

مطالعه معنویت در محیط کار^۱

میترف و دنتون^۲

علی رستگار^۳

آیا ورود معنویت در مدیریت سازمان سزاوار است؟ «آیا معنویت برای سازمان سودآوری بیشتری خواهد آورد؟» در این مطالعه تجربی معنویت در محیط کار، نتایج مصاحبه‌هایی

۱. مطالعه معنویت در محیط کار پدیده نوپایی است که می‌تواند نیروی قدرتمند مثبتی برای زندگی افراد باشد؛ زیرا کمک به افراد در جهت تلفیق و یکپارچه ساختن کار و زندگی معنوی‌شان، ممکن است تقریباً به صد هزار ساعت زندگی کاری این افراد معنا و جهت ببخشد و کاری لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتر ایجاد کند و روح و روان آنان را پرورش دهد. افراد وقتی از محیط کاری فارغ شوند و به خانواده و جوامع خویش بازگردند، درحالی که قانع و تجدید قوا شده‌اند، به جای گریز از یکدیگر به یاری هم می‌پردازند و به دلیل این یکپارچگی و تلفیق، ممکن است با افرادی اخلاقی‌تر و مولدتر، سودآوری بیشتری برای سازمان حاصل شود. به علاوه معنویت در محیط کار می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای اجتماع، فعالیت و برای محیط، مسئولیت به ارمغان آورد. اگر چنین شود این مهم‌ترین وظیفه‌ای است که جامعه ما در نخستین دهه‌های هزاره جدید با آن مواجه است.

علاوه بر دیدگاه خوش‌بینانه فوق نسبت به یکپارچگی محیط کار و معنویت، معنویت در محیط کار اندیشه علمی و آکادمیک جدی ارزشمندی است که متأسفانه بیشتر به نوشته‌های عوامانه خلاصه می‌شود. ارزشمندی آن به جهت اقبال عمومی و جهانی است که در دهه‌های اخیر به وفور به چشم می‌خورد. ۹۴٪ مردم آمریکا می‌گویند به خدا ایمان دارند (امونز و کوامیلیر، ۱۹۹۹) و ۷۴٪ آنان خود را هم دینی و هم معنوی می‌دانند (پارگامنت ۱۹۹۹). از سال ۱۹۹۰ «معنویت و دین» در نوشته‌ها و کتب مختلف، نسبت به موضوعات دیگر در حوزه‌های دیگر، رشد بیشتری داشته است. دغدغه امروز بشر همواره پرداختن به معنویت (با اشکال مختلف آن) است؛ بنابراین از نظر ساختارگرایی و پدیدارشناسی، معنویت برای وارد شدن در مدلها و ادبیات رفتار انسانی و سازمانی دارای ارزش بسیاری است.

(Gibbons Paul, Spirituality at work: Definitions..., Paul @ future Considerations.com).

۲. مشخصات کتاب‌شناختی اصل این مقاله چنین است:

Lan I. Mitroff. and Elizabeth A. Dentan; "A Study of Spirituality in The Workplace", Sloan Management Review, Summer: 1999.

۳. دوره دکتری مدیریت دانشگاه تهران و محقق مرکز مطالعات و تحقیقات ادیان و مذاهب

که با مدیران ارشد انجام شده و پرسش‌نامه‌هایی که برای مدیران و مجریان منابع انسانی (HK) ارسال شده است، ارائه خواهد شد. به طور کلی، شرکت کنندگان [آزمون شدگان] شدیداً بین دین و معنویت فرق گذاشته‌اند.^۱

۱. درباره رابطه دین و معنویت دو دیدگاه عمده وجود دارد؛ در دیدگاه اول سه حالت متصور است: برخی معنویت و دین را یکی دانسته و جدایی آن را غیرممکن می‌دانند؛ برخی دیگر معنویت را اعم از دین و قلمرو معنویت را بیشتر از دین می‌انگارند و سرانجام، برخی دیگر، دین را اعم از معنویت و حوزه و قلمرو آن را گسترده‌تر می‌دانند. در دیدگاه دوم بین معنویت و دین هیچ رابطه‌ای وجود ندارد و جدایی این دو مقوله ممکن شده است. بنابراین در دیدگاه اول فردی معنوی است که دیندار نیز باشد و معنویت آن باید مبتنی بر دین وی باشد، اما در دیدگاه دوم فرد می‌تواند معنوی باشد بدون آنکه دیندار باشد.

بدیهی است از دیدگاه اسلام، معنویت مبتنی بر دین است و یک مسلمان باید معنویت خویش را براساس دین اسلام استوار سازد و حدود و ثغور معنویت این فرد را، دین وی معین می‌کند و نوع ارتباط چهارگانه یک فرد مسلمان، یعنی ارتباط با خویش، با دیگران، با محیط و با خدا، براساس آموزه‌ها و تعالیم دینی معین می‌گردد. با آنکه این مقاله بر جدایی دین و معنویت تأکید می‌ورزد، ارتباط آن را نادیده نمی‌گیرد و حتی در همین زمینه تحقیقاتی نیز به عمل آورده است. این تأکید می‌تواند براساس شرایط و زمینه‌های فرهنگی و دینی خاصی باشد که در آمریکا وجود دارد، همانطور که نویسنده مقاله اشاره می‌کند، «در جوامع آمریکایی دین پدیده‌ای کاملاً شخصی است که در حوزه‌های خصوصی افراد معنا پیدا می‌کند». به نظر می‌رسد وی در نظر دارد معنویت را مقوله‌ای جدا از دین بداند و از حساسیت‌های آن بکاهد. به هر حال، صاحب‌نظران و نویسندگان غربی نیز از این موضوع آگاه بوده‌اند و این مناقشه بین صاحب‌نظران همواره وجود داشته است. «گی بنز» در مقاله «معنویت در محیط کار: تعاریف، مقیاس‌ها، پیش‌فرض‌ها و ادعاهای اعتبار» به این مناقشات اشاره دارد: «ماهیت پلورالیسم معنویت در جهان معاصر، سنخ‌شناسی را ایجاد کرده است. در این سنخ‌شناسی تعداد بی‌نهایت معنویت‌ها می‌تواند در سه نوع خلاصه شود: دینی، غیردینی و عرفانی. معنویت غیردینی شامل معنویت‌های انسان‌گرا، طبیعت‌محور و زمین‌محور است. رهبران این نهضت «دیوی»، «امرسون»، «راجرز»، «شوماخر» و «مازلو» هستند. عقاید آنان ممکن است مبتنی بر وحدت وجود یا مبتنی بر انکار وجود خدا، و آموزه‌های آن دربردارنده فعالیت‌های محیطی و اجتماعی باشد و... سنت عارفانه اصل مهمی است که در درون مسیحیت، یهودیت و اسلام وجود دارد، اما برخی از نویسندگان و محققان، این نوع معنویت‌ها را در مقیاس‌ها و مدل‌های خود انکار می‌کنند... با قایل شدن، تمایز بین دین و معنویت، برخی استیلای معنویت را مطرح می‌کنند. «پارگامنت» (۱۹۹۹) با اظهار تأسف بیان می‌دارد: «دین با امور سازمانی، شعائر و ایدئولوژی مرتبط است و معنویت با امور شخصی، تأثیرگذار، ناشی از تجربه و تفکرآمیز در ارتباط است». وی دین را امری ناپسند، محدودکننده و بازدارنده نیروهای انسانی، و معنویت را امر پسندیده‌ای می‌داند که با بزرگ‌ترین توانمندیهای بشری در ارتباط است. وی در ادامه بیان می‌دارد که این دیدگاه از نظر تاریخی توجیه‌پذیر نیست. «جیمز» (۱۹۰۲) دین را به عنوان «احساسات اعمال و تجربه‌های فردی در خلوت» تعریف می‌کند. به علاوه، وی تعاریف کارکردی دین را همیشه بسیار می‌داند، جایی که ذکر از خدایان، نیروهای برتر و موجودات متعالی به میان نیامده است. «خلاصه، کل دین بد نیست و کل معنویت نیز برحسب تأثیرات آن بر سلامت روانی، خوب نیست».... رابطه بین دین و معنویت رابطه پیچیده‌ای است که متأسفانه به درستی درک نشده است. یک پرسش عملی انتقادی این است که آیا معنویت در محیط کار شامل دین در محیط کار می‌شود؟ برخی از افرادی که «کی بنز» با آنها مصاحبه کرده با این فکر دچار وحشت شده‌اند، با این وجود، نادیده گرفتن

از دیدگاه آنان، دین تعبیر و موضوع بسیار نامناسبی در محیط کار است؛ از سوی دیگر، معنویت موضوعی بسیار مناسب برای بحث و گفت و گو تلقی می شود. این موضوع بدین معنا نیست که آنان هیچ ترسی، ملاحظه یا تردیدی نسبت به سوءاستفاده‌های احتمالی از معنویت نداشتند. بلکه، با این همه، ضرورت آن را همچنان احساس می کردند. آنان «معنویت» را «احساس بنیادین برقراری ارتباط با خویشن کامل خویش، دیگران و جهان هستی» تعریف کرده‌اند.

بهترین واژه‌ای که بتواند معنای معنویت و نقش حیاتی آن در زندگی افراد را منعکس کند واژه «وابستگی متقابل»^۱ است. افرادی که با سازمان‌های «معنوی تری»^۲ در ارتباط‌اند، «سودآوری آوری بیشتری»^۳ مشاهده می‌کنند. بنابر اظهارات آنان، افراد در چنین سازمان‌هایی قادرند بخش بیشتری از «خود کامل‌شان»^۴ را در کار به منصفه ظهور برسانند. این افراد می‌توانند مقدار بیشتری از خلاقیت، احساسات و هوشمندی کامل خود را به کار گیرند. خلاصه، سازمان‌هایی که معنوی تر انگاشته می‌شوند، از شرکت‌کنندگان خود عواید بیشتری کسب می‌کنند.

افراد بدون آنکه مزاحمتی برای همکارانشان فراهم آورند و موجب عصبانیت آنان شوند، همواره به دنبال راه‌هایی برای اظهار معنویت خویش در محیط کار هستند. آنان به شدت بر این باورند که مادامی که سازمان‌ها نیاموزند چگونه «انسان کامل»^۵، [یعنی] نیروی معنوی سرشاری را که در جوهره هر فردی وجود دارد [اداره و] مهار کنند، قادر به تولید خدمات و محصولات در سطح جهانی نخواهند بود.

در سال‌های اخیر، مطالب عمدتاً عوامانه بسیاری در باب معنویت، نوشته شده است. بخش مهمی از این نوشته‌های رو به فزونی، مربوط به معنویت در محیط کار و مزیت‌های چنین محیط کاری‌ای است. با وجود این و یا شاید به خاطر همین نوشته‌ها، مطالعات تجربی جدی از آنچه مدیران و مجریان درباره معنویت یا ارزیابی مزایای ادعا

دین، شیوه‌های معنوی و برخی از کهن‌ترین آموزه‌های معنوی جهان را نادیده خواهد گرفت. در دیدگاه عملی، اگر ما خواهان پیشرفت در این حوزه هستیم تطبیق و اصلاح بیشتر این رابطه ضروری است. برای مطالعه بیشتر ر.ک:

Gibbons Paul, "Spirituality at work: Definitions, measures, assumptions, and validity claims",

Paul @ future Considerations.com).

1. interconnectedness.

2. more spiritual.

3. more profitable

4. complete selves.

5. whole person

شده آن احساس می‌کنند و بدان اعتقاد دارند، انجام نگرفته است. اگر معنویت یک تجربه مهم و بنیادینی است، چرا مورد توجه جدی و برخورد سامانمند قرار نگرفته است؟

برخی از دلایل این بی‌توجهی عبارت‌اند از:

- اعتقاد کلی بر این است که معنویت برای مطالعه آکادمیکی جدی، پدیده‌ای بسیار لطیف، بسیار مهم و بسیار بد شکل یافته است؛ از این رو، تعریف آن مشکل است و تقریباً مطالعه و بررسی آن، غیرممکن.
- جامعه آمریکا تاریخ رسمی طولانی در واگذاری کامل عقاید شخصی، مانند دین، به مکان‌ها و زمان‌های خصوصی محدود و مشخص دارد.
- بسیاری از برخوردهای رایج در باب معنویت موجب بدنامی آن شده است. اگر مراکز آکادمیکی آن‌گونه بر معنویت خرده می‌گیرند و از این رهگذر، از مطالعه آن اکراه می‌ورزند، بنابراین کسانی که کم و بیش طرفداران عصر جدید^۱ خوانده می‌شوند، منتقدان واقعی نیستند. هر چند مراکز آکادمیکی سنتی چندان به مطالعه معنویت نمی‌پرداختند، طرفداران عصر جدید تقریباً هر احساس یا شور و هیجانی با التفات به معنویت را اغلب در ارزش ظاهری آن، پذیرفته‌اند؛ برای مثال: گزارش از زندگی گذشته^۲، تجربه‌های خارج از کالبد^۳، سخن گفتن با زبان‌های بیگانه^۴، اعتقاد به تناسخ^۵.
- حتی مطالعه اندکی که مراکز آکادمیکی معتبر در زمینه معنویت در محیط کار انجام داده‌اند، نوشته‌های آنان به جای اینکه از منظر پژوهش انتقادی باشد، بیشتر برخاسته از دل است. آنان فضیلت معنویت را بدون حمایت شواهد می‌ستایند. (این بدین معنا نیست که نسبت به نوشته‌هایی که از طریق دل به وجود آمده مخالفت شود؛ نوشته‌هایی که بیش از اندازه آکادمیکی هستند، کسل‌کننده‌اند و از این رو، قادر نیستند افراد را عمیقاً تحت تأثیر قرار دهند. آنچه با آن مخالفت می‌شود، فقدان شواهد لازم است).

۱ New Age: طرفداران عصر جدید، طرفداران جنبش‌هایی غیرقابل وصف‌اند، با یک سازمان رسمی کوچک و عضویت اندک که پیروانشان اغلب، به صراحت، دین سازمان یافته، به ویژه مسیحیت سنتی، را رد می‌کنند. این افراد از اعمال روحانی و معنوی بسیار حمایت می‌کنند، ولی ارزش‌ها و باورهای سنتی جامعه را رد و انکار می‌کنند (برای مطالعه بیشتر ر.ک: جرج دگریسایدز، «تعریف معنویت‌گرایی جدید»، ترجمه باقر طالبی دارابی، فصلنامه هفت آسمان، شماره ۱۹، ۱۳۸۲).

2. past-life

3. out-of body experiences

4. speaking in foreign tongues.

5. reincarnation.

دلایل فوق صرفاً بیانگر این مطلب است که چرا چنین موضوعات مهمی نادیده انگاشته شده‌اند. باور ما بر این است که یکی از بهترین راه‌ها برای برخورد با هر دلیلی، تبیین پژوهش‌هایی که درباره معنویت انجام شده و ارایه نتایج به دست آمده از آن است. [از این رو] طی دو سال گذشته، بیش از صد مصاحبه دقیق و عمیق با مدیران و مجریان ارشد ترتیب داده شده است. از مصاحبه شوندگان پرسش شد که «چه چیزی به کار آنان به طور خاص، و به زندگی آنان در کل، معنا و هدف می‌بخشد؟». موضوع معنا و هدف، به عنوان پُلی طبیعی برای موضوع کلی‌تری از معنویت مطرح شد و برای اینکه کاربردی بودن نتایج حاصله، آن به اثبات برسد، با نمونه وسیعی از مدیران و مجریان ارشد به وسیله «پست الکترونیکی» ارتباط برقرار شد (پرسش‌های انجام شده در بخش ضمیمه آمده است).

بحث کردن درباره تمام نتایج حاصله، مثل تفاوت بین پاسخ‌های مردان و زنان و همچنین اقلیت‌ها، در اینجا امکان‌پذیر نیست. (این تفاوت‌ها نه انتقادی‌اند و نه نتایج اصلی را تنزل می‌بخشند). برای تعمیم دادن نتایج کلی، در وهله اول، نتایج کیفی مورد بحث قرار خواهد گرفت؛ هم‌چنین بحث درباره نتایج کمی و تفاوت‌های میان گروه‌های متنوع، به طور نظام‌مند امکان‌پذیر نخواهد بود.

افراد به کارشان چه معنایی می‌بخشند؟

وقتی از مصاحبه شوندگان پرسیده شد که چه چیزی بیشترین معنا و هدف را به شغلشان می‌دهد، آنان موارد زیر را برگزیدند (به ترتیب شماره یک تا هفت آمده است):

۱. توانایی برای تحقق بخشیدن استعداد کامل بالقوه به عنوان یک فرد.
۲. مرتبط بودن با یک سازمان «خوب» یا یک سازمان «اخلاقی»؛ (از آنجا که در نظر بیشتر افراد، «خوب» و «اخلاقی» یکسان است، ظاهراً برای آنان اهمیتی ندارد که یک سازمان خوب یا یک سازمان اخلاقی را به عنوان گزینه دومی برگزینند).
۳. کار جالب.
۴. پول درآوردن.
۵. داشتن همکاران خوب، خدمت کردن به نوع بشر.
۶. خدمت به نسل‌های آینده.

۷. خدمت به اجتماع نزدیک خود.

در مطالعات پیشین نیز وقتی از افراد مستقیماً دربارهٔ پول پرسش شد، آنان پول را مهم‌ترین عامل در شغلشان ذکر نکردند. البته این یافته به این موضوع بستگی داشت که فرد مورد نظر استخدام شده بود و دستمزد خوبی نیز به او پرداخت می‌شد، ولی با این همه، در پس یک مرحلهٔ آغازین، وقفه در پرداخت حقوق و دستمزد بیشترین اهمیت را پیدا کرد و در بالاترین نیازها قرار گرفت. گرایش به «خود شکوفایی»^۱ - که ابراهام مزلو^۲ نام‌گذاری‌اش کرد در صدر اولویت‌ها قرار داشت.

وقتی نتایج حاصل از ابتدای مصاحبه‌ها با بخش‌های بعدی آن مقایسه شد، دریافتیم که وقتی از مصاحبه‌شوندگان پرسش شد که «کدام یک از ابعاد خود و چه حدی از آن را می‌توانند در کار نشان دهند؟»، آنان بیان داشتند که قادرند «هوشمندی کامل»^۳ و «خلافت کامل»^۴ را نسبت به «احساسات کامل»^۵، «روح کامل»^۶ و «خلق و خوی کامل»^۷ کاملاً بهتر ابراز دارند.

آنان آشکارا اذعان داشتند که هوشمندی خود را بیش از عواطف و احساساتشان می‌توانند در محیط کار نشان دهند. این یافته تعجب آور نیست؛ چرا که در راستای مقاصد و انتظارات غالب در محیط‌های کاری رایج است. اما آنچه تأسف آور است، نه تعجب آور، این است که افراد به نوعی به جدایی بین اذهان و احساسات یا عواطف اشاره داشتند. این موضوع، شدیداً با آنچه افراد به عنوان بیشترین معنادهنده به شغلشان اظهار داشته‌اند، [یعنی] فرصت برای محقق ساختن استعداد کامل یک فرد، مغایر است. این بدین معناست که بیشتر افراد هرگز استعداد کاملشان را در محیط کار تحقق نمی‌بخشند، مگر این که «استعداد کامل»^۸ دقیقاً تعریف شود، که در زمینه کلی مصاحبه‌ها چنین نشد.

در حالی که آنان صراحتاً از تضادهای موجود در پاسخ‌های خود در بخش‌های مختلف مصاحبه آگاهی نداشتند، بیشتر آنان این تضادها را حس کردند. آنان با تردید پی بردند که باید بخش‌های مهم خودشان را تفکیک کنند. برخی از افراد مایل نبودند، به

1. self - actualization.

2. Abraham Maslow.

3. total intelligence.

4. complete creativity.

5. total feelings.

6. complete soul.

7. full humor.

8. Full Pntial.

هر دلیلی، خویشتن کامل خود را در محیط کار یا در هر جایی دیگر ابراز دارند. بسیاری بر آن بودند که بخش مهم معینی از خویش را به صورت خصوصی حفظ کنند، به طوری که حاضر نبودند هیچ کس دیگری را در آن سهیم بدانند. اما همان طور که در زمینه کلی مصاحبه آشکار شد، اکثریت قاطع آنان آرزو داشتند که بتوانند خود کاملشان را در محیط کار نشان دهند و آن را شکوفا سازند. وقتی از افراد درباره ارزش‌های بنیادین حاکم بر زندگی‌شان پرسش شد، بیشتر آنان مجموعه‌ای از فضایل مشترک، از قبیل درستکاری، صداقت، ایجاد و حفظ روابط حسنه، مراقبت از کلام خود، قابل اعتماد بودن برای خانواده و دیگران و... را ذکر کردند. عده‌ای حتی به ارزش‌های معنوی‌تر و ماوراءالطبیعه، همچون: در ارتباط و همساز بودن با جهان هستی اشاره داشتند؛ هم‌چنین اکثریت قاطع آنان اذعان داشتند که به ندرت مجبورند ارزش‌های بنیادین خود را در تصمیم‌گیری‌های مهم در کار نادیده بگیرند. متأسفانه، این موضوع همیشه با واقعیت مطابقت نمی‌کرد. در پاسخ به پرسش‌های بعدی در مصاحبه‌ها، غالباً تضادهای شدیدی آشکار شد؛ مثلاً، رئیس سازمانی که در حرفه خویش بزرگ و مهم تلقی می‌شد، بر این واقعیت که اگر وی از حرص و طمع بسیار شایع شرکت سهامی «America» انتقاد کند، برخی از بزرگ‌ترین مشتریان را از دست خواهد داد، اظهار تأسف کرد. این موضوع با اظهارات وی درباره این که من، به عنوان رئیس و مؤسس این سازمان، از مصالحه با عمیق‌ترین ارزش‌هایم معاف هستم، در تقابل شدید قرار داشت. وقتی از وی پرسیده شد که آیا در اظهاراتش تناقضی وجود دارد، ساکت بود.

از آنجا که تقسیم‌بندی‌ها^۱، تناقض‌ها و شکاف‌ها بسیار برجسته بود، توجه به آن قلمروهایی که پاسخ‌دهندگان به تناقض کمتری مواجه شدند و یا اصلاً تناقضی مشاهده نکردند، حایز اهمیت است. به طور کلی، مصاحبه شونده‌گان، بدون هیچ تناقضی، سازمان خود را سازمانی بشردوستانه^۲، اخلاقی و سودآور می‌دانستند. این موضوع حایز اهمیت است؛ چرا که اکثر مصاحبه‌شونده‌گان از سازمان‌های انتفاعی بودند. آنهایی که از سازمان‌های غیرانتفاعی بودند نیز، به گونه‌ای با مصاحبه‌شونده‌گان سازمان‌های انتفاعی در فقدان تناقض میان سودآوری و اخلاقی بودن سازمان، هم عقیده بودند. متأسفانه در زمینه ارتباط میان سودآوری بالا و استانداردهای بالای رفتار اخلاقی، هیچ اطلاعاتی غیر

1. compartmentalization.

2. caring.

از یافته‌های حاصل از مصاحبه‌شوندگان و پژوهش‌شدگان در دست نیست. بیشتر آنان هیچ تناقضی را بین آن دو مشاهده نکردند. ممکن است در آینده پژوهشی، ارتباط نظام‌مند احتمالی را بین سودآوری واقعی و اعتقادات مورد کاوش قرار دهد.

