



## رابطه معنویت و رهبری تحول آفرین (مطالعه موردی: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران)

داود سلمانی\*  
نجمه معینیان\*\*

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۶/۱۰  
تاریخ تأیید مقاله: ۸۹/۸/۱۵

### چکیده:

مبحث معنویت در کار، فراتر از بحثی رایج زودگذر است. محیط کار به محل توسعه انسان‌ها تبدیل شده است. انسان‌ها در جستجوی معنایی فراتر از مسائل اقتصادی و مالی در کار خود هستند. به این ترتیب رهبران و مدیران سازمان تلاش می‌کنند تا از معنویت در سازمان و بویژه معنویت در فرهنگ سازمانی استفاده کرده و سازمان را در جهت اهداف، ارزش‌ها و معنویت خود هدایت و سازماندهی کنند. برخی پژوهشگران معتقدند که رهبران تحول آفرین در سازمان‌ها با استفاده از معنویت به تحول آفرینی و رهبری در سازمان‌ها می‌پردازند. رهبران در سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا با استفاده از معنویت باعث افزایش بهره‌وری، رضایت شغلی افراد، عملکرد گروهی افراد و تعهد سازمانی کارکنان شده در نهایت سبک رهبری را به سمت رهبری تحول آفرین تغییر دهند. از این رو برای تبیین رابطه معناداری، از روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی استفاده شده است. نتایج به دست آمده حکایت از آن است که از دو بعد معنویت، ارتباط از نوع کارگزاری خدا و ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رهبری تحول آفرین رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین براساس یافته‌های تحقیق، رابطه بین معنویت و رهبری تحول آفرین ثابت شد. **واژگان کلیدی:** معنویت، رهبری تحول آفرین، رهبری کارزماتیک، ارتباط تعاملی با خدا، ارتباط کارگزاری با خدا.

\* استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران E-mail: salmani@ut.ac.ir

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران E-mail: s

درحالی که ماهیت کار تغییر کرده و روابط میان رهبران و زیردستان نیز تغییر کرده است. زمانی مدیران در نقش دستوردهندگان بوده‌اند که نقش آنها هیچ تأثیری بر تکامل شخصی افراد زیردست آنها نداشته است. امروزه مدیران به عنوان راهنمایانی که در خلق معنا و خلق هدف به زیردستان کمک می‌کنند، نگریده می‌شوند.

به اعتقاد مک‌کنا<sup>۱</sup> ترکیب معنویت و تجارت امکانپذیر است و معنویت افراد را در کارشان برپا می‌کند و به آنها اجازه می‌دهد که در همه اموری که انجام می‌دهند با امور برتر در ارتباط باشند (Gregory, Ryan, Francis, ۱۹۹۹).

تغییر در ماهیت کار موجب تغییر در ماهیت سازمان‌ها شده است. در گذشته معنویت فقط جنبه فردی داشت، در حالی که امروزه افراد به دنبال معنویت در تجارت نیز هستند. انسان‌ها در کار خود به دنبال معنا می‌باشند. مادامی که توجه افراد برای یافتن معنا در کار خود بیشتر می‌شود، مدیران به سمت نقشی می‌روند که باور افراد در جستجوی معنا در محیط کار برای کارکنان است. مدیران و بویژه مدیران ارشد معنویت خود را به سازمان می‌آوردند و سازمان‌ها آهسته آهسته از حیطه‌هایی که کاملاً اقتصادی و مالی است به سمت حوزه‌هایی می‌روند که معنویت را گسترش می‌دهند (Gregory, Ryan, Francis, ۱۹۹۹).

۱. چاکرابورتی<sup>۲</sup> معتقد است «رهبری» در حوزه نرم قرار دارد و وقتی با تحول آفرینی همراه شود بیشتر از پیش نرم می‌گردد و زمانی که معنویت نیز با آن همراه شود این نرمی کاملاً عمیق خواهد شد. برنز<sup>۳</sup> بیان می‌کند که رهبری تحول آفرین به وسیله یک محرک «جانشین ساختن» یا «مبادله» و یا «چانه زنی» در فرایند دادوستد بین رهبر و هدایت شونده تعیین می‌گردد. رهبری تحول آفرین شامل رشد و بلوغ در دو بعد انگیزشی و اخلاقی نیز است که نمونه این رهبری را می‌توان در گاندی یافت یک رهبر کاریزما بوده است (Chakraborty, Debangshu, ۲۰۰۴).

