هارلی دیویدسون،^۹ اشاره می‌کند، از نظر کارکنان «معنویت درباره ارزش‌هایی است که سبب می‌شود شخصاً احساس خوب و قوی بودن را داشته باشیم» (گریفیت و همکاران،^{۱۰} ۲۰۱۰). بیشتر ابعاد فرهنگ سازمانی سنتی، تنها با برخی از ابعاد وجودی انسان سروکار دارند؛ اما فرهنگ جدید سازمانی، مبتنی بر همه ابعاد وجودی انسان، به‌ویژه معنویت معرفی می‌شود. در تأیید این فرضیه میتروف و دنتون (۱۹۹۹) اذعان می‌کنند که

1. Griffin

3. Palmer

5. Wal-Mart

7. Ford

9. Harley-Davidson

2. Rifkin

4. Intel

6. Xerox

8. Nike

10. Griffiths, et. al

معنویت برای تجربه انسانی، امری بنیادی است و باید بخشی از فرهنگ سازمانی قرار گیرد. مطالعات بیشتر (محمد و همکاران، ۲۰۰۱؛ کنگر و ولش، ۱۹۹۴؛ پالمر، ۲۰۰۱) نیز بر این فرض استوارند که معنویت، یک نیاز بنیادی انسانی است و قطعاً باید بخشی از فرهنگ سازمانی باشد و فرهنگ سازمانی‌ای که بتواند به همه نیازهای کارکنان توجه داشته باشد و اجازه بروز و ظهور معنویت را در محیط کار بدهد، موفقیت سازمانی بیشتری خواهد داشت. در این خصوص که چگونه معنویت از بهبود عملکرد سازمان حمایت می‌کند سه نگرش متفاوت وجود دارد:

الف) دیدگاه منابع انسانی، معنویت، کیفیت زندگی کاری کارکنان را ارتقا می‌دهد؛

ب) دیدگاه فلسفی، معنویت سبب می‌شود کارکنان در کار احساس معنا و هدف کنند؛

ج) دیدگاه روابط بین فردی، معنویت سبب می‌شود کارکنان احساس همبستگی و پیوند با یکدیگر کنند (کاراکاس، ۲۰۱۰).

هیکس^۲ (۲۰۰۳) در زمینه فرهنگ سازمانی مبتنی بر معنویت چنین می‌نویسد: «برخی صاحب‌نظران، در قالب اصطلاحات توصیفی تحلیلی، شیوه‌هایی را که یک سازمان می‌تواند در زمینه فرهنگ دینی، شبه‌دینی یا معنوی داشته باشد، بیان نموده‌اند و در این زمینه گام‌های اساسی در توسعه یا حتی ارتقای دین و معنویت در سازمان‌ها برداشته‌اند. با توجه به تنوع تعهدات دینی، معنوی، فرهنگی و سیاسی کارکنان و مدیران، جلوگیری از شکل‌گیری ارزش‌های متنوع در محیط کار، امری ناممکن است. هیکس با توجه به تحقیقات و پژوهش‌هایی که در این زمینه داشته، معتقد است: «من طرف‌دار محیط کاری دینی یا معنوی هستم؛ نه رویکردی سکولار به دین و معنویت که محدودیت نامناسب و غیرواقعی را بر کارکنان تحمیل می‌کند. من ادعائی اخلاقی را مطرح می‌کنم که به‌طور خلاصه نباید کارکنان را مجبور به ترک مظاهر دینی یا معنوی نمود» (هیکس، ۲۰۰۳).

هیکس آشکارا به منتقدان فرهنگ سازمانی مبتنی بر دین و معنویت خرده می‌گیرد و آنها را به عدالت و اخلاق و انصاف دعوت می‌کند. با وجود این، وی در بخش دیگری از کتاب خود، بدون تعصبی خاص، منابع فرهنگ‌های سازمانی مبتنی بر معنویت و دین را براساس شواهد و تحقیقات خود ارائه می‌دهد و بر این باور است که فرهنگ به مثابه عاملی بسیار مهم در چگونگی سازگار کردن ساختارها، فرایندها و ایده‌ها از سوی سازمان‌های تأثیرگذار است.

