

الگوی معنویت افزایی در سازمان، ارائه نظریه‌ای داده بنیاد

ابراهیم جواهری زاده *

دریافت مقاله: ۹۵/۸/۸

پذیرش نهایی: ۹۵/۱۰/۲۲

چکیده

هدف این پژوهش طراحی الگوی معنویت‌افزایی در یکی از نهادهای انقلاب اسلامی است. روش تحقیق به صورت کیفی و به صورت مشخص شیوه نظریه‌پردازی داده بنیاد است. جامعه آماری تحقیق شامل نخبگان و خبرگان سازمانی است که هم با موضوع تحقیق آشنا، و هم به همکاری مایل باشند. نمونه‌گیری نیز به روش نمونه‌گیری نظری، قضاوتی و هدفمند صورت گرفته است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته، مشاهدات محقق و اسناد سازمانی است که جمع‌آوری آن در بازه زمانی بهمن ۱۳۹۴ تا تیر ۱۳۹۵ صورت گرفت. تحلیل داده‌ها به شیوه شناسه‌گذاری باز، شناسه‌گذاری محوری و شناسه‌گذاری انتخابی انجام شد که حاصل آن الگوی معنویت‌افزایی در سازمان است. کلیدواژه‌ها: معنویت در سازمان، معنویت‌افزایی در سازمان، الگوی معنویت افزایی، نظریه‌های داده بنیاد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

انسان مدرنیست به مثابه ماشینی در نظر گرفته می‌شد که هیچ نوع احساس و بعد روحانی ندارد. انسان مدرنیست عقلایی و محاسبه‌گر بود و جایی برای احساسات و مسائل روحی و روانی نداشت. بتدریج نگاه به انسان تغییر کرد و او موجودی فراتر از ماشین در نظر گرفته شد که دارای بعدی روحانی و معنوی نیز هست؛ بدین سان با تغییر نگاه به انسان زمینه ظهور پارادایم جدیدی در دنیای سازمان و مدیریت پدیدار گشت و بتدریج مفاهیمی مانند معنویت فردی و معنویت در محیط کار ظهور پیدا کرد.

معنویت سازمانی از جمله دریچه‌های نوینی است که در حوزه مدیریت گشوده شد و هر روز علاقه‌مندان بیشتری را مجذوب خود می‌کند. برخی از پژوهشگران شکل‌گیری سازمانهای معنویت‌محور را به‌عنوان موج چهارم (در ادامه موج سوم تافلر) در عصر جدید معرفی می‌کنند (یزدانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۸). معنویت در محیط کار از اصلی‌ترین روندها در قرن بیست و یکم خواهد بود. بر این اساس، بسیاری از اندیشمندان، معنویت را منبعی پایدار برای سازمانها دانسته‌اند که می‌تواند به آنها در زمانهای پرتلاطم و آشوب‌زده، یاری رساند. از سوی دیگر شواهد حاکی است که از آغاز سال ۱۹۹۲ حجم کتابها، همایشها، و کارگاه‌های معنویت در محیط کار افزایشی فوق‌العاده داشته است. علاوه بر این در سال ۱۹۹۹ آکادمی مدیریت^۱ گروه تخصصی جدیدی تحت عنوان «مدیریت، معنویت، و دین»^۲ را تشکیل داد و با این کار در واقع پشتیبانی لازم را برای پژوهشها و تدریس در این زمینه جدید فراهم ساخت و همزمان مجلات معتبری از جمله مجله علمی "سازمان و مدیریت تغییر"^۳ و "روانشناسی مدیریت"^۴ ویژه‌نامه‌هایی را به این موضوع اختصاص دادند (نیل و بایرمن^۵، ۲۰۰۳). بیشتر تحقیقاتی که در حوزه معنویت انجام شد به بیان پیامدهای فردی، گروهی و سازمانی تمرکز کرده و یا معنویت را در سطح فردی و روانشناسی مورد تحلیل قرار داده‌اند و کمتر به معنویت در سطح سازمان پرداخته و الگوی جامع و منسجمی برای معنویت‌افزایی در سازمان ارائه نشده است.

1 - Academy of Management

2 - Management, Spirituality & Religion (MSR)

3 - Journal of Organizational Change Management (JOCM)

4 - Journal of Management psychology

5 - Neal & Biberman

معنویت نیروی قدرتمندی در زندگی است که در بیشتر ادبیات مدیریت، محاسبه نشده است. از دیگر سو به نظر می‌رسد استعداد جامعه ایرانی و سازمانهای ایرانی برای معنویت‌ورزی از میانگین جهانی فزونتر است. یکی از مهمترین تفاوت‌های مدیریتی بر مبنای ارزشهای اسلامی با مدیریت بر اساس دانش و تجربه تولیدشده در غرب «در چگونگی نگرش به انسان» و توجه به بعد درونی و معنوی انسان بوده و لذا ضروری است پژوهشگران مدیریت کشور برای بهره‌گیری از این ابزار کم‌هزینه به منظور حل مشکلات سازمانی، پژوهشهای وسیعی در زمینه معنویت‌افزایی صورت دهند. در حال حاضر بخش اعظمی از ادبیات رایج معنویت، غربی است و کمتر با زاویه دید اسلامی به مفهوم معنویت و معنویت در سازمان پرداخته شده است.

در این تحقیق به منظور پاسخگویی به مسئله یاد شده، تلاش شده است که معنویت از سطح فردی خارج و به سطح سازمانی کشانده شود و با نگاه اسلامی الگوی جامعی برای معنویت‌افزایی در یکی از نهادهای انقلاب اسلامی^(۱) ارائه شود؛ بنابراین سؤال مشخص تحقیق این گونه خواهد بود که: "الگوی مبنایی مناسب معنویت‌افزایی در سازمان مورد نظر چگونه خواهد بود؟"

مبانی نظری پژوهش

از آنجا که واژه معنویت در زمینه‌های گوناگونی به کار می‌رود، توصیف آن چندان آسان نیست. آندر هیل (۱۹۳۷) در کتاب زندگی معنوی به این نکته اشاره می‌کند؛ در حالی که از یک سو ناگزیریم از ابهام و انتزاع بسیار جلوگیری کنیم از سوی دیگر باید مانع تعاریف سخت و شتاب‌زده شویم؛ چراکه هیچ واژه‌ای در زبان انسانی ما در مورد واقعیت‌های معنوی مناسب و صحیح نیست. از این رو امکان اشتباه گرفتن مفهوم معنویت با دیگر مفاهیم وجود دارد و هم‌چنین کاربردی کردن آن نیز دشوار است (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶).

جدول ۱: تعاریف معنویت

ردیف	تعریف معنویت	منبع
۱	در شکل گسترده آن به معنای احساس پیوند با خود کامل ^۱ ، دیگران و کل جهان است.	میتروف و دنتون ^۲ ، ۱۹۹۹
۲	تعامل به یافتن هدف غایی زندگی و زیستن بر اساس آن هدف	مقیمی، ۱۳۸۶
۳	کوششی برای پیدا شدن حساسیت به خود، دیگران، محیط طبیعی، و خدا که درون و فراسوی این کلیت است.	راهاس ^۳ ، ۲۰۰۲
۴	مفهوم معنویت در پیوند با این باور مشترک است که حقیقتی، بزرگتر و کاملتر هست که ما را احاطه کرده، به ما اشاره می‌کند و ما را فرامی‌خواند.	ناصری فرد و دیگران، ۲۰: ۱۳۸۸
۵	معنویت، احساسی است که افراد درباره معنای اساسی اینکه کیستند، چه کاری انجام می‌دهند و نقشی که آنان می‌آفرینند، کدام است؟	معمار زاده و دیگران، ۱۳۹۰ به نقل از ویل
۶	مجموع قوانین و دستورهای خداوندی یا به عبارتی دیگر، اصول و قواعدی که توسط خالق وضع شده و یا سرشت روح ما سازگار است، معنویت است.	الهی، ۱۳۸۰: ۵۴
۷	حالتی است که در پی ارتباط روحانی پیوسته با خالق و اطاعت از فرمانهای او در فرد ایجاد می‌شود.	عترت دوست، ۱۳۸۹
۸	معنویت، ارتباط با وجود متعالی، باور به غیب، باور به رشد و بالندگی انسان در راستای گذشتن از پیچ‌وخم‌های زندگی و تنظیم زندگی بر مبنای ارتباط با وجود متعالی و درک حضور دائمی وجود متعالی در هستی معنادر، سازمان‌یافته و جهتدار الهی است.	ثیاری بنات و دیگران، ۱۳۸۶
۹	معنویت احساس حضور معنا در خود و ظهور آن در رفتار است که مترتب بر شناخت صحیح برآمده از وحی نسبت به هستی و مبدأ شکل‌گیری (خدا) و منتهای نظام آفرینش (معاد) و نیروهای ناپیدای فعال در نظم‌بخشی و جریان بخشی به سنت‌های مندرج در متن آفرینش (عالم غیب) است.	رستگار، ۱۳۹۳
۱۰	معنویت در قالب ارزشهای معنوی و رفتارهای معنوی نمود پیدا می‌کند. ارزشهای معنوی شامل صداقت، اعتماد، نفوذ اخلاقی، ارتباط صادقانه، و تواضع و فروتنی است. هم‌چنین رفتارهای معنوی شامل احترام، رفتارهای صادقانه با دیگران، قدردانی از مشارکت و همکاری دیگران در اعمال معنوی است.	محمدی و همکاران، ۱۳۹۲
۱۱	معنویت می‌تواند به‌عنوان آگاهی از اصل الهی وجود ما ^۴ توصیف شود.	فیلائی ^۵ ، ۲۰۱۱
۱۲	معنویت تلاش در جهت ایجاد حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، نیروی برتر (خدا)، کند و کاوش در جهت آنچه برای انسان شدن مورد نیاز است و جست‌وجو برای رسیدن به انسانیت کامل است.	عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶
۱۳	از دیدگاه اسلامی معنویت بر اساس اعتقاد به عالم غیب و جهان ماورا و اصالت را به باطن عالم دادن شکل می‌گیرد و معنویت‌گرایی یعنی غیب‌گرایی که خدا، قیامت، روح مجرد الهی انسان از مصادیق بارز آن است.	رودگر، ۱۳۸۸
۱۴	از دیدگاه اسلام حالتی است که در پی ارتباط روحانی پیوسته با خالق و اطاعت از فرمانهای او در فرد ایجاد می‌شود.	عترت دوست، ۱۳۸۹