وجود معنویت در محیط کاری موجب وجود دو مزیت برای انسان‌ها شده است:

۱. وجود معنا در زندگی کاری و شخصی کارکنان،

۲. افزایش بهره‌وری کارکنان در محیط کاری. برخی از

در سازمان‌های گذشته بحث رهبری کاریزما و یا رهبری معنوی در جامعه و در سازمان‌های ما وجود داشته است. نوع فرهنگ مردم جامعه در احترام و پذیرش نظرهای ریش سفیدان و بزرگان، اعتقادهای مذهبی عمیق‌تر مردم و کمبود افراد تحصیل کرده در جامعه از جمله دلایل اصلی وجود رهبری معنوی و رهبری کاریزماتیک در جامعه گذشته ما به‌شمار می‌رود؛ اما امروزه رهبری معنوی و به‌خصوص رهبری تحول آفرین یا کاریزماتیک در سازمان‌های ما رو به کاهش رفته است. اکنون فرهنگ جامعه متعدد شده و براین اساس تنوع فرهنگی را به دنبال داشته و چون اکثر افراد جامعه به نحوی دوره تحصیلات دانشگاهی را طی کرده و اعتقادهای نسل امروزی هم مانند گذشته قوی و عمیق نیست، کمتر فردی می‌تواند با عنوان کاریزما رهبری افراد را در جامعه یا سازمان‌ها برعهده گیرد.

معنویت به‌طور عام و معنویت در محیط کار به‌طور خاص به موضوعی مهم در سال‌های اخیر تبدیل شده است. به عقیده برنت<sup>۴</sup> معنویت در محیط کار فراتر از تصویری گذراست. این‌طور به نظر می‌رسد که ماهیت کار اساساً در حال تغییر است. کار به محل اجتماعی تبدیل شده است که در آن افراد خود را توسعه می‌دهند. انسان‌ها به دنبال معنایی در کار می‌گردند که فراتر از ارزش‌های اقتصادی برای آنها باشد.

همواره علاقه‌ای در بین افراد در چگونگی تعریف معنویت وجود دارد. تعریف ما از معنویت عبارتست از: «تجربه درونی شخصی و منحصر به فرد و جستجو برای کامل‌ترین تکامل فردی از طریق مشارکت در یک رمز و راز برتر و فراتر». معنویت همواره شامل احساس تعلق به یک کلیت بزرگتر و احساس تمایل برای تکامل بیشتر و کاملتر از طریق دستیابی به معنایی بزرگتر می‌باشد (Andre, ۱۹۹۹).

### اهمیت و ضرورت تحقیق

انسان‌ها در جستجوی راهی برای پیوند زدن زندگی کاری و زندگی معنوی‌شان برای همکاری با هم در اجتماع و یکپارچگی چشم‌انداز و هدفی که بسیار فراتر از کسب درآمد است، هستند (Gregory, Ryan, Francis, ۱۹۹۹).

3. chakraborty  
4. James Burns

1. Brandt  
2. McKenna

اخلاق در رهبری توجه کرده‌اند. معنویت و پیوند آن با علم اولین بار توسط جان بارو<sup>۱</sup> مطرح شد (Robert, ۲۰۰۶). این بحث به محیط کاری نیز رسوخ کرده است و به نظر می‌رسد با سرعتی بیش از یک روند در حال پیشروی است (Gregory, Ryan, Francis, ۱۹۹۹).

بحث‌های بسیاری در رابطه با تأثیر معنویت بر رهبری و تغییر پارادایم رهبری صورت گرفته است. غالباً به این نتیجه رسیده‌اند که امروزه برای تحقق این امر به رهبرانی نیازمند هستیم که بتوانند نشان دهند که انسان بودن به چه معناست و چه چیزی معتبر، صحیح و با معناست و چگونه با مدل کردن رفتار درست کارکنان را به این سمت که سایر انسان‌ها را ببینند و دریابند سوق دهند، دیدگاه‌های درست جهانی‌بینی را دریابند و معرفت‌شناسی را به عنوان مهمترین دیدگاه برای همه سازمان‌ها و برای ایجاد بینشی عمیق‌تر در رابطه با معنویت شخصی خودشان در نظر داشته باشند (Robert, ۲۰۰۶).

