

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره های ۳ و ۴، ۱۳۸۸

جایگاه معنویت کاری در جامعه سازمانی امروز

دکتر وحید ناصحی فر، محمد رسول الماسی فرد*

گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

چکیده

زمینه: دنیای نوین در ایجاد پیشرفتهای علمی و تامین رفاه نسبی آدمی موفق بوده است، اما آنچه نتوانسته انجام دهد، پیشبرد اخلاق بشر می باشد. با توجه به خلاء های باطنی و اخلاقی در جوامع امروزی و نیز دلمشغولی همیشگی بشریت به معنای زندگی، طرح معنویت یکی از مهم ترین موضوعاتی است که امروزه برای ایجاد پیوند میان ارزشهای دنیای سنتی و دنیای نوین در حوزه های مختلف مورد توجه قرار گرفته است. سازمانها به عنوان وجه غالب جوامع امروز، یکی از گسترده ترین حوزه هایی می باشند که اخیراً شاهد شکل گیری و توسعه رویکرد های معنوی در آنها می باشیم. **روش کار:** در این مطالعه به روش کتابخانه ای سعی شده است که ضرورت توجه به مقوله معنویت در سازمانها و محیط کاری نشان داده شود. در این خصوص ابعاد، مزایا و نحوه توسعه معنویت کاری در سازمانها مورد بحث قرار گرفته است. **نتیجه گیری:** با توجه به حضور گسترده سازمانها در جوامع و پیامدهای خواسته و ناخواسته ای که سازمانها منشاء شکل گیری آن هستند، حضور معنویت در حوزه سازمانی ناگزیر می نماید. به دلیل حاکمیت الگوهای ماشینی و عقلایی، محیطهای کاری به شدت نیازمند شکوفایی معنویت در خود می باشند. نتایج تحقیقات مختلف حاکی از استقبال سازمانها از این الگوهای جدید و تلاش برای توسعه آن در محیطهای کاری است. آنچه که مقاله حاضر بر آن تاکید دارد لزوم انجام تحقیقات تجربی و نیز اقدامات عملی در این زمینه در کشور می باشد.

کلید واژه ها: معنویت کاری، جامعه سازمانی، اخلاق کاری.

سرآغاز

مقدمه بحث معنویت مفهوم "معنا" می باشد. "معنا" با وجوه درونی، روانی و اخلاقی انسان پیوند می خورد. پس از خللهای بسیاری که تجدد^۱ به خود دید، امید آنکه بتوان بر پایه بنیانهای فکری آن به هویتی دست یافت، کم رنگ تر گردید. در این میان بحث "معنا" به ویژه از سوی متفکران هستی گرا^۲ نظیر کی یو کیگور، هایدگر، سارتر و کامو مطرح شد. اینجاست که ما با عباراتی همچون "کسی که چرایی زندگی خود را یافته باشد، با هرچگونگی آن خواهد ساخت" و "یا" معنای درد، درد ها را از بین می برد"، مواجه می شویم. سخن گفتن از معنا و بحران معنا بسیاری از متفکران جدید را بدان

سمت سوق داده که از "معنویت"^۳ سخن بگویند. در واقع سخن گزافی نیست اگر اذعان کنیم که گفتمان معنویت کاملاً با توجه به بحرانی که بشریت در زمینه معنا در خود حس می کند به وجود آمده است (۱). این بدان مفهوم است که انسان احساس کرد همه شرایط دست به دست هم داده و سبب شده است تا او برای دردها، شادیها، اعمال و افکار خویش دلیلی نداشته باشد. گویی انسان در یک تکلیف جدید گرفتار شده است که یک وجه آن تولید و اضلاع دیگر آن مصرف و لذت هستند. چرا تولید کنیم، برای آنکه مصرف کنیم و چرا مصرف کنیم برای آنکه لذت ببریم؟! به نظر می رسد

دکتر وحید ناصحی فر: جایگاه معنویت کاری در جامعه سازمانی امروز

برای آن بر افراشته نشد، هیچ گاه اضطرابی را نینگیخت و با مقاومتی روبه رو نشد اما زندگی ما را دگرگون ساخت. لذا با توجه به غلبه سازمانها بر همه شئون زندگی ما و نیز دلمشغولی دیر پای بشریت نسبت به معنویت، شکل گیری و پیدایش رویکرد های مختلف معنوی در بستر سازمانی ناگزیر می نماید. هرچند این توضیح خود دلیلی کافی برای پیگیری موضوع معنویت در محیطهای کاری می باشد، اما وقتی ما با جنبه های ناخواسته و نامطلوب سازمانها مواجه می شویم، ضرورت توجه به این امر بیش از پیش احساس می شود. گفته روزاک در مورد جامعه غربی- به عنوان مظهر تجدد و نمود جامعه سازمانی- به خوبی روشنگر این موضوع است؛ "جامعه غربی تحت تاثیر فن سالاری^۴، تبدیل به علمی ترین جوامع می شود. با این وجود آدمهای سراسر جهان توسعه یافته چون انسان مسخ شده کافکا، هر روز سرگشته تر از روز پیش، زندانیان دژ های دست نیافتنی هستند که در آنها فناوران اسرارآمیز با سرنوشت آنان به بازی مشغولند. در جای دیگر نیز نورمن میلر تلاش می کند با جمالتی زیبا همین وضعیت را به تصویر بکشد: تمدن ما صد ها ستاره از آسمان نورباران شبهای بشر می رباید، اما دزدی هیچ ستاره ای به اندازه نشانندن متخصص در جای فرشته ی مهربان، قرار دادن بحران عقل گرایی در جایگاه دیو پلید، و جایگزینی عجزه جادوگر با زن عصبی، بی رحمانه نیست"^(۲).