- 1 - Ones complete self
- 2 - Mitroff & Denton
- 3 - Rahas
- 4 - Divine principle of our being
- 5 - Pillay

در لغتنامه دهخدا، معنویت در لغت به معنی "معنوی بودن" است. دهخدا، معنوی را، حقیقی و راست، اصلی و ذاتی، مطلق و باطنی و روحانی در مقابل مادی، صوری و ظاهری می‌داند؛ یعنی معنایی که فقط به وسیله قلب شناخته می‌شود و زبان را در آن بهره‌ای نیست، تعریف کرده است. در فرهنگ معین نیز معنوی بودن به معنی باطنی و حقیقی - مقابل مادی، ظاهری و صوری - آمده است. واژه لاتین معنویت^۱ از واژه لاتین "اسپیریتوس"^۲ یا "اسپیریتوآلیست"^۳ نشأت می‌گیرد که به معنای تنفس، رایحه، هوا و باد است. اسپیریتوس، اصلی روحبخش یا حیاتی است که به ارگانسیم‌های فیزیکی زندگی می‌بخشد (فهری، ۲۰۱۰). حسین نصر در تحلیل ریشه این کلمه می‌نویسد: بی‌آنکه ریشه این کلمه در مشرق زمین و یا در عربی مبهم باشد اما در غرب که ویژگی اصلیش انکار روح است، معنویت به چه معنایی می‌تواند باشد؟ در مغرب زمین با غفلت از اینکه روح مطابق با اصول خاص و فقط درون سنتهای بزرگ که منشأ آسمانی دارند، آشکار می‌شود به امور روانشناسانه قناعت می‌کنند (رستگار، ۱۳۹۳: ۳۵).

اختلاف بر سر مفهوم معنویت از تعریف آن شروع می‌شود. گروهی معنویت را در ارتباط با جهانی که در آن زندگی می‌کنیم تعریف می‌کنند و منشأ دنیایی برای آن قائل هستند و گروهی دیگر معنویت را فوق محسوسات و در ارتباط با عالم ماورا تعریف می‌کنند و منشأ الهی برای آن قائلند. مفهوم رایج معنویت در علم مدیریت در گروه اول قرار می‌گیرد و مفهوم اسلامی آن در گروه دوم قرار می‌گیرد. در ذیل برخی از تعاریف معنویت ذکر شده است.

همان‌طور که گذشت، تعاریف متعددی از معنویت ارائه شده است. مشاهده می‌شود که توافق کمی درباره تعریف معنویت وجود دارد. به اختصار می‌توان گفت "عالم معنا"، "احساس درونی" و "ارتباطات" از عناصر کلیدی تعریف معنویت است که در بیشتر تعریفها به آن اشاره شده است.

معنویت در محیط کار

آشموس^۴ (۲۰۰۰) معتقد است اصطلاح معنویت در کار و محیط کار، توصیف‌کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پرحرارت و با انرژی هستند؛ کارشان آنان را ارضا می‌کند؛ معنا و هدف را در کارشان درک، و احساس می‌کنند که با همکارانشان ارتباطات اثربخشی دارند.

-
- 1 - Spirituality
 - 2 - Spiritus
 - 3 - Spiritualist
 - 4 - Ashmos

معنویت می‌تواند آگاهی از اصل الهی وجود ما^۱ توصیف شود. معنویت در محیط کار تلاش برای پیوند با این اصل الهی در بستر محیط کاری است (پیلای^۲، ۲۰۱۱).

آشموس و داجون^۳ (۲۰۰۲) محیط کار معنوی را محیط کاری می‌دانند که اظهار فردی زندگی درونی را از طریق کار معنادار در بستر اجتماع امکانپذیر می‌سازد (پچسونگا و داجون، ۲۰۰۹).

گیاکالون و جورکیویچ^۴ (۲۰۰۳) معنویت سازمانی را چارچوب ارزشهای سازمان می‌دانند که در فرهنگ متجلی می‌شود و از طریق فرایند کار تجربه تعالی کارکنان را ارتقا می‌بخشد و حس پیوند آنها با دیگران را به گونه‌ای آسان می‌سازد که احساس کمال و مسرت را به دنبال دارد.

پتچسوانگ و داجون^۵ (۲۰۰۹) معتقدند اگرچه تعاریف معنویت در کار متفاوت است، بین همه آنها پنج عنوان مشترک است: پیوند^۶، شفقت^۷، آگاهی^۸، کار معنادار و تعالی^۹.

به زعم رابیتز (۲۰۱۳: ۵۷۱) اگرچه پژوهشها در حوزه سازمانهای معنوی در ابتدای کار است در بررسیها چهار ویژگی "اعتماد و احترام"، "شیوه کار انسانی"، "آسانگیری به کارمندان برای ابراز احساسات" و "احساس قوی در مورد هدف داشتن" در سازمانهای معنوی نمود بیشتری دارد.

پیامدهای معنویت در محیط کار

به دلیل غلبه نگاه روانشناسانه به پدیده معنویت، بیشتر پژوهشها به پیامدهای فردی معنویت در محیط کار تمرکز، و تحقیقات به نسبت کمتری بر روی پیامدهای گروهی و سازمانی معنویت در محیط کار اشاره کرده‌اند. پیامدهای معنویت که در پژوهشهای گذشته به آن اشاره شده است در جدول ذیل نمایش داده می‌شود:

-
- 1 - Divine principle of our being
 - 2 - Pillay
 - 3 - Ashmos & Duchon
 - 4 - Giacalone & Jurkiewicz
 - 5 - Petchsawanga & Duchon
 - 6 - Connection
 - 7 - Compassion
 - 8 - Mindfulness
 - 9 - Transcendence

جدول ۲: پیامدهای معنویت

پیامد	نویسنده
بهبود بهره‌وری و افزایش عملکرد	(کریشناکامور و نیک ^۱ ، ۲۰۰۲)، (وینستون ^۲ ، ۲۰۱۳)، (پتچسوانگ و داچون ^۳ ، ۲۰۱۲)
کاهش جابه‌جایی و ترک شغل	(وینستون ^۴ ، ۲۰۱۳)، (میلیمن و همکاران، ۲۰۰۳)
کاهش فشار روانی	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)
افزایش خلاقیت	(دنیل ^۵ ، ۲۰۱۲)، (کریشناکامور و نیک، ۲۰۱۲)، (پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)
بهبود حل مسئله	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)
رضایت شغلی	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)، (میلیمن و همکاران، ۲۰۰۳)
تعهد شغلی	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)، (میلیمن و همکاران، ۲۰۰۳)
صداقت	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)، (کریشناکامور و نیک، ۲۰۰۲)
اعتماد	(دنیل، ۲۰۱۲)، (پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)، (کریشناکامور و نیک، ۲۰۰۲)، (ناصری فر و دیگران، ۱۳۸۸)
تعهد سازمانی	(پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲)، (کریشناکامور و نیک، ۲۰۰۲)
عزت نفس	(میلیمن و همکاران، ۲۰۰۳)
افزایش کار گروهی و عملکرد گروه	(داچون و پلومن ^۶ ، ۲۰۰۵)، (دنیل، ۲۰۱۰)
خودکنترلی و وجدان کاری	(عترت دوست، ۱۳۸۹)، (ناصری فر و دیگران، ۱۳۸۸)
سلامت جسمانی	(عترت دوست، ۱۳۸۹)، (ناصری فر و دیگران، ۱۳۸۸)
شادکامی	ناصری فر و دیگران، ۱۳۸۸
افزایش قدرت شهود در تصمیم‌گیری	رستگار، ۱۳۹۳
روحي مطمئن تر و اعصابی آرامتر و قلبی سالمتر	عترت دوست، ۱۳۸۸

- 1 - Krishnakumar & Neck
- 2 - Winston
- 3 - Petchsawanga & Duchon
- 4 - Winston
- 5 - Daniel
- 6 - Duchon & plowman

سابقه پژوهش

نتایج و یافته‌های پژوهشها به صورت خلاصه در جدول ذیل به نمایش گذاشته شده است:

جدول ۳: یافته‌های پژوهشهای گذشته

نویسنده	پژوهشها
میلیمن و همکاران (۲۰۰۳)	<p>هدف: بررسی رابطه تجربی معنویت در محیط کار با متغیرهای رایج در نگرش شغلی کارکنان، معنویت در محیط کار به سه سطح فردی (کار معنادار)، گروهی (احساس یگانگی و یکپارچگی با دیگران) و سازمانی (همسانی و همسویی با ارزشهای سازمان) تفکیک شده است.</p> <p>کار معنادار شامل لذت بردن از کار، انرژی گرفتن از کار، ایجاد معنا و هدف شخصی از طریق کار حس انسجام شامل حس پیوند با همکاران، حمایت کارکنان از یکدیگر و پیوند با یک هدف مشترک</p> <p>همراستایی ارزشهای سازمانی شامل احساس پیوند با اهداف سازمانی، آشنایی با ارزشها و مأموریت سازمان و توجه سازمان به کارکنان</p> <p>روش: این تحقیق به صورت پیمایشی و در میان دانشجویان مدرسه عالی بازرگانی امریکا انجام شده است. داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و رابطه میان ابعاد معنویت و نگرشهای شغلی از طریق معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفت.</p> <p>یافته‌ها: تحلیل معادله ساختاری بیان می‌کند که ابعاد معنویت (کار معنادار، حس انسجام و همراستایی ارزشهای سازمانی) با ابعاد نگرشی (تعهد سازمانی، تمایل فرد به ترک خدمت، رضایت درونی از کار، تعهد شغلی) نسبت به کار رابطه معنی‌داری دارد. این نتایج حمایت تجربی را برای رابطه‌های پیش‌بینی شده بین ابعاد معنویت در محیط کار و اهمیت نگرش نسبت به شغل فراهم می‌کند.</p>
داچون و آشموس (۲۰۰۹)	<p>هدف: بررسی اثر معنویت بر عملکرد در محیط کار</p> <p>روش: مطالعه اکتشافی در شش بیمارستان بزرگ شبکه بهداشت و درمان جنوب غربی امریکا. برای اندازه‌گیری معنویت از پرسشنامه استفاده شده است</p> <p>یافته‌ها: نشان‌دهنده اثر معنویت بر عملکرد کاری است و هم‌چنین رهبری معنوی از طریق ایجاد واحد کاری می‌تواند بر عملکرد سازمانی تأثیرگذار باشد.</p>
الوندی، ۱۳۹۳	<p>هدف: بررسی معنویت و معنویت‌گرایی از دیدگاه امام خمینی (ره)</p> <p>روش: تحلیل متن</p> <p>یافته‌ها: معنویت از دیدگاه امام خمینی (ره) دارای ابعادی است که شامل "باورها و اعتقادات"، "ارزشها" و "رفتارهای معنوی" است.</p>

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهشهای گذشته

نویسنده	پژوهشها
الوندی، ۱۳۹۳	باورهای معنوی: ۱- باور به از خدا بودن و هر چیزی را از خدا داشتن ۲- باور به در محضر خدا بودن ۳- باور به بازگشت دوباره به سوی خدا ۳- باور و اعتصام به اسلام به عنوان تنها مسیر صحیح معنویت الهی و ۴- باور به ولایت ارزشهای معنوی: ۱- ایمان به خدا و اسلام ۲- اخلاص ۳- تقوا ۴- شجاعت ۵- ایثار ۶- دفاع از اسلام و مرزهای اسلامی رفتارهای معنوی: ۱- عبادت ۲- جلب رضای خدا با خدمت صادقانه به مردم یا خدمت به خلق برای رضایت خالق ۳- پیروی از قانون ۴- رعایت حقوق دیگران ۵- انضباط در کارها ۶- اطاعت از فرماندهان و ۷- دقت در وظایف سازمانی
سرلک و همکاران، ۱۳۹۱	هدف: طراحی سازمان معنویت‌گرا در آموزش عالی ایران روش: با استفاده از رویکرد کیفی و به صورت مشخص شیوه دلفی نظر خبرگان گرفته شد. یافته‌ها: سازمان معنویت‌گرا به عنوان جدید سازمانی دارای سه عامل اصلی سازمانی، فردی و محیطی است. عوامل فردی شامل فضایل انگیزش، ایمان، خلاقیت عوامل سازمانی شامل ابعاد ساختاری، ابعاد محتوایی، ابعاد فرهنگ‌ساز متن، ابعاد رهبری، ابعاد ارتباطات عوامل محیطی شامل عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل اجتماعی و عوامل فرهنگی فضا (محیط) معنوی سازمان شامل کار بامعنا، کار هدفمند، احساس به هم پیوستگی شناسایی شد.
مقیمی و همکاران (۱۳۸۶)	هدف: بررسی رابطه معنویت در محیط کار و خلاقیت کارکنان روش: این تحقیق به صورت پیمایشی و در میان کارکنان محیط‌های کاری مختلف انجام شده است. داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و با نرم‌افزار آمار تحلیل شده است. یافته‌ها: وابستگی دو متغیر معنویت و خلاقیت کارکنان تأیید شد و لذا پیشنهاد شده است که تمسک به حیل معنویت به منظور بهبود خلاقیت و رفع معضلات سازمانها در دستور قرار گیرد. تدین به دین حنیف بهترین طریق معنوی‌تر شدن است.
نیک پور و همکاران، ۱۳۹۰	هدف: بررسی رابطه معنویت در محیط کار با رفتارهای شهروندی کارکنان بنیاد شهید انقلاب اسلامی روش: از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی که به روش پیمایشی انجام شده است. یافته‌ها: بین معنویت در محیط کار با "کار معنادار"، "همبستگی با دیگران" و "همسویی با ارزشهای سازمان" و رفتارهای شهروندی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

رویکرد پژوهش استقرایی^۱، صبغه پژوهش کیفی، نوع پژوهش میدانی است و داده‌های آن در بازه زمانی بهمن ۱۳۹۴ تا مرداد ۱۳۹۵ گردآوری شده است.

طراحی کیفی پژوهش به این دلیل بر روش کمی ترجیح داده شده است که مزیت‌هایی برای چارچوب‌بندی مفاهیم ذهنی (مانند معنویت) را ارائه کرده است که قابل سنجش نیست (کرسول، ۱۳۹۱). روش تحقیق کیفی با مطالعات زمینه‌های فرهنگی سنخیت بیشتری دارد؛ زیرا بنا به طبیعتش با نظام ارزشی، ساختار ذهنیت‌ها و باورها سروکار دارد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۰). از آنجا که در جامعه ما بر تفاوت‌های فرهنگی تأکید می‌شود، روش تحقیق کیفی، مزیت دارد. پژوهشگر در روش کیفی بهتر می‌تواند هم در مشخص کردن ریشه‌ها و هم در بیان راهکارها خلاقیت به خرج دهد.

در پژوهش به‌منظور طراحی الگوی مبنایی معنویت‌افزایی به‌صورت مشخص از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (گراندد تئوری^۲) و رهیافت نظام‌مند یا پارادایمی اثر استراوس و کوربین^۳ استفاده شده است. استراوس و کوربین بیشتر طرفدار فرایندی بودن نظریه داده‌بنیاد هستند و معتقدند اگرچه نظریه‌پرداز داده‌بنیاد ممکن است تک ایده^۴ را هم مورد پژوهش قرار دهد، اغلب یک فرایند را بررسی می‌کند.

جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان سازمان مورد نظر است که از طریق نمونه‌گیری نظری انتخاب می‌شوند. نمونه‌برداری نظری، تصمیم‌گیری در مورد این است که در مرحله بعد طبق وضعیت موجود چه کسی مورد مصاحبه قرار گیرد و یا چه چیزی مشاهده شود و به‌طور ضمنی بر شروع تحلیل داده‌ها با اولین مصاحبه اشاره دارد. نمونه‌گیری تا زمانی ادامه پیدا کرده است که محقق به کفایت نظری مقوله‌ها و یا نظریه رسیده است. کفایت نظری یعنی هیچ داده بیشتری یافت نمی‌شود که پژوهشگر با آن بتواند ویژگی مقوله‌ها را رشد دهد.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته است. مصاحبه‌ها بر اساس تفاهمنامه مصاحبه صورت پذیرفت و سؤالات آن نیز بر اساس سؤال اصلی پژوهش و پیشینه تحقیق

-
- 1 - Induction
 - 2 - Grounded Theory
 - 3 - Strauss and Corbin
 - 4 - A single idea

تنظیم شده است. در پژوهش‌های کیفی چارچوب نظری وجود ندارد و تفاهمنامه مصاحبه به‌جای چارچوب نظری قرار دارد که در مقام مقایسه از آن کلی‌تر است. داده‌ها از طریق فرایندی به نام شناسه‌گذاری تحلیل می‌شود. شناسه‌گذاری نشانگر عملیاتی است که طی آن داده‌ها خرد، مفهوم‌پردازی، و آن‌گاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شود.

تجزیه و تحلیل در گراند تئوری از سه نوع شناسه‌گذاری تشکیل شده است:

الف - شناسه‌گذاری باز ب - شناسه‌گذاری محوری ج - شناسه‌گذاری انتخابی

شناسه‌گذاری باز اولین گام از مراحل شناسه‌گذاری است. در شناسه‌گذاری باز فرایند خرد کردن و سپس مفهوم‌پردازی صورت می‌گیرد. منظور از خرد کردن و سپس مفهوم‌پردازی کردن این است که مورد مشاهده‌ای، جمله‌ای، پاراگرافی را برمی‌داریم و به اجزایی تقسیم می‌کنیم و به هر کدام از حوادث، افکار یا رخدادها برجستگی می‌دهیم که یا نشانه آن پدیده است یا به‌جای آن می‌نشیند و در گام بعد محقق مفاهیم را در نظمی بالاتر و انتزاعی‌تر دسته‌بندی می‌کند و نام آن را مقوله می‌گذارد.

شناسه‌گذاری محوری، سلسله روش‌هایی است که با آنها پس از شناسه‌گذاری باز با برقراری پیوند بین مقولات به شیوه‌های جدیدی اطلاعات با یکدیگر ربط می‌یابد. به اعتقاد استراوس و کوربین این کار با استفاده از الگوی پارادایمی^۱ (مدل الگویی یا فرایندی) صورت می‌گیرد که متضمن شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها است.

شناسه‌گذاری انتخابی، آخرین گام در مراحل شناسه‌گذاری است. در این مرحله از شناسه‌گذاری، نظریه‌پرداز یک نظریه (داستان) از روابط مقوله‌های الگوی شناسه‌گذاری محوری به نگارش در می‌آورد. در شناسه‌گذاری انتخابی شناسایی مقوله اصلی بسیار مهم است. مقوله اصلی در واقع پدیده اصلی است که سایر مقولات بر محور آن گرد می‌آید و کلیتی را تشکیل می‌دهد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۱۸).

جدول ۴: ویژگی مصاحبه‌شوندگان

سابقه کار (سال)	تحصیلات	شناسه مصاحبه	سابقه کار (سال)	تحصیلات	شناسه مصاحبه
۳۰	دکتری مدیریت استراتژیک	P۱۱	۳۵	دانشجوی دکتری مدیریت سیستم‌ها	P۱
۱۲	دانشجوی دکتری مدیریت	P۱۲	۲۰	کارشناسی ارشد فرهنگی	P۲
۳۵	کارشناسی مدیریت	P۱۳	۳۰	حوزوی	P۳
۵	دکتری کلام	P۱۴	۳۰	دکتری فلسفه	P۴
۳۰	دکتری مدیریت فرهنگی	P۱۵	۳۰	حوزوی	P۵
۱۹	کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک	P۱۶	۱۲	دانشجوی دکتری مدیریت سیستم‌ها	P۶
۱۰	حوزوی	P۱۷	۱۴	حوزوی	P۷
۱۸	حوزوی	P۱۸	۳۰	کارشناس ارشد مدیریت	P۸
۱۵	دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی	P۱۹	۳۰	دکتری مدیریت	P۹
-	-	-	۱۲	دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی	P۱۰

در نهایت ۱۹ مصاحبه مورد تحلیل قرار گرفت که به صورت میانگین اعضای نمونه ۲۲ سال سابقه کار در سازمان داشتند.

شناسه‌گذاری باز

پس از تنظیم صورتجلسات مصاحبه، روند شناسه‌گذاری باز آغاز شد که به دلیل حجم انبوه داده‌ها (۱۲۴ صفحه) به ذکر نمونه‌ای بسنده می‌شود.

پژوهش‌های فلسفی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۵: نمونه روند تحلیل شناسه گذاری باز

شناسه مصاحبه	متن انتخاب شده	شناسه اولیه	شناسه نهایی	یادداشتهای فنی (محقق)
P1	خیلی خوب اصلاً ما باید در تعریف همین را بیاوریم؛ یعنی در تعریف باید ما معنوی را بخواهیم که به نتیجه منجر گردد. ما باید در این تعریف اشاره داشته باشیم به پیامدی که حاصل می شود از این معنویت و در آن باید یک فرد تبدیل شود به یک فرد تأثیرگذار چه در حوزه ارتباطات فردی، چه در درون خانواده اش، چه در درون یک مجموعه یا گروه کوچک، چه در درون سازمان و نهایتاً در جامعه.	منجر به نتیجه	عملگرایی	معنویت مفهومی ایستا نیست بلکه مفهومی است که در انواع ارتباطات شکل می گیرد.
		تأثیرگذاری	تأثیرگذاری	ارتباط اول با خود است؛ پس از آن ارتباط با خدا است و سپس ارتباط با دیگران (گروه و سازمان) و ارتباط با جهان (جامعه و طبیعت)
		ارتباطات فردی	ارتباطات فردی	
		ارتباطات خانوادگی	ارتباطات با دیگران	
		ارتباطات گروهی	ارتباطات سازمانی	
		ارتباطات اجتماعی	ارتباطات اجتماعی	
		ارتباطات فرا سازمانی	ارتباطات اجتماعی	
		ارتباطات اجتماعی	ارتباطات اجتماعی	
pn

شناسه گذاری محوری

درحالی که شناسه گذاری باز، داده ها را به مقوله های مختلف تفکیک می کند، شناسه گذاری محوری، مقوله ها را با توجه به ویژگیها و ابعاد آنها به یکدیگر مرتبط می سازد؛ به عبارت دیگر در این مرحله از شناسه گذاری بیشتر به اجتماع و مکمل بودن شناسه ها توجه می شود. در این مرحله با توجه به ۱ - نوع سؤالی که مصاحبه کننده از مصاحبه شونده می پرسد (سؤالات با محوریت شرایط علی، مقوله اصلی و ابعاد آن، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، ساختارها و راهبردها و پیامدها) و ۲ - تحلیل و شناسه گذاری محقق از پاسخ سؤالات، مفاهیم و مقولات شناسایی شده تفکیک می شود و در جدولهای ذیل قرار می گیرد:

الف) شرایط علی

جدول ۶: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط علی

مقوله کلی	مقوله	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
شرایط علی	شناخت عمیق از خدا و جهان هستی	شناخت عمیق از جهان هستی	۲
		شناخت از خدا	۳
	شکوفایی فطرت	شکوفایی فطرت	۴
	شناخت عمیق دین (اسلام)	شناخت دین	۲
		شناخت اولیای الهی	۲

ب) شرایط زمینه‌ای

جدول ۷: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

مقوله کلی	مقوله	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
شرایط زمینه‌ای	فضای معنوی	جو معنوی	۲
		فضای مساوات و برادری	۳
		دوری از فضای تجملاتی و پر زرق و برق	۳
		فضا و محیط کار شاد	۲
		فضای مبتنی بر همکاری در محیط کار	۲
	شرایط مرگ و زندگی	محیط‌های جنگی (مرگ و زندگی)	۷
	مناسبت‌های مذهبی	مناسبت‌های مذهبی	۳

ج) شرایط مداخله‌گر

جدول ۸: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط مداخله‌گر

مقوله کلی	مقوله	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
شرایط مداخله‌گر	بی‌عدالتی و تبعیض	احساس تبعیض کارکنان	۲
		تبعیض در اعزام به آموزش	۲
		تبعیض در حقوق و مزایای کارکنان	۲
		رفاه‌طلبی و تبعیض بین مدیران و کارکنان در دریافت خدمات	۲
		توجه نکردن به عملکرد در نظام جبران خدمات	۳

ادامه جدول ۸: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط مداخله‌گر

مقوله کلی	مقوله	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها	
شرایط مداخله‌گر	سبک مدیریت	فاصله قدرت زیاد بین مدیران و بدنه	۴	
		حلقه بسته مسئولیت در میان مدیران	۱	
		درگیری مدیران در کار اقتصادی	۱	
		مدیریت تک‌بعدی و ضعف در مدیریت	۱	
		خودرأیی مدیران	۲	
		عدم انطباق رفتار و گفتار	۳	
		شعارگرایی افراطی	۱	
	ساختار و روشهای نامناسب سازمانی	ساختار و روشهای نامناسب	دیوانسالاری زائد	۳
			پیچیدگیهای ساختاری	۲
		سازمانی	تضاد در دستورالعمل‌ها و ابلاغیات	۱
			تفکرات جزیره‌ای در سازمان	۱
			تفکرات جزیره‌ای در آموزش	۱
			اسرافهای سازمانی	۱
			فشارهای هزینه کرد بودجه‌ای	۱
			گزارشهای غیر واقعی سازمانی	۳
			قراردادن ارزیابیهای کیفی در دست افراد فاقد صلاحیت	۲
			روشهای نامناسب اداری	۳
			مرزبندی بین نیروهای جدید و قدیم	۳
تردید و بی‌اعتمادی نسبت به تصمیم‌گیرندگان و فضای سوءظن	۳			
دغدغه معیشت	دغدغه معیشت/فقر	۳		
فرهنگ جامعه و تعاملات اجتماعی کارکنان	فرهنگ جامعه و تعاملات اجتماعی کارکنان	ماهواره‌ها	۲	
		تهاجم فرهنگی در جامعه	۲	
		فرهنگ مادیرگرای در جامعه	۲	
		بانکداری ربوی در جامعه	۲	
		فرهنگ راحت‌طلبی	۳	
		سبک زندگی	۲	
		خانواده	۴	
		مدرسه	۲	
		منطقه سکونت	۲	
		بستگان	۲	
		تعاملات اجتماعی کارکنان	۲	

(د) پدیده اصلی

با عنایت به اینکه هدف این تحقیق، تدوین و تبیین الگوی معنویت‌افزایی بود، پدیده اصلی، معنویت در نظر گرفته شده است.

جدول ۹: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با مقوله محوری (معنویت)

مقوله کلی	مفهوم	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
مقوله محوری (پدیده اصلی)	احساس درونی / درک باطنی	احساس	۲
		کشش درونی	۳
		جنبش درونی	۳
		حس درونی	۴
		معرفت	۲
		درک باطنی	۲
		شهود	۱
		ماهیت باطنی	۲
		ملکوتی بودن	۱
		امدادهای غیبی/عالم غیب	۳
عالم معنا	عالم معنا	فرشته‌ها	۱
		تعالی بخشی به روح	۱
		عالم معنا	۷
		عالم وحی	۳
		غیب	۴
		ناسوت	۱
		فراتر از حیات مادی	۳
		اسلام	۳
		ایمان	۴
		ارتباط با خود	۴
ارتباطات	ارتباطات	ارتباطات با دیگران	۶
		ارتباطات سازمانی	۳
		ارتباطات اجتماعی	۷
		ارتباط مستمر با خدا	۱۳
		ارتباط با ولایت	۶
		اسلام	۳

جدول ۱۰: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با ابعاد مقوله اصلی (معنویت)

مقوله کلی	مفهوم	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
اعتقادات معنوی	اعتقادات معنوی	اندیشه	۲
		اعتقاد به قیامت	۳
		توکل	۲
		اعتقادات (فقه اکبر/ اصول دین)	۲
ابعاد مقوله محوری (معنویت)	ارزشهای معنوی	صداقت	۳
		استقامت	۳
		اخلاص	۵
		صمیمیت	۲
		مهربانی	۲
		اخلاقیات	۳
		تقوی	۲
		دغدغه داشتن	۲
رفتار معنوی	رفتار معنوی	عملگرایی	۴
		رفتار	۵
		عمل صالح	۶
		عمل به احکام اسلامی	۲

ها) راهبردها

هدف این بخش تشریح راهبردهای معنویت‌افزایی است. این راهبردها و اقدامات در واقع طرحها و کنشهایی است که باید سازمانها برای معنویت‌افزایی به کار بندند.

جدول ۱۱: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با راهبردها و اقدامات

مقوله کلی	مفهوم	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
راهبردها	انتخاب رویکرد هوشمندانه به معنویت‌افزایی	اولویت ارتقای معنوی از مدیران	۳
		رویکرد غیر مستقیم به معنویت‌افزایی	۶
		پرهیز از ظاهرگرایی بیش ازحد در معنویت‌افزایی	۳
		وحدت مدیریت در معنویت‌افزایی	۳
		انتخاب نکردن رویکرد بالا به پایین در معنویت‌افزایی	۲
		اولویت‌بندی در اقدامات معنویت‌افزا	۲
		تشویق ارزشها در سازمان	۴
		تصمیم‌گیریهای علمی در معنویت‌افزایی	۲
		تدوین منشور معنوی برای مدیر	۲
	الگوسازی معنوی و رفتاری مدیران	اردوهای معنوی برای مدیران	۱
		جدایی رفتاری مدیران با کارکنان	۳
		انتقادپذیری مدیران	۳
		از بین بردن شکاف کلام و عمل مدیران (صداقت)	۴
		ساده زیستی مدیران	۱
		دوری مدیران از فعالیتهای اقتصادی	۲
		حضور مدیر در میان کارکنان و در مناسبتها	۴
		خود مدیریتی معنوی مدیران	۳
		روابط صمیمی مدیران با کارکنان	۴
		جلودار بودن مدیران در اجرای مأموریتها	۳
آموزش مهارت‌های رهبری به مدیران	دوری از خودرأیی مدیران/ استفاده از مشاوران متخصص	۲	
	در دسترس بودن مدیران و مسئولان (منیاست درهای باز)	۳	
	رهبری به‌جای مدیریت	۵	
	سبک رهبری خدمتگزار	۲	
	سبک رهبری حکیمانه	۳	
	سبک رهبری معنوی	۳	
	آموزش مهارت‌های ارتباطی به مدیران	۲	
	آموزش مهارت هوش هیجانی به مدیران	۲	
	آموزش مهارت همدردی به مدیران	۱	
	آموزش مهارت الهام بخشی به مدیران	۱	
آموزش مهارت نفوذ در کارکنان به مدیران	۲		
برگزاری تورهای تعالی رهبری برای مدیران	۱		