این فرهنگ است که رفتار، روش فکر کردن و باور گروه‌های اجتماعی سازمان را تبیین می‌کند. جوهره فرهنگ، نه قابل دیدن است، و نه مادی و نه قابل لمس؛ بلکه فرضیات بنیادی مشترکی است که افراد برای درک دیگران و خودشان از آن بهره می‌برند.

بنابر مطالعات و تحقیقات محمد و همکارانش (۲۰۰۱) مدل‌ها و تئوری‌های سازمانی و مدیریتی که ابعاد معنوی انسان را در محیط کار نادیده می‌گیرند، ناکارآمد باقی می‌مانند. آنان بر این باورند که تئوری‌ها و مدل‌های رایج مدیریت، برای رفتارهای خرد و کلان سازمانی، توجیه مناسبی برای معنویت و تأثیرهای آن در افراد ندارند و در برخی مدل‌ها و تئوری‌ها خلأ مفهومی‌ای مشاهده می‌شود که هم گمراه‌کننده و هم ناقص است.

کنگر (۱۹۹۴) بر این عقیده است که در تعریف تئوری‌های رفتار سازمانی، به‌ویژه تئوری‌های مربوط به رهبری، باید بعد معنوی را در نظر گرفت. باید تعریف جدیدی از رهبری ارائه داد که موجب بالندگی کاری کارکنان شود. افزون بر کنگر، مارسیک^۱ (۱۹۹۷) به طراحی‌های سازمانی اشاره دارد که باید احساس اجتماعی شدن و معنویت در آنها تجسم یابد. مارسیک توصیه می‌کند که ارزش‌های معنوی در تئوری‌های سازماندهی نوین باید یکی از گزینه‌های اساسی برای مهندسی مجدد و کوچک‌سازی سازمان‌ها در اولویت قرار گیرد و فرایند مربیگری در این زمینه می‌تواند بسیار کمک‌رسان باشد (گریفیت، ۲۰۱۰) با این اوصاف، انقلاب معنوی در سازمان‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت. تئوری‌های مدیریت و سازمان، به‌ویژه در قلمرو مطالعات سطوح خرد، یعنی مدیریت منابع انسانی و مدیریت رفتار سازمانی، اگر بعد معنوی کارکنان را نادیده بگیرند، با چالش‌های جدی مواجه خواهند شد. اگر معنویت را پدیده‌ای فرهنگی بدانیم، پس معنویت، بر فرهنگ سازمانی و به تبع آن، در بخش‌های دیگر سازمان نیز تأثیرگذار است. با وجود این، اگر مطالعه و تحقیقات درباره تأثیر معنویت در تئوری‌های سازمان و مدیریت، ناچیز است، دلیل بر نداشتن حقایق و همچنین نیاز نداشتن به آن نیست، به نظر می‌رسد مطالعات آینده - که به‌طور فزاینده‌ای نیز روبه رشد هستند - بر غنای تئوری‌های سازمان و مدیریت، با توجه به بعد معنوی کارکنان بیفزایند.

بنابراین، ورود معنویت به حوزه مطالعات سازمانی اجتناب‌ناپذیر است و باید شاهد حاکمیت یک پارادایم جدید با گرایش به ارزش‌های انسانی باشیم؛ یعنی چرخش پارادایمی از «انسان به مثابه گاو شیرده راضی نئوکلاسیک‌ها» (اسکات، ۱۳۷۳) به انسان تعالی‌جو و کمال‌طلب.

۲. محدودیت‌های مطالعه و پژوهش در زمینه معنویت

آنچه از دیدگاه یک ناظر تیزبین در ملاحظات و مطالعه نظری و تجربی پیرامون معنویت و مدیریت می‌توان نتیجه گرفت، این است که مطالعات موضوع معنویت، به‌ویژه در قلمرو تجربی در سازمان، کاملاً در ادبیات این علم پراکنده است. همچنین تعریف معنویت، چه از نظر کاربردی و چه از زاویه نظری، بسیار مشکل به نظر می‌رسد؛ پراکندگی و گوناگونی آرا در حوزه نظری، بسیار است و نبود آن در حوزه عملی، احساس می‌شود.

دلایل این امر را می‌توان در موارد ذیل برشمرد:

۱. تعریف‌ها و سازه‌های روشن و منسجمی در این عرصه احساس نمی‌شود؛
۲. اختلاف نظر فلسفی همیشگی میان علم و روح، در این قلمرو نیز وجود دارد؛
۳. برای کمی‌کردن معنویت، باید وسواس و حساسیت بسیار به خرج داد (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹)؛
۴. شکاف میان مباحث علمی و معنوی، نپذیرفتن دو جنبه را در اهمیت و اعتبار آن موجب خواهد شد (وایبر،^۱ ۱۹۹۷)؛
۵. ورود معنویت به سازمان، نتایج غیر مادی طولانی مدت‌تری (مثل رفاه محیطی و اجتماعی یا انسانی) در پی خواهد داشت که با زمینه‌های فناوری-اقتصادی که مقیاس‌های مالی کوتاه مدت را دنبال می‌کنند، در تقابل خواهد بود (گیبونز، ۲۰۰۱)؛
۶. معنویت در محیط کار، به‌طور برجسته، یک پدیده در آمریکای شمالی است (همان‌جا)؛ بنابراین، ورود ادبیات و یافته‌های آن به فرهنگ اسلامی ایرانی، دقت نظر و همچنین مطالعات و پژوهش‌های بسیاری می‌طلبد؛
۷. از لحاظ سازمانی، معنویت پدیده‌ای نوپاست، از این‌رو، مطالعات و تحقیقات دانشگاهی چندانی درباره آن صورت نگرفته است؛
۸. متون اولیه معنویت در سازمان، عامه‌پسند هستند هرچند مراکز معتبر حرفه‌ای مدیریت به تازگی به آنها اعتبار بخشیده‌اند، اما کافی نیستند؛
۹. برخی اوقات یک پدیده، پلورالیستی تلقی می‌شود (گیبونز، ۲۰۰۱)، معنویت در سازمان به‌ویژه در نهضت‌های جدید،^۲ به خود اجازه می‌دهد که هر چیزی را به هر طریقی معنوی بداند؛

۱۰. بسیاری از تجربه‌های معنوی کارکنان در محیط کار، شخصی و عمیقاً ذهنی و متعالی است (کینجرسکی و همکاران، ۲۰۰۴)^۱؛
۱۱. فقدان یک مقیاس پذیرفته شده عمومی، مانع بررسی این نکته می‌شود که چگونه افراد، معنویت در کار را توسعه می‌دهند و چه عواملی معنویت در کار را ارتقا می‌بخشد و آیا رابطه مثبتی میان سودآوری و معنویت در سازمان وجود دارد که مستندات بسیاری می‌خواهد (همان جا)؛
۱۲. بدعت معنویت (گیبونز، ۲۰۰۱)؛ بدین معنا که از مسیر و هدف اصلی خویش خارج شده تا از درون تهی شود و به صورت یک کار پیش‌یافته، حالتی نمادین به خود بگیرد؛
۱۳. سنجش معنویت افراد از جهت پرداختن به ارزش‌ها و اعتقادهای آنان از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است و احتیاط بسیاری می‌طلبد. افزون‌براین، ابزار سنجش معنویت همانند ابزارهای سنجش کمی دیگر، به جای بررسی مستقیم رفتار مبتنی بر معنویت، نگرش بازیگران جهان سازمانی را می‌سنجد. متغیرهای مرتبط به هم، از قبیل عقاید، احساس‌ها، نظریه‌ها، ادراک‌ها و ارزش‌ها را نمی‌توان با ابزارهای سنجش رایج به‌طور مستقیم سنجید؛ بلکه بیشتر می‌توان نوع نگرش به متغیرهای یاد شده را مورد سنجش قرار داد. بنابراین، باید در تعمیم نتایج و یافته‌های پژوهش میدانی بسیار دقت نمود و حتی باید به تجربه‌های معنوی هر فرد نیز با دیده احترام نگریست.

نتیجه‌گیری

در این فصل به تاریخچه معنویت در ادبیات سازمان و مدیریت پرداخته شد. همچنین به اهمیت و ضرورت مطالعه معنویت در سازمان با عنایت به تغییرهای سریع دنیای معاصر اشاره گردید. بدین ترتیب، واضح است که باید تلاش مضاعفی در جهت تحقق ارزش‌های معنوی اسلامی در سازمان‌های ایرانی صورت پذیرد.

1. Kinjerski, et. al.