به نظر رابرت هوس و آندره دلپک مسیحیت پیام هشدار دهنده‌ای را در درون خود برای رهبری مدیران ارشد در سازمان‌ها دارد. دیدگاه مسیحیت سعی دارد بعد جدیدی را به رهبری اضافه کند. رهبری در کسب‌وکار برای کارکنان خدمت رساندن به دیگران است نه فقط یک کار یا شغل ساده (Andre, ۱۹۹۹).

افراد به دنبال پیوستگی و ترکیب معنویت با کارشان هستند و آن را به تفکیک میان «روح و روان زندگی خصوصی» و «زندگی عمومی» کاری ترجیح می‌دهند. کسب‌وکارها و سازمان‌ها بخش غالب جامعه ما در این قرن است. بنابراین قسمت زیادی از افراد جوامع در این سازمان‌ها مشغول بکار هستند و استعداد‌های فراوانی در این افراد وجود دارد، در نتیجه قسمت زیادی از استعدادها در بخش خصوصی و عمومی قرار دارد که نقش رهبری افراد در بخش خصوصی بالاترین ارزش را داراست، چرا که اشاعه معنویت در این قسمت به وسیله رهبران خیره امکان‌پذیر است (Andre, ۱۹۹۹).

تعریف معنویت در محیط کار بسیار دشوار است. بسیاری از نوشته‌ها در رابطه با معنویت در کسب‌وکار بر روی توصیف تجربه‌های معنوی در محیط کاری و اثرهای این تجربه‌ها بر افراد متمرکز شده است.

تئوری‌هایی نیز وجود دارد که می‌تواند مدیران را در ترکیب معنویت، تحول‌آفرینی، بهره‌وری و ارتقای سازمانی یاری نماید (King, Sandra, Nicol, Dave, ۱۹۹۹).

#### مروری بر ادبیات تحقیق

ادبیات رهبری پر حجم است. رابینز برای جلوگیری از سردرگمی در نظریه‌های رهبری، در تقسیم‌بندی خود، آنها را در چهار گروه قرار می‌دهد. تئوری‌های شخصیتی، تئوری‌های رفتاری، تئوری‌های اقتضایی، تئوری‌های شخصیتی (کاریزمانیک).

در تئوری‌های شخصیتی اقداماتی صورت گرفت تا بتوان ویژگی‌های رهبران را برشمرد. شش ویژگی که در زیر می‌آید، رهبران را از افراد غیررهبر متمایز می‌کند. آنها عبارتند از:

۱. پویایی و جاه‌طلبی،
۲. علاقه و تمایل به رهبری و اعمال نفوذ بر دیگران،
۳. صداقت و درستی،
۴. اعتماد به نفس،
۵. هوش،

۶. داشتن دانش فنی عمیق در رابطه با حوزه مسئولیت.

البته برای توجیه رهبری این ویژگی‌ها کافی نیست و تنها داشتن این ویژگی‌ها نمی‌تواند فرد را به صورت یک رهبر موفق یا اثربخش در آورد. بنابراین تئوری‌های رفتاری در رهبری مطرح شد.

پژوهشگران تلاش کردند که برای معرفی رهبران به رفتار خاص آنها توجه کنند تا دریابند که رهبران موفق از نظر رفتار منحصر به فردی بوده‌اند؟ در واقع تفاوت بین تئوری‌های رفتاری و شخصیتی در گروه مفروضاتی است که تئوری‌های مزبور بر آن اساس قرار می‌گیرند.

پس از تئوری‌های رفتاری تئوری‌های اقتضایی مطرح شده‌اند که سه دسته از تئوری‌های اقتضایی مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ عبارتند از: فیدلر، مسیر-هدف و رهبری مشارکتی.

