

خدا در سازمان : تلفیق و یکپارچگی زندگی معنوی و زندگی کاری

عباس علی رستگار*

سید حامد وارث**

چکیده

اخیراً تلفیق زندگی معنوی و زندگی سازمانی کارکنان، موضوع مطالعات سازمانی و علوم مدیریت است. "معنویت" تلاشی در جهت پرورش و حساسیت یک فرد نسبت به ارتباط با خویشتن، ارتباط با دیگر انسانها، ارتباط با موجودات غیر انسانی و ارتباط با خدا، یا کندوکاوی در جهت آن چه برای انسان شدن مورد نیاز است، و جست و جویی برای رسیدن به انسانیت کامل است. بر این اساس در این مقاله بعد معنوی وجودی انسان در ارتباط فرافردی، یعنی خدا از طریق چهار نشان گر ارتباط با خدا تبیین شده است که در معنابخشی و هدفمندی و همچنین در برانگیختگی کارکنان بسیار مؤثر است. به منظور نشان دادن رابطه بین ارتباط فرافردی و کار با معنا، کار هدفمند و انگیزش کارکنان دانشگاه تهران، از نمونه گیری طبقه بندی تصادفی به روش میانگین استفاده شد. روش تجزیه و تحلیل داده های آماری بر اساس ساختار فرضیه ها، ماهیت داده ها و اهداف پژوهش به روش تحلیل مسیر که مدل توسعه یافته رگرسیون است، بنا نهاده شد. برای پی بردن به متغیرهای زیربنایی پدیده ها و تلخیص مجموعه ای از داده ها با هدف تأیید نشان گرهای متغیر مستقل ارتباط فرافردی، روش تحلیل عاملی تأییدی بکار گرفته شد. یافته ها نشان می دهد که همه کارکنان دانشگاه تهران به خدا اعتقاد دارند و افرادی معنوی هستند اما رابطه با خدا در برانگیختگی بیشتر آنان چندان تأثیرگذار نمی باشد. این بدان معنی است که آنان خدا را در سازمان حاضر نمی دانند. بنابراین چنین به نظر می رسد که تلفیق و یکپارچگی زندگی معنوی و زندگی کاری کارکنان برای برانگیختگی، هدفمندی و معنابخشی کارکنان دانشگاه تهران ضروری به نظر می رسد.

مفاهیم کلیدی : خدا، معنویت، ارتباط فرافردی، فرانیاز و فرا انگیزش

* استادیار دانشگاه سمنان

** استادیار دانشگاه تهران

مقدمه

مطالعات و پژوهشات نشان می‌دهند که ارائه‌ی پارادایم جدید برای کار در سازمان با رویکرد های تلفیقی برای زندگی و کار ضروری است (Griffin, 1988; Hall, 1996). و بر همین اساس ریفکن نتیجه می‌گیرد که جوامع باید قراردادهای کاری جدیدی را ابداع کنند که از ویژگی‌های هفته‌ی کاری کوتاه‌تر برخوردار باشد تا افراد بتوانند زمان بیشتری به بخش‌های دیگر زندگی‌شان بپردازند (Rifkin, 1995). حال تغییرات فزاینده‌ای را در سازمان های قرن بیست و یکم پیش بینی می‌کند، وی چنین می‌پندارد که افراد بیش از سازمان‌ها، شغل‌ها را کنترل می‌کنند و موفقیت بر حسب تحقق روان شناختی سنجیده می‌شود نه تحقق مالی. علاوه بر این، وی پیشنهاد می‌کند که هم مدیران و هم کارکنان باید معنی و مفهوم دیگری در کارشان با پارادایم جدید بیابند (Hall, 1996). هنسن نیز به تغییرات نیازهای کارکنان اشاره دارد (Hansen, 2001). در صورتی سازمان‌های امروزی با نیازهای تغییر یافته‌ی کارکنان موفق خواهند بود که به طور کامل به همه‌ی نیازها، از جمله نیازهای معنوی آنان پاسخگو باشند (Arnaldo, 2002). همانطور که جودیث نیل، از پیشگامان مطالعات حوزه معنویت در سازمان بیان می‌دارد جهان بینی معنوی در تئوری‌ها، پژوهشات و فرآیندهای مدیریت و سازمان افزایش چشم گیری داشته است. (Neal, Lichtenstein, & Banner, 1999) اولاً مردم در بخشی از زندگی خویش دچار بحران‌هایی می‌شوند که معمولاً در دوران میانسالی اتفاق می‌افتد، در این دوران بسیاری از افراد که معمولاً در یک سازمان اشتغال دارند و به زندگی کاری و زندگی خانوادگی خود می‌نگرند و آینده و زمانی را که پیش روی دارند محاسبه می‌کنند از خود می‌پرسند: «می‌خواهم در بقیه عمر چه کاری انجام دهم؟ هدفم چیست؟ آیا کاری را که درصدد انجام آن هستم همان است که می‌خواهم؟» ثانیاً، نوسانات و تقاضای کارفرمایان برای ساعات کار اضافی واکنش‌هایی را دربرداشته است. امروزه نوع کار و میزان انجام آن برای کارکنان دغدغه‌ای اساسی شده است و این موضوع نوعی خود بازمینی و خودکامی را در افراد ایجاد کرده است. از این رو، به نظر می‌رسد که چالش‌های فوق واکنش‌های متناسبی را می‌طلبد که برخی از آن‌ها با ورود معنویت به سازمان آسان‌تر خواهد بود. (Neal, 1997).

علاوه بر این، امروزه به نظر می‌رسد، کارکنان در هر کجا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش مادی در کار جستجو می‌نمایند، آنان در جستجوی کاری بامعنا، امیدبخش و خواستار متعادل ساختن زندگی‌شان هستند. سازمان‌ها با کارکنانی رشد یافته و بالنده روبرو هستند که در

پی یافتن کاری بامعنا، هدفمند و پرورش محیط‌های کاری، با چنین ویژگی‌هایی هستند. «معنویت در کار توصیف کننده تجربه‌ی کارکنانی است که کارشان ارضاء کننده، بامعنا و هدف دار است. هم چنین تجربه‌ی معنویت در کار، با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در کار همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی کارکنان پیوند می‌خورد. (Kinjerski & Skrypnik, 2001). ورود معنویت در سازمان، به کارکنان در سازمان این توانایی را می‌دهد تا چشم انداز یکپارچه‌تری را در زمینه سازمان، خانواده و جامعه‌ی خویش به دست آورند. اغلب کارکنان زندگی کاری، زندگی خانوادگی و زندگی معنوی شان از یکدیگر جداست. به لحاظ اجتماعی ۵۰ الی ۷۰ ساعت زندگی کاری در طول هفته، پرداختن ساعاتی به نیایش، پرستش و مراقبه، و ساعات باقیمانده برای گذاران زندگی خانوادگی ضرورت این جدایی است که پیامد آن، جدایی از یکدیگر، بیگانگی نسبت به کار و محیط کار، و فقدان معنا در زندگی می‌باشد. هم‌چنین به لحاظ فردی، موجبات خستگی عدم رضایت و افسردگی در کار را فراهم می‌کند و اغلب به عنوان فقدان یا خلأیی عمیق در زندگی فردی تجربه می‌شود (Cavanagh, 1999).

توجه به مطالعات و پژوهشها در زمینه معنویت به عنوان یک عامل علی و تبیینی در بسیاری از شاخه‌های علمی از جمله مدیریت از ادبیات عامه پسند گرفته تا تخصصی در سال‌های اخیر روبه رشد بوده است. با مروری به ادبیات پژوهش در حوزه‌های عمومی در سال‌های اخیر شاهد علاقه فزاینده‌ای در میان محققان و پژوهشگران معنویت به عنوان عامل علی و معلولی، تبیینی و تفسیری در حوزه‌های علمی و آکادمیک هستیم. برای نمونه، پژوهشات مؤسسه ملی مراقبت از سلامتی در سال ۱۹۹۷ بیش از ۳۵۰ مورد مطالعه و پژوهش در این زمینه را ارائه کرده است (O'Connel, 1999). اما در حوزه‌های تخصصی پژوهشات در رابطه با تلفیق زندگی معنوی و زندگی کاری رشد فزاینده‌ای داشته است که برای نمونه تنها به مواردی از آن اشاره می‌شود. رابطه‌ی بین معنویت و تعالیم و آموزه‌های رهبری (Conger, 1994); رابطه بلوغ معنوی و سلامت روانی کارکنان (Butts, 1998); معنویت به عنوان پدیده‌ی توسعه سازمانی (Brandt, 1996); معنویت به عنوان خلق مزیت رقابتی - تجاری (Cavanagh, 1999); معنویت به مثابه عامل مهم تحول و بهبود سازمانی (Neal, 1997); تأثیر معنویت در کار و محیط کاری با افزایش رضایت درونی (Cavanagh, 1999); معنویت و عملکرد سازمانی (Neck & Milliman, 1994) و مواردی از این قبیل. با مروری اجمالی به پژوهش انجام شده، سازمان‌ها دیگر صرفاً به منظور سودآوری تلاش نمی‌کنند بلکه به دنبال سعادت کارکنان خود هستند (Cavanagh, 1999). استورم بیان می‌دارد که رشد معنوی فردی در محیط کار

منجر به رشد جمعی مثبت در کار می شود. (Storm, 1999) والش استدلال می کند که بین معنویت و انعطاف پذیری سازمان در برابر تلاطم های محیط رابطه معنادار وجود دارد (Walsh, 1998). مک کرمیک بر این ادعا است که معنویت بر رفتار مدیر در محیط کار تأثیر گذار است و رابطه ی معنا داری بین آن ها وجود دارد. (McCormick, 1994) وست برنهام اظهار می دارد، از آن جایی که رهبری عبارت است از عینیت بخشیدن به عقاید و باورهای افراد، بنا بر این رهبری مبتنی بر معنویت است (Cavanagh, 1999).