ادامه جدول ۱۱: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها و اقدامات

مقوله کلی	مفهوم	کدهای نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
برگزاری دوره‌های آموزش، تعالی و تفکر و به حرکت درآوردن قوه عاقله کارکنان		برگزاری دوره‌های آموزش معنویت	۳
		آموزش خودشناسی	۱
		آموزش انسان‌شناسی	۱
		آموزش شیوه فکر کردن / آموزش فهم کردن	۴
		اقتناع‌سازی فکری کارکنان در امور معنوی	۲
		تحریک کارکنان به تفکر	۲
		برگزاری کرسی‌های آزاداندیشی و محافل نقد و نظر	۳
		تأمین فضای آزاد و نقاد در آموزشها	۳
		رفع شبهات	۲
		شبکه‌سازی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی کارکنان معنوی با یکدیگر و با دیگر کارکنان	
استفاده از روش مرید و مرادی در معنویت‌افزایی (چهره به چهره) - ماینورتینگ	۴		
ارتباط افراد معنوی سازمان با استادان اخلاق خارج از سازمان	۲		
تشکیل گروه در شبکه‌های اجتماعی با محوریت معنویت	۲		
افزایش تعاملات بین کارکنان	۲		
ایجاد هیئات مذهبی خانگی	۲		
برگزاری محافل انس و مودت بین پیشکسوتان و کارکنان جدید	۲		
تشکیل هیئت‌های کوهنوردی کارکنان	۳		
تأمین نیازهای مادی کارکنان (برطرف کردن دغدغه معیشت)	۴		
ارتباط و تکریم خانواده کارکنان	۲		
توجه به سرمایه‌های انسانی و تکریم کارکنان		توجه به منابع انسانی و تکریم کارکنان	۴
		مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیریها	۲
		برقراری نظام پیشنهادها	۱
		مقاوم‌سازی کارکنان در برابر تأثیرات جامعه و فضای مجازی	۳
		برطرف کردن تبعیض در پرداخت وام	۲
برقراری عدالت سازمانی		برطرف کردن بی‌عدالتی در تأمین مسکن کارکنان	۲
		عدالت تعاملی	۳
		عدالت رویه‌ای	۲
		عدالت توزیعی	۲
		عدالت در انتصابات	۳
		استفاده از کانونهای ارزیابی در انتصاب و انتخاب مدیران عالی و میانی	۱
		رعایت اصل شایسته‌سالاری	۲
		برقراری عدالت در حقوق و مزایا	۲

ادامه جدول ۱۱: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها و اقدامات

مقوله کلی	مفهوم	کدهای نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
ایجاد تجربه‌های معنوی		دیدار کارکنان با علما	۴
		دیدار کارکنان از آسایشگاه‌های سالمندان	۲
		برنامه‌ریزی زیارت کربلا و دیگر اماکن زیارتی برای کارکنان	۲
		برگزاری اردوهای راهیان نور برای کارکنان و خانواده‌ها	۲
		کمک به ضعفا و محرومان	۳
		خواندن دعا (دعای کمیل و سایر دعاها)	۳
		برگزاری جلسات اخلاق	۳
		کوتاه و جذاب بودن سخنرانیهای معنویت‌افزا	۴
		برگزاری جلسات یادگیری و حفظ قرآن	۵

(و) پیامدها

جدول ۱۲: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پیامدها

مقوله کلی	مفهوم	شناسه‌های نهایی	فراوانی در میان مصاحبه‌ها
پیامدها	اثربخشی سازمانی	تحقق مأموریت‌های سازمان	۷
		افزایش اثربخشی سازمانی	۲
	کارایی سازمانی	افزایش کارایی سازمانی	۳
		کارایی و اثربخشی سرمایه انسانی	۳
		کاهش آمار تخلفات	۲
	آرامش درونی	خستگی ناپذیری	۲
		آرامش درونی	۴

شناسه‌گذاری انتخابی

روش تحلیل داده‌ها که به خلق الگوی نظری منجر می‌شود، شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و اقدامات و پیامدها است که پدیده اصلی را تشریح می‌کند. با توجه به اینکه در مرحله مصاحبه با خبرگان، سؤالات مصاحبه بر اساس الگوی پارادایمی تدوین شده است، مصاحبه‌شوندگان نظر خود را در مورد اجزای تشکیل‌دهنده الگو به‌طور خاص بر اساس شش بعد الگو ارائه کرده‌اند.

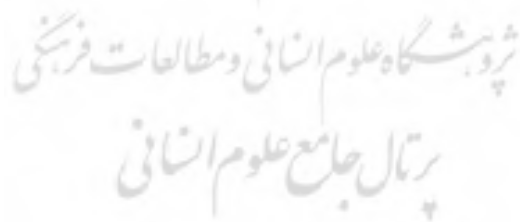
اعتبار سنجی

برای تقویت اعتبار درونی تحقیق کیفی، مریام^۱ (۱۹۸۸) موارد زیر را پیشنهاد کرده است:
 ۱ - کثرت گرایی^۲: پژوهشگر در تحقیق از نظر تخصصی دو تن از استادان مدیریت منابع انسانی و مدیریت راهبردی، استفاده، و این دو نفر به مفاهیم در حال ظهور نظارت، و نظر خود را ارائه کرده‌اند.

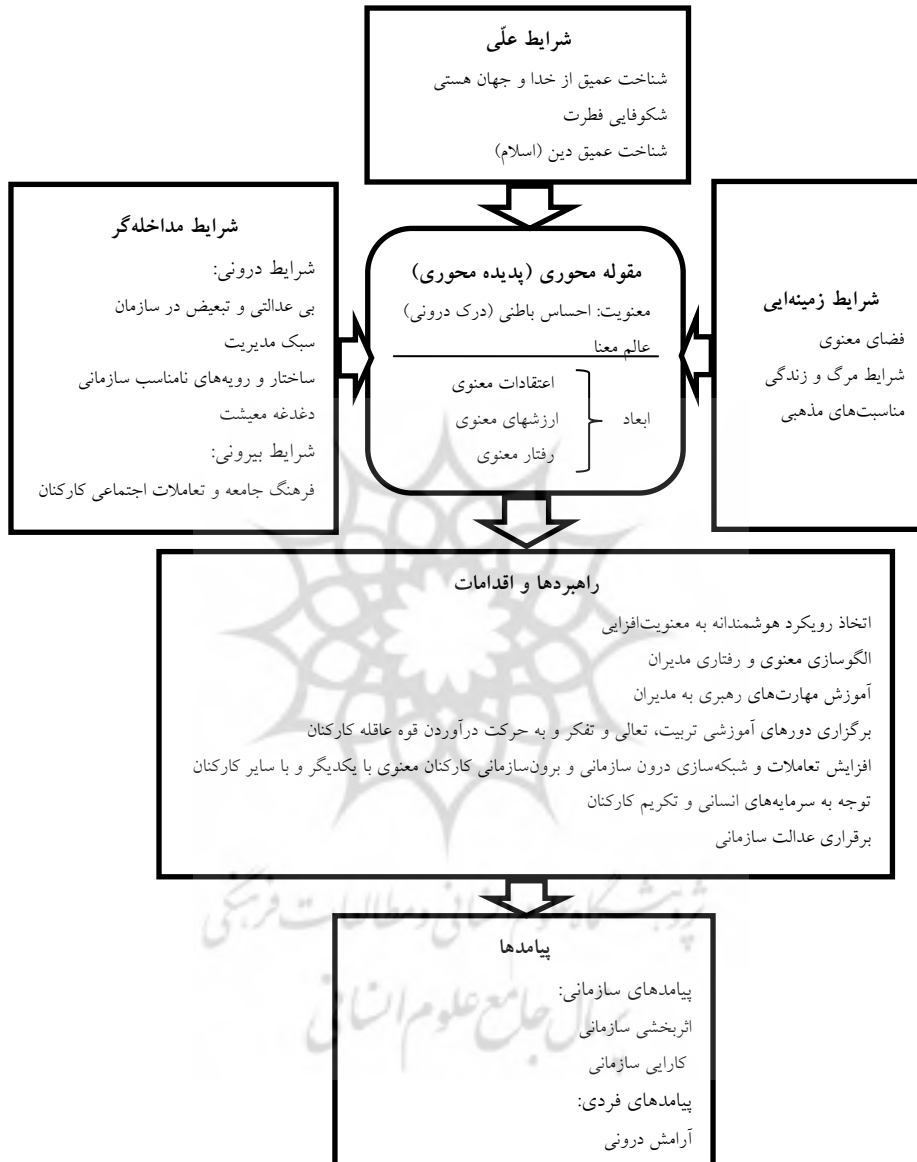
۲ - بررسیهای اعضا^۳: بدین منظور الگوی نهایی به چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان عرضه و نظر آنها گرفته شده است.

۳ - مشاهده بلندمدت در بازدید از محل تحقیق یا مشاهدات تکراری پدیده مشابه: بدین منظور داده‌ها در دوره بهمن ۱۳۹۴ تا مرداد ۱۳۹۵ جمع‌آوری شده است.

۴ - کنار گذاشتن تعصبات: پژوهشگر بدین منظور در ابتدای کار آگاهانه و با توجه به تجربه خود در تحقیقات کیفی، همه پیشفرضها و تعصبات خود را کنترل کرده و اجازه مداخله در فرایند پژوهش را نداده است.



1 - Merriam
 2 - Triangulation
 3 - Member Checks



شکل ۲: الگوی پارادایمی معنویت‌افزایی در سازمان

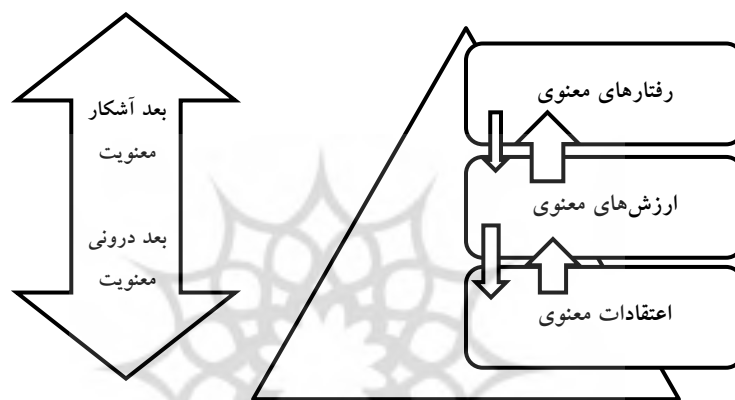
در ادامه به تبیین الگو پرداخته می‌شود:

الف - شرایط علی: منظور از شرایط علی، رویدادها یا اتفاقاتی است که بر مقوله محوری (پدیده محوری) تأثیر می‌گذارد و به بروز آن منجر می‌شود.

این مقوله کلی شامل سه مفهوم است؛ ۱ - شناخت عمیق از خدا و جهان هستی که باعث می‌شود فرد به عالمی فراتر از عالم ماده (عالم معنا) پی ببرد. شناخت صحیح برآمده از وحی نسبت به هستی و مبدأ شکل‌گیری (خدا) و منتهای نظام آفرینش (معاد) و نیروهای ناپیدای فعال در نظم‌بخشی و جریان‌بخشی به سنتهای متن آفرینش (عالم غیب) همه از عوامل پیدایش معنویت به شمار می‌رود. ۲ - شکوفایی فطرت که باعث ارتباط با عالم معنا می‌شود؛ زیرا فطرت انسان در عالم معنا ریشه دارد. خداوند متعال در آیه ۳۰ سوره مبارکه روم می‌فرماید: فاقم وجهک للدين حنیفا فطرة الله التي فطر الناس علیها لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم و لكن اکثر الناس لا یعلمون (پس روی خود را به سوی دین توحیدی پاک آور؛ همان دین فطری که خداوند سرشت و فطرت انسانها را بر آن قرار داد. هیچ دگرگونی در آفرینش الهی نیست؛ این است دین استوار و لکن بیشتر مردم نمی‌دانند). ۳ - شناخت عمیق دین (اسلام) و تدین به دین حنیف بهترین روش معنوی شدن است. دین مجموعه‌ای از اعتقادات، اخلاقیات و احکام است که همه ابعاد آن و بویژه اعتقادات آن علت معنوی شدن است.

ب - مقوله محوری: چون هدف اصلی این تحقیق، تدوین و تبیین الگوی معنویت‌افزایی بوده، مقوله اصلی مورد مطالعه، معنویت و ابعاد آن در نظر گرفته شده است. بر اساس تحلیل یافته‌های پژوهش، معنویت، "درک درونی (احساس باطنی) عالم معنا است که بر اساس ایمان و عمل به آموزه‌های اسلام ناب و در ارتباط با خود، ارتباط مستمر با خداوند، ارتباط با دیگران و ارتباط با جهان پیرامونی شکل می‌گیرد". در توضیحات تکمیلی تعریف معنویت می‌توان گفت؛ معنویت، امر دنیایی است که در بستری از ارتباطات ظهور پیدا می‌کند و نباید آن را به دنیای دیگر موقوف کرد؛ به این معنی که علاوه بر دنیای محسوسات و مادیات در همین دنیا عالم دیگری نیز هست که عالم معنا است. به محض اینکه هر فردی کوچکترین ارتباطی با عالم معنا برقرار کرد، او معنوی است. معنویت هر شخص به میزان درک درونی او از عالم معنا است؛ لذا معنویت می‌تواند از حداقل (کوچکترین ارتباط با عالم معنا) تا بی‌نهایت باشد؛ زیرا معنای کامل که خداوند است بی‌نهایت است.

ابعاد معنویت: بر اساس یافته‌های تحقیق، معنویت سه بعد دارد که بعد اول آن اعتقاد، بعد دوم ارزشهای معنوی و بعد سوم رفتارهای معنوی است. اعتقادات، ریشه ارزشها و ارزشها نیز جهت‌دهنده رفتارهای معنوی است. ارزشها آنچه را افراد بیشتر مراقب آن هستند و در اولویت‌هایشان متجلی می‌شود، تعریف می‌کنند و رفتارها نیز مصنوعات قابل مشاهده ارزشها است.



شکل ۳: ابعاد معنویت

پ - شرایط زمینه‌ای: ویژگیهای (زمانی و مکانی) درون‌سازمانی و برون‌سازمانی برای معنویت‌افزایی است که باید برای موفقیت بهتر در اجرای این فرایندها مورد توجه قرار گیرد. شرایط زمینه‌ای معنویت‌افزایی در سازمان شامل سه مفهوم اصلی است: ۱ - فضای معنوی که در واقع شکل‌دهی بستری است که سازمان تلاش می‌کند برای ارتقای ابعاد معنوی افراد فراهم سازد. ۲ - شرایط مرگ و زندگی که نشان‌دهنده اوضاع سخت و طاقت‌فرسا و پرخطری است که باعث می‌شود انسان بیشتر از دنیای مادی جدا، و به دنیای معنوی نزدیکتر شود و لذا بستر لازم برای ارتباط با عالم معنا فراهمتر است. ۳ - مناسبتهای مذهبی: این مقوله به زمانهای خاصی اشاره دارد که معنویت از ویژگیهای زمانی آن دوره است و در نتیجه بستری مناسب برای معنویت‌افزایی است. زمانهای خاص مانند ایام الله، ماه مبارک رمضان، رجب، شعبان و سایر مناسبتهای مذهبی.

ت - شرایط مداخله‌گر: شرایطی است که بر انتخاب راهبردهای مختلف مؤثر است و می‌تواند اجرای راهبردها را آسان سازد و تسریع و یا در روند آن چالش ایجاد کند.

متغیرهای مداخله‌گر در معنویت‌افزایی هم می‌تواند منشأ داخلی سازمانی داشته باشد و هم اینکه از محیط به سازمان تحمیل شود. این مقوله کلی شامل پنج مفهوم است. ۱ - بی‌عدالتی و تبعیض: احساس بی‌عدالتی در سازمان ممکن است بخش اعظمی از تلاشها و اقدامات معنویت‌افزا را بی‌تأثیر و خنثی سازد. ۲ - سبک مدیریت: عامل بسیار مهمی در موفقیت راهبردهای معنویت‌افزا است. در تحقیقات مشابه به سبک رهبری خدمتگزار (محمدی و همکاران، ۱۳۹۲) و سبک رهبری معنوی (سرلک و همکاران، ۱۳۹۱) به‌عنوان سبکهای مناسب برای معنویت‌افزایی اشاره شده است. ۳ - ساختار و روشهای نامناسب سازمانی، عاملی است که می‌تواند بر اقدامات معنویت‌افزا تأثیر بگذارد و سرعت آن را کند کند. ۴ - دغدغه معیشت و فقر و تهدیدستی سبب‌گریز از حالات معنوی و تضعیف باورها و اعتقادات می‌شود و انسان را در سطح مادیات و امور دنیوی و مشکلات معیشتی به خود مشغول می‌کند. تأمین نیازهای معیشتی و مادی یکی از دلایل پیوستن افراد به سازمانها است و تا زمانی که این نیاز ارضا نشود، صعود به نیازهای سطح بالاتر با چالش روبه‌رو می‌شود. ۵ - فرهنگ جامعه و تعاملات اجتماعی کارکنان، می‌تواند به‌عنوان عامل مداخله‌گر وارد شود و اقدامات معنویت‌افزا را تحت تأثیر قرار دهد. کارکنان از طریق نهادهای فرهنگی مانند خانواده، مدرسه و یا دیگر جماعات کوچک جامعه‌پذیر می‌شوند و به محض ورود به سازمان فرهنگ قبلی آنها با ارزشها، هویتها و مهارتهای سازمانی ترکیب می‌شوند و بدان طریق جنبه‌هایی از فرهنگهای جامعه را به درون سازمان منتقل می‌کنند (هچ^۱، ۱۳۸۹: ۳۲۸). اما آنچه مشاهده می‌شود این است که این مداخله با احتمال بیشتری از نوع منفی خواهد بود. در حال حاضر جنگ تمام‌عیاری برای صدمه زدن به محیط اخلاقی و اجتماعی ایران شروع شده که تا حدودی نیز موفق بوده است (حاجیانی و شایق، ۱۳۹۳).

ث - راهبردها: در راهبردها، کنشها و فعالیتهای اصلی که می‌تواند در معنویت‌افزایی راهگشا باشد، مورد توجه قرار می‌گیرد. مفاهیم و مقوله‌های این بعد از نوع اقدام است و به اجرای فرایندها کمک می‌کند.

به‌صورت کلی هشت راهبرد شناسایی شده است که در کنار دیگر متغیرهای زمینه‌ایی و مداخله‌گر می‌تواند به معنویت‌افزایی در سازمان کمک کند: ۱ - انتخاب رویکرد هوشمندانه به معنویت‌افزایی: معنویت به‌هیچ وجه با زور و هم‌چنین با دستور و ابلاغ به دست نمی‌آید و حتی

ممکن است رویکرد مستقیم و دستوری نتیجه عکس بدهد. معنویت‌افزایی به برنامه‌ریزی هدفمند و هوشمندانه نیاز دارد تا از آسیب‌ظاهرگرایی مصون بماند. ۲- الگوسازی معنوی و رفتاری مدیران، یکی از بهترین و پایدارترین شیوه‌های آموزش غیرمستقیم است که مطابق نظریه یادگیری اجتماعی است (رابینز، ۲۰۱۳). ۳- آموزش مهارت‌های رهبری به مدیران، می‌تواند در معنویت‌افزایی نقش مثبتی داشته باشد. رهبری نفوذ و ولایت باطنی در دلها است. ۴- برگزاری دوره‌های آموزش تربیت، تعالی و تفکر به کارکنان: معنویت و معنا در مقابل ظاهر قرار می‌گیرد و راه دسترسی به عالم معنا نیز فکر و تفکر است. انسان با تفکر است که می‌تواند از دنیای مادی جدا شود و به دنیای معنا سفر کند. انسان با تفکر می‌تواند محدودیت‌های زمان و مکان را که در عالم ماده قرار دارد، متوقف کند و به سیر در عالم معنا بپردازد. اعتقاد به عالم معنا که اولین بعد معنویت است در ساحت اندیشه و فکر قرار می‌گیرد؛ بنابراین یکی از بنیادیترین اقدامات معنوی، تربیت فکری کارکنان و آموزش فکر کردن به آنها است. ۵- افزایش تعاملات و شبکه‌سازی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی کارکنان معنوی با یکدیگر و با دیگر کارکنان که در تعاملات چهره به چهره صورت می‌گیرد، بیشترین اثربخشی را در معنویت‌افزایی دارد. کارکنان معنوی می‌توانند با دیگر کارکنان شبکه تشکیل دهند و در بستری از ارتباطات معنویت را منتقل کنند. شبکه‌سازی از ابزارهای نوینی به شمار می‌رود که در سالهای اخیر در جامعه و سازمانها پدیدار شده است. ۶- توجه به سرمایه‌های انسانی و تکریم کارکنان، می‌تواند معنویت را افزایش دهد؛ زیرا معنویت متغیری انسانی است و توجه به منابع انسانی و در اولویت قرار دادن منابع انسانی در سازمان نسبت به دیگر منابع می‌تواند معنویت را افزایش دهد. ۷- برقراری عدالت سازمانی، اقدام فراگیر و مؤثری است که رابطه آن با معنویت و نقش آن در ارتقای معنویت مورد تأکید فراوان قرار دارد. ۸- ایجاد تجربه‌های معنوی: این رهیافت به دنبال افزایش تجربه معنوی و چشیدن معنویت در افراد است.

ج - پیامدها: نتایج مورد انتظاری است که می‌تواند در اثر اجرای راهبردهای معنویت‌افزایی، عاید سازمان شود.

پیامدهای معنویت‌افزایی در سازمان در دو سطح فردی و سازمانی قابل تحلیل است که سطح سازمانی آن افزایش "کارایی سازمانی" و "اثربخشی سازمانی" است و سطح فردی آن "آرامش درونی" کارکنان است. ۱- اثربخشی سازمانی: در صورتی که فرایند معنویت‌افزایی در سازمان

بدرستی به مرحله اجرا گذاشته شود، کمکهای فراوانی به تحقق مأموریت سازمان (تحقق اثربخشی) بویژه در سازمانهای ارزش محور و انقلابی می‌کند. ۲ - کارایی سازمانی: با افزایش معنویت عملکرد و بهره‌وری ارتقا، و در نهایت کارایی سازمانی بهبود پیدا خواهد کرد. ۳ - آرامش درونی: ارتقای معنویت، آرامش درونی و خوشحالی واقعی و راستین در پی دارد. انسان با معنویت، روحی مطمئن تر و اعصابی آرامتر و قلبی سالمتر دارد.

نتیجه گیری

در حال حاضر معنویت بیشتر در سطح فردی تحلیل، و کمتر به معنویت در سطح سازمان پرداخته می‌شود و علاوه بر آن عمده پژوهشها حتی داخلی معنویت را از دیدگاه غرب مدنظر قرار داده‌اند. از آنجا که مفهوم معنویت در سازمانها و نهادهای ارزش محور ایرانی تفاوت‌های ماهیتی با مفهوم رایج در مدیریت دارد، مورد نکوهش واقع شده است. مؤلف در این تحقیق به دنبال ارتقای مباحث معنویت از سطح فردی به سطح سازمانی است که با نگاهی اسلامی به موضوع معنویت به دنبال طراحی الگوی فرایندی از معنویت‌افزایی در سازمانهای وطنی بوده است که بدین منظور از شیوه نظریه‌پردازی داده بنیاد بهره گرفته شد که دارای مزایایی در تحقیقات اکتشافی است که حاصل آن الگوی فرایندی معنویت‌افزایی است که در شکل ۲ نمایش داده شده است. این الگو بومی است که بر آموزه‌های اسلامی و ایرانی منطبق است و در سازمانهای وطنی امکان اجرا دارد. می‌توان گفت الگوی مفهومی تحقیق، جامع و غنی از معنویت‌افزایی در سازمان است که تاکنون در پژوهشهای گذشته (چه در خارج از کشور و چه در داخل کشور) به این صورت جامع و یکپارچه کمتر اشاره شده است. سازمان مورد نظر و دیگر سازمانها و نهادهای ارزش محور می‌توانند با کاربست الگو از منبع بی‌پایان معنویت در تحقق اهداف خود و بهبود کیفیت زندگی کارکنان استفاده کنند. هم‌چنین تحقیق از بعد روش‌شناسی مورد استفاده نیز مشابه ندارد به طوری که می‌توان آن را اقدامی نو در مباحث معنویت در سازمان دانست.

الگو از تحقیقی که برگرفته از رویکرد استراوس و کوربین (۱۳۹۰) به تحقیقات داده‌بنیاد است، شش جزء اصلی دارد که نقطه آغاز الگو شرایط علی است. در شرایط علی معنویت به مواردی از جمله "شناخت عمیق از خدا و جهان هستی" و "شکوفایی فطرت" و "شناخت عمیق دین (اسلام)"

اشاره شده که نشان‌دهنده تفاوت آشکار معنویت مدنظر مقاله با معنویت غربی است و چه بسا که معنویت غربی اصولاً به دنبال معنویت منهای خداست (پیلای، ۲۰۰۱؛ میتروف و دنتون، ۱۹۹۹؛ کاونگا، ۱۹۹۹ و فهرای، ۲۰۱۰). البته در تعدادی از پژوهش‌های داخلی معنویت در ارتباط با خدا، فطرت و دین دانسته شده که با یافته‌های پژوهش حاضر، همسو است (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۶؛ رستگار، ۱۳۹۳ و الوندی، ۱۳۹۳).

وجود شرایط علی باعث به وجود آمدن معنویت می‌شود. در این تحقیق تعریف جدیدی از معنویت ارائه شده است که در واقع همان ماهیت پدیده محوری است. تفاهم اندکی درباره تعریف معنویت وجود دارد اما در بسیاری از پژوهش‌های گذشته به مفاهیمی مانند ارتباطات (ثبات و همکاران، ۱۳۸۶؛ رستگار، ۱۳۹۳؛ میتروف و دنتون، ۱۹۹۹) احساس (پیلای، ۲۰۱۱؛ میتروف و دنتون، ۱۹۹۹ و ناصحی فر و همکاران، ۱۳۸۸) و معنا (رستگار ۱۳۹۳، ثبات و همکاران، ۱۳۸۶)، که از کلمات کلیدی تعریف پژوهش است، اشاره شده است. از حیث افتراق تعریف پژوهش با دیگر تعاریف بویژه تعاریف غربی از معنویت، می‌توان به اشاره صریح این تعریف به ارتباط مستمر با خدا دانست درحالی‌که در تعاریف غربی از معنویت به صراحت از خدا نام برده نمی‌شود و معنویت را در ارتباط با قدرت برتر و یا قدرت ماورا می‌دانند که می‌تواند منشأ دنیایی داشته باشد (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹). هم‌چنین در تحقیق معنویت (مقوله محوری) به سه بعد اعتقادات معنوی، ارزشهای معنوی و رفتارهای معنوی تقسیم شده که در سایر پژوهش‌های مشابه، دسته‌بندی به این صورت ارائه نشده است.

معنویت را می‌توان با مجموعه‌ای از کنشها و راهبردها و اقدامات در سازمان جاری کرد که در پژوهش به هشت راهبرد اشاره شده است. اجرای این راهبردها در واقع تلاش برای صعود معنویت از سطح فردی به سطح سازمانی است. راهبردهایی که در یافته‌های تحقیق به آنها اشاره شده به صورت پراکنده در دیگر پژوهشها نیز ذیل عنوان اقدامات معنویت‌افزا در سازمان ذکر شده است. مطابق با یافته‌های این بخش در دیگر تحقیقات تأثیر مثبت سبک رهبری خدمتگزار و سبک رهبری معنوی (محمدی و همکاران، ۱۳۹۲؛ سر لک و همکاران، ۱۳۹۱) تأثیر آموزش مهارت‌های ارتباطی (سر لک و همکاران، ۱۳۹۰) تأثیر تکریم کارکنان (جوهری زاده، ۱۳۹۳) تأثیر عدالت سازمانی بویژه عدالت تعاملی (یزدانی، ۱۳۸۹) در ارتقای معنویت تأیید شده است. البته تعدادی از راهبردها مانند برگزاری کلاسهای تفکر، شبکه‌سازی کارکنان معنوی و ایجاد تجربه‌های معنوی از جمله

مواردی است که به صورت مستقیم در ادبیات به آن اشاره نشده است و گمان می‌رود تفاوت در روش تحقیق بین این پژوهش، که اکتشافی بوده است با دیگر پژوهشها باعث شده است که این پژوهش بیشتر به مقوله‌هایی برسد که در دیگر تحقیقات به آن اشاره نشده است.

یکی از مزیت‌های الگوی تحقیق این است که علاوه بر تبیین مفهوم معنویت و راهبردهای آن در سازمان، متغیرهای زمینه‌ای و مداخله‌گر در فرایند معنویت‌افزایی در سازمان را نیز شناسایی کرده است. بر اساس یافته‌های تحقیق "فضای معنوی"، "ایام و مناسبت‌های مذهبی" و در "اوضاع سخت و طاقت‌فرسا" بستر مناسبتری برای معنویت‌افزایی فراهم می‌آید. در تحقیقات مشابه فضای معنوی (باقری و سعدآبادی، ۱۳۹۰، دعایی، ۱۳۹۱) و مناسبت‌های مذهبی (رستگار، ۱۳۹۳) اشاره شده است. اما در تحقیقات گذشته شواهدی مبتنی بر شرایط مساعد معنویت‌افزایی در موقعیت‌های سخت و در وضعیتی که پای مرگ و زندگی در میان باشد، وجود ندارد. اگرچه این عامل در داستانها و منابع دینی بارها ذکر شده است که در موقعیت سخت و زمانی که پای مرگ و زندگی در میان است، زمینه بروز معنویت و ارتباط با عالم معنا مساعدتر است.

هم‌چنین بر اساس یافته‌ها پنج عامل ممکن است در فرایند معنویت‌افزایی مداخله کنند که چهار عامل (بی‌عدالتی و تبعیض در سازمان، سبک مدیریت، ساختار و روشهای نامناسب سازمانی، دغدغه معیشت) از درون سازمان و یک عامل (فرهنگ جامعه و تعاملات اجتماعی کارکنان) بیرونی است. ادبیات موجود با این قسمت از یافته‌های تحقیق مطابق و همسو است. خوشدل امامی (۱۳۹۱) تبعیض را به عنوان ضعف سازمانها در راهبردهای معنویت‌افزا دانسته است و هم‌چنین در پژوهش سرلک و همکاران (۱۳۹۱) ساختار سازمان با ویژگیهای سلسله مراتب حداقل، بوروکراسی حداقل، حداکثر انعطاف‌پذیری، حداقل تمرکز و در پژوهش دیگری بر طرف کردن دغدغه معیشت کارکنان (جوهری زاده، ۱۳۹۳) در فرایند معنویت در سازمان مؤثر دانسته شده است.

انتهای الگوی تحقیق پیامدهای معنویت‌افزایی قرار دارد. همسو با نتایج و یافته‌های پژوهش در بخش پیامدها (کارایی سازمانی، اثربخشی سازمانی و آرامش فردی) در بسیاری از تحقیقات به مطلوبیت پیامدهای معنویت در سازمان اشاره شده است. به زعم نظر دنیل (۲۰۱۰) معنویت به اعتماد، خلاقیت و احترام و این سه ویژگی نیز در نهایت به اثربخشی منجر می‌شود. در پژوهشهای مشابه دیگر به خودرأیی، بهره‌وری و افزایش عملکرد فردی (وینستون، ۲۰۰۲؛ کریشناکامور و

نیک، ۲۰۰۲؛ پتچسوانگ و داچون، ۲۰۰۲) عملکرد گروهی (دنیل، ۲۰۱۰؛ داچون و پلومن، ۲۰۰۵) و هم‌چنین عزت نفس (میلین و همکاران، ۲۰۰۳) رضایت شغلی (پتچسوانگ و داچون، ۲۰۱۲؛ میلین و همکاران، ۲۰۰۳)، و صداقت (کریشناکامور و نیک، ۲۰۰۲) که از مهمترین عوامل آرامش فردی است، اشاره شده است.

یادداشت

۱ - به دلیل برخی از محدودیتها نام سازمان مورد نظر ذکر نشده است.

منابع فارسی

- آقا پیروز، علی (۱۳۹۱). شاخص‌های عدالت در سازمان. دو فصلنامه علمی و تخصصی اسلام و مدیریت. س ۱. ش ۱: ۱۲۱ تا ۱۴۷.
- استراوس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنای رویه‌ها و شیوه‌ها. ج سوم. ترجمه بیوک محمدی. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- الهی، بهرام (۱۳۸۰). مبانی معنویت فطری: نگرشی تازه به معنویت به‌عنوان یک علم تجربی مستقل. تهران: انتشارات جیحون.
- الوندی، محمدجواد (۱۳۹۳). طراحی الگوی مفهومی معنویت از دید حضرت امام خمینی (ره). فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. س ۱۷. ش ۶۳: ۵ تا ۲۵.
- باقری، مصباح‌الهدی؛ سعدآبادی، حسن (۱۳۹۰). طراحی الگوی رهبری معنوی بر اساس ارزش‌های اسلامی: پژوهشی مبتنی بر راهبرد داده بنیاد با تأکید بر ویژگی‌های فرمانده شهید سرلشکر پاسدار احمد کاظمی. اندیشه مدیریت راهبری. س ۲. ش ۵: ۵۷ تا ۱۲۲.
- حاجیان، ابراهیم؛ قهرمانی نژاد شایق، بهاء‌الدین (۱۳۹۳). امکان‌سنجی تحقق سبک زندگی دینی (اسلامی) در جامعه ایران (بر اساس سه اثر مفاتیح الحیاه، الحیاه و سراج الشیعه). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. س ۳. ش ۴: ۵۱۳ تا ۵۳۸.
- هچ، ماری جو (۱۳۸۹) تئوری سازمان: مدرن، نمادین تفسیری و پست‌مدرن. ترجمه حسن دانایی‌فرد. تهران: نشر صفار.
- خوشدل امامی، محسن (۱۳۹۱). ارائه راهبردهای ارتقا معنویت بر اساس بیانات و دیدگاه‌های حضرت امام خامنه‌ای در ارتش جمهوری اسلامی ایران. تهران: مرکز مطالعات راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران.
- دعایی، حبیب‌الله؛ عزیزی، مرتضی (۱۳۹۱). بررسی تأثیر معنویت در کار بر رفتار شهروندی سازمانی با تأکید بر نقش واسطه تعهد سازمانی. پژوهشنامه مدیریت تحول. س ۴. ش ۸: ۲۹ تا ۵۱.

- رستگار، علی (۱۳۹۳). **سنجش معنویت اسلامی در نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران**. تهران: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا. معاونت نیروی انسانی ساعس ناجا.
- صانعی، مهدی؛ حسن‌پور، اکبر (۱۳۹۱). **راهکارهای اساسی پرورش معنویت در سازمان‌ها. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**. س ۷. ش ۲: ۱ تا ۱۰.
- سرلک، محمدعلی؛ سیدجوادین، سید رضا؛ نجات‌بخش اصفهانی، علی؛ ویسه، سید مهدی (۱۳۹۱). **شناسایی ابعاد سازمان معنویت‌گرا در آموزش عالی ایران (با رویکرد اسلامی)**. **فرهنگ در دانشگاه اسلامی**. س ۲. ش ۳: ۲۵ تا ۴۰.
- عابدی جعفری، حسن؛ رستگار، عباسعلی (۱۳۸۶). **ظهور معنویت در سازمان‌ها، مفاهیم، تعاریف، پیش‌فرض‌ها، مدل مفهومی. فصلنامه علوم مدیریت ایران**. س ۲. ش ۵: ۹۹ تا ۱۲۱.
- عزت دوست، محمد (۱۳۸۹). **درآمدی بر معنویت شناسی سازمانی و کارکردهای آن در نیروی انتظامی. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس**. س ۷. ش ۳۲: ۱۰۵ تا ۱۲۰.
- غباری بنات، باقر و همکاران (۱۳۸۶). **هوش معنوی. اندیشه نوین دینی**. ش ۱۰: ۱۲۵ تا ۱۴۷.
- کرسول، جان دلبیو (۱۳۹۱). **طرح پژوهش (رویکردهای کمی، کیفی و شیوه‌های ترکیبی)**. ترجمه حسن دانایی‌فرد و علی صالحی. تهران: انتشاران مهربان نشر.
- کریمی ثانی، پرویز؛ احیایی، کبری (۱۳۹۰). **رابطه بین عملکرد خانواده، معنویت و تعهد سازمانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد شبستر. پژوهش‌های روان‌شناختی اجتماعی**. س ۱. ش ۱: ۱۶ تا ۳۲.
- محمدی، فرشته؛ حضرتی، محمود؛ جعفری، احمد (۱۳۹۲). **بررسی رابطه معنویت محیط کاری و ادراک کارکنان از رهبری خدمتگزار. پژوهش‌های مدیریت عمومی**. س ۶. ش ۲۰: ۱۴۵ تا ۱۶۴.
- مشبکی، اصغر؛ باشکوه، محمد؛ علیپور، وحیده (۱۳۸۵). **معنویت و رهبری. دو فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت**. س ۵. ش ۱۴: ۷۷ تا ۱۰۰.
- معمار زاده، غلامرضا؛ صانعی، مهدی (۱۳۹۰). **الماس رهبری معنوی در نظام اداری ایران. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول**. س ۷: ۹ تا ۱۸.
- مقیمی، سید محمد؛ رهبر، امیرحسین؛ اسلامی، حسن (۱۳۸۶). **معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان (رویکردی تطبیقی)**. **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**. س ۳ و ۴: ۸۹ تا ۱۱۰.
- ناصحی فر، وحید؛ الماسی فرد، محمد رسول (۱۳۸۸). **جایگاه معنویت کاری در جامعه سازمانی امروز. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**. س ۴. ش ۳ و ۴: ۱۷ تا ۲۷.
- نیک پور، امین؛ منظری توکلی، علیرضا؛ حسینی نژاد، محمد رضا (۱۳۹۰). **بررسی رابطه معنویت محیط کاری و رفتارهای شهروندی سازمانی در کارکنان سازمان بنیاد شهید کرمان. فراسوی مدیریت**. س ۴. ش ۱۶: ۱۵۵ تا ۱۷۲.

یزدانی، حمیدرضا (۱۳۹۱). تدوین مدلی برای اندازه‌گیری زنجیره ارزش منابع انسانی در گروه صنعتی سایپا: کاربردی از پژوهش آمیخته. رساله دکتری دانشگاه تهران.

یزدانی، حمیدرضا؛ کاظمی نجف‌آبادی؛ محمد رضا؛ سلیمی، غلامرضا (۱۳۸۹). بررسی نقش میانجی معنویت در رابطه بین ابعاد عدالت سازمانی و پیامدهای معنویت. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. ش ۳۶: ۱۷۷ تا ۱۳۳.

منابع انگلیسی

- Cavanagh, G.F. (1999), Spirituality for managers: context & critique, **Journal of Organizational Change Management**, Vol. 12, pp. 186-99.
- Daniel, J. L. (2010). The effect of workplace spirituality on team effectiveness. **Journal of Management Development**, 29(5): 442-456.
- Duchon, D. Ashmos, P. D. (2005). Nurturing the spirit at work: Impact on work unit performance. **Leadership Quarterly**. 16:5: 807-833
- Duchon, D., & Plowman, A. D. (2005). Nurturing the spirit at work: Impact on work unit performance. **Management Department Faculty Publications**. Pp 65-110
- Krishnakumar, S. & Neck, C. P. (2002). The what, why, how of spirituality in the workplace. **Journal of Managerial Psychology**, 17(3): 153-164.
- Milliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality & employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. **Journal of Organizational Change Management**, 16(4): 426-447.
- Mitroff, I.A. & Denton, E.A. (1999), **A Spiritual Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, & Values in the Workplace.**, San Francisco.: Jossey-Bass
- Neal, J. & Biberman, J. (2003). Introduction: the leading edge in research on spirituality & organizations. **Journal of Organizational Change Management**, 16(4): 363-366.
- Petchsawanga, P. & Duchon, D. (2009). Measuring workplace spirituality in an Asian context. **Management Department Faculty Publications**. Paper 93.
- Petchsawanga, P. & Duchon, D. (2012). Workplace spirituality, meditation, & work performance. **Management Department Faculty Publications**. Paper 92.
- Pillay, N. (2011). The effect of workplace spirituality on employees' perception of stakeholder relationships. Ms Thesis, Pretoria University.
- Robbins, S. Judge, A. (2013). **Organizational Behavior**. New Jersey: Pearson
- Winston, B. E. (2013). Spirituality at Workplace: Changing Management Paradigm. **International Journal on Spirituality & Organizational Leadership**, 1(1): 21-33.