#### معنویت در کسب و کار

بنابر اعتقاد رابینز بحث اخلاق و رهبری به‌طور عجیبی کم مورد توجه قرار گرفته است. فقط اخیراً پژوهشگران به کاربردهای

1. John Barrow

راضی تر هستند و نیز بهره‌وری بالاتری دارند. همچنین این کارکنان راحت‌تر با فرهنگ خاص سازمانی؛ اجتماعی می‌شوند. این موضوع در مورد معنویت نیز صحت دارد، یعنی افراد تمایل دارند سازمانی را انتخاب کنند که معنویتی مشابه با معنویت شخصی‌شان دارد. سازمان‌ها نیز در جستجوی افرادی هستند که معنویت مشابهی با معنویت سازمان دارند.

به‌طور کلی معنویت رهبران سازمان، معنویت سازمان را از طریق تأثیر بر اجتماعی کردن کارکنان جدید حفظ می‌نماید. اجتماعی کردن می‌تواند به عنوان یک فرایند متقابل فوق، فعال در نظر گرفته شود. زمانی که افراد جدید وارد سازمانی می‌شوند به دنبال ارزش‌ها و فلسفه سازمان هستند و سازمان نیز به دنبال ارزش‌ها و فلسفه فرد است؛ در این زمان ارزش‌های نشان داده شده رهبران سازمان، اولین منبع برای کسب اطلاعات فرد تازه وارد است. معنویت رهبران سازمان همان‌طور که اعلام می‌شود، معنویت سازمان را تعیین می‌کند، معنویتی که براساس آن کارکنان جدید اجتماعی می‌شوند.

بیانیه مأموریت سازمان مهمترین منبع برای کسب اطلاعات در مورد ارزش‌های رهبران و سازمان است. برای سازمان‌هایی با روحیه مذهبی بیانیه مأموریت سازمان، معنویت سازمان را آشکارا اعلام می‌کند. روش مطالعاتی برای درک میزان نگهداری و حفظ معنویت در سازمان آزمایش متن مأموریت است که اگر دشوار و برای کارکنان غیرقابل درک باشد، حفظ و نگهداری آن معنویت در سازمان دشوار خواهد بود (همان).

#### الگوی علی رهبری معنوی

نظریه رهبری معنوی یک نظریه علی برای تحول سازمانی است که به منظور ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی به‌وجود آمده است. نظریه رهبری معنوی براساس الگوی انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم‌انداز، ایمان به تحقق هدف، نوع دوستی و بقای معنوی است. هدف رهبری معنوی توجه به نیازهای اساسی پیروان است تا موجبات بقای معنوی آنان را فراهم آورد. چنین رهبری موجب می‌شود که کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کنند و برای شغلی

برای مثال بارنت<sup>۱</sup> مدلی از رشد شخصی افراد را ارائه می‌دهد که در آن تلاش می‌کند تا تجربه‌های محیط کاری و تجربه‌های معنوی را ترکیب کند. او در این مدل مسیر پیشرفت شغلی فرد را همگام با پیشرفت معنوی او می‌داند. براساس این مدل سازمان‌هایی که فرصت‌های توسعه معنوی را برای کارکنان خود فراهم می‌آورند، عملکرد بهتری در مقایسه با سازمان‌هایی دارند که چنین فرصت‌های پیشرفت معنوی را برای کارکنان خود فراهم نمی‌آورند. سایر پژوهشگران نیز بیان می‌کنند که افزایش خلاقیت، رضایت شغلی، عملکرد گروهی بهتر و تعهد سازمانی در سازمان‌هایی که برای ارتقا و توسعه معنویت در کارکنان خود تلاش می‌کنند، وجود دارد (Gregory, Ryan, Francis, ۱۹۹۹).

#### فرهنگ سازمانی

حفظ و نگهداری فرهنگ سازمانی دشوار است؛ ولی در ساختارهای عمیق و ایستا تغییر فرهنگ بسیار سخت‌تر از حفظ آن است. معنویت نیز به علت اینکه با فرهنگ سازمانی پیوندی عمیق پیدا می‌کند، همانند فرهنگ بسیار دشوار تغییر می‌کند. کلید اصلی در حفظ فرهنگ سازمانی همان فلسفه و ارزش‌های رهبران سازمان است. ارزش‌های رهبران تمرکز آنها را در تصمیم‌گیری‌هایشان و در عملکردشان نشان می‌دهد. رهبران در نقش‌شان ارزش‌هایشان را در فرهنگ سازمانی پیوند می‌دهند. همین موضوع در مورد معنویت نیز قابل بیان است. معنویت رهبران، کلید اصلی در حفظ معنویت سازمان است. معنویت رهبران باید نمایانگر آنچه انجام می‌دهند و عمل می‌کنند؛ باشد (همان).