در یک تعریف نسبتاً جامع و دقیق "معنویت" را تلاشی در جهت پرورش و حساسیت یک فرد نسبت به ارتباط با خویش، ارتباط با دیگر انسانها، ارتباط با موجودات غیر انسانی و ارتباط با خدا، یا کندوکاوی در جهت آن چه برای انسان شدن مورد نیاز است، و جست و جویی برای رسیدن به انسانیت کامل تعریف کرده اند. ارتباط با خدا تحت عنوان ارتباط فرافردی، بعد معنوی معنویت است، چرا که معنویت در برگیرنده توازن، تعادل، حساسیت و پرورش چهار بعد زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی در قالب چهار نوع ارتباط یعنی؛ ارتباط برون فردی، ارتباط میان فردی، ارتباط درون فردی و ارتباط فرافردی می باشد (Heelas & Wood Heah, 2005) تا جایی که سازمان بهداشت جهانی در تعریف اخیر خود درباره ابعاد وجودی انسان به ابعاد جسمانی، اجتماعی، روانی و معنوی اشاره داشته است (وست، ۱۳۸۳). به همین سان در این مقاله بعد معنوی وجودی انسان در ارتباط فرافردی از طریق چهار نشان گره های ارتباط همه خدایی، ارتباط همه در خدایی، ارتباط کارگزاری خدا و ارتباط تعاملی با خدا تبیین شده است.

علاوه بر این سعی شده است رابطه بین ارتباط فرافردی به عنوان متغیر مستقل با نشان گره های چهار گانه فوق را با انگیزش در کار کارکنان دانشگاه تهران به عنوان متغیر وابسته سنجش کند. در این رهگذر میزان تأثیر گذاری متغیرهای میانجی که پیامد ارتباط فرافردی مؤثر است را مورد ارزیابی قرار دهد. متغیرهای میانجی مورد سنجش این مقاله کار با معنا و کار هدفمند است. در چاقوب این پژوهش، ارتباط فرافردی، با نشان گره های چهارگانه مذکور، بر ساخته ی^۱ ارتباط نظری با عملی است.

اصطلاح Ideopraxis واژه ای است که بین ایدئولوژی و رفتار عملی انسان ارتباط برقرار می کند که این وظیفه اصلی توسط بر ساخته ها و نشان گره های ارتباط فرافردی محقق خواهد شد.

ادبیات پژوهش

ارتباط فرافرادی، نوعی ارتباط یک فرد با خدا یا نیرویی برتر تعریف شده است. ارتباط فرافرادی با ابعاد چهارگانه معنویت بیشتر با بعد معنوی سرو کار داشته و با فرانیاز حقیقت یابی مزلو (Maslow, 1977) پیوند می خورد. همچنین ارتباط فرافرادی با فرایندهای انگیزش درونی سروکار دارد که ارضای فرانیاز حقیقت یابی در این فرایند را باید در نوع ارتباط فرافرادی جستجو کرد. از این رو به منظور درک درست از این مفاهیم لازم است در این بخش، ابتدا درباره خدا که محور موضوع ارتباط فرافرادی است سخن گفته شود و سپس انواع ارتباط فرافرادی تحت عنوان نشان گرهای آن تبیین و تشریح شود و سرانجام فرانیاز حقیقت یابی که دلیل وجودی ارتباط فرافرادی است مورد بحث و گفتگو قرار گیرد.

خدا

درباره خدا سخن گفتن گرچه آسان به نظر می رسد ولی بسیار مشکل است. (Emmons & Crumple, 1999). مسأله‌ی خدا، وجود، اوصاف و ارتباط با آن، یکی از اصلی ترین مسائل انسان بوده، هست و خواهد بود، چرا که پاسخ به آن به هر نحوی از انحاء، نه فقط جهان بیرون را برای انسان متفاوت می سازد، بلکه خود انسان هم در پرتو پاسخی که به این پرسش می دهد، جلوه و معنایی دیگر می یابد.

واژه «خدا» و معادل های آن در زبان های مختلف، معانی بسیار متنوعی دارد. از یک سو، واژه «خدا» دال بر وجود متعالی و نامتناهی است که خالق و ربّ است، از سوی دیگر، این واژه بر هر موجود یا تجربه‌ی محدودی که دارای اهمیت ویژه است، یا تکریم خاصی را بر می انگیزاند، اطلاق می شود. بین این دو حد، موارد استعمال زیاد دیگری وجود دارد؛ گاه انسان ها خدایان متعددی را پرستش کرده اند که آنها را همچون موجودات انسانی عظیم الجثه ای که در قلمرو مافوق این جهان زندگی می کند، پنداشته اند. در برخی اوقات دیگر، آنان به یک خدا، که عیناً مثل این جهان است، به گونه ای که «خدا» و «طبیعت» و [انسان] مترادف انگاشته شده اند، اعتقاد داشته اند (اون، ۱۳۸۰).

نکته بسیار مهمی که در این رابطه باید به آن توجه داشت این است که یک بحث تصور خداست و بحث دیگر ارتباط با خداست. آن چه در این پژوهش مدنظر است، ارتباط انسان با خداست نه این که از خدا چه تصویری می شود. در طول تاریخ، خدا به چیزهای مختلف و گوناگون

همانند گذشته است. برخی ادعا می‌کنند که به اندازه‌ی نفوس این جهان تعابیر و معانی خدا قابل اقتباس است که البته این یک نگرش پلورالیستی است و مورد تایید نویسندگان نمی‌باشد.

در ادیان مختلف خدا با نامهای متفاوت خوانده شده که اسمهایی برای یک مسمی است تا رحمت او همه چیز را در بر گیرد و برای همگان راهی برای ارتباط با او باشد اما در بیان توصیف خدا اسلام به عنوان آخرین دین آسمانی تنها شناخت حقیقی و معتبر را از خدا به دست می‌دهد که همان راه مستقیم است. در قرآن کتاب مقدس مسلمانان خدا با نام "الله" از هرگونه توصیف انسان عرفی منزّه و متعالی دانسته شده و دارای صفات احدیّت و صمدیّت است. هیچ چیز نظیر او و هیچ کس همتای او نیست. او اولین و آخرین است. علم او بر هر چیز پیش از خلقت احاطه دارد. قدرت و اراده او بر هر چیز که تعلق گیرد محقق شده است و در مقابل عظمت او همه چیز خاضع است. اوست که زنده می‌کند و می‌میراند و خود ازلی و ابدی است. توصیف ذات و صفات خدا تنها از طریق کتاب مقدس و امام معصوم میسر است. خطبه امام علی(ع) در نهج البلاغه در باب توحید و توصیف خدا با این تعبیر که «او داخل در تمام اشیاء است اما با هیچ چیز ممزوج نمی‌شود، و خارج از همه اشیاء است اما با آنها تباین نمی‌یابد» نمونه‌ای است از توصیفی که در ماورای فهم بشر عرفی قرار دارد. مناجات امامان شیعه (ع) بیانگر عدم سنخیت میان انسان و خداست. «خدا خالق است و انسان مخلوق؛ خدا مالک است و انسان مملوک؛ خدا ربّ است و انسان مربوب؛ خدا رازق است و انسان مرزوق؛ خدا راحم است و انسان مرحوم و خدا باقی است و انسان فانی».

شواهدی در روان‌شناسی دین در دست است که مفهوم یک فرد از خدا، تأثیر بسیار مهمی بر سلامت روانی و رفتار وی دارد. این تأثیرات در پنداشت‌ها و رفتارهای متفاوتی که فرد در محیط کار بروز می‌دهد، ممکن است نمایان شود (Gibbons, 2001). در نظر عده‌ای خدا، واقعی، درونی، حضور فراگیر، حاکم و مادی است. اما به عقیده عده‌ای دیگر، مانند ویلیام جیمز، خداوند غیر مشخص^۳ و کمتر عینی و ملموس است؛ «من هیچ حس زنده‌ای از تجارب با یک خدا را ندارم، من به آنهایی که چنین حسی دارند، حسادت می‌ورزم، چون می‌دانم که داشتن چنین حسی برای من یاری‌رسان است، زیرا زندگی من با مفاهیم انتزاعی و غیر شخصی محدود گشته است، مانند ایده‌آل‌ها که مرا علاقمند کرده و مجبور ساخته است ... با این وجود، چیزی در من وجود دارد که وقتی سخن دیگران را از آن سو می‌شنوم، پاسخ می‌دهد ... چیزی به من می‌گوید؛ حقیقت در آن جا وجود دارد، و من مطمئن هستم که این تعصب‌های خداپاورانه کهن دوران طفولیت من نیست (James, 1961).

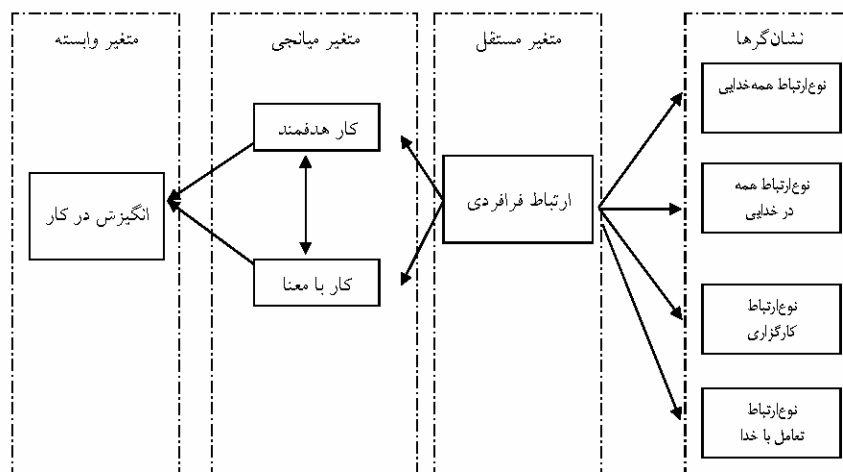
با این وجود، اسپیرگ هشت تقریر مختلف را در مورد خدا بیان می‌دارد (کاکایی، ۱۳۸۲، ص. ۸۲):

۱. خدا روح حیات‌بخش طبیعت است.
 ۲. خدا هم جسم و هم جان جهان است.
 ۳. خدا صرفاً همان جهان طبیعت است که متعلق مناسبی برای احساسات دینی شناخته شده است.
 ۴. خدا نفس یا آگاهی مطلق است که از ارواح مختلف تشکیل یافته و چیزی جز او یا آن ارواح وجود ندارد.
 ۵. جهان طبیعت و کثراتی که موجودات صاحب آگاهی حس می‌کنند، صرفاً یک تصور و یا حداقل یک تجلی موجودی است مطلق به نام خدا.
 ۶. خدا آن آگاهی مطلق و کلی است که نفس و ذهن ما نماینده و نمونه‌ای از آن است.
 ۷. خدا ذات واحدی است که در همه‌ی نفوس حاضر است.
 ۸. خدا ذات واحدی است که در همه‌ی موجودات محدود حاضر است.
- گذشته از آراء فوق، دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به خدا در درون یک جامعه یا دین خاص حتی آثار متفکران خاص آمده است که در سیاق‌های دینی، کلامی و فلسفی در طول تاریخ مورد بحث و گفتگو قرار گرفته است. خدا می‌تواند هم در سیاق دینی و هم در سیاق فلسفی مورد بحث قرار گیرد. گاهی اینها جدا هستند، اما آنها اغلب به چند روش متفاوت با یکدیگر تأثیر و تأثر متقابل دارند. در یک نگاه کلی چه در سیاق دینی، چه کلامی و فلسفی می‌توان دیدگاه انسان نسبت به خدا را به دو دسته اساسی زیر تقسیم شد (اون، ۱۳۸۰):
- دیدگاه توحیدی به خدا؛ در این دیدگاه، خدا باوری را می‌توان اعتقاد به خدای واحد، خالق که نامتناهی، قائم به ذات، مجرد، سرمدی، تغییر ناپذیر، تأثیر ناپذیر، بسیط کامل، عالم مطلق و قادر مطلق است تعریف شد.
- و دیدگاه غیرتوحیدی به خدا، خدای متناهی‌ای است که خدای افلاطون، جان استوارت میل، وایتهد در این بخش قرار می‌گیرد. مهمترین دیدگاه‌های غیر توحیدی به خدا، می‌توان به خدای متناهی، خدای فلسفه نو افلاطونی، همه خدایی، همه در خدایی و الهیات پویشی (تعاملی) اشاره داشت.
- براساس مطالعات انجام شده، انواع ارتباط پیروان ادیان با خدا را می‌توان در چهار گونه ارتباط؛ همه خدایی، همه در خدایی، کارگزاری خدا، تعاملی با خدا قرار دارد. اتخاذ هر نوع از ارتباطات

مذکور پیامدها و آثاری بر آن مترتب است که انسان را ملزم به رعایت آن می‌کند که در مباحث آینده می‌آید. این چهارگونه ارتباط منحصر به پیروان یک دین خاص نمی‌باشد و ممکن است هر چهار گونه یا بخشی از آن را در یک دین نیز مشاهده شد (ملکیان، ۱۳۸۴).

از دیدگاه اسلام خدا و انسان فاقد سختیت اند. رابطه انسان با خدا رابطه خالق و مخلوق است. خدا در ازل گنجی ناشناخته بود پس خلقت را آفرید تا شناخته شود. او از روح خود در انسان دمید و ملائکه را امر به سجده بر انسان کامل یعنی پیامبر و امامان شد و بواسطه آنان شناخته شد و بواسطه آنان پرستش شد. بدین سان انسان خلیفه خدا بر زمین است. با این وجود روح این رابطه تسلیم انسان در برابر خدا و کمال آن رضایت خدا از انسان و تواضع انسان در برابر اوست. رابطه انسان با خدا رابطه مالک و مملوک است. انسان موجودی دارای اختیار و مسئول است که برایش چیزی جز حاصل تلاشش متصور نیست. با این وجود اراده خدا مافوق عزم و اراده انسان است. او با فسخ اراده‌ها و نقض همت‌ها شناخته شده است. اوست که هر که را بخواهد فرادست و هر که را بخواهد فرودست می‌سازد. رابطه انسان با خدا رابطه رب و مریوب است. در الست از انسان عهد و میثاق گرفت که تنها او را پرستش کند. او به انسان مشتاق و انسان به او محتاج است. تجلی این اشتیاق و احتیاج در رکوع و سجود بر اوست. بر هیچ کس و هیچ چیز جز او نمی‌توان اتکا کرد و او بر هر چیز تواناست. او بهترین دوست و سرپرست و بهترین یار و یاری‌رسان است. او به انسان بسیار نزدیک است و امر می‌کند که او را بخواند تا اجابت کند. رابطه انسان با خدا رابطه رازق و مرزوق است. به هر که بخواهد روزی می‌بخشد و خود ستوده و بی‌نیاز است. تدبیر او بهتر از تدبیر هر کس و دست او بالاتر از هر دستی است. رحمت او بر غضبش پیشی گرفته و نصیبی از رحمت او به هر که بخواهد می‌رسد. رابطه انسان با خدا رابطه راحم و مرحوم است. تنها اوست که می‌تواند اعمال بد انسان را ببخشد و اعمال نیک به حساب آورد. و بالاخره رابطه انسان با خدا رابطه باقی و فانی است. خدا پیش از خلقت هر چیز بوده و پس از فنای همه چیز خواهد بود. در این میان انسان نیز چون هر چیز دیگر فانی است و تنها از طریق وصل به خدا است که می‌تواند باقی و جاودان شود.

در این مقاله همانطور که در شدار شماره (۱) آمده است، ارتباط با خدا از طریق چهارگونه ارتباط مختلف تعریف شده است چرا که در یک سازمان ممکن است پیروان ادیان الهی متفاوت عضویت داشته باشند.



نمودار - چارچوب نظری پژوهش

گونه‌های ارتباط همه خدایی، همه در خدایی، کارگزاری خدا و تعاملی با خدا نشان‌گرهای ارتباط فرافردي اند که هر فردی در سازمان ممکن است به هر یک از آنها ملزم باشد در این صورت وی معتقد به خداست. موضع‌گیری و نوع ارتباط هر یک از آنها با خدا در برانگیختگی وی در کار تأثیر گذار است. ارتباط با خدا در کار موجبات کاری هدفمند و کاری با معنا را برای فرد در کارش فراهم می‌آورد که در چارچوب نظری پژوهش تحت عنوان متغیرهای میانجی آمده است. کار هدفمند کاری است که در مسیر وسیله و هدف ناظر به هدفی متعالی است و کار با معنا، کاری است که برای یک فرد ارزشمند تلقی شود. هدفمند و با معنا بودن کار می‌تواند در برانگیختگی کارکنان در کارشان نیز تأثیر گذار باشد. در اسلام صرفاً وجه خدا باقی است بعد از آنکه همه چیز فانی می‌شود و کار در این جهان از طریق نیت خالص برای خدا است که می‌تواند ماندگار شود.

نشان‌گرهای ارتباط فرافردي : ارتباط فرد با خدا

نشان‌گرهای نوع ارتباط یک فرد با خدا را می‌توان در چهار گونه زیر متصور شد: (ملکیان، ۱۳۸۴).

- نوع همه خدایی^۴
- نوع همه در خدایی^۵
- نوع کارگزاری با خدا^۶
- نوع تعاملی با خدا^۷

درباره ارتباط انسان با خدا چهار نوع ارتباط متصور است :

ارتباط انسان با خدا به گونه‌ی ارتباط همه خدایی (پانته‌ایسم)^۸

Pantheism از دو واژه‌ی یونانی Pan (همه) و Theo (خدا) ترکیب شده است و به همین خاطر به معنای همه خدایی ترجمه شده است. در این نظریه خدا کل است و کل خداست، جهان آفریده‌ای متمایز از خدا نیست، خدا جهان است و جهان خداست. اسپینوزا از مدافعان مشهور فلسفه و الهیات پانته‌ایسم یا همه خدایی است (استیس، ۱۳۶۷، ص. ۲۱۴).