بدین ترتیب، برداشت اولیه می تواند این گونه باشد که با توجه به حضور گسترده سازمانها در جوامع و پیامد های خواسته و نا خواسته ای که سازمانها، منشاء شکل گیری آن هستند، ظهور معنویت در حوزه سازمانی و لزوم پژوهش و اقدام در این زمینه ناگزیر

انسان با یک دوره انحطاط روبه روده و همین سبب گردیده است که عده ای درصدد برآیند در قالب گفتمان معنویت، به این پرسش پاسخ دهند که چگونه می توان بر رنجهای مهم بشری فائق آمد. واضح است برخی از این رنجهای ماندگاری هستند که از آغاز خلقت آدمی با وی همراه بوده اند. اینکه از کجا آمده ایم؟ برای چه آمده ایم؟ و به کجا می رویم؟ پرسشهایی نیستند که در یک یا دو قرن اخیر، انسان با آن روبه رو شده باشد. این پرسشها برای قرنها و هزاران سال، ذهن و زبان انسان را به خود مشغول نموده اند و هنوز هم با او همراه هستند. پس از آنکه عقل نقاد جهان جدید در پاسخ به این پرسشها با مشکلات بسیاری مواجه شد، اکنون انسان به حوزه های وجودی و اخلاقی خویش رجوع کرده تا با مدد گرفتن از این ساختها به پرسشهای مذکور نزدیک شود. در راستای این رجعت، موضوع معنویت به عنوان یکی از مهمترین طرحهایی است که در اواخر سده بیستم و اوایل سده بیست و یکم برای پیوند ارزشهای نوین و سنتی و معنا دار کردن زندگی انسانی مطرح گردیده است.

اما آنچه در این میان توجه ما را به خود جلب نموده است، ظهور مفهوم معنویت در سازمانها و محیطهای کاری می باشد. اگر قرن حاضر را جامعه سازمانی قلمداد کنیم، ادعایی نابه جا نکرده ایم. به قول پارسونز، جامعه شناس معروف آمریکایی، در جامعه چندین وجهی امروز، ایجاد سازمانها راه اصلی تحقق پذیر ساختن خواسته ها و نیل به هدفهایی است که انسانها به تنهایی نمی توانند به آنها برسند. در عصر حاضر تقریباً جایی را که فاقد سازمانی باشد نمی توان یافت. سازمانها بر همه شئون زندگی ما تسلط یافته اند. در حقیقت ظهور جامعه سازمانی، انقلابی بود که هیچ گاه پرچمی

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره های ۳ و ۴، ۱۳۸۸

ارائه می کنند. مفهوم معنویت در همه سنت‌های دینی به وفور وجود دارد. علی رغم وجوه مشترک فراوان، مقصد و آرمان‌های معنوی، در سراسر این سنت‌های دینی، به طرز چشمگیری نیز با یکدیگر متفاوت است: انسانها ممکن است در جستجوی اتحاد با خدا باشند، آنان ممکن است برای رسیدن به یگانگی نهایی (برهمن) بکوشند، ممکن است در آرزوی رسیدن به حالت روشن شدگی (نیروانا)، درک رهایی یا رستگاری (موکّشه)، یا رسیدن به بهشت باشند (۳). با این حال، آنچه که در این دیدگاه اهمیت دارد آن است که هر سنت دینی از یک سرچشمه غنی معنوی برخوردار می باشد.

در کنار این نگرش عمدتاً دینی که معنویت را از خاستگاه ادیبانی همچون اسلام، مسیحیت، بودا و هندو می نگرد، دیدگاه دیگری نیز می باشد که معنویت را فراتر از یک دین خاص، قلمداد می کند. منظور از معنویت در "دیدگاه فرادینی" معنویتی است که از تمام تعالیم و آموزه های دینی بهره می برد، اما منحصر به آن نیست و در آن متوقف نمی شود. به عبارتی دیگر، به ادیان، نه یک دین خاص التفات دارد. ارزشهای محوری در معنویت فرا دینی صلح، آرامش درونی، وحدت انسانی، حقیقت یابی، آزادی حقیقی، کل بودگی وجود، و برتر از همه عشق است (۵). در واقع دیدگاه معنویت فرادینی یاد آور عقیده عارفان سنت‌های مختلف جهان است که به طریقی بخشی از دین، برای رسیدن به حقیقت معتقدند و به تقسیم بندی شریعت، طریقت و حقیقت دست می زنند. در مجموع می توان گفت که در این دیدگاه، از کثرت گرایی دینی به کثرت گرایی معنوی گذر شده است.