در اهمیت رهبر و رهبری حضرت علی (ع) می‌فرمایند: مردم به رهبرانشان شبیه‌تر از پدرانشان هستند.

معنویت رهبران انتخاب‌های کارکنان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. یکی از مهمترین بخش‌های مدیریت فرهنگ یک سازمان، انتخاب افرادی است که ارزش‌های مشترکی با سازمان دارند. مطالعات نشان می‌دهد افرادی که ارزش‌های مشترکی با ارزش‌های سازمان دارند وقتی جذب سازمان می‌شوند، تمایل بیشتری برای باقی ماندن در سازمان دارند، از کارفرمای خود

یک رهبر تحول‌آفرین مورد توجه قرار گرفته است، گوش کردن به بخش کوچکی از سخنان وی مفید به نظر می‌رسد: این برای من یک شکنجه تمام نشدنی است که من هنوز بسیار دور هستم از کسی که من کاملاً وی را می‌شناسم، بر هر تنفس از زندگانی من حکمرانی می‌کند، و کسی که من اولاد و فرزند او هستم.

برنز معتقد است که در آفریقای جنوبی بود که گاندی به یک رهبر تبدیل شد. به‌طور کلی و به‌خصوص برای پیروان هندی گاندی، عمق معنوی و روحانی او و نیز اعتبار و سند بودن او بود که به‌عنوان نیرو و عامل تحول‌آفرین عمل می‌کرد (Chakraborty, Debangshu, 2004).

### رهبری تحول‌آفرین در مقابل رهبری کاریزماتیک

بحث‌هایی در مورد اینکه آیا رهبری تحول‌آفرین و رهبری کاریزماتیک یکی هستند یا نه وجود دارد. رابرت هوس که بحث رهبری کاریزماتیک را درباره رفتار سازمانی معرفی کرد معتقد است که این دو مشابه هستند و تفاوت میان آنها بسیار کم و ناچیز است. برنارد باس<sup>۱</sup> به عنوان فردی که اولین بار رهبری تحول‌آفرین را مطرح کرد معتقد است: رهبری تحول‌آفرین وسیع‌تر از کاریزماست و بیان می‌دارد که کاریزما به‌خودی خود برای اینکه «یک فرایند تحول‌آفرینی به‌شمار آید» ناکافی است. اگرچه بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که رهبری تحول‌آفرین وسیع‌تر از رهبری کاریزماتیک است، مطالعات نشان می‌دهد که در واقع رهبری که امتیاز بالایی در رهبری تحول‌آفرین کسب می‌کند، می‌تواند امتیاز بالایی در رهبری کاریزماتیک نیز کسب کند. در نهایت اینکه در عمل اندازه رهبری تحول‌آفرین و کاریزما تقریباً برابر است (Stephene, 2007).

برای مثال رهبر تحول‌آفرین اینگونه تعریف می‌شود: زمانی که رهبران برای تغییر نگرش و رفتار پیروان خود تلاش می‌کنند، او پرورش‌دهنده تقوای اخلاقی است. کاریزما نیز دارای اجزای اخلاقی است. رهبران غیراخلاقی بیشتر تمایل دارند تا از قدرت کاریزمای خود برای افزایش قدرت و تسلط بر پیروان و هدایت به سمت اهداف خود محور خود استفاده کنند. به نظر می‌رسد

که دارند، اهمیت قائل شوند (معناداری). همچنین به آنها این احساس دست می‌دهد که شغل‌شان از نظر سازمان و سایر همکاران نیز اهمیت دارد. (عضویت) این رهبران چشم‌انداز و ارزش‌های مشترکی برای کارکنان ایجاد و موجبات توانمندی تیمی و سازمانی آنان را فراهم می‌کنند که در نهایت سطح رفاه زیستی و سلامتی و تندرستی کارکنان و همچنین بهره‌وری و تعهد سازمانی آنان افزایش خواهد یافت.