پانته‌ایست‌ها وحدت‌گرا هستند. آنان معتقدند که تنها یک موجود وجود دارد و سایر اشکال واقعیت ظهورات و یا عین آن‌اند (کاکایی، ۱۳۸۲). وقتی از همه خدایی سخن می‌گوییم، بحث از یگانه موجود است که ممکن است برخی آن را خدا بنامند. در این حالت هر عین موجود به یک معنا ربوبی است. به عبارت دیگر، همه‌ی موجودات وحدتی را تشکیل می‌دهند فراگیر و این واحد فراگیر به یک معنی ربوبی است. بنابراین، همه خدایی، یگانه انگاری همه موجودات با خداست، اولاً در پس کثرات، وحدتی فراگیر وجود دارد و ثانیاً این وحدت فراگیر از یک نوع تقدسی یا الوهیتی برخوردار است. در نوع ارتباط همه خدایی، این اعتقاد وجود دارد که خدا چیزی جز همه‌ی موجودات جهان هستی نیست و هر موجود خاصی هم خداست و هم آن موجود خاص است.

وقتی فردی در سازمان نوع ارتباطش با خدا، همه خدایی باشد، دغدغه و حال و وصفش این چنین خواهد بود :

در کار خویش استقلال دارد و تنها از خود طلب می‌کند.
در تمام مراحل کاری، تنها به منابع درونی خود تکیه می‌کند و از جایی و چیزی استمداد نمی‌جوید.
کار خود را همان کار خدا و یکسان با آن می‌داند، خدا را درون خود و خود را درون خدا می‌بیند.

وجود و حضور خدا را در پیش پا افتاده‌ترین چیزها می‌بیند. اعتقاد به خدا در برانگیختگی درونی‌اش بسیار مؤثر است.

ارتباط انسان با خدا به گونه‌ی ارتباط همه در خدایی^{۱۰} (پانن تئیسیم)

پانن تئیسیم از لغات یونانی Pan (همه)، en (در)، Theo (خدا) مشتق شده است و آن عبارت از اعتقاد به این که وجود خدا شامل همه‌ی موجودات است و در همه‌ی جهان سریان و جریان دارد، آن چنان که هر جزئی از جهان در او وجود دارد. برخلاف همه خدایی، همه در خدایی معتقد است که وجود خدا بیشتر از جهان است و جهان کاملاً او را در بر نمی‌گیرد. بنابراین قول، چیزی در ذات خدا وجود دارد که کاملاً جدا و مستقل از عالم است، جهان تجلی خداست، وجهی از حیات خدا وجود دارد که جدا و مستقل از عالم است. قائلان این قول، خدا و تجلیات ذات الهی را انسان‌وار می‌بینند. از نظر آنان موجودات محدود عبارت از طور و جلوه‌ای از وجود خدا هستند، خدا بیشتر از کل جهان است، یعنی خدا، جهان متعالی یا جهان افزایش یافته است (کاکایی، ۱۳۸۲). ظاهراً اظهارات فوق تصویر دو گانه انگارانه از وحدت وجود است که نسبت خدا و انسان در یک ذات نخواهد بود، بلکه خدا و خلق، دو ذات هستند که با یکدیگر متحد شده‌اند. از این رو، اگر در پانته‌ایسم (همه خدایی) به نظریه‌ی دوگانه انگاری خدا و جهان، یا خدا و انسان از معنای محدودتر آن قائل باشیم، اصطلاح پانن تئیسیم مناسب‌تر است. «دوگانه انگاری بدین معناست که ارتباط یا نسبت خدا و جهان یا خدا با انسان، جزئی در حالت اتحاد، بنیونت محض یا نایکسانی بودن یکسانی است. در صورتی که در یگانه انگاری همه خدایی، ناظر به این معناست که این نسبت، یکسانی محض بدون نایکسانی است» (استیس، ۱۳۶۷). همه در خدایی بر این عقیده است که اگر چه خدا تا حدی غیر از انسان است، ولی جوهر خود را با آن یعنی انسان آشکار می‌کند. خدا، جهان (انسان) را در بر دارد و بر آن سیطره دارد ولی خدا و جهان (انسان) جوهرراً از یکدیگر متمایز هستند (اون، ۱۳۸۰).

وقتی یک فرد در سازمان ارتباطش با خدا به گونه‌ی همه در خدایی است؛ خود را جزئی از خدا می‌داند و خدا را در همه جا حاضر و ناظر می‌بیند. کار خود را کار خدا می‌داند و محیط کاری خود را محیط کاری خدا می‌انگارد. وصف حال و دغدغه چنین فردی این چنین خواهد بود: به خدا اعتقاد دارد و آن را در تمام مراحل کاری و محیط کار حاضر و ناظر می‌داند.

هر چند وحشی صفت بکند، خدایی در درون وی خفته است و کافی است که با درون خود مهربانی کند.

چنانچه ماهی به آب زنده است، وی نیز به خدا زنده است.

چون خود را جلوه‌ای از خدا می‌داند، کار خود را نیز جلوه‌ای از کار خدا می‌انگارد.

در اوقاتی به نیایش خدا می‌پردازد.

در کارش از خدا استمداد می‌جوید و همواره برای انجام کاری بهتر و اثربخش‌تر می‌کوشد.

به همه همکاران به جهت جلوه‌گری خدا، مهربان است و سعی در برقراری ارتباط مناسب با آنها دارد.

چون احساس می‌کند کارش، کار خداست لذا اعتقاد وی به خدا در برانگیختگی‌اش در کار بسیار مؤثر است.

ارتباط انسان با خدا به گونه‌ی کارگزاری خدا^{۱۱}

در این دیدگاه، همه‌ی موجودات و ما انسان‌ها، مخلوقات خدا هستیم، خدا غیر از ماست و ما هم غیر از اوئیم. خدا خالق ماست و ما مخلوق اوئیم و چون خدا خالق ماست، بنابراین سه چیز ما بر عهده‌ی خداست که این سه چیز همه چیز ماست و آن ایجاد ما، حفظ ما و هدایت ماست. این سه امر مهم در اختیار خداست، آن وقت چون ایجاد، حفظ و هدایت ما در اختیار خداست، بنابراین، تمام تأثیر را خدا در زندگی خانوادگی و زندگی کاری ما خواهد داشت، ولی ما در زندگی خدا هیچ تأثیری نخواهیم داشت. ما نه تنها ذره‌ای در دگرگونی خدا دخالتی نداریم، بلکه دم به دم خدا ما را دگرگون می‌کند. در این صورت است که ما می‌شویم نماینده‌ی خدا و خداست که ما را به کار و می‌دارد، در این نوع ارتباط، تغییر یک سوبه است، یعنی خدا در همه چیز ما تغییر می‌دهد ولی ما اندکی نمی‌توانیم تغییر در خدا ایجاد کنیم (ملکیان، ۱۳۸۴).

یک فرد در سازمان وقتی اعتقاد داشته باشد که وی فقط نماینده و کارگزار خداست؛ بالا دست و فرو دستش را به هر تقدیر می‌پذیرد. چنین کارمندی تسلیم محض در برابر سازمان خواهد بود و هر کاری را به هر نحوی از انحاء کار خدا می‌داند. وصف حال و دغدغه‌ی چنین فردی این چنین خواهد بود:

وی تنها خود را خدمتگذار خدا می‌داند و حتی خدمتگذاری دیگران یا مافوق خود را در سازمان به خدا نسبت می‌دهد.

خدا را مهربان می‌داند و به هر کاری که گماشته شود، به مهربانی خدا نسبت می‌دهد. بر این عقیده است که خدا برخی از کارهایش را به وسیله او انجام می‌دهد و از این بابت بسیار خرسند است. کارش را وسیله‌ای در جهت رضایتمندی خدا می‌داند. وقتی کاری را انجام می‌دهد، خشنودی خدا را فراهم می‌کند است. حضور و وجود خدا را در تمام مراحل کاری بدون هیچ دخالتی احساس می‌کند و تمام آنها را به خدا نسبت می‌دهد. کاری که به او واگذار می‌شود را به نحو احسن انجام می‌دهد و سعی در دستکاری و دخالت آن ندارد. مدیران، همکاران سازمان را همان طور که هستند می‌پذیرد و در برابر همه‌ی آنها تسلیم است، چرا که تقدیر خدا بر این است. چون احساس کارگزاری خدا می‌کند، لذا در برانگیختگی در کارش بسیار مؤثر است.

ارتباط با خدا به گونه‌ی تعاملی با خدا^{۱۲}

در این دیدگاه به مانند دیدگاه سوم پذیرفته می‌شود که انسان غیر از خداست و خدا غیر از انسان، اما در عین حال در تغییرات یکدیگر مؤثرند. یعنی آن چیزی که به آن الهیات پویشی^{۱۳} گفته می‌شود که تحت تأثیر فلسفه‌ی پویشی و ایتهد است. (ملکیان، ۱۳۸۴). همان طور که وایتهد بیان می‌کند، «حتی خدا دو قطب دارد؛ ذات اصلی که ذات فی نفسه است، و ذات تبعی که از راه واکنش او به جهان تشکیل می‌شود. ذات اصلی خدا، مختار کامل، سرمدی، و به طور ناقص بالفعل است. ذات تبعی خدا در مقابل، از تجربه‌ی عینی منتج از جهان به وجود می‌آید و آن گاه با جنبه‌ی ازلی کسب تمامیت می‌کند.» (اون، ۱۳۸۰).

وقتی فردی در سازمان نوع ارتباطش با خدا به گونه‌ی تعاملی با خداست وصف و حال و دغدغه وی این چنین خواهد بود:

خدا را به عنوان موجودی متشخص، حتی انسان‌وار قبول دارد و در پی تعامل با آن است. در قبال کاری که انجام می‌دهد، پاداش از طرف خدا می‌خواهد. کارش صرفاً برای رضایت خدا نیست، بلکه همچنین برای رضایتمندی وی نیز می‌باشد.

وقتی احساس نابرابری و ناعدالتی در قبال کاری که برای خدا انجام داده بکنند، از خدا دلخور و گله‌مند می‌شود و احساس می‌کند که خدا همیشه به وعده‌هایش عمل نمی‌کند. چنین فردی فوق‌العاده قدرت چانه‌زنی در معامله دارد، به خدا معتقد است، چون به وی نیازمند است و برای انجام کارش از او کمک می‌گیرد. در برابر ناعدالتی و نابرابری در سازمان نسبت به مدیران، و همکاران بسیار حساس است و واکنش نشان می‌دهد. کارش را به همان اندازه‌ای که به وی واگذار شده انجام می‌دهد و بیش از آن احساس مسوولیت نمی‌کند. انتظار پاداش از خدا دارد و در برانگیختگی‌اش بسیار مؤثر است.

فرایندهای فرافردی در فرآیند فرآیند انگیزش کارکنان

تقریباً همگان اذعان دارند که انسان مهمترین و در عین حال پیچیده‌ترین جزء فرآیند ارزش آفرینی در سازمان است. نمونه‌های بسیار را می‌توان شاهد آورد که در نبود سایر منابع، تنها وجود کارکنان برانگیخته، اهدافی را میسر می‌کند که در اذهان دست نیافتنی می‌شد (Steve & Conrad, 2003). «پژوهش‌ها نشان داده است، ۶۰٪ از قابلیت‌های هر انسانی منوط به انگیزش وی است (Brief, 1979).

آدمی در هر لحظه از زندگی کاری خود در حال برقراری چهار نوع ارتباط به منظور ارضای نیازها و فرایندهای چهارگانه در فرآیند انگیزش و فرآیند انگیزش زیر می‌باشد:

ارتباط فرافردی^{۱۴} به منظور ارضای فرایندهای خداجویی،

ارتباط درون فردی^{۱۵} به منظور ارضای فرایندهای خودیابی،

ارتباط میان فردی^{۱۶} به منظور ارضای نیاز کمبود اجتماعی،

ارتباط برون فردی^{۱۷} به منظور ارضای نیاز کمبود فیزیولوژیکی.

ارتباط فرافردی کارکنان در جهت بر طرف شدن فرایندهای ترانس فیزیکی همواره دغدغه همیشگی انسان بوده است. این فرایندها، در فرآیند فرآیند انگیزش مطرح بوده که تحت عنوان نیازهای متعالی قرار می‌گیرند. در یک تقسیم‌بندی کلی، انگیزش را می‌توان به دو دسته اساسی تقسیم شد؛ الف) فرآیند انگیزش^{۱۸} ب) انگیزش کمبود^{۱۹} (شولتس، ۱۳۸۲). هر چند این تقسیم‌بندی مورد قبول بسیاری از روان‌شناسان انسان‌گرا با رویکردهای فرا شخصی و کمال‌گرا است، اما به

طور مستقیم به آثار و مکتوبات آبراهام مزلو باز گشت می‌کند. فرآنگیزش، انگیزشی است که افراد به معنی متداول انگیزش برانگیخته نمی‌شوند، بلکه آنان باید از سطح بهنجاری فراتر روند. افراد در فرآنگیزش برای انسان کامل شدن و رسیدن به تمامی آن چه استعدادهای بالقوه‌شان را دارند، برانگیخته می‌شوند فرآنگیزش آن چه که خواستار تحقق خود اوست را به حرکت وا می‌دارد. این انگیزش کمال خوبی، بیان خوی، بلوغ و پختگی، رشد و تکامل، و در یک کلمه تحقق خود است (Maslow, 1977, p. 59).

مزلو در مطالعاتی که انجام داد، افرادی را مشاهده کرد که خواستار تحقق به خویش هستند که انگیزشی آنان با دیگران چه از نظر کیفی و چه از نظر کمی، متفاوت است. مزلو این انگیزش را انگیزش کمال یا فرآنگیزش نامید. پیشوند «فرا»^{۲۰} به معنای آن «سوی» یا «ورای» است و مصادیق فرآنگیزش، ورای مفهوم سنتی انگیزش است. به بیان مزلو «عالی‌ترین انگیزه، بی‌انگیزه بودن و بی‌تکاپو بودن است» (Maslow, 1977, p. 150).

در فرایند فرآنگیزش، فرایندهای «خداجویی» و «خودیابی» مطرح می‌شوند. فرایندها، حالت‌های کمال یا حتی یا شاید هدف‌هایی باشند که خواستاران تحقق خود و خداجو به سوی آن نظر دارند. مزلو این «فرایندها را ارزش‌های هستی»^{۲۱} می‌نامد که خود هدفمند نه وسیله برای رسیدن به یک هدف خاص» (Maslow, 1977). در دیدگاه مزلو، نیازهای انسان در واقع جوهر حیات هستند که در سطح عالی نیازها قرار دارند و نیازهای کمبود نیازهای سطح پایین هستند که به دو دسته اولیه و ثانویه تقسیم می‌شوند. تقابل بین نیازهای عالی و نیازهای پایین همواره در طول تاریخ بشر وجود داشته است. نیازهای عالی به دلیل این که مانند نیازهای فیزیولوژیکی یا اجتماعی قابل تجربه و در دسترس نیستند، غالباً در هاله‌ای از ابهام و تردید قرار دارند و کمتر مورد عنایت واقع می‌شوند.

در نظر مزلو، نیازهای انسان در واقع جوهر حیات هستند و نمی‌توان این جوهر حیات را در آزمایشگاه حیوانات یا در لوله‌ی آزمایشگاهی شناخت. وی در باب انگیزش و نیازهای انسان بیان می‌دارد؛ به جای «حیوان مداری»^{۲۲} باید «انسان مداری»^{۲۳} را جایگزین کرد. مزلو در جایی دیگر در کتاب «انگیزش و شخصیت» می‌نویسد؛ نیازهای عالی، فوق نیازهاست، در حال حاضر نیازهای پست‌تر با اهداف توجیهی، بیشتر از نیازهای عالی مورد عنایت هستند و در حقیقت در عصر حاضر، با تنزل سطح انگیزش مواجه‌ایم. هر چه نیازها والاتر و عالی‌تر و انسانی‌تر باشد، خصیصه‌های انسان بودن آن نیز هویداست و مداومت انسان برای ارضای این نیازها در سلامت فردی مؤثرتر است (Maslow, 1977).

روش پژوهش

ادبیات روان‌شناسی بر این باورند که معنویت‌گرایی و دین‌داری را می‌توان سنجید (Sherman & Simonton, 2001) اما نباید از دشواری‌های آن نیز غفلت کرد. این موضوع مشوقی است برای پژوهشگران سازمانی که از اهمیت آن در سازمان آگاهند چرا که گرایش فزاینده‌ی مطالعه و پژوهش آن در سال‌های اخیر نسبت به گذشته قابل مقایسه نیست. هر چند این پژوهش‌ها تا چند دهه اخیر بیشتر در حوزه‌های عامه‌پسند بوده است، اما مراکز آکادمی مدیریت در سال ۲۰۰۱ مطالعه و پژوهش آن را به رسمیت شناخته است (Rojas, 2002).

ناگفته هویداست که پژوهش درباره واقعیت‌ها و رفتارهای معنوی و دینی که بار ارزشی دارد بسیار دشوار است. آن چه یک پژوهشگر می‌تواند در این باره به پژوهش بپردازد، مطالعه نظرها و نگرش افراد و کارکنان درباره ارزش‌های معنوی و دینی است نه خود معنویت و دین یا پدیده‌هایی که بار ارزشی دارند. با این وجود، ضرورت و امکان‌پذیری این پژوهش‌ها غیر قابل انکار است. مع الوصف باید اذعان داشت که روش پژوهش حاضر، روش توصیفی از نوع پیمایشی است.

از آنجا که حوزه‌ی مطالعه‌ی پژوهش رفتار سازمانی بود، سطح تجزیه و تحلیل پژوهش سطح خرد قرار گرفت. واحد تجزیه و تحلیل و جامعه آماری پژوهش در دو بخش کارکنان (ستادی) و اساتید (صفی) دانشگاه تهران قرار گرفت. بخاطر حجم گسترده‌ی جامعه آماری و طبقات آن از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی استفاده شد. برای تعیین نمونه پژوهش فرمول میانگین \bar{x} به روش دقیق آن بکار گرفته شد که از ۲۵۶ نفر نمونه‌ی انتخاب شده ۸۰ نفر (۳٪) سهم اساتید و ۱۸۵ نفر (۷۰٪) سهم کارکنان اختصاص داده شد.

ابزار سنجش پژوهش که معمولاً در پدیده‌های علوم اجتماعی و رفتاری از آن استفاده می‌شود، پرسشنامه خود کنترل^{۲۴} شده است که در این پژوهش نیز از آن بهره گرفته شده است. در این روش، پژوهشگر «رفتار» را به طور مستقیم مشاهده نمی‌کند، بلکه متغیرهای مرتبط به هم از قبیل عقاید، احساسات، نظرات، ادراکات، توجیهات و یا ارزش‌هایی که اعضای سازمان آنها را دارا هستند، مورد بررسی قرار می‌گیرد (اوپنهام، ۱۳۶۹).

برای تهیه و تنظیم ابزار این پژوهش، علاوه بر رجوع به خبرگان، به مقیاس‌های مرتبط به سنجش معنویت و دین نیز مراجعه شده است. در این زمینه می‌توان به کتاب سنجش معنویت و دین‌داری هیل و هود^{۲۵} که به ۱۲۵ مقیاس سنجش دین‌داری و معنویت‌گرایی می‌پردازد، اشاره داشت (Sherman & Simonton, 2001).

روایی و پایایی پرسشنامه : در طراحی اولیه پرسشنامه و با مراجعه به خبرگان تقریباً ۹۰٪ از پرسش‌های پرسشنامه قابل درک بود. برای اصلاح ۱۰٪ آن با توجه به نظرات پیشنهادی مشاورین و کارشناسان، پرسشنامه نهایی طراحی گردید. برای محاسبه پایایی ابزار سنجش، روش آلفای کرونباخ انتخاب شد که نتیجه آن در جدول شماره (۱) آمده است. همانطور که ملاحظه می‌شود ابزار پژوهش با توجه به $\alpha = 85\%$ در وضعیت مناسب قرار دارد.

جدول ۱- آلفای کرونباخ متغیرهای وابسته، مستقل و میانجی

متغیرها	ارتباط فرافردی	متغیرهای میانجی	انگیزش در کار	کل پرسشنامه
مقدار آلفا	$\alpha = 81\%$	$\alpha = 86\%$	$\alpha = 90\%$	$\alpha = 85\%$

روش تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده براساس ساختار فرضیه‌ها، ماهیت داده‌ها و اهداف پژوهش، روش تحلیل مسیر^{۲۶} و روش عاملی تأییدی^{۲۷} انتخاب شد. روش تحلیل مسیر در حقیقت مدل توسعه یافته رگرسیون است که برای هر یک از متغیرهای وابسته ضریب رگرسیونی محاسبه می‌شود. در این روش در چارچوب معادلات ساختاری روابط بین متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد. ضریب گاما؛ نشان دهنده‌ی تأثیر متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته، ضریب بتا نشان دهنده‌ی تأثیر متغیرهای وابسته بر روی سایر متغیرهای وابسته، ضریب فی نشان دهنده‌ی کوواریانس بین متغیرهای مستقل و ضرایب پسای واریانس و کوواریانس خطا در مدل ساختاری و میزان واریانس تبیین شده در مدل کلی اند^{۲۸} (قاضی طباطبایی، ۱۳۸۲).

یافته‌های پژوهش

تحلیل عاملی تأییدی نشانگرهای ارتباط فرافردی

به منظور برآورد نمرات مورد نیاز جهت تحلیل مسیر و تأیید سازه‌های متغیرهای مورد مطالعه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در این مرحله پس از بررسی، تجزیه و تحلیل سازه‌های پژوهش و تأیید آنها، نمرات برآورد شده ذخیره شد تا در بخش تحلیل مسیر مورد استفاده قرار گیرد. در این سنجش، ضریب استاندارد شده، واریانس خطا، ضریب تعیین مقادیر (t) و معناداری متغیر فرافردی با نشانگرهای همه‌خدایی، همه در خدایی، کارگزاری خدا و تعامل با خدا مورد بررسی قرار گرفت که شرح ذیل می‌آید :

تجزیه و تحلیل مقادیر استاندارد شده‌ی متغیر ارتباط فرافردی و نشانگر همه خدایی : همانطور که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود، رابطه بین متغیر ارتباط فرافردی و نشانگر همه خدایی با ضریب استاندارد شده ۰/۳۸؛ به میان ۱۴٪ واریانس همه خدایی توسط ارتباط فرافردی تبیین شده و به میزان ۸۶٪ واریانس همه خدایی توسط عوامل خارج از مدل تبیین شده است. از آنجایی که مقدار t همه خدایی ۵/۶۱ می‌باشد و بزرگتر از عدد ۲ است ($t = ۵/۶۱ > ۲$) بنابراین، نتیجه‌گیری می‌شود که رابطه‌ی معناداری بین شاخص ارتباط فرافردی با نشانگر همه خدایی وجود دارد.

تجزیه و تحلیل مقادیر استاندارد شده‌ی ارتباط فرافردی و نشانگر همه در خدایی : همانطور که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود، رابطه بین شاخص ارتباط فرافردی و نشانگر همه در خدایی با ضریب استاندارد شده ۰/۵۴؛ به میزان ۲۹٪ واریانس همه در خدایی توسط ارتباط فرافردی تبیین شده و به میزان ۷۱٪ واریانس همه در خدایی توسط عوامل دیگر خارج از مدل تبیین شده است و از آنجایی که مقدار t همه در خدایی ۸/۳ است و این رقم بزرگتر از عدد ۲ است ($t = ۸/۳۰ > ۲$)، لذا می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیر فرافردی و همه در خدایی رابطه معنادار وجود دارد.

تجزیه و تحلیل مقادیر استاندارد شده‌ی متغیر فرافردی و نشانگر کارگزاری خدا : همانطور که در جدول شماره (۲) آمده است، رابطه بین متغیر ارتباط فرافردی نشانگر کارگزاری خدا با ضریب استاندارد شده ۰/۷۶؛ به میزان ۶۳٪ واریانس کارگزاری خدا توسط ارتباط فرافردی تبیین شده و به میزان ۳۷٪ واریانس کارگزاری خدا توسط عوامل خارج از مدل تبیین شده است. از آنجایی که مقدار t نشانگر کارگزاری خدا ۱۲/۲۷ بزرگتر از عدد ۲ است ($t = ۱۲/۲۷ > ۲$)، لذا می‌توان نتیجه گرفت که بین شاخص فرافردی و نشانگر کارگزاری خدا رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

تجزیه و تحلیل مقادیر استاندارد شده‌ی فرافردی و نشانگر تعاملی با خدا : همانطور که در جدول شماره (۲) آمده است، رابطه بین متغیر فرافردی و نشانگر تعاملی با خدا با ضریب استاندارد شده ۰/۷۱، به میزان ۵۰٪ واریانس تعاملی با خدا توسط متغیر فرافردی تبیین شده و به میزان ۵۰٪ واریانس تعاملی با خدا توسط عوامل دیگر خارج از مدل تبیین شده است. از آنجایی که مقدار نشانگر تعاملی با خدا برابر با ۱۰/۹۵ بزرگتر از عدد ۲ است ($t = ۱۰/۹۵ > ۲$) لذا می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیر فرافردی و نشانگر تعاملی با خدا رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

جدول ۲- مقادیر استاندارد شده متغیر فرافردی و نشانه‌ها

متغیر فرافردی و نشانه‌ها	ضریب استاندارد شده	واریانس خطا	واریانس تبیین ^۲ (R)	مقادیر t	رابطه معناداری
ارتباط فرافردی و همه‌خدایی	۰/۳۸	%۸۶	%۱۴	۵/۶۱	$t = ۵/۶۱ > ۲$ وجود رابطه معناداری
ارتباط فرافردی و همه در خدایی	۰/۵۴	%۷۱	%۲۹	۸/۳۰	$t = ۸/۳۰ > ۲$ وجود رابطه معناداری
ارتباط فرافردی و کارگزاری خدا	۰/۷۹	%۳۷	%۶۳	۱۲/۲۷	$t = ۱۲/۲۷ > ۲$ وجود رابطه معناداری
ارتباط فرافردی و تعاملی با خدا	۰/۷۱	%۵۰	%۵۰	۱۲/۹۵	$t = ۱۰/۹۵ > ۲$ وجود رابطه معناداری

آزمون فرضیه و نتایج پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش: بین ارتباط فرافردی و انگیزش در کار کارکنان دانشگاه تهران رابطه‌ی معنادار وجود ندارد^{۲۹}. نتایج حاصل از اجرای آزمون تحلیل گر برای فرضیه پژوهش در جدول شماره (۳) آمده است.

جدول ۳- نتایج آزمون فرضیه ارتباط فرافردی و انگیزش در کار کارکنان دانشگاه تهران

متغیر (مستقل)	متغیر وابسته	To	ضریب استاندارد شده مسیر	سطح معناداری	نتیجه آزمون
ارتباط فرافردی	انگیزش در کار	-۱/۷۵	-۰/۰۸	sig > ۰/۰۱	(R _{H1}) A _{H0}

با توجه به مقدار t مشاهده شده (t_0) در مدل تحلیل مسیر و مقادیر t و سطح معناداری متناظر با آن در جدول بحرانی ($\text{sig} > ۰/۰۱$ و $t_0 = ۱/۷۵$) می‌توان H_0 را تأیید شد و فرض H_1 را رد کرد. به عبارت دیگر، بین ارتباط فرافردی و انگیزش در کار کارکنان دانشگاه تهران با

بیش از ۹۹٪ اطمینان رابطه‌ی معناداری از نظر آماری وجود ندارد. همانطور که در ستون ضریب استاندارد شده‌ی مسیر جدول نیز مشاهده می‌شود، میزان این رابطه برابر با $0/08-$ است و همچنین مقدار آن $1/70-$ کوچکتر از عدد ۲ می‌باشد.

نتایج پژوهش: همانطور که در بخش الف آمد، نشان‌گرهای همه‌خدایی با وجود رابطه معنا دار ($t=5/61 > 2$)، همه در خدایی با وجود رابطه معنا دار ($t=8/30 > 2$)، کارگزاری خدا با وجود رابطه معنا دار ($t=12/27 > 2$)، و تعاملی با خدا با وجود رابطه معنا دار ($t=10/95 > 2$)، بیانگر و تبیین‌کننده‌های مناسبی برای متغیر ارتباط فرافردی بودند. بنابر نظر آزمون شوندگان، این نشان‌گرها ارتباط فرافردی را مورد تأیید قرار دادند که بیانگر اعتقاد اکثر آزمون شوندگان به خداست و آنان زندگی معنوی بالایی دارند.

اما در رابطه با بخش ب یعنی نتایج آزمون فرضیه پژوهش بین ارتباط فرافردی و انگیزش در کار می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر چند همه‌ی کارکنان دانشگاه تهران به خدا اعتقاد داشتند و دارای زندگی معنوی هستند، اما خدا را در برانگیختگی در کارشان تأثیرگذار نمی‌دانستند و زندگی معنوی آنان از زندگی کارشان متفاوت بود.

بحث و نتیجه گیری

ارتباط فرافردی به منظور تأمین نیاز معنوی کارکنان در سازمان امری اجتناب‌ناپذیر است. سازمان بهداشت جهانی اعلام کرده است: سلامت روانی و جسمانی کارکنان، علاوه بر ابعاد جسمانی، اجتماعی و روانی با بعد معنوی نیز وابسته است. طی چند دهه اخیر باور بر این بود که این بعد معنوی برای جهان کسب و کار و سازمان‌ها چندان مناسبی ندارد (Conger, 1994) و بیشتر در ادبیات عامه پسند مورد بحث و گفتگو قرار می‌گرفت (Mitroff & Denton, 1999)، اما اکنون به عنوان یک موضوع پژوهشی کاملاً جدی در بسیاری از حوزه‌ها و قلمروهای آکادمیکی و علمی مورد مطالعه قرار می‌گیرد (O'Connell, 1999). برخی از پژوهشگران بر این باورند که معنویت در سازمان رابطه مستقیم با انگیزش کارکنان در تأمین اهداف فردی و سازمانی دارد. این محققان اذعان دارند که ارضای نیازهای متعالی کارکنان را می‌توان در مدل‌های معنوی جستجو کرد (Kennedy, 2002). واژه معنویت که در سازمان زمانی تابو قلمداد می‌شد (McDonald, 1999)، امروز آهسته آهسته در حال رخنه کردن در دنیای کسب و کار است (Gibbons, 2001). معنویت آخرین شعار روز مشترک در بین افراد گشته است

(McDonald, 1999). و خلاصه اینکه شماری از مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهند که ارائه پارادایم جدیدی برای کار در سازمان با رویکرد تلفیقی تر برای زندگی و کار ضروری به نظر می‌رسد (Griffin, 1988; Rifkin, 1995). با یکپارچگی و تلفیق زندگی معنوی و زندگی کاری ممکن است سازمان با افرادی اخلاقی‌تر و مولدتر به اهدافش نایل آید (Gibbons, 2001). همانطور که گریگوری پیریس^۳ مسئول نشر و موسس "BLEE" (رهبران کسب و کار در برابر کمال، اخلاقیات و عدالت) بیان می‌دارد: «بسیاری از ما زمان زیادی را در حال کار کردن سپری می‌کنیم، شرم‌آور خواهد بود اگر نتوانیم خدا را در آن جا پیدا کنیم» (Bradley & Kauanui, 2003). بنابراین لازم است خدا را به سازمان ببریم و زندگی معنوی و زندگی کاری خود را یکپارچه و تلفیق نمائیم.

مقاله حاضر بر آن بود تا با پژوهشی در دانشگاه تهران به بعد معنوی معنویت یعنی رابطه با خدا پرداخته و نوع ارتباط فرافردی را با یکی از مؤلفه‌های سازمانی مانند انگیزش بسنجد. این پژوهش به دنبال پاسخ به دو پرسش اصلی بود، نخست اینکه آیا مدل ارتباط فرافردی با نشان‌گرهای آن می‌تواند تبیین‌کننده‌های مناسبی برای انواع ارتباط انسان با خدا در سازمان باشد یا خیر؟ دوم اینکه آیا بین ارتباط فرافردی و انگیزش در کار کارمندان در سازمان رابطه‌ای وجود دارد یا خیر؟

در پاسخ به پرسش اول، از طریق آزمون تحلیل عاملی تأییدی ثابت شد که هر یک از نشان‌گرهای همه‌خدایی، همه‌در‌خدایی، کارگزاری خدا و تعاملی با خدا تبیین‌کننده‌های خوبی برای ارتباط فرافردی هستند. این موضوع بیان‌گر این مطلب است که هر چهار نوع ارتباط مذکور یک انسان با خدا وجود داشت. بدین معنا که با توجه به انواع ارتباط آنان با خدا، اعتقاد به خدا در هر یک از آنان اثبات می‌شود و تنها نوع ارتباطشان با خدا متفاوت بوده است. برخی از کارکنان نوع ارتباطشان همه‌خدایی بود، بدین معنا که خویشتن خویش و همچنین کار خود را همان کار خدا و یکسان با او تلقی می‌کردند و خدا را در درون خویش و خود را در درون خدا می‌دیدند. برخی دیگر از کارکنان نوع ارتباطشان همه‌در‌خدایی بود، بدین معنا که خویشتن خویش و همچنین کار خود را جلوه‌ای از کار خدا می‌دانستند. در این نوع از ارتباط خدا را بیرون از خویشتن می‌پنداشتند اما خویشتن خویش را جلوه‌ای از خدا می‌دانستند. شاید بتوان این دو نوع از ارتباط با خدا را بیشتر در آموزه‌ها و تعالیم عرفان اسلامی مشاهده شد. نوع سوم ارتباط کارکنان با خدا، گونه‌ی کارگزاری خدا بود که بیشترین رابط معنا داری را نسبت به گونه‌های دیگر به خود اختصاص داد. کارکنان در این نوع از ارتباط خود را خلیفه الله و خدمتگذار او می‌دیدند و بر این باور بودند که

آنان وسیله ای برای خدمتگذاری در راستای رضایتمندی خداوند. شاید بتوان ادعا کرد که این نوع از ارتباط بیشتر با آموزه ها و تعالیم مذهبی اسلام سازگاری دارد و به همین دلیل است که بیشترین فراوانی در آن مشاهده می شود. نوع چهارم ارتباط کارکنان با خدا مربوط به گونه تعاملی با خدا بود. ثابت شد که عده ای از کارکنان در نوع ارتباطشان با خدا منتظر پاداش هستند و با خدا بده و بستان داد و ستدی دارند. کار هر یک از آنان صرفاً به منظور پاداش از طرف خدا تلقی می شد و تنها از این طریق راضی می شدند. به هر حال ارتباط کارکنان با خدا گاهی از نوع خویشتن پرستی، گاهی ناشی از ترس از خدا، گاهی به خاطر دریافت پاداش و گاهی برای قرب الهی و گاهی نیز به خاطر خود خدا می باشد.

بنابراین در این بخش ثابت شد که اولاً اعتقاد به خدا در همه کارکنان محرز است، ثانیاً از چهار نوع ارتباط با خدا بیشترین رابطه ی معنا داری به ترتیب مربوط به نوع کارگزاری خدا، تعالی با خدا، همه در خدایی و همه خدایی است. ثانیاً هر یک از چهارگونه ارتباط با خدا بیانگرهای مناسبی برای ارتباط فرا فردی است.

اما در پاسخ به پرسش دوم از طریق آزمون رگرسیونی ثابت شد که رابط معنا داری بین ارتباط فرافردی (متغیر مستقل) و انگیزش در کار کارکنان (متغیر وابسته) مشاهده نمی شود و کارکنان بر این عقیده اند که خدا نمی تواند در برانگیختگی شان حضور و ظهور داشته باشد و اعتقاد و ارتباط با خدا خارج از محیط کارشان قرار داد. بر اساس نتایج به دست آمده عدم رابطه ی معنادار بین ارتباط فرافردی و انگیزش در کار کارکنان، بیانگر این موضوع است که هر چند همه کارکنان به خدا اعتقاد دارند و او را در زندگی شخصی خود حاضر و ناظر می انگارند، و افرادی بسیار معنوی در زندگی غیرکاری خود هستند، اما هیچ تأثیری از رابطه با او در برانگیختگی، معنابخشی و هدفمندی در کارشان احساس نمی کنند. به عبارت بسیار روشن، خدا را در سازمان حاضر نمی بینند.

با توجه به مطالب فوق، نتایج پژوهش را می توان در موارد زیر خلاصه شد:

- بنابر یافته های پژوهش، صد در صد کارکنان دانشگاه تهران به خدا اعتقاد دارند. اما ارتباط فرافردی آنان خارج از سازمان است. آنان هر چند زندگی معنوی دارند، اما زندگی معنوی آنان خارج از سازمان است و زندگی معنوی آنان با زندگی کاری آنان متفاوت است. آنان هر چند به خدا اعتقاد دارند اما خدا را در برانگیختگی، معنابخشی و هدفمندی در کارشان چندان تأثیرگذار نمی دانند. شاید بتوان چنین ادعا کرد که آنان بیشتر در پی ارضاء نیازهای کمبود (فیزیولوژیکی و اجتماعی) مزو هستند و کمتر برای آنان فرایندهای خودیابی و خداجویی در کار مطرح است.