بدین ترتیب با اشاره ای گذرا به این دو رویکرد اصلی، اکنون بهتر می توان به ارائه تعاریفی از مفهوم معنویت پرداخت: معنویت را به

می نماید. اما پیش از پرداختن به موضوع معنویت در محیط کاری سازمانها، لازم است اشاره ای هرچند گذرا به مفهوم معنویت داشته باشیم.

معنویت چیست؟

به لحاظ تاریخی و تطبیقی فقط می توان از کثرت معنویت سخن گفت. جستجوی معنوی در طول تاریخ، تعبیر فرهنگی بی شماری یافته است، اما شیوه ای که به مدد آن، این گرایش امروزه از راه تفکر انتقادی و در یک بافت جهانی و میان فرهنگی مورد پژوهش قرار می گیرد، تحول خاص قرن بیستم محسوب می گردد (۳). در جوامع امروزی، همه به دنبال یافت دوباره معنویت به منزله یک بُعد گمشده یا دست کم پنهان در یک جهان عمدتاً مادی هستند. در این شرایط بسیاری از نوشته ها از معنویت سخن می گویند، تا آن جا که این موضوع حتی در مباحث سازمان ملل نیز مطرح شده است. اما از آنجا که این واژه در زمینه های بسیار متفاوتی به کار می رود، آن را به آسانی نمی توان تعریف کرد. همان طور که باومن نیز بیان می کند "تعریف اصطلاحاتی نظیر معنویت در حالی که تظاهر به شرح و تفصیل می کنند، موضوع را پیچیده تر می نمایند" (۴). شاید در میان این گستردگی، تنوع و گاه در هم ریختگی، بتوان دو جریان اصلی را تحت عنوان معنویت دینی^۵ و معنویت فرادینی^۶ ردیابی نمود که توجه به آنها می تواند تا حدودی به فهم موضوع کمک کند.

معتقدان دیدگاه دینی، معنویت را قلب دین یا بالاترین آرمان آن می دانند، که به ویژه در تجربه دینی با آن مواجه می شوند. معنویت های گوناگون و مکتب های معنوی بسیاری را می توان یافت که تعبیر فرهنگی خاصی را از آرمان های دینی گوناگون

معنویت را در سازمان و محیط های کاری به خوبی آشکار می سازد. میترف و دنتون بیان می دارند: "ما بر این باوریم که آنچه بشریت در این وضعیت بحران زده با آن مواجه است، انتخاب این نیست که آیا سازمانها باید معنوی تر شوند یا خیر؟ بلکه انتخاب این است که آنها «چگونه» می توانند به این مهم دست یابند" (۱۰). دی بک درباره محیطهای کاری بیان می کند که سازمانها به طور فزاینده، در حال تبدیل شدن به مکانی هستند که بستر جستجوی "خود" در جهت معنا بخشیدن به زندگی را فراهم می آورند (۱۱). واژه "معنویت در سازمان" که زمانی تابو قلمداد می شد و تنها در ادبیات عامه پسند مورد بحث و گفتگو قرار می گرفت، اکنون به عنوان موضوع پژوهشهای دانشگاهی و علمی به طور جدی مطرح است. این نیروی قدرتمند چنان بر اصول مدیریت و کسب و کار پرتو افکنده و نظریه های آن را تحت تاثیر قرار داده است که از نظر برخی صاحب نظران به عنوان یک تحول و پیشرفت اساسی در حوزه مدیریت و بازرگانی به شمار می آید. معنویت در سازمان، قاعده نوپدید است که می تواند نیروی قدرتمند و ژرف را برای زندگی افراد به ارمغان آورد. این نیروی قدرتمند، زمانی حاصل خواهد شد که زندگی کاری با زندگی معنوی کارکنان پیوند بخورد. با چنین نیرویی، کارکنان تقریباً با صد هزار ساعت کاری، می توانند کاری لذت بخش تر، متوازن تر و معنادارتر داشته باشند. ورود معنویت در سازمان، به کارکنان این توانایی را می دهد تا چشم انداز یکپارچه تری را در زمینه سازمان، جامعه و خانواده خویش به دست آورند (۵). کارکنان هوشمند امروزی، سازمان هایی را برای کار بر می گزینند که صرفاً جهت گذران زندگی کاری آنان نباشد، بلکه در یافتن خویشتن کامل خود در کار نیز به آنها کمک نماید.