### ترویج معنویت

در محیط کار ابزاری است که بقای سازمان‌ها را در برابر محیط‌های نامطمئن کنونی بیمه می‌کند. در واقع، رهبر معنوی با ویژگی‌های منحصر به‌فرد خود، چشم‌اندازی از آینده سازمان ایجاد و به گونه‌ای در کارکنان نفوذ می‌کند که آنان به تحقق چشم‌انداز سازمان ایمان آورند و به آینده سازمان امیدوار باشند؛ به این ترتیب انگیزه درونی کارکنان را برای تلاش بیشتر افزایش می‌دهد. از طرف دیگر با رواج فرهنگ نوع‌دوستی موجب می‌شود که افراد توجه عمیقی به خود و زندگی گذشته خود داشته باشند و روابط مطلوبی با دیگران برقرار کنند.

۱. در واقع رهبر معنوی کسی است که با استفاده از ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، بقای معنوی اعضای سازمان را فراهم کند. وی این کار را در دو مرحله انجام می‌دهد: ۱. در حالی که هر یک از رهبران و پیروان سازمانی احساس می‌کنند که دارای شغل با اهمیت و معناداری هستند، رهبر معنوی، اقدام به ایجاد چشم‌انداز مشترک می‌کند. ۲. رهبر معنوی با استقرار فرهنگ سازمانی - اجتماعی براساس ارزش‌های انسانی موجب می‌شود که کارکنان علاقه خاصی به خود و دیگران نشان دهند و این احساس در آنان به‌وجود می‌آید که سایرین نیز مهم‌اند و باید از آنان به‌خاطر شغل‌شان قدردانی شود (رستگار، ۱۳۸۵).

### معنویت رهبران تحول‌آفرین

در حال حاضر تمایل رو به رشدی در مورد مبحث معنویت در رشته مدیریت وجود دارد. از آنجایی که ماهاتما گاندی به عنوان

1. Bernard Bass

رهبران اخلاقی از قدرت کاریزمای خود در راه سودمند اجتماعی برای خدمت به دیگران استفاده می کنند (همان).  
 تئوری رهبری کاریزماتیک بیان می دارد که رهبران کاریزماتیک می توانند در بسیاری جنبه ها بر پیروان اثر نهاده و باعث پیشرفت و ارتقای سازمانی شوند. بحثی که اخیراً مطرح شده است نقش رهبری کاریزماتیک در اشاعه بکارگیری تکنولوژی های مدرن می باشد. در واقع تئوری رهبری کاریزماتیک می تواند اساس و مبنای موفقیت فنی پروژه ها را از یک سو و اثرات جانبی مختلف سیاسی اش را از سوی دیگر تعریف کند (Celia, Nava, 1999).

جامعه و نمونه آماری  
 جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان ساختمان میرداماد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است.  
 از آنجا که در این تحقیق افراد در جامعه آماری به گروه های کاملاً مجزا تفکیک شده اند، بنابراین روش نمونه گیری خوشه های تصادفی برگزیده شد. همچنین برای تعیین حجم نمونه با توجه به اینکه تعداد کارکنان محدود بود از فرمول کوکران استفاده شده است که حجم نمونه مورد نیاز پژوهش با تقریب ۲۰۰ نفر است.

### ابزار جمع آوری داده ها

برای جمع آوری داده ها از دو پرسش نامه پاسخ بسته استفاده شده است. یک پرسش نامه برای سنجش متغیر معنویت و دیگری برای سنجش متغیر سبک رهبری.  
 پایایی و روایی پرسش نامه

برای سنجش پایایی پرسش نامه، یک مرحله پیش آزمون انجام گرفت. به این صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسش نامه در جامعه مورد نظر توزیع و جمع آوری و پس از وارد کردن داده ها، ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه شد. ضریب مورد نظر برای کل پرسش نامه ۰/۸۵ تعیین گردید و برای هر متغیر به طور جداگانه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که در نگاه زیر ارائه شده است:

ضریب پایایی	متغیر
۰/۸۱	ارتباط کارگزاری با خدا
۰/۸۲	ارتباط تعاملی با خدا
۰/۸۷	سبک رهبری تحول آفرین

### شیوه های تجزیه تحلیل اطلاعات

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده، از آمار استنباطی شامل ضریب استفاده شده است. به منظور آزمون فرضیات از آزمون T همبستگی اسپیرمن و آزمون برای سنجش همبستگی بین، همبستگی رتبه ای اسپیرمن با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۵ متغیرها استفاده شد. به دلیل اینکه فرض نرمال بودن داده ها تأیید نشده و از سوی دیگر مقیاس لیکرت مورد استفاده در پرسش نامه تحقیق، یک مقیاس ترتیبی است، از این آزمون استفاده شده است.