نیازهای کمبود دغدغه اصلی کارکنان می‌باشد و تا این نیازها در سازمان مرتفع نشود نیازهای دیگرچندان مطرح نخواهد شد.

شاید به دلیل دغدغه نیازهای کمبود (فیزیولوژیکی و اجتماعی) کارکنان و شاید هم به دلیل طرز تلقی کارکنان در تمایز بین فرهنگ سازمانی و فرهنگ دینی، زندگی معنوی کارکنان از زندگی کاری‌شان منفک شده است. تلفیق زندگی معنوی و کاری کارکنان که تقریباً با صد هزار ساعت کاری، می‌تواند کاری لذت بخش، متوازن تر و معنادارتر را به ارمغان آورد. این تلفیق می‌تواند برای سازمان‌ها انسانیت بیاورد و افراد رضایت بیشتری از کارشان داشته باشند و وقتی از محیط کاری فارغ می‌شوند، به جای گریز از یکدیگر به یاری هم بشتابند.

بنابراین، با همه تأکیدی که در زمینه تلفیق زندگی کاری و زندگی معنوی کارکنان شده است و همچنین با همه اعتقادی که بیشتر کارکنان به خدا داشتند، متأسفانه این نیروی عظیم به آسانی مورد غفلت قرار می‌گیرد و سازمان‌ها آن را نادیده می‌گیرند. از این رو به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌شود برای پاسخگویی به پرسش‌های زیر در راستای پژوهش حاضر همت گمارند:

- چه عواملی باعث شکاف بین زندگی کاری و زندگی شخصی کارکنان می‌شود؟
- پیامدهای نبود ارتباط با خدا در سازمان چیست؟
- آیا تلفیق زندگی کاری و زندگی معنوی کارکنان می‌تواند در عملکرد یا رضایت شغلی و یا یکی از مؤلفه‌های سازمانی تأثیر گذار باشد؟

پی نوشت ها

1. Construction
2. Lord
3. Impersonal
4. Pantheistic
5. Pane theistic
6. Agency
7. Transactional
8. Pantheism
9. Monist
10. Pane theism
11. God Agency
12. Transactional Mode
13. Process Theology
14. Super personal

15. Intrapersonal
16. Interpersonal
17. Exopersonal
18. Met motivation
19. Deficiency Motivation
20. Meta
21. Being Values
22. Anima centric
23. Human centric
24. Self – Administered
25. Hill & Hood
26. Path Analysis Method
27. Factor Analysis Method

۲۸. به منظور عدم اطاله در موضوع، تنها نتایج تأثیرگذاری متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته در این مقاله آمده است.

۲۹. فرضیه‌های دیگر پژوهش به منظور خلاصه کردن مقاله نیامده است. لازم به ذکر است نتایج فرضیه‌های دیگر تقریباً نتایج فرضیه اصلی پژوهش را تأیید می‌کند است. فرضیه‌های دیگر شامل: رابطه‌ی معناداری بین ارتباط فرافردی و کار هدفمند، رابطه معناداری بین ارتباط فرافردی و کار با معنا، رابطه معناداری بین کار هدفمند و انگیزش در کار و رابطه معناداری بین کار با معنا و انگیزش در کار.

30. Grejory F. A. Pierce

منابع فارسی

قرآن کریم

نهج البلاغه

استیس، و. ت. (۱۳۶۷). *عرفان و فلسفه*. ترجمه‌ی بهاء الدین خرمشاهی. (چاپ سوم). تهران: سروش.

اوپنهام، ا. ن. (۱۳۶۹). *طرح پرسش‌نامه و سنجش نگرش‌ها*. ترجمه‌ی مرضیه‌ی. کریم‌نیا. مشهد: آستان قدس رضوی.

اون، اچ. پی. (۱۳۸۰). *دیدگاه‌ها درباره‌ی خدا*. ترجمه‌ی حمید بخشنده. تیم: اشراق.

شولتس، دوآن. (۱۳۸۲). *روان‌شناسی کمال*. ترجمه‌ی گیتی خوشدل. تهران: بیکان.

قاضی طباطبایی. (۱۳۸۲). *تکنیک‌های خاص پژوهش (رشته‌ی علوم اجتماعی)*. تهران: دانشگاه پیام نور.

کاکایی، قاسم. (۱۳۸۲). *وحدت وجود: به روایت ابن عربی و ماستو اکهارت*. تهران: انتشارات هرمس.

ملکیان، مصطفی. (۱۳۸۴). *مباحثی درباره‌ی نسبت و رابطه‌ی انسان با خدا و طبیعت*. جزوه منتشر

نشده کارشناسی ارشد. مرکز مطالعات و پژوهشات ادیان و مذاهب قم.

وست، ویلیام، (۱۳۸۳). *روان درمانی و معنویت*. ترجمه ی شه‌ریار شه‌پیری و سلط‌انعلی شیرافکن. تهران: انتشارات رشد.

منابع لاتین

- Arnaldo ,O. (2002).The place of spirituality in organizational theory. *Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 9(2).
- Bradley , J. & Kauanui , S.K. (2003). Comparing spirituality on three southern California college compuses . *Journal of Organizational Change Management*, 16 (4), 448-462.
- Brief, A. A. P. (1979). *Task designing and employee motivation*. Foresman: Glenview Illi Scott.
- Banduara, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice – Hall.
- Butts, D.(1999). Spirituality at work: An overview. *Journal of Organizational Change Management*, 12 (1), 328-331.
- Brandt, E. (1996, April). Corporate pioneers explore spirituality: Peace, developing spirituality within the company. *Journal of HR Magazine*, 41.
- Cavanagh, G. (1999). Spirituality for manager: Context and critique, *Journal of Organization Change Management*, 12 (3), 43-65.
- Conger, J. A. (1994). *Spirit at work: Discovering the spirituality in leadership*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Emmons, R. & Crumple, C. (1999). Religion and spirituality? The roles of signification and the concept of God. *International Journal for the Psychology of Religion*, 9(1), 17-24.
- Gibbons, P. (2001). *Spirituality at work: A pre – theoretical overview*, MSC. Thesis – Brinbeck College, University of London, Aug.
- Griffin,D.R. (1988). Spirituality and society: Postmodern spirituality, political economy and art. *Academy of Management Executive*, 10,8-17.
- Hall, D.T.(1996). Proten careers of the 21st century. *Academy of Management Executive*, 19, 8-17.
- Hansen, L. S. (2001). Integrating work family and community throun holistic life planning. *Journal of Career Development Quarterly*. 49, 261-277.
- Heelas, P.& Wood Heah, L.(2005). *The spirituality revolution: Why religion is giving way to spirituality*. Black well.
- James, W. (1961), *The varieties of religious experience*. New York, NY:Penguin.

- Kennedy, M.H. (2002). *Spirituality in the workplace: An empirical study of this phenomenon*. DBA: Nova Southeater University.
- Kinjerski, V. M. & Skrypnik, B. J. (2004). Defining spirit at work: Finding common ground. *Journal of Organizational Change Management*, 17 (1), 26-42.
- Maslow, A. (1977). Self – actualization and beyond. In J. F. T. Bugental. (Ed.), *Challenges of humanistic psychology* (pp.279-286). New York : Mc Graw–Hill.
- McDonald, M. (1999, May 3). *Spirituality at workplace*. U.S. News and World Report).
- Mitroff, I. A. & Denton, E. A. (1999). *A spirituality audit of corporate America: A hard look at spirituality, religion, and values in the workplace*. San Francisco, CA : Jossey -Bass.
- Mc Cormick , D. W. (1994). Spirituality and management. *Journal of Managerial Psychology*, 9 (6), 5-8.
- Neck, C. & Milliman, J. (1994). Thought self- leadership: Finding spiritual fulfillment in organizational life. *Journal of Managerial Psychology*, 9(6), 9-16.
- Neal, J. (1997). Spirituality in management education: A guide to resources. *Journal of Management Education*, 21 (1) 121-139.
- Neal, J.A., Lichtenstein, B. M. B., & Banner, D. (1999). Spiritual perspectives on individual, organizational and societal transformation. *Journal of Organizational Change Management*, 12, (3), 175-85.
- O’Connell, B. (1999). *The spiritual journey of the corporate warrior*. Albany Campus, Auckland: Massey University.
- Rifkin, J. (1995). *The end of work: Technolog, job and your future*. New York: Putnam.
- Rojas, R.R (2002). *Management theory and spirituality: A framework and validation of the independent spirituality assessment scale*. DBA: Argosy University / Sarasota.
- Sherman, A. C. & Simonton, S. (2001). Assessment of religiousness and spirituality in health research. In T. G. Plant & A. C. Sherman (Eds.), *Faith and health: Psychological perspective* (pp.132-163). New York and London : Guilford Press.
- Steve, Y. W. & Conrad, H. T. (2003). Motivation of survey employees in construction projects. *Journal of Geospatial Engineering*, 1, 61-66.
- Storm, R. (1999). Disciples of the New Age. *International Management*, 16(2) , 42-45.

Walsh, D. C. (1998). Spirituality and leadership .*In the hearth of learning: Spirituality in education*(pp.203-216). NY: Penguin Putnam, Inc.