شیوه ای کلی و عام به جست و جوی چیزی که در پیوند با انسان شدن است، تعریف کرده اند (۶). این یک تعریف کاملاً بی طرفانه است، که به هیچ دین خاصی اشاره نمی کند و در عین حال همه ادیان را شامل می شود. در یک تعریف نسبتاً جامع تر، معنویت را "کوششی برای پیدا شدن حساسیت به خود، دیگران، محیط طبیعی، و خدا که درون و فراسوی این کلیت است" دانسته اند (۷). معنویت را اینگونه نیز وصف کرده اند: "شیوه ای که در آن، شخص، بافت تاریخی خویش را درمی یابد و در آن زندگی می کند. این جلوه ای از دین، فلسفه یا اخلاق او است که به مثابه متعالی ترین، شریف ترین و سنجیده ترین چیز نشان داده می شود و به آرمان یا کمال مطلوب می انجامد" (۸).

در هر حال علی رغم شکلهای ظاهری مختلف در معنویت و دیدگاههای گوناگون در این رابطه، مفهوم معنویت در پیوند با این باور مشترک است که حقیقتی، بزرگ تر و کامل تر هست که ما را احاطه کرده، به ما اشاره می نماید و ما را فرامی خواند. آنچه که در میان این تعاریف و تفاسیر بیش از همه اهمیت دارد، گرایش فزاینده به رویکرد های معنوی و بازگشت دوباره انسان به مأواهای باطنی خویش است، که اکنون در میان حوزه های مختلف مورد توجه می باشد. در میان این تنوع و گستردگی، آنچه که اخیراً مورد استقبال پژوهشگران و دست اندرکاران امر قرار گرفته ظهور پدیده معنویت در محیطهای کاری سازمانها می باشد.

معنویت در سازمانها

"بسیاری از ما زمان زیادی را در حال کار کردن سپری می کنیم، شرم آور خواهد بود اگر نتوانیم خدا را در آنجا پیدا کنیم" (۹). این جمله گریگوری پیرس در حقیقت، ضرورت و جایگاه گفتمان

و ژرف از ارزش کار، زندگی، پهناوری عالم هستی، موجودات طبیعی و نظامهای باور شخصی است (۱۶)

• اصطلاح معنویت در کار و محیط کار، توصیف کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پر حرارت و با انرژی هستند، کارشان آنان را ارضاء می کند، معنا و هدف را در کارشان درک می کنند و احساس می کنند با همکارانشان ارتباطات اثربخشی دارند (۱۷)

در کنار تعاریف مذکور از معنویت کاری که هیچ اشاره ای به دین خاصی نمی کند، باید به این نکته نیز اشاره کرد که هریک از ادیان مختلف با توجه به غنای معنوی خود، موضوع معنویت کاری را مورد توجه قرار داده اند. برای مثال، مسیحیان باور دارند که معنویت نوعی دعوت به کار می باشد. آنها، کار را مشارکت در خلاقیت خداوند و وظیفه ای الهی می دانند. بویژه پروتستانها که پیرو عقاید مارتین لوتر هستند، عقیده دارند که خداوند به طور مداوم در حال خلق است و کار کردن، مشارکت با خداوند است (۱۸). هندو ها عقیده دارند باید تلاش کرد و نتیجه را به خداوند می سپارند. بودایی ها، کار سخت را ابزاری می دانند که سبب بهبود در زندگی فرد به عنوان یک کل شده و نهایتاً موجب غنی سازی تمام و کمال زندگی و کار می شود (۱۹). این دیدگاه در اسلام معمولاً در قالب اخلاق کار اسلامی مطرح می شود. اخلاق کار اسلامی، مسلمانان را به تعهد بیشتر به سازمان، همکاری، مشارکت، مشورت، بخشش، گذشت و ... تشویق می کند (۲۰).

در هر حال موضوع معنویت در کار و محیطهای کاری- درست مشابه خود مفهوم معنویت- امری است که هم در آموزه های ادیان و هم در رویکرد های فردینی و هستی گرایانه مورد توجه خاص قرار گرفته است. در جهت فهم بهتر موضوع معنویت کاری، با بهره

یافتن ارتباط بین آنچه که انجام می دهند، بین آنچه که باید انجام بدهند و این که آنها چه کسانی هستند. آن چه امروز به اثبات رسیده است، برای حل دغدغه های کاری، دیگر راه حل های قدیمی کاربرد ندارد، کارکنان در سازمان به دنبال چیزی بیش از ارضای نیازهای مادی هستند (۱۲). همان طور که بایرمن بیان می کند عکس العمل طبیعی به انبوه الگوهای خشک و ماشینی در محیطهای کاری، ظهور معنویت در سازمانها بوده است (۱۳). بدین ترتیب ورود معنویت در حوزه مطالعات سازمانی، حتی در چارچوب عقلانیت ابزاری غرب نیز اجتناب ناپذیر است.

تعریف معنویت در کار

تعریف معنویت در کار همانند تعریف معنویت مشکل است، اما همان طور که معنویت می تواند به صورت انتزاعی بر حسب ویژگیها، انواع و محتوای معینی تعریف شود، معنویت در کار نیز به همان شیوه قابل تعریف می باشد. گی بنز پس از انجام یک فراتحلیل از تحقیقات صورت گرفته در زمینه معنویت چنین بیان می کند: "هرچند معنویت در کار، مفهوم فلسفی و فردی عمیقی را در خود دارد، با وجود این، تقریباً تمام تعاریف آکادمیکی در این زمینه اذعان دارند که معنویت در کار در برگیرنده مفهومی از احساس تمامیت و به هم پیوستگی در کار و درک ارزشهای عمیق در کار است" (۱۴). علی رغم این توضیح روشن، در زیر چند مورد از تعاریف مربوط به معنویت کاری نیز ارائه شده است:

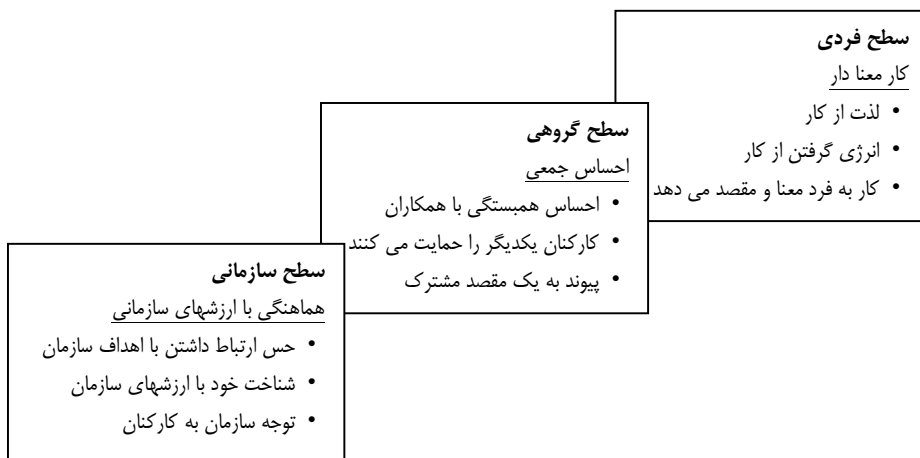
- معنویت در کار، سفری است به سوی یکپارچگی شغلی که جهت، کمال و پیوستگی در محیط کار را فراهم می آورد (۱۵)
- معنویت در کار نیرویی الهام بخش و برانگیزاننده جهت جستجوی مداوم برای یافتن معنی و هدف در زندگی، درک عمیق

معنویت در محیط کار به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی تفکیک شده است که در آن سطح فردی، معادل کار با معنا، سطح گروهی، معادل احساس یگانگی و یکپارچگی با دیگران و سطح سازمانی، معادل همسانی و همسویی با ارزشهای سازمان در نظر گرفته می شود (۲۱).

گیری از یک الگوی مفهومی به تبیین ابعاد این مهم در سازمان می پردازیم.

مفهوم سازی معنویت کاری

به منظور ارائه یک چهارچوب تحلیلی از مفهوم معنویت در سازمان، از الگوی ارائه شده در زیر بهره می گیریم. بر اساس این الگو،



شکل ۱: مفهوم سازی معنویت در محیط کار (۲۱)

رویاها، آرزوها و آمال زندگی فرد، ابراز و ارضاء نیازهای درونی زندگی فرد و همکاری با دیگران نیز می باشد. در این میان، کار فرد بیش از یک هدف مورد نظر است زیرا صیقل دهنده، چالشی و در جهت تکامل، بالندگی و تحقق واقعیهای فردی می باشد. احساس همبستگی (سطح گروهی): یک بعد اساسی دیگر از معنویت در محیط کار، شامل احساس نوعی پیوند و احساس همبستگی عمیق با دیگران است. این بعد از معنویت در محیط کار در سطح گروهی از رفتار انسانی رخ می دهد و بر تعاملات بین کارکنان و همکاران دلالت دارد. همبستگی در محیط کار، مبتنی بر این باور است که افراد، یکدیگر را در پیوند با هم

کار بامعنا (سطح فردی): یک جنبه اساسی معنویت در محیط کار، احساس درونی یک فرد از کار با معنا و هدفمند است. کار با معنا، احساس عمیق از معنا و هدف در کار یک فرد است. در این سطح یک فرد با کارهای روزمره خود در تعامل است. هر فرد با توجه به تمایلات، علایق، نگرشها و باورهای درونی اش با کار، دست و پنجه نرم می کند. درگیری فرد در کارش در معنا بخشیدن و هدفمند کردن کار وی حائز اهمیت است. معنا بخشیدن و هدفمند کردن کار در این سطح، صرفاً چالشی بودن و توجه به هدف پیش بینی شده نمی باشد، بلکه همچنین نگرش یک فرد نسبت به کارش، جستجو برای یافتن معنا و هدف عمیق در کار، دستیابی به

می دانند و این که بین خود درونی هر فرد با خود درونی دیگران رابطه وجود دارد. این سطح از معنویت در محیط کار شامل ارتباطات ذهنی، احساسی و معنوی بین کارکنان در گروههای کاری می باشد.

همسویی ارزشها (سطح سازمانی): سومین بعد معنویت محیط کاری، تجربه یک حس قوی از همسویی بین ارزشهای فردی کارکنان با رسالت، مأموریت، و ارزشهای سازمان است. این بعد از معنویت در محیط کار، تعامل کارکنان با مقصود سازمانی بزرگ تر را در بر می گیرد. همسویی با ارزشهای سازمان به این معناست که افراد باور دارند که مدیران و کارکنان در سازمان دارای ارزشهای مرتبط و یک نوع وجدان قوی هستند و سازمان نسبت به رفاه کارکنان و همبستگی آنان توجه دارد. کارکنان مایلند در سازمانی کار کنند که هدف سازمان، صرفاً کسب سود نباشد، بلکه در جستجوی داشتن مفهوم و معنای متعالی تر از اصول اخلاقی، راستی، درستی و خوب بودن نیز باشد و سهم بیشتری نسبت به همنوع خود در تأمین آسایش کارکنان و مشتریان و جامعه داشته باشد (۲۱).

بدین ترتیب الگوی مذکور، چارچوب مشخصی را برای درک مفهوم معنویت کاری در سازمانها را ارائه می کند. همچنین، تحقیقات تجربی و اقدامات عملی نیز تحت این الگو می توانند به روشنی، مسیر خود را تعیین نمایند.

مزایای معنویت در کار

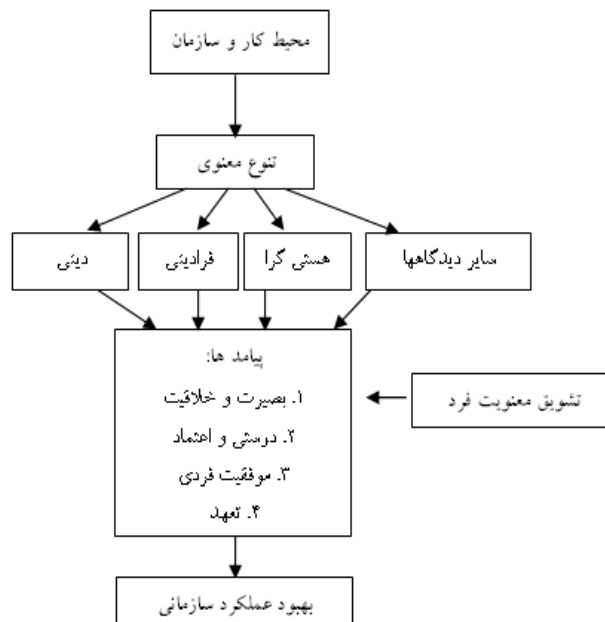
مطالعات نشان می دهند که تشویق معنویت در محیط کار می تواند به مزایای زیادی منجر شود. یکی از حوزه های مدیریت که می تواند استفاده زیادی از معنویت داشته باشد، مدیریت تغییر

سازمانی است که هدف آن کمک به تغییر رفتار افراد در سازمان و در نتیجه کسب اهداف عملکردی به صورتی اثربخش و سریع است. روشهای سنتی تغییر افراد و فرهنگ سازمانی برهمسو کردن ساختارها و سامانه های سازمانی با رفتارهای مطلوب، متمرکز است. این روشها مستلزم تلاش و استمرار فوق العاده است. می توانیم این روشها را تغییر "از بیرون به درون" بنامیم، زیرا در این روشها، تغییر ابتدا از عناصر بیرون افراد آغاز می شود. در مقابل ادبیات معنویت، پیشنهاد می کند که تغییر می تواند به شکل "از درون به بیرون" مدیریت شود. در واقع افرادی که زندگی معنوی را تجربه می کنند، می توانند با روشهای سازگار با اهداف سازمانی، موجب رشد و توسعه خود و سازمان شوند (۲۲). همچنین محققان بیان می کنند که تشویق معنویت در محیط کار می تواند به مزایا و منافع منجر شود؛ افزایش خلاقیت، افزایش صداقت و اعتماد، افزایش حس تکامل شخصی، افزایش تعهد سازمانی، بهبود نگرشهای شغلی کارکنان همچون افزایش رضایت شغلی، مشارکت شغلی، و نیز کاهش نیات ترک محیط کار، افزایش اخلاق و وجدان کاری و انگیزش بیش تر از جمله این مزایا می باشد که در تحقیقات مختلف بدست آمده اند (۱۲). برای مثال دنیس و همکارانش در پژوهش و تحقیقاتی که انجام داده اند شاخصهایی را برای معنوی بودن یک سازمان شناسایی نمودند. شاخصهای معنویت در سازمان در نظر آنان شادکامی، فرزانگی، موفقیت، رضایت باطنی و سلامت است. لذا، در نظر آنها پیامد حضور معنویت در یک سازمان، نمود شاخصهای مذکور می باشد (۲۳). در مجموع همه عواملی که در بالا بیان شد، به صورت مستقیم و غیرمستقیم سبب بهبود عملکرد، سودآوری و اثربخشی سازمانی می گردند.

تشویق و پرورش معنویت در محیط کار

تشویق و ترویج معنویت در محیط کار را می توان در دو سطح فردی و سازمانی بررسی کرد: در سطح سازمانی گفته می شود که معنویت باید در کل سازمان اعمال شود و سازمان به عنوان یک کل، باید معنوی باشد. میتروف و دنتون که پیشنهاد دهنده این اندیشه بودند، بیان می کنند: "از آن جا که بین ترجیحات، علائق، و گرایشهای افراد، تفاوت و تعارضهای زیادی وجود دارد، معنویت به جای سطح فردی باید در سطح سازمانی و با در نظر گرفتن سازمان به عنوان یک کل ترویج شود" (۱۰). در سطح فردی نیز بر تشویق معنویت فردی افراد تأکید می شود. در این حالت، سازمان دیگر دارای یک نوع گرایش مشخص معنوی یا مذهبی خاص نیست، و در عوض به تشویق یا برآورده ساختن نیاز های معنوی افراد متوجه می شود. در این سطح، فرض بر این است که سازمان مجموعه ای از افراد است که هر کدام دارای دیدگاه معنوی

متفاوتی هستند و رهبران سازمان باید تنوع مذهبی افراد را درک کنند، آن را بپذیرند، و زمینه شکوفایی این تنوع را فراهم سازند. بنابراین، در این سطح، تشویق و ترویج معنویت در محیط کار به جای کل سازمان از افراد آغاز می شود. لذا در سطح فردی، معنویت با تشویق افراد به صحبت آزادانه درباره نظرات معنوی شان و کمک به آن ها، در جهت مرتبط ساختن این نظرات با ارزشهای سازمان ایجاد می شود. بر همین اساس کریشناکومار و نک در سال ۲۰۰۲ الگوی آزادی معنوی را برای تقویت معنویت در سطح فردی ارائه کردند (شکل ۲). در این الگو، گرایشهای مذهبی مختلف افراد پذیرفته و تشویق می شود و افراد می توانند آزادانه آنها را ابراز کنند. به عقیده این دو محقق، در سازمانی که یک خط مشی در جهت آزادی معنوی وجود دارد، کارکنان می توانند تواناییهای بالقوه خود را شکوفا کنند و علاوه بر بهبود عملکرد، فضای محیط کسب و کار را نیز دوستانه تر سازند (۲۴).



شکل ۲: مدل پرورش معنویت در سازمان (۲۴)

نتیجه گیری

همان طور که آندره هیل بیان می کند: "زندگی معنوی، زندگی کامل و واقعی ای است که انسانیت برای آن ساخته شده است" (۲۵). معنویت، استعدادی ذاتی و طبیعی در انسانها است و امری نیست که از بالا یا بیرون بر فرد تحمیل شود. صدهایی که از معنویت سخن می گویند بسیار اند، اما آنچه اهمیت دارد درک آن مفهوم مشترک است که حقیقتی بزرگ تر و کامل تر است که ما را احاطه کرده، به ما اشاره می نماید و ما را فرا می خواند. امروزه انسانها در حوزه های مختلف به این عنصر اصیل رجعت کرده اند. معنویت کاری، یکی از اساسی ترین این حوزه ها می باشد که در سالهای اخیر در ادبیات مدیریت و کسب و کار ظهور کرده است و حتی از آن به عنوان یک پارادایم جدید یاد می شود. به عقیده بسیاری از محققان، این پارادایم جدید محیط کار، که برگرفته از فیزیک کوانتوم^۷، علوم سایبرنتیک^۸، نظریه آشوب^۹، علوم شناختی، مذاهب و آیین های شرقی و غربی می باشد، در واقع عکس العملی به پارادایم خشک و ماشینی نوین است (۱۳). "چرا"هایی که همواره با انسان بوده، اکنون به محیط سازمانها کشیده است؛ چرا من این کار را انجام می دهم؟ معنا و مفهوم کار من چیست؟ این کار، من را به کجا خواهد برد؟ دلیل وجود من در سازمان چیست؟ در حقیقت همه افراد سازمان بر اساس ماهیت درونی شان، ذاتاً جوهره معنویت را در وجود خود دارند. محتوای کاری افراد نیز به گونه ای است که بستری را برای تجربیات مختلف فراهم می آورد. اما روشن تر از این دو پیش فرض، زمینه های کاری در شرایط حاضر است که به دلیل حاکمیت الگوهای های ماشینی و عقلایی، به شدت نیازمند شکوفایی معنویت در محیطهای کاری می باشد. ورود

مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، درستکاری، وجدان، رادمردی و گذشت، اعتماد، بخشش، مهربانی، احساسات، ملاحظه، معناجویی در کار، همبستگی با همکاران، تشویق همکاران، احساس صلح و هماهنگی، نوع دوستی، و... به پژوهشها و اقدامات مدیریتی و کسب و کار، همگی موید این امر است. معنویت در کار به زندگی کاری معنا می بخشد و باعث می شود فرد کارش را ارزشمند بینداند و آن را ناظر به هدفی متعالی تلقی کند. در مقاله حاضر تلاش شد ضمن معرفی ابعاد این پدیده در مورد ضرورت، جایگاه و مزیت های وجود آن در محیطهای کاری بحث شود. سازمانها به عنوان وجه غالب همه جوامع معاصر، یکی از حوزه های اساسی می باشند که طرح و شکل گیری مفهوم معنویت در آنها موضوع پژوهش و اقدامات عملی فراوانی قرار گرفته است، اما باید اذعان کرد که تحقیقات در زمینه معنویت کاری هنوز از کاستیهای بسیاری رنج می برد. از یک سو نیاز به تحقیقات تجربی، مفهوم سازی و نظریه پردازی وجود دارد و از سوی دیگر روشهای مورد قبول علوم اجتماعی حاکی از کمبود ابزار های مناسب برای مطالعات قابل قبول در این زمینه می باشد. امید است که این مهم مورد توجه پژوهشگران و دست اندرکاران کشورمان قرار گیرد.

واژه نامه

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1. Modernity | مدرنیته (تجدد) |
| 2. Existentialism | اگزیستانسیالیسم (هستی گرایی) |
| 3. Spirituality | معنویت |
| 4. Technocracy | فن سالاری |
| 5. Religious spirituality | معنویت دینی |

۱۲. فرهنگی علی اکبر، فتاحی مهدی، واثق بهاره. معنویت در کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی. فصلنامه فرهنگ و مدیریت. سال چهارم. شماره سیزدهم. ۱۳۸۵.
13. Biberman J, Whitty M (1997). A post-modern spiritual future for work. *Journal of Organizational Change Management* 10(2): 130-138.
14. Gibbons P (2000). Spirituality at work: Definitions, measures assumptions, and validity claims. Paper presented at the academy of management annual meetings. Toronto.
15. Meyer P, Herscovitch L (2001). Commitment in the workplace: toward a general model. *Human Resource Management Review* 11(3): p.306.
16. Cavanagh F (1999). Spirituality for managers: context and critique. *Journal of Organizational Change Management* 12 (3): 186-199.
17. Ashmos P, Duchon D (2000). Spirituality at work: a conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry* 9(2): 134-145.
18. Naylor TH, Willimon H, Osterberg R (1996). *The search for meaning in the workplace*. Abington Press, Nashville. TN.
19. Yousef D (2000). Organizational commitment as a mediator of relationship between Islamic work ethic and attitude toward organizational change. *Human Relations* 53 (4): 513-537.
20. Milliman J, Czaplewski J and Ferguson J (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes, an exploratory empirical assessment. *Journal of Organizational Change Management* 16(4): 426-447.
21. Heaton P, Schmidt-Wilk J, Travis F (2004). Constructs, Methods, and measuring for researching spirituality in organizations. *Journal of Organizational Change Management*. 17 (1): 62-68.

6. Extra religious spirituality معنویت فرادینی
7. Quantum physics فیزیک کوانتوم
8. Cybernetics سایبرنتیک
9. Chaos theory تئوری آشوب

منابع

۱. ملکیان مصطفی. زندگی اصیل و مطالبه اصیل. مجله متین. شماره ی ۱۵-۱۶.
۲. رحمان سرشت حسین. تئوری های سازمان: از تجدد گرایی تا پساتجددگرایی. تهران. انتشارات دوران ۱۳۸۷: ۱۲.
۳. اورسلا کینگ. معنویت. مجله هفت آسمان. ترجمه علی رضا شجاعی. شماره ۲۳.
4. Bavman Z (1998). *Religion, Modernity, and Post modernity*. Oxford press.
۵. رستگار عباسعلی. مدل انگیزشی معنویت: مطالعه موردی دانشگاه تهران. پایان نامه دکتری. تهران. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. ۱۳۸۵.
۶. الکنیس دیوید. فراسوی دین به سوی معنویت انسان گرا. مجله ی هفت آسمان. ترجمه مهدی اخوان. شماره ۲۹.
7. Rojas M (2002). *Management theory and spirituality: A framework and validation of the independent spirituality assessment scale*. DBA. Argosy university/Sarasota.
8. Scottish churches council (1977). *Working Party Report on Spirituality*. Dublin. Scottish Churches House.
9. Bradley J, Kauanui K (2003). Comparing spirituality on three southern California college campuses. *Journal of Organizational Change Management* 16(4): 448-462.
10. Mitroff I, Denton A (1999). A study of spirituality in the workplace. *Sloan Management Review*. 40 (4): 3-5
11. Delbecq A (1999). Christian spirituality and contemporary business leadership. *Journal of Organizational Change Management* 12 (4): 11-12.

23. Krishnakumar S, Neck CP (2002). "The "what", "why" and "how" of spirituality in the workplace". *Journal of Managerial Psychology* 17(3): 153-164.
24. Underehill E (1993). *The Spiritual Life: Great Spiritual Truths for Everyday Life*. Oxford press.
22. Dennis D, Heaton P, Schmiat-Wilk J, and Travis F (2004). Constructs, Methods, and Measures for Researching Spirituality in organizations. *Journal of organizational change management* 17 (1): 292-301.