### روش شناسی تحقیق

به طور کلی روش های تحقیق در علوم رفتاری را می توان با توجه به دو ملاک تقسیم کرد. الف) هدف تحقیق و ب) نحوه گردآوری داده ها (وارث و دیگران، ۱۳۸۵).

بر این اساس پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. همچنین از نظر ماهیت و هدفی که دنبال می کند از نوع پژوهش کاربردی و در نهایت از نظر روش گردآوری داده ها برای آزمون فرضیه ها چون به توصیف و مطالعه آنچه هست می پردازد، تحقیق توصیفی است. همچنین از آنجایی که در این پژوهش رابطه میان متغیرهای «معنویت» و «سبک های رهبری» مورد بررسی قرار می گیرد از نوع همبستگی است.

بنابراین می توان گفت پژوهش حاضر توصیفی و همبستگی می باشد.

### فرضیه های تحقیق

#### فرضیه اصلی

بین معنویت و سبک رهبری در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران رابطه معناداری وجود دارد.

#### فرضیه های فرعی

- بین ارتباط کارگزاری با خدا و سبک رهبری تحول آفرین در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران رابطه معناداری وجود دارد.

- بین ارتباط تعاملی با خدا و سبک رهبری تحول آفرین در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران رابطه معناداری وجود دارد.



نگاره ۱. نتایج آماری فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی

فرضیه	متغیر ۱	متغیر ۲	سطح معناداری	میزان خطا	ضریب همبستگی	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی	معنویت	رهبری تحول آفرین	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۵۶۰	فرض H <sub>0</sub> رد می‌شود
فرضیه اخص ۱	کارگزاری با خدا	رهبری تحول آفرین	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۵۷۶	فرض H <sub>0</sub> رد می‌شود
فرضیه اخص ۲	تعاملی با خدا	رهبری تحول آفرین	۰/۰۲	۰/۰۵	۰/۶۲۳	فرض H <sub>0</sub> رد می‌شود

یافته‌های پژوهش

درواقع در معنویت آن را می‌یابند. به همین دلیل ماهیت محیط کاری تفاسیث کرده و معنویت در این محیط نیز راه یافته است. نقش مدیران و به‌خصوص مدیران ارشد در این زمینه بسیار پراهمیت است، به‌گونه‌ای که بیان می‌شود مدیران معنویت خود را به سازمان خود آورده و فرهنگ سازمان را براساس آن شکل می‌دهند. در نتیجه آن فرهنگ، سازمان بر کارکنان اثر گذارده و کارکنان نیز آن را می‌پذیرند. درنهایت رهبران تحول آفرین یا کاریزما در سازمان با استفاده از معنویت سازمان و کارکنان را متحول ساخته و از این طریق هم امکان رشد و تعالی معنوی کارکنان را فراهم آورده و هم بهره‌وری را در سازمان خود افزایش می‌دهند.

در واقع، عدم جدایی بین زندگی کاری و معنوی یکی از مسائل مهم در سازمان‌هاست و اینکه کارکنان خدا را در بیرون از محیط کارشان جا نگذارند بسیار مهم است. بنابراین معنویت موضوعی است که سازمان‌ها می‌باید در جهت اعتلای آن در محیط کاری خود تلاش وافر نمایند. برای بهبود معنویت و ارتباط فرافردی، باید آموزه‌های دینی و معنویت در بین کارکنان تقویت شود.