تقریباً ۳۰٪ از شرکت‌کنندگان [در پژوهش] در مورد دین^۱ و معنویت دیدگاهی مثبت داشتند؛ درصد کمی، تقریباً ۲٪، دیدگاه مثبت به دین و دیدگاه منفی به معنویت داشتند؛ حدوداً ۶۰٪، یا اکثریت آنان، دیدگاه مثبت به معنویت و دیدگاه منفی به دین داشتند. دیدگاه ۸٪ از آنان، هم نسبت به دین و هم نسبت به معنویت منفی بود.

بیشتر مصاحبه‌شوندگان یا فاقد احساسات قوی در محیط کار بودند و یا آن را تجربه نکرده بودند. قوی‌ترین احساس، احساس شادمانی^۲ بود. گریستن^۳، احساس افسردگی^۴ یا تجلی یافتن^۵، تقریباً وجود خارجی نداشت. آنان شادمانی را از راه‌های معمول مشابه و تقریباً بی‌زیان، مثلاً در انجام یک وظیفه کاری مهم، تجربه می‌کردند. احساس شادمانی در موارد تقریباً غیرمعمولی نیز به وجود می‌آمد؛ مثلاً وقتی همکار یا زیردستی در محیط کار به چیز قابل توجهی دست می‌یافت و یا تولد فرزندی را تجربه می‌کرد.

تقریباً تمام مصاحبه‌شوندگان به قدرت برتر یا خدا اعتقاد داشتند؛ اما وقتی از آنان درباره حضور قدرت برتر یا خدا در محیط کار پرسش شد، شکاف شدید و عمیقی در پاسخ‌ها مشاهده گردید. بیشتر پاسخ‌ها در دو منتهی‌الیه یک طیف قرار داشت. به تعداد برابر [در یک طرف طیف] افرادی، کراراً و قویاً حضور یک قدرت برتر را در محل کار تجربه کرده بودند [از طرف دیگر طیف] عده‌ای نیز به ندرت و یا اصلاً هیچ تجربه‌ای نداشتند. این نتایج کلی، برای نیایش [افراد] در محیط کار، از یک سو، و از سوی دیگر نیایش در مکان‌های دیگر، نیز صادق است. (در اینجا فرصت این بحث نیست، اما این منتهی‌الیه‌ها می‌توانند برای پرداختن به میزان درجات مختلف دینداری و باورهای معنوی مورد استفاده قرار گیرند.) بیشتر افراد گزارش کردند که به ندرت به نیایش^۶ یا مراقبه^۷ در محیط کار می‌پرداختند؛ اما پرداختن به چنین اعمالی عمدتاً در اوقاتی بود که خودشان را برای موقعیت‌های مشکل آماده می‌ساختند و برای تصمیم‌گیری‌های مهم،

1. religion.

2. joy

3. crying

4. feeling depressed.

5. epiphany

6. prayer.

7. meditation

راهنمای کلی می‌خواستند. گاهی آنان برای همکارانی که در موقعیت سختی قرار داشتند دعا می‌کردند یا روز خوبی را طلب می‌کردند و یا برای چیزهای خوبی که رخ داده بود سپاس‌گزاری می‌کردند.

با آنکه بیشتر افراد قویاً احساس می‌کردند که معنویت موضوعی مناسب برای محیط کار است، وقتی از آنان دربارهٔ مناسبت یا عدم مناسبت معنویت پرسش شد، بی‌طرف بودند. علت تردیدشان در این حقیقت بود که آنان نسبتاً از الگوهایی که می‌توانست معنویت را به طور مناسب پرورش دهد آگاه نبودند. آنان در واقع، به دنبال الگوها و راهنماهایی بودند که امکان تحقق بخشیدن به برنامه‌های معنوی را داشته باشد و تقریباً به وضعیتی گرایش داشتند که باید به معنویت خارج از محیط کار پرداخته شود.

هم‌چنین بیشتر افراد، با یک شور و شعفی، آرزو می‌کردند که می‌توانستند معنویت خویش را در محیط کار اظهار کنند. در عین حال، بیشتر آنان در انجام آن بیش از اندازه تردید داشتند؛ چرا که آنان ترس و تردید زیادی داشتند که بتوانند بدون رنجش خاطر همکارانشان، معنویت خویش را ابراز دارند. در نتیجه، یک ناهمخوانی مزمن و عمیقی را احساس می‌کردند. شاید ترس آنان از این حقیقت نشأت می‌گرفت که از راه و روش سامان‌مندی که بتواند به بحث معنویت پردازد آگاهی نداشتند و نسبت به نقش مثبت الگوهایی که می‌تواند راهنمای پرورش معنویت در محیط کار باشد، اطلاعی نداشتند.

یافت کلی^۱

حکایت‌های مصاحبه‌شوندگان هر چند با جهت کلی پرسش‌ها مغایرت داشت، در نهایت به یکدیگر مرتبط می‌شد، برای مثال:

● «چارلز»^۲ مدیر ارشد اجرایی سازمانی با اندازه متوسط است. وی در بازار تولید مبلمان و اثاثیه منازل در سواحل شرقی کاملاً موفق است. وی در اوایل پنجاه سالگی به سر می‌برد، شرایط جسمانی خوبی دارد، ازدواجی موفق و سه فرزند بزرگ دارد و شدیداً به زندگی علاقه‌مند است. او به مهارت‌های کارآفرینی خود مباهات می‌کند؛ چرا که این مهارت‌ها را نه تنها برای ایجاد کسب و کار خود به کار گرفته، بلکه در طی سال‌ها آن را به شکل‌های نوین، هیجان‌آور و رقابتی حفظ نموده است. با این همه، در همان

1. Total Context.

2. Charles

اوایل مصاحبه او به چیزی به نام جراحی عمیق در روح^۱ خود اشاره نمود: «چند سال پیش در من تجلی ایجاد شد و دریافتم - یا بهتر بگویم نمی توانستم انکار کنم - که مواد شیمیایی ای که برای تولید مبلمان و اثاثیه منازل به کار می برم، کاملاً زهرآگین و برای محیط [زیست] بسیار خطرناک است. علی رغم میل باطنی ام، متوجه شدم که ناخواسته عامل شیطان شده ام. نیازی به گفتن نیست: این موضوع هیچ تناسبی با «خودپنداره»^۲ من ندارد.»

«در حالی که من سالهای متمادی قبل، دینی را که با آن متولد شده بودم ترک کردم، اما معنویت من در این سالها افزایش داشته است. دین سازمان یافته،^۳ هرگز برای من آن چنان جذاب و با معنا نبوده است. دین بیشتر به حفظ و بقای خود و جنبه های تشکیلاتی خود، آیین ها و تعصب ها اهمیت می دهد تا این که بخواهد به مردم، بدون توجه به اعتقادات آنان، خدمت کند. از سوی دیگر، معنویت کاملاً شخصی است. برای معنوی بودن نه تنها مجبور نیستید که دینی باشید، بلکه اگر دینی نباشید - به ویژه وقتی که بخواهید معنویت رشد یافته ای داشته باشید که بخش عمده ی زندگی شما باشد - احتمالاً چاره ساز است.»

«معنویت احساس بنیادین جزئیت یا اتصال شخص نسبت به هر چیزی، به کل جهان واقعی و کل بشریت است؛ هم چنین باور به این است که قدرت برتر یا خدا - هر چه هست و هر آنچه می نامیم - وجود دارد و بر هر چیزی حکومت دارد. معنویت نه تنها اعتقاد به وجود روح برای همه کس، بلکه دانایی نسبت به آن و در ارتباط پیوسته بودن با روح است.»

«تجلی یافتن چنین بود: چگونه می توانم خود را معنوی بنامم، بر این باور که اساساً هر چیزی با چیز دیگر ارتباط دارد و ما برای افزایش خوبی به کره خاکی پانهادیم نه صرفاً برای پول در آوردن؛ در حالی که هم چنان چیزهایی را پدید می آوریم که اساساً برای جهان زیان آور است؟ از زمانی که نسبت به این موضوع واقف شدم، احساس می کنم نیزه ای را در وسط سینه ام حمل می کنم. این یادآور دایمی دردی است که بعد از آن که دریافتم چه عملی را انجام می دادم در من ایجاد شد. جهد و کوشش هر روزه من این است که این نیزه را از سینه ام خارج کنم.»

هرچند اظهارات دیگر مصاحبه شونده گان به مانند چارلز صراحت نداشت، بیشتر آنان اذعان داشتند که «جراحی روح» را که نتیجه کار کردن با سازمانی بود، تجربه کرده اند. موردی که قابلیت مطرح شدن داشت، انتفاعی بودن یا غیرانتفاعی بودن سازمان ها بود. بر خلاف فهم متعارف، کار کردن در سازمان های غیر انتفاعی، به خودی

1. a deep wond in his Soul.

2. self-Concept.

3. organized Religion.

خود، فرد را به سوی معنویت بیشتر سوق نمی‌دهد. بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی اهداف سیاسی خاصی دارند و حتی نسبت به سازمان انتفاعی، بیشتر به کسب نتایج دشوار در جهان سکولار^۱ دست و پنجه نرم می‌کنند. بالا بودن و یا پایین بودن معنویت در سازمان به سودآوری آن ارتباط ندارد، بلکه به ویژگی آن سازمان بستگی دارد. اما از مصاحبه‌های کلی، یک عامل آشکار گشت: فردی که جستجوی معنویت را آغاز کرده است، باید بحران شدیدی را تجربه کند.

به مثال دیگری توجه کنید که درس‌های دیگری ارائه می‌دهد:

«جان»، مدیر ارشد اجرایی یک سازمان خدمات اجتماعی بزرگی است که ظاهراً سازمانی غیر انتفاعی است. جان مسئول افزایش و ادارهٔ میلیون‌ها دلار در سال است، به گونه‌ای که سازمان وی می‌تواند به مراجعه‌کنندگان نیازمندش خدمات ارائه کند. همانند بسیاری از مدیران ارشد اجرایی دیگر، با وی نیز مصاحبه‌ای ترتیب داده شد. او آمیزهٔ پیچیده‌ای از واقع‌گرایی و آرمان‌گرایی است. فردی است خشن و مهربان، مادی و معنوی، حضورش موجب قوت قلب است، به عنوان یکی از نخبگان قدرت شهرت دارد، به آسانی و مصمم بین بالاترین و پایین‌ترین طبقات اجتماعی در حرکت است. خلاصه، او تنش یا تناقض‌های ناچیزی را که ممکن است مخالفانی آشتی‌ناپذیر تلقی شوند تجربه می‌کند. در حالی که «جان» تنفر شدیدی را نسبت به اصطلاحات عصر نوین، که «تفکر و زبان اغراق‌آمیز و پیش‌پا افتاده»^۲ دارد و اسباب و لوازمش کریستال و مهر و تسبیح است، اظهار می‌کند، در مورد معنویت خود، بدون هیچ واهمه‌ای، آزادانه سخن می‌گوید و نقش حیاتی آن در زندگی و کارش را بیان می‌دارد: «من هر روز برای راهنمایی گرفتن در تصمیم‌گیری‌های دشوار، به ویژه در محیط کار، نیایش می‌کنم. هم‌چنین برای آن که در من جان تازه‌ای دمیده شود، نیایش می‌کنم. دریافته‌ام که هر وقت در طی زمان فرصتی یافتم تا با معنویت خویش پیوند بخورم، همیشه اتفاق خوشایندی روی داده است.

«امتیازات و ثروتی که دیوانه‌وار نگرانش بودم، ناگهان عینیت یافت. هرگاه فرصتی یافتم تا با روح خویش پیوند بخورم، توانستم توصیه‌های نزدیک‌ترین افراد خویش را در مورد سازمان نادیده بگیرم. این حالت همیشه پیش از انتظارم بود».

جان نیز به مانند بیشتر مدیران ارشد اجرایی و مدیران سطح عالی مصاحبه‌شده،

1. Secular.

2. Gushy Sloppy Language and thinking.

نسبت به دین سازمان یافته بی نهایت شکاک بود: «در زندگی و کارم دین سازمان یافته جایگاه کمی دارد. من آن را متعصب، دارای ذهنی بسته و در کل، بی تحمل تر از دیگر دیدگاه‌ها می‌انگارم. دین بیشتر جدایی می‌افکند تا یکپارچگی، بیشتر انحصاری است تا فراگیر، بیشتر به جاودانه ساختن خویش مشغول است تا کمک به نوع بشر؛ از سوی دیگر، معنویت شخصی و فردی است. برای معنوی بودن، مجبور نیستید دینی باشید».

«برای من، جوهره معنویت، پیوستگی با هر کسی، هر چیزی در جهان هستی، با کل بشریت و خود جهان فیزیکی است. معنویت احساس هیبت^۱ [شکوه] و رازورزی^۲ است؛ هم‌چنین شناخت موجودی برتر و قدرتی بالاتر که هر چیزی را هدایت می‌کند. به شدت بر این باورم که نباید درباره دین در محیط کار بحث و گفت‌وگو نمود.

«از سوی دیگر، معتقدم که معنویت نه تنها می‌تواند بدون اختلاف بین افراد مورد بحث و گفت‌وگو قرار بگیرد، بلکه همچنین، اگر به دنبال ایجاد و حفظ سازمان‌های اخلاقی و واقعاً بشردوستانه هستیم، مسلماً معنویت یک عامل کلیدی است.

«تمام سازمان‌ها، اعم از انتفاعی و غیرانتفاعی، اگر می‌خواهند در درازمدت اخلاقی و سودآور گردند، لازم است بیاموزند که چگونه نیروهای سرشار از معنویت اعضای خود را مهار [و اداره] کنند. هر سازمانی با اِعمال خشونت نسبت به کارکنان خود، می‌تواند در کوتاه‌مدت به سودآوری نایل آید، اما اگر مایل به سودآوری در درازمدت است، باید بیاموزد که چگونه معنوی باشد.»

تعریف معنویت^۳

یکی از یافته‌های مهم مصاحبه‌ها این بود که مصاحبه‌شوندگان بدون این که تعریف

1. awe.

2. mystery.

3. definition of spirituality.

از آنجا که این واژه در زمینه‌های گوناگونی به کار می‌رود، تعریف آن مشکل است. ریشه‌های آن در سنت مسیحی قرار دارد، سنتی که تاریخی طولانی در الاهیات و عمل دینی دارد. امر معنوی جست‌وجوی درونی است که اغلب با امور مادی، فیزیکی و بیرونی در تقابل است... معنویت را به عنوان تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خوشتن، دیگران، موجودات غیرانسانی و خدا، یا کندوکاوی برای آنچه برای انسان شدن موردنیاز است، و جست‌وجویی برای رسیدن به انسانیت کامل دانسته‌اند. راهی که در آن معنویت عینیت می‌یابد، در میان فرهنگ‌ها و ادیان گوناگون بسیار متفاوت است. در هر سنت دینی‌ای، مکاتب معنوی بسیار گوناگونی وجود دارد و معنویت‌های گذشته و حال حتی در یک دین، لزوماً یکسان نیستند (ر.ک: معنویت، فصلنامه هفت آسمان، شماره ۲۰، ۱۳۸۳، ص ۲۲۶).

اولیه‌ای درباره‌ی معنویت در اختیار داشته باشند، قادر بودند [فی البداهه] معنویت را تعریف کنند و مهم‌تر اینکه، بیشتر آنان تعریف یکسانی ارائه دادند. در ذیل برخی از پاسخ‌هایی که درباره‌ی معنای معنویت داده شده برای نمونه آمده است:

● معنویت، بر خلاف دین که سازمان‌یافته و دسته‌جمعی است، کاملاً انفرادی و شدیداً شخصی است. برای رسیدن به معنویت، دینی بودن اجباری نیست. برخی از افراد بسیار معنوی، حداقل در معنای مرسوم آن، دینی نیستند. آنان اخیراً نسبت به دین بی‌توجه شده‌اند، هر چند احتمالاً در گذشته به آن التفات داشته‌اند.

● معنویت باوری است بنیادین بر وجود قدرتی برتر، یک موجود و یک نیرویی -هرچه بنامیم- که حاکم بر کل معنی است؛ برای هر چیزی و هر کسی هدفی است، و هستی بی‌معنا یا بدون هدف نیست.

● قدرتی برتر وجود دارد که بر همه چیزها نفوذ دارد؛ هر چیزی بخشی یا اظهاری از این وحدت است؛ هر چیزی با چیز دیگر در ارتباط است؛ هر چیزی بر چیز دیگر تأثیر می‌گذارد و از آن نیز تأثیر می‌پذیرد.

● معنویت احساس به هم وابستگی متقابل و با هم در تماس بودن است؛ بنابراین، معنویت اظهار احساسات یک فرد است.

● هم‌چنین، معنویت احساسی است که اهمیت نمی‌دهد، چیزهای بد [شرها] چگونه پدید آمده‌اند، آنها همیشه به یک نحوی به کار می‌آیند. طرح هدایت‌کننده‌ای وجود دارد که بر همه زندگی‌ها حاکم است. مادامی که یک فرد، دیگران را، مثل خانواده تا به آنان اتکا کند، جای هیچ نگرانی نیست.

● خوبی [خیر]، اگر نگوییم بیشتر، به اندازه پلیدی [شر] در جهان وجود دارد. ما اساساً برای انجام خوبی به این جا آمده‌ایم. برای تولید محصولات و ارائه خدمات عام المنفعه برای نوع بشر باید تلاش نمود.

● معنویت، به طور جدایی‌ناپذیری، با نوع دوستی^۱، امید^۲، مهربانی^۳، عشق^۴ و خوش‌بینی^۵ در ارتباط است. از طریق منطقی یا علمی نمی‌توان اثبات کرد که این چیزها

1. coring.

2. hope.

3. kindness.

4. love.

5. optimism.

در جهان به عنوان یک کل وجود دارند. معنویت، ایمان بنیادین به این چیزهاست. ایمان دقیقاً چیزی است که برای آن ارائه دلیل محکم ضرورتی ندارد.

باید اظهار داشت، در عین حالی که هر مصاحبه شونده‌ای تقریباً با [موارد فوق] موافق بود و از این رهگذر بیشتر عناصر پیشین را ذکر نمود، توافق جامع بر روی معنویت وجود نداشت. همان‌گونه که پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد، معنوی بودن بدون باور داشتن و اثبات قدرت برتر یا خدا، امکان‌پذیر است؛ با این همه، بیشتر افراد تصور [عقیده] قدرت برتر یا خدا را جزء لازم تعریف خود از معنویت ذکر کرده‌اند و باور به خداوند را، «دلیل و ضامن غایی معنا و هدف در گیتی»^۱ انگاشته‌اند؛ به عبارت دیگر، بیشتر افراد به «جهان ماشینی، تصادفی و بدون هدف»^۲ اعتقاد نداشتند و در مقابل، جهان را «نتیجه ارادی هوش برتر»^۳ می‌دیدند؛ بنابراین تصور قدرت برتر، تجلی این هدف تلقی شد.

از تعاریف مصاحبه‌شوندگان درباره معنویت، عناصری کلیدی به شرح ذیل اقتباس شده است:

- غیررسمی، غیرساختار یافته، غیرسازمان‌یافته.
- غیرفرقه‌ای^۴، و مافوق و ورای فریق.
- کاملاً جامع و فراگیر، پذیرای هر کس.
- جهانی و فاقد زمان.
- منبع غایی و فراهم‌کننده معنا و هدف در زندگی.
- ابهتی که احساس می‌کنیم در محضر وجودی متعالی هستیم.
- تقدس هر چیزی، روزمرگی زندگی روزانه.
- احساس عمیق وابستگی متقابل هر چیزی.
- آرامش و آسایش درونی.
- منبع پایان‌ناپذیر ایمان و قدرت اراده.
- به خودی خود مقصود نهایی.

1. Ultimate ground or guarantor, of meaning and Purpose in the universe.

2. Random mechanistic universe devoid of purpose.

3. Intentional result of a higher intelligence

4. non-denominational.

هم چنین بیان این موضوع حایز اهمیت است که در حالی که هر فردی تک تک عناصر تعریف [معنویت] را برنشمرد و با آنها موافق نبود، اما بیشتر آنان بر «وجود یک نیروی هادی برتر» و «وابستگی متقابل» به عنوان مؤلفه‌های اصلی معنویت صحنه گذاشتند.

۵. جهت‌گیری‌های دینی و معنوی^۱

در مطالعه‌ای که انجام شد، چهار نوع جهت‌گیری متفاوت نسبت به دین و معنویت نمایان شد. (ر.ک: نمودار ۱)

		معنویت	
		مثبت	منفی
دین	مثبت	دین و معنویت هم معنا و غیرقابل تفکیک، و هر دو منابع اصلی برای اعتقادات یا ارزش‌های جهانی‌اند.	دین بر معنویت تفوق دارد و یک منبع اصلی اعتقادات و ارزش‌هاست
	منفی	معنویت بر دین تفوق دارد و منبع اصلی اعتقادات یا ارزش‌های جهانی است.	نه دین بنیادین است و نه معنویت؛ ارزش‌های جهانی می‌توانند، به‌طور مستقل و بدون توجه به دین و معنویت تعریف شوند.

نمودار شماره ۱: چهار نوع جهت‌گیری‌ها به سوی دین و معنویت

1. Orientation toward religion and spirituality.

یک فرد می‌تواند نسبت به دین و معنویت دیدگاهی مثبت داشته باشد. در نظر این فرد، دین و معنویت یکسان و هم معنا هستند و در این حال که معنویت جایگاه یکسانی با دین دارد، تنها راه تجربه و پرورش معنویت از طریق دین است.

یک فرد می‌تواند دیدگاهش نسبت به دین مثبت، ولی نسبت به معنویت منفی باشد. در این مورد، تمام نیروهایش بر روی زندگی دینی، به ویژه بر آیین‌ها و آموزه‌های یک دین خاص، متمرکز می‌شود. رستگاری و عضویت در یک اجتماع کاملاً مشترک و مقید، از آمال اصلی این فرد است.

یک فرد می‌تواند دیدگاهی منفی نسبت به دین، ولی دیدگاهی مثبت نسبت به معنویت داشته باشد. در این مورد، آن دین را سازمان یافته، با افکاری بسته و متعصب می‌انگارد؛ از سوی دیگر، در نظری معنویت بسیار شخصی است. علاوه بر این، معنویت دارای فکری باز، غیر متعصب و جهانی است. صرف نظر از عقاید خاص افراد، معنویت برای همه دست‌یافتنی است. معنویت نیرویی وحدت‌بخش و پیونددهنده است.

سرانجام، دیدگاه یک فرد می‌تواند هم نسبت به دین و هم نسبت به معنویت منفی باشد. در این مورد، او بر این باور است که دست‌یابی به هر چیز ارزشمندی از طریق وضع ارزش‌های مناسب امکان‌پذیر است. از منظر وی، معنویت و دین در محیط کار سکولار مدرن هیچ کاری را از پیش نخواهد برد.

معنویت محیط کار^۱

بر اساس تحقیقاتی که انجام دادیم، پنج شیوه‌گوناگون معنوی یا دینی بودن سازمان‌ها را یافتیم. (ر.ک: نمودار ۲) ما بر این ادعا نیستیم که این پنج مدل یا طرح اصلی، تنها شیوه‌هایی هستند که سازمان‌ها می‌توانند طبق آنها معنوی یا اخلاقی باشند. مطالعات آینده، بدون شک، مدل‌های بیشتری، به ویژه در قالب اشکال متداول ارائه خواهد نمود و منجر به نمونه‌های جدیدی خواهد شد.

1. Workplace Spirituality.

		معنویت	
		مثبت	منفی
دین	مثبت	سازمان مبتنی بر دین	
	منفی	سازمان تکاملی سازمان بازپروری سازمان با مسئولیت اجتماعی	سازمان مبتنی بر ارزشها

نمودار شماره (۲): مدل‌های سازمانی معنویت و دین

«سازمان مبتنی بر دین»^۱، یا گرایش آن به دین و معنویت مثبت است، و یا به دین مثبت و به معنویت منفی است. (برای مثال، سازمان‌های مبتنی بر دین به فور در مؤسسه‌های فرقه مورمن^۲ یافت می‌شود). سه نوع سازمان مجزی وجود دارد که گرایش آنها به دین منفی، ولی به معنویت مثبت است: «سازمان تکاملی»^۳؛ این سازمان در ابتدا با دین خاصی ارتباط قوی برقرار می‌کند، یا به وسیله آن به خود هویت می‌بخشد و با گذشت زمان به سوی موقعیت جهانی‌تر گام برمی‌دارد (مثلاً؛ سازمان‌های YCCA, Toms of Maine). «سازمان بازپروری»^۴؛ اصول «Alcoholics Anonymous»^۵ را به منظور پرورش

1. religious-based organization.

2 . Mormon

3. evolutinory organization.

4. Recovering organization.

۵. AAها، گروهی دستیار و داوطلب‌اند؛ به افرادی که به دنبال ترک اعتیاد به الکل هستند کمک می‌کنند که توسط خودشان یا دیگران سلامتی خود را بازیابند. مجمع عمومی آنان به طور مرتب برگزار می‌شود و اداره‌ای مرکزی آن در نیویورک است، اما تمام گروه‌های AA، کاملاً محلی و مستقل‌اند. برای این‌که به خواسته‌های نفسانی خود پاسخ ندهند و سعادت و خوشبختی گروه حاصل آید، اعضا با شهرت و نام مشهور خویش خود را معرفی نمی‌کنند. بیشتر برنامه‌های آنها اجتماعی یا معنوی است، البته بدون فرقه‌گرایی. (برای مطالعه بیشتر

معنویت برمی‌گزیند. این مسئله زمانی رخ می‌دهد که عده زیادی از مدیران کلیدی سازمان در حال بهبود یافتن از اعتیاد به الکل، مواد مخدر، و مانند اینها هستند.

در «سازمان با مسئولیت اجتماعی»^۱ رؤسا و مؤسسان سازمان، با اصول و ارزش‌های قوی‌ای که مستقیماً برای بهبود و اصلاح در جامعه به کار می‌گیرند، هدایت می‌شوند؛ در این مورد، رؤسای سازمان غالباً با سهام‌داران در ارتباط‌اند تا با کارکنان خود. (مثل سازمان‌های بن^۲ و یریس^۳).

«سازمان مبتنی بر ارزش‌ها»^۴ از این که الگو و سرمشق رؤسا و مؤسسان آن، اصول فلسفی کلی یا ارزش‌های مرتبط و همسو با یک دین خاص یا معنویت باشد، سربرمی‌تابد: (نمونه بارز آن، شرکت «تکنولوژی کینگسون»^۵، سازنده تجهیزات کامپیوتری در ایالت کالیفرنیاست).

این پنج مدل گونه‌های عمده‌ای هستند که از طریق مصاحبه‌ها شناسایی شده‌اند؛ اما همه پاسخ‌دهندگان فقط آگاهی و دانش سطحی نسبت به هر یک از آنها داشتند. به منظور استخراج ابعاد برجسته و اساسی هر مدل، لازم است به تجزیه و تحلیل آثار پیشین نشر شده در زمینه معنویت در محیط کار پرداخته شود. حتی در اینجا هم، ابعاد مدل‌ها و خود مدل‌ها، بیشتر تلویحی و ضمنی بودند تا مستقیم و صریح. هر مدل، از لحاظ تاریخی، رویکردی معتبر و مجزاست که افراد برای یافتن معنا و هدف در زندگی‌شان برگزیده‌اند و هر یک از آنها دارای قوت‌ها و محدودیت‌هایی است؛ به علاوه، هر کدام منافع و مضرات عمده‌ای دارند. در حالی که اساساً [حداقل] یک مدل یا بیشتر برای همه سازمان‌ها کاربردی‌اند، امکان رد آنها وجود دارد. با این همه، اعتقاد بر این است که رد یا پذیرش هر مدل خاصی، مبتنی بر درک و فهم روشنی از این موضوع است که مدل چه است و چه چیزی را ایجاد می‌کند.

هر مدل با یک رویداد بحرانی پرشتاب آغاز گشته است. در اکثر موارد، رؤسا یا مؤسسان یا کل سازمان، با یک بحران، و در مواردی نیز با انبوهی از بحران‌های دنباله‌دار مواجه بوده‌اند؛ به عبارت دیگر، گرایش اولیه پی‌گیری هر مدل، عموماً به خاطر

ر.ک.: The New Encyclopedia Britanica, Volume 1, pp. 228-229.

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| 1. Socially responsible organization. | 2 . Ben |
| 3 . Yerrys | 4. Value-based organization. |
| 5 . Kingston Technologies | |

مشکلات زیاد بوده است. مسیر یا راه [منتهی] به معنویت، از گرایش رویارویی با بحران‌های بزرگ و تفوق بر آنان صورت گرفته است.

هم‌چنین هر مدل، یک اصل اساسی و بنیادین برای امید^۱ دارد. اصل امید، بیانی است از خوش‌بینی اساسی سازمان یا آنچه اعتمادش را بر آن قرار می‌دهد؛ برای نمونه، مدافعان مدل‌های گوناگون بر این باورند که اگر به اصول اخلاقی و ارزش‌ها تمسک جویند، سود به دنبال خواهد داشت و خودشان را مراقبت خواهند کرد؛ به دیگر سخن، نه تنها اصول اخلاقی در رتبه نخست و در درجه اول‌اند، بلکه منتهی الیه و غایی‌اند؛ بنابراین، سودآوری، مستقیماً از اخلاقی بودن حاصل می‌شود نه از راه دیگر؛ حتی عقیده قوی‌تر این است که، اگر فردی به جای اصول اخلاقی با سود پیوند بخورد، سودآوری وی آسیب خواهد دید. باید اخلاقی بود برای خود اخلاق، نه به خاطر سود. به‌طور پارادوکسیکال، ارزش‌های اخلاقی به تنهایی سودآور خواهند بود.

هر سازمانی برای کسب دانش و تعالیم بیشتر در مورد چگونگی اداره پیشه‌ای اخلاقی، به منابع مختلف و متون اصلی مراجعه می‌کند؛ بنابراین، هر یک از آنها فراتر از متون سنتی‌ای که عمدتاً در برنامه‌های آموزشی و بازرگانی مورد استفاده قرار می‌گیرند، گام برمی‌دارند. در واقع، هر سازمانی فرض می‌کند که بیشتر افراد با متون سنتی بازرگانی، از قبیل حسابداری، اقتصادی، حقوق و... بد آموزش دیده‌اند؛ بنابراین، تصور یک متن بنیادین به طور قابل ملاحظه‌ای وسعت می‌یابد؛ برای مثال، در سازمان‌های مبتنی بر دین، متون الحاقی، کتاب مقدس و تعابیر و تفاسیر اصول گرایانه مختلف‌اند. در سه مدل سازمان مبتنی بر معنویت، متون الحاقی، از آثار علمای اخلاقی بزرگ و فلاسفه جهان اقتباس می‌شوند. این متون، اصولی غیر از اصول اقتصادی محض را برای اداره سازمان فراهم می‌آورند. در نتیجه، متون و مدل‌های اصلی، هر چه باشند، «زبان‌هایی»^۲ دارند که متفاوت با بازرگانی سنتی و معمولی است؛ در حالی که در طرح‌های گوناگون [برنامه‌های سازمانی] اصطلاحات رایج سود و زیان به کار می‌رود، هم‌چنین اصطلاحاتی همچون مهربانی، قلب، عشق و اعتماد نیز، بدون هیچ شرمساری و با خودآگاهی^۳ به کار می‌رود.

1. hope.

2. languages.

3. self-consciousness.

تمام مدل‌ها، اصل یا مکانیزمی برای محدود کردن حرص و طمع^۱ دارند، طمع صرفاً انباشت نامحدود و بدون مانع ثروت نیست، بلکه تعقیب بلا مانع قدرت نیز هست؛ بنابراین، هر مدل، مکانیزم آشکاری برای این بیان دارد که چه زمانی [طمع] متوقف شود؛ هم‌چنین هر مدل اصلی دارد که هدف سود سازمان را مشخص می‌کند؛ برای مثال، آیا یک سازمان در فعالیت خود به دنبال انجام خوبی [اعمال خیر] است یا کسب سود؟ کسب پول فی نفسه هدف است یا وسیله؟ علاوه بر این، هر طرح مدل با یک اندازه‌ای دست و پنجه نرم می‌کند. اگر سازمانی بیش از اندازه معین در حال رشد است، آیا می‌تواند سازمانی اخلاقی یا معنوی باشد؟

با چند استثنای قابل توجه، نتایج کمی از پرسشنامه‌ها عموماً نشان می‌دهد که در هر ابعادی، سازمان‌هایی که خود را معنوی تر می‌دیدند، خود را بهتر از سازمان‌های مشابهی می‌دانستند که معنویت کمتری داشتند؛ برای نمونه، در حالی که همه شرکت کنندگان [در مصاحبه] دریافتند که عموماً سازمانشان «گرم»^۲ و [صمیمی] است، شرکت کنندگان در سازمان‌های با «جهت‌گیری معنوی تر» حتی خودشان را گرم‌تر دیدند.

نتیجه

می‌توان چنین نتیجه گرفت که تنها راهی که انسان‌ها می‌توانند با آن به معنویت پردازند، جدا کردن کامل و آشکار آن از کار است. وقتی مهار کردن هر چیزی مشکل خاصی در پی داشته باشد، واگذاری آن به حوزه‌های دیگر قوت می‌گیرد. همان‌طور که «کِن ویلبر»^۳ اظهار می‌دارد، تفکیک عناصر، یک استراتژی ضروری در مراحل نخستین تکامل بشر بوده است. هنر، علم و دین باید از یکدیگر تفکیک می‌شدند تا شکل‌های کامل‌تری توسعه یابند. ویژگی مراحل نخستین تحول بشر این است که عناصر حساس، آن چنان با یکدیگر ادغام می‌شوند که هویت مجزای خود را از دست می‌دهند؛ از این رو، برای تحول، لازم است عناصر کلیدی تفکیک شوند. اما در مرحله فعلی تحول بشر، با چالش‌های جدیدی روبه‌رو هستیم. ما در تفکیک و جداسازی عناصر کلیدی زیاده‌روی کرده‌ایم. ما نیازمند تلفیق معنویت با مدیریت هستیم و هیچ سازمانی نمی‌تواند در

1. greed.

2. warm.

3. Ken wilber.

درازمدت بدون معنویت و روح به حیات خود ادامه دهد. ما باید راه‌های پرداختن به معنویت را، بدون جداسازی آن از عناصر دیگر مدیریت، مورد بررسی قرار دهیم.

ضمیمه

چه پرسیده شد و چرا^۱

پرسش‌ها از نظر شکل، ماده و محتوا در طول زمان تحقیقات تکمیل شد. هر چه موضوع مورد مطالعه بیشتری قرار می‌گرفت، پرسش‌های بهتری مطرح می‌شد. در ابتدا از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا اطلاعات اولیه‌ای درباره خود، همچون محل تولد، محل تحصیل، تاریخچه شغلی و... بیان نمایند؛ سپس در مورد سه مسأله اساسی و مهم پرسش شد:

- بیشترین چیزی که به کارشان معنا و هدف می‌دهد چیست؟

- درباره‌ی همکاری با سازمان خوب یا اخلاقی، انجام کاری جذاب، خدمت به دیگران، به دست آوردن پول، درک توانایی و قابلیت کامل فرد و... پرسش شد.

- ارزش‌های اساسی‌ای که در تصمیم‌گیری‌های مهم در زندگی به کار می‌برند و هم‌چنین ارزش‌هایی که باید با تصمیم‌گیری‌های مهم آنان در محل کار سازگاری داشته باشد چیست؟

تصویری از سازمان‌های آنان ترسیم گردید و به سنجش درک و فهم آنان به معیارهایی با ابعاد گوناگون، همچون خوشحال یا ناراحت، اخلاقی یا غیر اخلاقی، مستبدانه یا آزادی خواهانه، سودآور و یا غیر سودآور، نوع دوست یا غیرنوع دوست، دنیوی یا معنوی، عاقل یا مجنون، متعصب یا غیرمتعصب و... پرداخته شد.

بعد از این موارد، از آنان پرسش شد که چه زمانی و در چه مدتی آنان، والدینشان، شرکا یا همسرانشان در مراسم دینی شرکت کرده‌اند و به دعا و نیایش پرداخته‌اند؟، به چه فرقه دینی‌ای تعلق دارند؟ و آیا به خداوند یا ماهیتی الهی اعتقاد دارند یا خیر؟.

سپس موارد ذیل مورد سنجش قرار گرفت:

- دین برای آنان چه معنایی دارد و تا چه حد در زندگی‌شان اهمیت دارد؟

۱. این بخش خلاصه‌ای از پرسش‌هایی است که در قالب مصاحبه‌ها و پرسش‌نامه‌ها در تحقیقات میدانی انجام گرفته است.

(تعریف‌های غیر مستقیم از دین اقتباس شد.)

- معنویت برای آنان چه معنایی دارد و تا چه حد برای آنان اهمیت دارد؟ (تعریف معنویت از آن اقتباس شد.)

- تفاوت‌های دین و معنویت چیست؟

- آیا معنویت برای کار مناسب است؟ آیا معنویت، برای بحث در محیط کار، شایسته است، یا بهتر است که در خارج از محیط کار به آن پرداخته شود؟

- ارزش‌های فلسفی عمومی چیست؟ (مقایسه بی طرفانه ارزش‌های اساسی)

- آیا راه‌هایی را می‌شناسند که بدون اذیت و آزار همکارانشان به معنویت بپردازند؟

- اغلب در چه اوقاتی احساس شغف و شادمانی در سازمان می‌کنند؟

- آیا تا به حال در محیط کار تجربه قوی معنوی داشته‌اند؟

- آیا تا به حال به دلیل ماهیت شغلی یا سازمانی خود گریسته‌اند؟ یا احساس افسردگی کرده‌اند؟

- آیا بخش‌های مهم خویش را به محیط کار آورده‌اند؟ مثلاً با خود کامل، روح کامل، استعداد کامل، خلاقیت کامل یا احساس شوخ طبعی کامل و ...

- آیا تاکنون در محیط کار به نیایش پرداخته‌اند؟ چرا؟

- چه اعمالی در سازمان به مباحثات یا شرمساری آنان منجر شده است؟

- مدل‌های کلیدی آنان در پرورش و تحول معنویت در محیط کار چیست؟

- برنامه‌های آنان و سازمان برای برخورد با اعتیاد (مواد مخدر، قمار، الکل و ...) در محیط کار چیست؟

- سرانجام از آنان پرسش شد که آیا موافقید که موفقیت سازمانی در درازمدت،

مستلزم تحول معنویت در سازمان باشد؟