ما دریافتیم که معنویت رویکردی از داخل به خارج است و کارکنان در سطوح مختلف در سازمان می‌توانند در سازمان و محیط کار معنویت ایجاد کنند. برخی از محیط‌های کاری نیز نسبت به دیدگاه‌ها و نگرش‌های معنوی حساس نیستند. رهبری اثربخش چندوجهی است و نه تنها شامل جنبه‌های اجتماعی، روانشناختی و تکنولوژیکی می‌باشد؛ بلکه به همان میزان شامل معنویت نیز می‌شود. این رویکرد نوین اثربخش نیز بوده است؛ زیرا راه‌های مختلفی را برای کسب بینش معنوی و شخصی عمیق‌تر برای رهبران ارائه کرده و از این نیز فراتر رفته و در مورد

براساس فرضیه اصلی، رابطه مثبتی بین معنویت و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. مشاهده نتایج پژوهش در نگاره (۱) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین ارتباط معنویت و سبک رهبری تحول آفرین، در سطح اطمینان ۰/۹۵ معادل ۰/۵۶۰ می‌باشد.

فرضیه فرعی اول: بین ارتباط از نوع کارگزاری و رهبری تحول آفرین رابطه معناداری وجود دارد.

مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد شده و فرض خلاف مبنی بر رابطه معنادار بین ارتباط از نوع کارگزاری خدا و رهبری تحول آفرین در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رهبری تحول آفرین رابطه معناداری وجود دارد.

مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد شده و فرض خلاف مبنی بر رابطه معنادار بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رهبری تحول آفرین در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب ارائه شده می‌توان دریافت که امروزه بحث معنویت و اخلاق در رهبری اهمیت زیادی پیدا کرده است و اکثر افراد از بی‌معنایی در کار و زندگی به ستوه آمده و به دنبال معنا در زندگی کاری و زندگی شخصی خود می‌گردند. اکثر افراد این معنا را در چیزی فراتر از مسائل اقتصادی جستجو می‌کنند و

موردی دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد.  
- وارث، سیدحامد و دیگران. (۱۳۸۵). رابطه ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی (مطالعه موردی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۳، ص ۱۴۷.

- Burke, Robert, "Leadership and spirituality, Foresight", Vol . 8 NO . 6, 2006, PP. 14 - 25 .

- Chakraborty, S .K ., Chakraborty, Debangshu, "The transformed leader and spiritual psychology: a few insights", Journal of Organizational change Management, 2004, Vol . 17 No . 2, PP . 194-210 .

- Delbecq, Andre, L., "Christian spirituality and contemporary business leadership", Journal of Organizational change Management, 1999, Vol . 12 No . 4, PP . 345-349 .

- King, Sandra, Nicol, Dave, M., "Organizational enhancement through recognition of individual spirituality (Reflections of Jaques and Jung)", Journal of Organizational change Management, 1999, Vol . 12 No . 3, PP . 234-242 .

- Konz, Gregory, N .P ., Ryan, Francis, X ., "Maintaining an organizational spirituality: no easy task", Journal of Organizational change Management" 1999, Vol . 12 No . 3, PP . 200-210 .

- Romm, Celia, Pliskin, Nava, "The role of charismatic leadership in diffusion and implementation of e-mail", The Journal of Management Development, 1999, vol . 18 No . 3, PP . 273-290 .

- Robbins, Stephenc, P ., Judge, Tim, Organizational behavior, Mc Grow Hill, 2007

روابط رهبران با سایر کارکنان و حتی با سایر افرادی که از نتایج رهبری آنها متأثر می گردند نیز ارائه می کند .

رهبران تحول آفرین از طریق ارائه معنویت خود در کارکنان خلاقیت، رضایت شغلی و بهره‌وری ایجاد می کنند و از این طریق موجب ارتقای وضعیت سازمان می گردند. به منظور بهبود رهبری، سازمان‌ها باید سعی کنند عوامل ایجادکننده معنویت و ارتباط فرافردی را - که تحقیقات زیادی تأثیر آنها را تأیید کرده است - شناسایی کرده و برای ایجاد آنها در سازمان تلاش کنند. مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی عبارتند از: عدالت سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی، فضای سیاسی مثبت، رهبری تحول آفرین، پشتیبانی ادراک شده به‌وسیله سازمان و اعتماد می‌باشد.

سازمان‌ها با تلاش برای ایجاد مفاهیم ذکر شده در محیط کاری‌شان می‌توانند امیدوار باشند که احتمال بروز سبک‌های رهبری مشارکتی و تحول آفرین در سازمانشان افزایش می‌یابد.

#### منابع:

- رستگار، عباسعلی. (۱۳۸۵). ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت مطالعه

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی