

معنویت و رهبری

دکتر اصغر مشبکی *

محمد باشکوه **

وحیده علیپور ***

چکیده

هدف این تحقیق بررسی ارتباط بین سبک رهبری معنوی با رفتار واقعی رهبران دارای این سبک در سطح سازمان است. نمونه‌ای ۶۰ نفری از مدیران و یک نمونه ۱۴۰ نفری از کارمندان شرکت‌های ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو در ایران انتخاب شده و با استفاده از مقیاس ارزیابی معنویت (SAS) و ارزیابی رهبری معنوی (SOLA)، رفتار رهبران معنوی در طی دوره آذرماه ۱۳۸۶ تا اسفندماه همان سال مورد بررسی قرار گرفته است. معنویت گرایی رهبران با استفاده از دو بعد روشنگری و ارتباطی مورد بررسی قرار گرفته است: بعد روشنگری^۱ که برای معنوی بودن هر فردی ضروری است و به عنوان ارتباط با ماوراء در قالب دعا و توسل در نظر گرفته شده و بعد ارتباطی^۲ که منحصر به معنویت نیست و از فلسفه اخلاقی ناشی می‌شود و به عنوان فضایی از قبیل تواضع،

* دانشیار دانشگاه تربیت مدرس

** دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تربیت مدرس bashokouh@modares.ac.ir

*** دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

امانتداری و خدمت به دیگران تعریف می‌شود. تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها نشان می‌دهد که بین میزان معنویت رهبری و خود ارزیابی مدیران از رفتار خادمانه رهبری ارتباط ضعیفی برقرار است. بررسی ارتباط بین خود ادراکی مدیران از رفتار خادمانه رهبری و ارزیابی کارکنان از رفتار خادمانه رهبری نیز نشان می‌دهد که نمره میانگین خود ادراکی مدیران از نمره میانگین ارزیابی کارکنان بالاتر است که از جمله دلایل آن می‌توان به تفاوت در تحصیلات، آموزش، سابقه خدمت، آشنایی با اصول خادمت رهبری و تفاوت در مسئولیت‌های کاری این دو گروه اشاره کرد.

واژه‌های کلیدی: معنویت، رهبری و رفتار خادمانه.

مقدمه

با رسیدن افراد دوره انفجار جمعیت دهه ۵۰ و ۶۰ میلادی به میان‌سالی و ظهور سطح سومی از نگرش به جهان در قالب خلاقیت‌های فرهنگی، فرصت مناسبی برای توجه و گرایش به معنویت در سطح جوامع به وجود آمده است. با ورود همزمان انبوهی از جمعیت به دوره میان‌سالی، فرهنگ جامعه رنگ دگرگونی و تحول به سوی رشد فردیت و شناخت معنویت هم از مسیر مذهب و هم از مسیر سکولار بخود گرفته است. بنابراین با روند فعلی گرایش به معنویت فردی و عمل‌گرایی اجتماعی، این احتمال بالقوه وجود دارد که جهان به سوی یک معنویت سکولاری و غیر مذهبی سوق پیدا کند و این نگرانی را برای رهبران و کارکنان به وجود می‌آورد که چگونه بین فرهنگ سکولار و معنویت در کسب و کار تعادل ایجاد کرده و به ادغام و ترکیب این دو اقدام کنند. بنابراین برای اولین بار سبک‌های رهبری به خصوص ماهیت معنوی، خصیصه‌ها و باورهای رهبران به یک نگرانی مشترک در بین کارکنان سازمان‌ها، مشاوران و دانشگاهیان تبدیل شد. با این اوصاف رسالت دانشگاهیان، جامعه و سازمان‌ها برای تقویت مدل رهبری معنوی، آن است که اقدام به یک تجدید حیات معنوی کنند و این تجدید حیات با تغییرات جمعیتی و با اراده جمعی هماهنگ و با احیای معنویت در سبک زندگی روزمره کامل شود.

اهمیت و ضرورت پژوهش

علاقمندی رو به رشد به موضوع معنویت باعث انجام مطالعات متعددی توسط محققان و صاحب‌نظران در این حوزه شده است که از آن جمله می‌توان به مطالعه لوئیس^۱ در سال ۱۹۹۴ در سان فرانسیسکو آمریکا روی ۱۰۳۶ جوان امریکایی اشاره کرد که در آن تحقیق مشخص شد تغییرات اساسی در فرهنگ امریکا در زمینه ارزش‌ها، نگرش به جهان و سبک زندگی در حال شکل‌گیری است (رای ۱۹۹۶ ص ۹۶).

دلایل فرهنگی دیگر نیز موجب توجه به معنویت شده است. طوری که فیرهللم^۲ معتقد است افراد دوره انفجار جمعیت در دهه ۵۰ با ورود به دوره میان‌سالی در پی مکانی برای ارضای حس همگونی و تعامل اجتماعی خود هستند (گرینلیف ۱۹۷۳). الکینز^۳ معتقد است افزایش فرد گرایی در دهه ۱۹۹۰ منجر به از خود بیگانگی و تنهایی شده و آن هم به‌نوبه خود موجب محدود شدن شبکه‌های اجتماعی و جمعی شده است (الکینز ۱۹۹۸). گیب^۴ (۱۹۷۸) اظهار داشت که از خود بیگانگی، عدم ارتباط و تجملی بودن زندگی مدرن ریشه در تمایل بشر به جمع‌گرایی دارد. امروزه بسیاری از سیستم‌های حمایتی سنتی از قبیل کلیسا و سازمان‌های اجتماعی که در گذشته جمع‌گرایی را در زندگی افراد تشویق و تقویت می‌کردند، به دلیل عدم تعادل اجتماعی و روانی عملاً کارکرد خود را از دست داده و فرسوده شده‌اند (آلوتز ۱۹۹۵).

برای برخورداری از حمایت نهادهای مذهبی، گروه شهروندی و یا خانواده، بسیاری از افراد محل کار را به عنوان منبع اصلی ارتباط و کمک می‌نگرند (لیگ^۵ ۱۹۹۷). امروزه محل کار منبعی برای ارزش‌های اجتماعی و معنوی تبدیل شده است. خانم جودیس نیل^۶ از پیشگامان و صاحب‌نظران حوزه معنویت در کسب و کار سه دلیل برای علاق‌مندی فزاینده به معنویت را به شرح زیر بیان می‌کند:

1- Levis
2- Fairholm
3- Elkins
4- Gibb
5- Leigh
6- Judith Neal

- انفجار جمعیت در دهه ۶۰ میلادی که اکنون به میان‌سالی رسیده‌اند. این دوره سنی معمولاً با بحران‌هایی همراه بوده است. همانطور که خانم جودیس نیل بیان کرده، بسیاری از افراد در چرخه سنی، زندگی خود را مرور کرده و عمری که از دست داده‌اند را ارزیابی می‌کنند. آن‌ها معمولاً این‌گونه سوالات را از خود می‌پرسند که بقیه عمر خود را به چه کاری مشغول شوند؟ هدف ما از زندگی چیست؟ آیا کارها همان‌طور که مد نظر بوده، انجام شده است؟
- کاهش نیروی کار سازمان‌ها و درخواست کارفرمایان برای افزایش ساعات کاری واکنش‌هایی را به دنبال داشته است. امروزه افراد امنیت شغلی بلند مدت ندارند که این امر نگران‌کننده و موجب خود‌نگری و رواج فردگرایی بیشتر شده است.
- مراسمات و آداب و رسوم از قبیل سال نو، روز تولد، تعطیلات مذهبی و دیگر رویدادهای مهم، تفکر و تأمل و تعهدات جدید به آینده را تشویق می‌کنند (نیل ۱۹۹۷).

ادبیات نظری پژوهش

با اینکه به‌طور تاریخی معنویت ریشه در مذهب دارد، لیکن آنچه امروزه در کسب و کار و محیط کار رایج است چیزی متفاوت با باورهای سنتی مذهبی است. در واقع معنویت نوعی آگاهی درونی افراد با احساس ارتباط بین خود و جهان پیرامونی است (استمپ^۱ ۱۹۹۱). بدون توجه به ابعاد تعریفی معنویت، فشارهای فزاینده اجتماعی، پیشرفت‌های فناوری اطلاعات، جهانی شدن، فشارهای ناشی از افزایش جمعیت، تقاضاهای محیطی و نیازهای غذایی موجب توجه بیش از پیش به معنویت شده است (فاکس^۲ ۱۹۸۲).

فاکس (۱۹۸۲) معتقد است اقتصاد، زبان، سیاست، آموزش و جنسیت اجزای تشکیل دهنده و عوامل موثر در معنویت هستند.

میتروف و دنتون^۱ (۱۹۹۹) معنویت را تمایل به پیدا کردن هدف نهایی و مطلوب و زندگی کردن بر اساس این اهداف تعریف کردند. معنویت و وجدان بیدار، باورهای افراطی غیر منطقی نیستند بلکه هسته اصلی پویایی سیستم‌های تکاملی هستند و باید در تحلیل‌ها و طراحی، تغییر و مدیریت سازمان‌ها دخالت داده شوند. به‌طور خلاصه سازمان و مدیریت نیازمند یک موضوع اساسی یعنی معنویت هستند تا جان تازه‌ای به تلاش افراد بخشند و موجب تولد دوباره افراد و گروه‌ها شده و امید را در آن‌ها زنده کنند.

بررسی معنویت از دیدگاه‌های مختلف

معنویت یک واقعیت درونی

طبق این دیدگاه معنویت مفهوم یا اصلی است که ریشه در درون افراد دارد. گیولری^۲ (۲۰۰۰) از این دیدگاه معنویت را شعور و خودآگاهی ذاتی انسان‌ها تعریف کرده و معتقد است که معنویت برخاسته از ارزش‌ها و باورهای مشخص از قبل تعیین شده است. طرفداران این دیدگاه معتقدند که معنویت چیزی فراتر از قوانین مذهبی است. این دیدگاه با وجود تاکید و صحبت درباره قدرت ناشی از درون به احساس ارتباط با خود و دیگران نیز تاکید دارد (اشومز و دوجون^۳ ۲۰۰۰).

معنویت از دیدگاه مذهبی

دیدگاه اسلام درباره معنویت در سازمان تحت عنوان اخلاق اسلامی کار بیان شده است. اسلام پیروان خود را به تعهد هر چه بیشتر به کار و سازمان دعوت می‌کند. این تعهد افراد موجب آمادگی بیشتر آن‌ها برای پذیرش تغییر سازمانی می‌شود (یوسف ۲۰۰۰). همکاری و تعاون طبق اخلاق اسلامی کار، تشویق و تقویت می‌شود. اخلاق اسلامی موجب کاهش اشتباهات افراد می‌شود. در دیدگاه اسلام انصاف و سخاوت از جمله ارزش‌های غیر قابل اجتناب در سازمان است (یوسف^۴ ۲۰۰۰).

لازم به ذکر است در دیدگاه اسلام معنویت ریشه در مذهب دارد و مذهب عامل

1- Mitroff & Denton

2- Guillory

3- Ashmor & Duchon

اصلی تقویت و تشویق معنویت در افراد و سازمان‌ها تلقی می‌شود (یوسف ۲۰۰۰). در دیدگاه مسیحیت، معنویت لازمه کار است. همانطور که نایلور و همکاران در تحقیقات خود به این نکته رسیدند که مشارکت در کار خوشبختی بزرگ، دعوت الهی و انجام وظیفه است (نایلور و همکاران ۱۹۹۶).

هندوها معتقد به انجام کار با بیشترین فداکاری و ایثار هستند. یکی از اصول مهم هندوها تلاش برای دستیابی به هدف است و عاقبت کار تعیین شده از سوی خداست. این قضیه خود را در قالب یکی از مهمترین اصول اعتقادی آن‌ها تحت عنوان تقدیر گرایی در متون مذهبی نشان می‌دهد.

در دیدگاه بودائیست‌ها، سخت کوشی و فداکاری ابزارهای کاربردی در اصلاح زندگی افراد به‌شمار می‌رود و نهاد در کل منجر به غنای شغلی و زندگی افراد می‌شود (جاکسون^۱ ۱۹۸۳).

با این حال معنویت مبتنی بر مذهب، یکی از جنجالی‌ترین دیدگاه‌ها درباره معنویت در سازمان است. بسیاری از مدیران نسبت به این دیدگاه نظرات انتقادی دارند. برای نمونه گونتر^۲ (۲۰۰۰ص: ۶۴) معتقد است که با وجود آنکه بسیاری از آمریکائی‌ها معتقد به خداوند هستند، لیکن به آزادی مذهب اعتقاد دارند.

معنویت از دیدگاه اصالت وجودی

طبق این دیدگاه معنویت بیشتر با مفاهیمی نظیر کسب معنا در مورد آنچه در محل کار صورت می‌گیرد، مرتبط است (نایلور^۳ و همکاران ۱۹۹۶). جستجوی معنا، حرف دل کسانی است که بدنبال غنی‌سازی معنویت در زندگی شخصی و کاری خود هستند. از جمله سوالاتی که در این دیدگاه مطرح است عبارتند از:

- ۱- چرا من این کار را انجام می‌دهم؟ ۲- مفهوم و معنای کاری که من انجام می‌دهم چیست؟ ۳- این کار مرا به کجا می‌رساند؟ ۴- فلسفه وجودی من و سازمان چیست؟
- این سوالات به خصوص در مشاغل تکراری و خسته کننده روزانه بیشتر مطرح است

و فقدان معناداری این مشاغل منجر به بیماری هویتی می‌شود که این امر به نوبه خود منجر به از خود بیگانگی فرد از جوهره اصلی خویشتن خواهد شد (نایلور و همکاران ۱۹۹۶).

مدل رهبری معنوی

نویسندگان زیادی از قبیل فیر هلم، سنگه، جاورسکی و کشمن نحوه تکامل رهبری معنوی را بررسی کرده‌اند. رهبری معنوی در واقع داشتن آگاهی عمیق فرد از خود و پویایی‌های محیطی و سازمانی است. رهبری معنوی دارای ارزش‌های اخلاقی عمیق از قبیل استقلال، آزادی، انصاف، نوع دوستی، مهربانی و صداقت و کمال است. رهبری معنوی دارای قدرت ترکیب گذشته سازمان با اصول و چشم انداز سازمانی و ایجاد وحدت و انسجام است (فیر هلم^۱ ۱۹۹۴).

ویژگی اصلی رهبر معنوی را می‌توان در تعامل بین رهبر- پیرو دریافت. رهبر معنوی به دنبال ایجاد ارتباط بازی است تا انسجام شخصی، اداره و ایجاد استانداردهای بالای معنوی را تشویق و حمایت کند. نقش اصلی رهبر معنوی تلاش برای خود شکوفایی و بهبود مستمر در جامعه پیرامون که خود جزوی از آن است، می‌باشد (فیر هلم ۱۹۹۷).

رهبران معنوی، رهبران با وجدان بیدار هستند. آن‌ها به چالش کشیدن عقاید و ایده‌ها را ترجیح می‌دهند، به جای اینکه این نوع عقاید و ایده‌ها را به پیروان تحمیل کنند. رهبران معنوی به طور صریح و آگاهانه با سیستم‌های ارزشی افراطی برخورد می‌کنند (فیر هلم ۱۹۹۶).

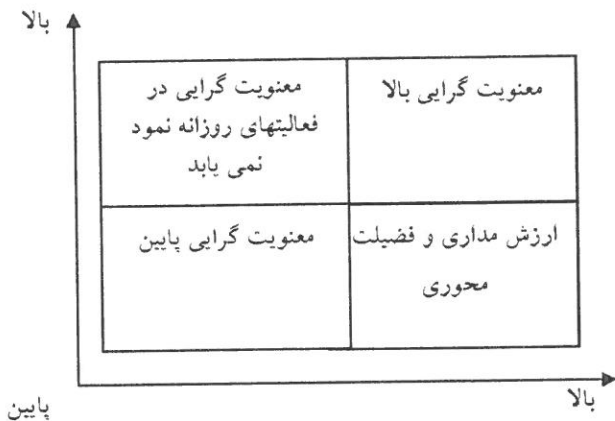
رهبران معنوی هویت ذاتی پیروان را تبیین و تعهد آن‌ها را قوی تر و عمیق تر می‌سازند (فیر هلم ۱۹۹۶).

اجزای مدل رهبری معنوی عبارتند از:

- ایجاد گر ارزش‌های مشترک (فیر هلم ۱۹۹۶).
- ایجاد گر چشم انداز (فیر هلم ۱۹۹۶).

- به اشتراک گذاردن معنا و مفهوم: رهبران معنوی معنا را برای دیگران ایجاد می‌کنند. این رهبران قلب‌ها را تسخیر می‌کنند (کوزس و پوسنر ۱۹۸۷).
- توانمند ساز: رهبران معنوی پیروان را آموزش می‌دهند، آن‌ها را تربیت می‌کنند و در آن‌ها ایجاد انگیزه می‌کنند پیروان را در شبکه‌های ارتباطی مورد پذیرش طرفین، مشارکت داده و آن‌ها را از محدودیت‌های موقعیتی آزاد و رها می‌سازند و رشد و پیشرفت پیروان را به‌سوی اثربخشی کامل هدایت می‌کنند (دی پری ۱۹۹۳).
- نافذ و قوی: رهبران به دنبال دستکاری و تغییر در پیروان نیستند، بلکه به پیروان کمک می‌کنند تا احساس قدرت کرده و خود کارشان را طبق نظر خود انجام دهند (دی پری ۱۹۹۳).
- پیشگام: رهبران معنوی، در ایجاد تغییرات واقعی پیشگام هستند تا بدون به توجه به ریسک آن الگویی برای دیگر افراد باشند (کوزس و پوسنر ۱۹۸۷).
- خادم: رهبران معنوی خدمتگزار به پیروان هستند (گرینلیف ۳ ۱۹۷۷، دی پری ۱۹۹۳ و گراس ۴ ۱۹۹۶).
- تحول آفرین: رهبران معنوی خود، دیگران و سازمان خود را متحول می‌سازند (کاوی ۵ ۱۹۹۰، دی پری ۱۹۹۳ و فیر هلم ۱۹۹۶).

برقراری ارتباط با ماوراء



نمودار ۱. رفتار متواضع، امانتداری، خدمت به دیگران

بر گرفته از: ابزار و سنجش معنویت در سطح سازمان: ارائه مقیاس ارزیابی معنویت، بیزلی ۱۹۹۸، دانشگاه جرج واشنگتن.

معنویت در سازمانها

در طی دو دهه گذشته حوزه مورد ادعای تئوری‌های سازمان و رای مرزهای سازمان گسترش یافته و شامل تعامل سازمان با محیط بیرون از قبیل رقبا، مشتریان، شرکاء، جامعه و دولت نیز شده است این گستردگی حوزه فعالیت موجب درک بیشتر از موسسات و فعالیت‌های محیطی سازمان شده است. ولی به همان اندازه تئوری سازمان به نیازهای روحی کارکنان و مسایل داخلی خود نپرداخته است. در نتیجه تئوری سازمان غافل از زندگی شخصی پرسنل سازمان بوده و دانش محدودی درباره حواشی زندگی پرسنل از قبیل توسعه انسانی، اجتماعی و تئوری مدیریت و رهبری دارد (فریدلندر ۱۹۹۴).

همان طور که نظریه پردازان سازمان به زندگی غیرکاری کارکنان نپرداخته اند مدیران و رهبران نیز اغلب به زندگی غیر کاری خود و کارکنان نپرداخته اند. فریدلندر و افرادی مثل ایشان معتقدند که بی توجهی به زندگی غیرکاری موجب

جدایی و انفصال بین عناصر داخلی و محیطی که در رشد و بقای سازمان اساسی هستند، می‌شود. این جدایی موجب تقسیم‌بندی کارکنان به دو بخش کار و زندگی شخصی شده غافل از اینکه زندگی کاری و غیر کاری کارکنان سازمان هر دو در توسعه سازمانی اساسی و ضروری هستند.

موریس (۱۹۹۷) معتقد است افراد طی زمان به این نکته رسیده‌اند که نیازهای معنوی آن‌ها باید در سر کار برآورده شود. در واقع کارکنان امروزی به مانند مسافری می‌ماند که در بیابان بی آب و علف خسته و منتظر است، بدون اینکه به مقصد برسد. در واقع امروزه ارضای نیازهای معنوی به جای اینکه هدف باشد، خود به دردمر و گرفتاری تبدیل شده است. موریس معتقد است زمانی کار می‌تواند معنی دار و ارضا کننده باشد که موجب ارضای نیازهای معنوی باشد.

معنویت در کار

از آنجایی که کار جوهره اصلی هویت فرد است، بسیاری از سیر و سلوک معنوی در محیط کار اتفاق می‌افتد. با این حال هنگام ارزیابی عملکرد سازمانی افراد، کمتر به محیط سازمانی تقویت کننده معنویت در افراد توجه می‌شود. زیرا افراد خوب در محیط خوب می‌توانند عملکرد بهتری داشته باشند (موریس ۱۹۹۷). موج معنویت در کار موجب ایجاد احساس تعلق به سازمان و محیط خلاق می‌شود که افراد را به طرف معنویت هدایت می‌کند (برندت^۱ ۱۹۹۶). این روند نو ظهور با این احساس گسترده که محل کار محیط نا امنی است، تحریک شده است. تقلیل نیروی انسانی، مهندسی مجدد و ساختاردهی مجدد موجب برکناری بسیاری از کارکنان شده و این امر موجب نا امن جلوه گر شدن بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها شده است. برخی معتقدند عدم ثباتی که اقتصاد جهانی و کوچک سازی به وجود آورده یکی از دلایل عمده علاقمندی به مذهب و معنویت در کسب و کار شده است (دیترویت فری پرس^۲ ۱۹۹۸). بسیاری از افراد ترس از دست دادن شغل را دارند آن‌ها با مشاهده برکناری همکاران خود از نظر احساسی صدمه می‌بینند. کاهش حمایت‌های ستادی،

استفاده از تکنولوژی بسیار پیچیده و دشواری انجام کار موجب بی انگیزه شدن کارکنان شده است.

کاواناگ^۱ (۱۹۹۹) ویژگی‌های مثبت وجود معنویت در محل کار و کسب و کار را این گونه بیان می‌کند:

- افراد متمایل به معنویت معمولاً به خدا نیز معتقدند.
- معنویت موجب اعتقاد افراد به دعا و توسل در زندگانی خود می‌شود.
- معنویت اهمیت زیادی به انسان قائل است و موجب توجه و درک دیگران می‌شود و معمولاً موجب تحکیم روابط خانوادگی و اطرافیان می‌شود
- معنویت یک تمایل خوش بینانه است که افراد و دنیا را به بهتر بودن ترغیب می‌کند.
- معنویت موجب افزایش تعهد به پایداری محیط می‌شود تا جهان بهتری برای نسل‌های بعدی فراهم شود. چیزی که به عنوان اکو معنویت^۲ نامگذاری شده است.

معنویت در رهبری

افراد معمولاً در تمام فعالیت‌های خود از تفکر و معنویت بهره می‌برند. در واقع معنویت قالب فکری افراد را می‌سازد، ارزش‌های افراد و فعالیت‌های آن‌ها را تعیین می‌کند و رفتار آتی انسان را پیش بینی می‌کند. معنویت در واقع عامل انرژی زای مهمی است که منشاخلاقیت و منبع وجدان انسان‌ها است. فیرهلم (۱۹۹۷) در کتاب «تسخیر قلب‌ها توسط رهبری» بیان می‌کند:

«معنویت نظریه جدیدی در رهبری نیست بلکه بیش از ۱۰۰ سال قدمت دارد. متأسفانه در تئوری‌های سازمان و مدیریت مورد غفلت واقع شده است. با اینکه در طول تاریخ بشر استانداردهای معنوی و اخلاقی تاثیر زیادی در فعالیت‌های انسان داشته است.»

فیرهلم رهبری را در قالب خلق و حفظ فرهنگ می‌داند و معتقد است سازمان‌ها

توسط افراد دارای روحیه متواضع ایجاد شده و رهبر سازمان برخلاف مدیریت باید الگویی برای رشد و پرورش معنویت در افراد باشد. رهبر سازمان باید منشا الهام و شهود افراد و موجب انگیزش و خلاقیت آنها باشد نه فقط رفتار آنها را تحت کنترل خود بگیرد.

مطالعه فیر هلم متمرکز بر رهبری و حمایت بود و معتقد بود که رهبر باید نقش مربی را با محوریت معنویت به خود بگیرد و بتواند گونه‌ای از رهبری معنوی را ارائه دهد و یک سبک رهبری معنوی ایجاد کند. میتروف و دنتون^۱ (۱۹۹۹) در کتاب خود با عنوان ارزیابی معنویت در شرکت‌های امریکایی بیان کردند که افراد شیفته روشی هستند تا نشان‌دهنده مسیر معنویت در کارشان باشد و سازمان‌ها بدانند چگونه کمال فردی را تقویت کنند و انرژی معنوی را در وجود هر کدام از افراد سازمان راه بیندازند، اگر به دنبال عرضه محصول و خدمات در عرصه جهانی در آینده هستند.

مطالعات میتروف و دنتون به جای رهبری بر سیاست‌ها و رویه‌های سازمانی متمرکز است. هسته اصلی اظهارات آنها این است که افراد و سازمان‌ها اگر خود را معنوی بدانند بهتر کار می‌کنند و عملکرد کلی سازمان ارتقا می‌یابد و ارزش‌های شرکت و ارزش‌های معنوی به هم پیوند می‌خورند.

رنسج^۲ (۱۹۹۲) در کتاب خود با عنوان «معنویت و رهبری در قرن ۲۱» احترام به معنویت انسان و پایبندی به مسئولیت اجتماعی را از جمله فعالیت‌های جدید رهبران متفکر پیش‌رو در عرصه کسب و کار می‌داند. این فعالیت‌های جدید شامل احترام به معنویت افراد، توانمندسازی کارکنان و پایبندی به مسئولیت اجتماعی است. وی نیز مانند سایر نویسندگان در این حوزه معتقد است که رهبران باید به طور مستقیم وظیفه ایجاد همگونی و جمع‌گرایی را انجام دهند و نیازهای معنوی هر کدام از افراد را مورد توجه قرار دهند و معنویت جزو تجارب کاری روزانه آنها قرار گیرد. رنسج معتقد است که این فعالیت‌های جدید موجب حرکت بسوی رهبری الهامی شده و نسل جدیدی از رهبران سازمانی را تربیت می‌کند. این گونه رهبران مرعوب نمی‌شوند و از راه خود دست نمی‌کشند، بلکه به دیگران نیز الهام می‌بخشند تا آنها

نیز دلسوز، خلاق، سازنده و حمایتگر باشند.

مدل رهبری ارزش مدار

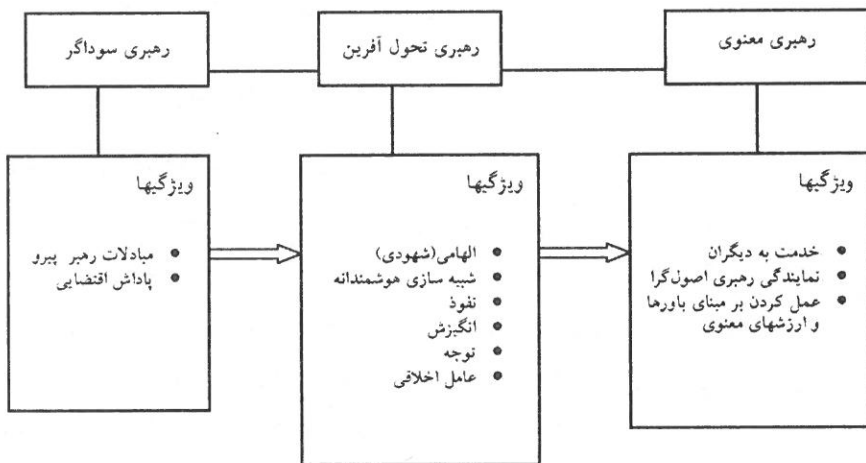
گرین لیف (۱۹۹۶) معتقد است با ورود به قرن ۲۱ شکل‌های رهبری اتوکراتیک و سلسله مراتبی به مدل رهبری خدمتگزار تبدیل می‌شوند که به‌طور همزمان به دنبال ارتقای رشد شخصی کارکنان و بهبود کیفیت سازمان از طریق ترکیب کار تیمی و اخلاق و نوع دوستی است. به‌جای اینکه زیر دستان مطیع رهبر باشند، رهبر خود را مقید به ارتقای مهارت افراد، برطرف کردن موانع، تشویق نوآوری و توانمندسازی افراد در حل خلاقانه مشکلات می‌داند.

مک گی کوپر (۲۰۰۱) معتقد است رهبری خدمتگزار بردرک کلیت، ایجاد بینش مشترک، خود مدیریتی اثر بخش، تشویق استقلال، یادگیری از اشتباهات، تشویق خلاقیت، زیرسوال بردن مفروضات، ارتقای اعتماد متقابل و تواضع متمرکز است.

رهبری تحول آفرین

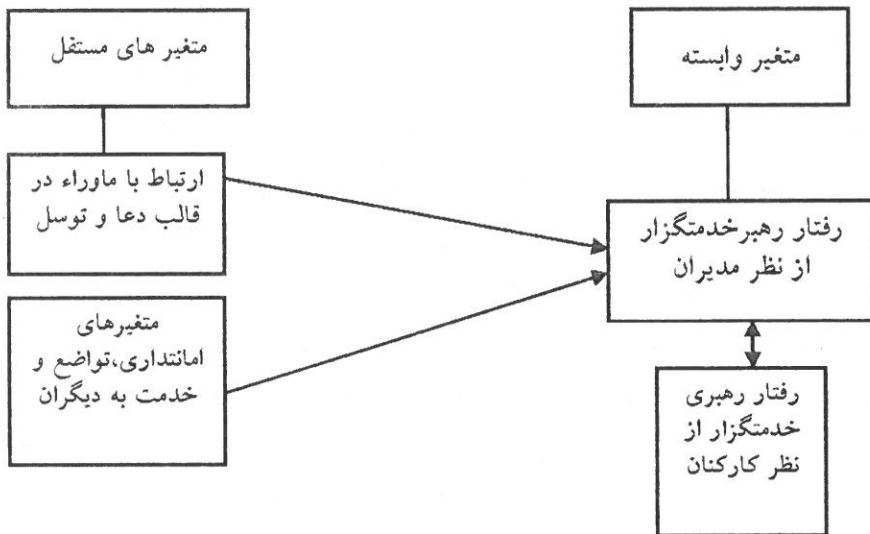
جیم کالینز به همراه دوستانش در ۱۹۹۶ طی یک پروژه ۵ ساله به دنبال بررسی این موضوعات بود که آیا شرکت خوب می‌تواند به یک شرکت بزرگ تبدیل شود و این اتفاق چگونه رخ می‌دهد؟ و آیا شرکت‌های با عملکرد خوب می‌توانند به شرکت‌هایی با عملکرد وسیع تر و پایدارتر برسند؟

آنها در طی مطالعات خود به این نکته رسیدند که اکثر مدیران تحول آفرین دارای قدرت ترکیب تضادگونه‌ای از تواضع شخصی و تمایل حرفه‌ای هستند که وی این سبک رهبری را رهبری سطح ۵ نامید (کالینز ۲۰۰۱). کالینز معتقد است مدل رهبری ۵ سطحی، ابتدا به افراد و سپس به استراتژی می‌پردازد.



نمودار ۲. پیوستار رهبری اقتضایی

برگرفته از کتاب رهبری در تئوری و عمل نورث هاوس ۱۹۹۷



نمودار ۳. مدل مفهومی برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته

هدف پژوهش

هدف از این تحقیق بررسی این فرض است که رهبران خدمتگزار به طور ضمنی دارای معنویت هستند و این معنویت با رفتار رهبران در قالب ایفای نقش آن‌ها در رهبری سازمان مرتبط است.

فرضیه‌های پژوهش

- شدت معنویت رهبران با شدت خود ادراکی آن‌ها از رفتار رهبری خدمتگزار دارای ارتباط مثبتی است.
- ادراک خود رهبران و ادراک کارکنان از شدت رفتار خدمتگزار رهبری یکسان است.

متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل

متغیر مستقل این تحقیق عبارتست از رهبری معنوی که از طریق دو متغیر واسطه‌ای مورد سنجش قرار می‌گیرد (بیزلی ۱۹۹۸).

اولین متغیر واسطه‌ای بعد روشنگری است که در بخش قبلی به عنوان برقراری ارتباط قلبی با ماوراء در قالب دعا و توسل تعریف شد (بیزلی ۱۹۹۸). این بعد برای وجود معنویت در رهبران الزامی است و از طریق مقیاس ارزیابی معنویت رهبران در قالب ۱۱ عامل به میزانی که افراد با استفاده از دعا و توسل به ارتباط با ماوراء می‌پردازند، سنجیده می‌شود.

دومین متغیر واسطه‌ای بعد ارتباطی است. بعد ارتباطی در بخش قبلی به عنوان فعالیت ارزش محور و فضایی از قبیل امانتداری، نوع دوستی و خدمت به دیگران تعریف شد که با استفاده از مقیاس ارزیابی رفتار در قالب ۱۹ عامل، میزانی که افراد خود را ملزم و متعهد به ارزش‌هایی از قبیل امانتداری، نوع دوستی و خدمت به دیگران می‌دانند، سنجیده می‌شود.

متغیر وابسته

رفتار رهبری خدمتگزار متغیر وابسته این تحقیق است. در این تحقیق رفتار رهبر خدمتگزار در دو قالب خود ارزیابی توسط خود رهبران و ارزیابی توسط کارکنان مورد سنجش قرار گرفته است. رفتار رهبری خدمتگزار با استفاده از ابزار ارزیابی رهبری خدمتگزار سازمانی (SOLA) سنجیده می‌شود. شاخص‌های رفتار رهبری خدمتگزار عبارتند از: ارزش دهی به افراد، حمایت از تیم و جمع‌گرایی، توسعه و شکوفا سازی کارکنان، نشان دادن اصالت (اعتبار)، نمایش رهبری و رهبری مشارکتی.

روش پژوهش

با توجه به هدف تحقیق مبنی بر تجزیه و تحلیل ارتباط بین میزان معنویت رهبران با رفتار خدمتگزاری آن‌ها از نظر خود رهبران و کارکنان، از روش تجزیه و تحلیل آماری برای تعیین ارتباط بین این متغیرها استفاده شده است. هم‌چنین نوع مقیاس مورد استفاده، مقیاس هفت گزینه‌ای لیکرت است.

ضرب همبستگی پیرسون برای تعیین ارتباط بین میزان معنویت رهبران با رفتار خدمتگزاری آنها برای بررسی فرض اول تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. برای بررسی فرض دوم تحقیق، مبنی بر یکسان بودن ارزیابی رهبران و کارکنان از رفتار خدمتگزاری رهبری، از آزمون T جهت برابری و یا بزرگ بودن میانگین یکی از جوامع مدیران و کارکنان استفاده شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های خودرو ساز سایپا و ایران خودرو و پارس خودرو در تهران است.

نمونه آماری

به دلایل زیر امکان نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده در این تحقیق میسر نبود:

- کلیه اعضای تیم‌های کاری در دسترس نبودند
- با توجه به نیاز به جمع‌آوری اطلاعات از نفرات مختلف که احیاناً در تیم‌های متعدد حضور داشتند، از لحاظ عملی امکان انتخاب نمونه با جایگذاری مجدد وجود نداشت.
- به دلیل عدم ثبات اعضای تیم‌ها و عضویت افراد در بیش از یک تیم انتخاب نمونه تصادفی از بین کلیه اعضاء میسر نبود.

با توجه به امکان جمع‌آوری داده از شرکت‌های مختلف، نسبت نمونه‌های انتخابی به ترتیب از ایران خودرو ۶۰٪، از شرکت سایپا ۳۰٪ و شرکت پارس خودرو ۱۰٪ است. از تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شده در بین کارکنان حدود ۱۵۵ پرسشنامه عودت داده شد و حدود ۱۵ عدد از این پرسشنامه‌ها به دلیل پاسخ ناقص از نمونه کنار گذاشته شد و حدود ۱۴۰ عدد از پاسخ‌های کارکنان در تجزیه و تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت. همچنین از ۱۰۰ پرسشنامه توزیع شده در بین مدیران حدود ۶۰ عدد از آن‌ها عودت داده شد و در تجزیه و تحلیل نهایی نیز ۶۰ عدد از پاسخ‌های مدیران مورد استفاده قرار گرفت.

ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود که شامل دو پرسشنامه جداگانه از حیث محتوا بود که یک پرسشنامه با ۲۸ سوال برای سنجش میزان معنویت مدیران و پرسشنامه دیگر با ۳۲ سوال برای ارزیابی رفتار خدمتگزاری رهبران از دیدگاه خود مدیران و کارکنان مورد استفاده قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

فرض اول تحقیق

بین بعد روشنگری میزان معنویت رهبران و خود ادراکی آن‌ها از رفتار خادمانه رهبری همبستگی معناداری وجود ندارد. $H_0: \rho=0$

بین بعد روشنگری میزان معنویت رهبران و خود ادراکی آن‌ها از رفتار خادمانه رهبری همبستگی معناداری وجود دارد. $H_1: \rho \neq 0$

جدول ۱. نتایج تجزیه و تحلیل آماری فرض 1 و 0

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معناداری محاسبه شده	ضریب همبستگی
H_0	0/01	0/705	0/05

تصمیم گیری

در سطح اطمینان ۹۹٪ به دلیل بزرگتر بودن سطح معناداری از میزان خطا فرض H_0 پذیرفته می شود یعنی بین بعد روشنگری معنویت رهبری و خود ادراکی آن‌ها از رفتار رهبری همبستگی معناداری وجود ندارد. با توجه به ضریب همبستگی 0/05 نیز میزان همبستگی بین دو متغیر نزدیک به صفر است. با این وجود در برخی از شاخص‌های مورد سنجش در قالب این بعد معنویت ارتباط مثبت و نسبتاً قوی بین برخی از شاخص‌ها وجود داشته است.

H_0 : بین بعد ارتباطی معنویت رهبران و خود ادراکی آن‌ها از رفتار رهبری همبستگی

معناداری وجود ندارد. $H_0: \rho=0$

H_1 : بین بعد ارتباطی معنویت رهبران و خود ادراکی آن‌ها از رفتار رهبری

همبستگی معناداری وجود دارد. $H_1: \rho \neq 0$

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل آماری فرض دوم

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معناداری محاسبه شده	ضریب همبستگی
H_0	0/01	0/54	0/081

تصمیم گیری

در سطح اطمینان ۹۹٪ با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از میزان خطا فرض H_0 پذیرفته می شود که دلالت بر عدم وجود همبستگی معنادار بین بعد ارتباطی معنویت از قبیل نوع دوستی، صداقت و انصاف و خدمت به دیگران با خود ادراکی

مدیران از رفتار خادمانه رهبری دارد.

فرض دوم تحقیق

H_0 : شدت ادراک مدیران و کارکنان از رفتار خادمانه رهبر یکسان است.
 $\mu_1 - \mu_2 = 0$
 H_1 : شدت ادراک مدیران و کارکنان از رفتار خادمانه رهبر یکسان نیست.
 $H_1: \mu_1 - \mu_2 \neq 0$

تصمیم‌گیری

برای بررسی یکسان بودن میانگین نمره خود ادراکی مدیران و ارزیابی کارکنان از رفتار خادمانه رهبری از آزمون T استفاده شده است. در تمامی شاخص‌های شش‌گانه رفتار خادمانه رهبری، در سطح اطمینان ۹۵٪ سطح معناداری کمتر از سطح خطا بوده و فرض H_0 رد شده است، یعنی ادراک مدیران و کارکنان از رفتار خادمانه رهبری یکسان نیست. از طرف دیگر به دلیل مثبت بودن حد پایین و بالای فاصله اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که مقدار میانگین خود ادراکی مدیران (μ_1) بزرگتر از میانگین نمره ارزیابی کارکنان (μ_2) از رفتار خادمانه رهبری است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

همانطور که در بخش‌های قبلی اشاره شد، هدف این تحقیق بررسی ارتباط بین معنویت رهبری و رفتار خادمانه رهبر از دیدگاه مدیران و کارکنان است. در اغلب تحقیقات انجام شده، این موضوع که رهبران معنوی به موضوعاتی از قبیل وجود قدرت برتر ماورایی باور دارند و این معنویت بر سبک رهبری آن‌ها تاثیر گذار است، اثبات شده است (جاکسون ۱۹۹۴ و مارینوبل ۱۹۹۰).

در تحقیق حاضر با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده، میانگین نمره معنویت مدیران در نمونه مورد بررسی بالا بوده است و نوعی علاقمندی به معنویت در بین مدیران جامعه مورد بررسی وجود دارد. به‌طور خلاصه میانگین نمرات مدیران در بعد

روشنگری معنویت (باور به نیروی ماورایی و دعا و توسل) $6/0267$ با انحراف معیار $0/30635$ بالاتر از میانگین نمرات بعد ارتباطی معنویت از قبیل صداقت، انصاف و خدمت به دیگران با میانگین $5/7148$ و انحراف معیار $0/35967$ است.

به نظر می‌رسد میزان معنویت رهبر تاثیر مثبتی بر رفتار خادمانه رهبر دارد. در سطح اطمینان 99% که میزان همبستگی بین دو متغیر بعد روشنگری معنویت رهبری و خود ادراکی مدیران از رفتار خادمانه رهبر حدود $0/05$ و میزان همبستگی بین بعد ارتباطی معنویت رهبری و خود ادراکی مدیران از رفتار خادمانه حدود $0/08$ برآورد شد که در واقع ارتباط بسیار ضعیفی را نشان می‌دهد. در مقایسه دو بعد معنویت، روشن است که بعد ارتباطی معنویت رهبری با رفتار خادمانه رهبر نسبت به بعد روشنگری ارتباط و همبستگی بیشتری دارد.

لازم به ذکر است که ویژگی‌های فرهنگی و ساختار و سیستم بومی جامعه آماری مورد بررسی، و ابهامات در تعریف رفتار خادمانه رهبر و تفسیر به رای از این قضیه و تا حدودی مسائل مربوط به رضایت شغلی افراد از پست‌ها و سمت‌های سازمانی، بر ارتباط بسیار ضعیف میان معنویت و رفتار خادمانه رهبری تاثیر گذارند. لذا بهتر است که سازمان‌های مورد بررسی مصداق‌های عینی رفتار خادمانه را شناسایی و به مدیران خود در بدو پذیرش سمت مدیریتی آموزش دهند، زیرا آموزش مدیران در نخستین سال تصدی پست مدیریت، موجب تثبیت و نهادینه شدن رفتار خادمانه در تفکر، نگرش و رفتار آن‌ها می‌شود.

از طرف دیگر به نظر می‌رسد که تعریف صریح و روشن منشور اخلاق کاری در سازمانها که الهام گرفته از شریعت اسلام باشد، یک ضرورت است. بنابراین تعیین و تعریف الگو و چارچوب مدیریت اسلامی در جامعه بیش از پیش ضروری است که سازمان‌های مورد بررسی در این تحقیق نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

طبق تجزیه و تحلیل آماری نشان داده شد که نمره میانگین خود ادراکی مدیران از رفتار خادمانه رهبری بیشتر از نمره میانگین ارزیابی کارکنان از رفتار خادمانه رهبری است. دلیل وجود تفاوت معنی دار بین میانگین ارزیابی مدیران و کارکنان از رفتار خادمانه رهبری تحت تاثیر عوامل گوناگونی است. از جمله می‌توان به سابقه

خدمت، داشتن تجارب بیشتر و آشنا بودن با شاخص‌ها و معیارها و اصول خادمیت رهبری نسبت به کارکنان اشاره کرد. ازسوی دیگر به دلیل متفاوت بودن نوع مسائل و محیط و شرایط رو در روی مدیران و کارکنان و تفاوت تحصیلاتی و آموزشی بین این دو گروه، ارزیابی آن‌ها از موضوع خادمیت رهبری را متفاوت ساخته است. یکی دیگر از عوامل تاثیرگذار در تفاوت ارزیابی این دو گروه را می‌توان ناشی از مسئولیت‌های کاری آن‌ها دانست. برای مثال با توجه به نوع کار و فعالیت، معمولاً مدیران نسبت به کارکنان فرصت و اختیار بیشتری برای مشارکت دادن زیردستان در تصمیمات و حوزه کاری خود دارند. در حالی که این فرصت برای کارکنان محدود است. هم‌چنین رضایت شغلی این دو گروه از شغل و سمت خود عامل تاثیرگذار دیگری در تفاوت ارزیابی این دو گروه از رفتار خادمانه رهبری است. با توجه به ماهیت شغلی و میزان استقلال و اختیار تصمیم‌گیری و هویت کاری، معمولاً میزان رضایت مدیران از شغل خود نسبت به کارکنان بیشتر است که این به نوبه خود در درک، تفسیر و ارزیابی خادمیت رفتار رهبری تاثیرگذار است.

این تحقیق نشان می‌دهد که رفتار خادمانه رهبری از دید مدیران و کارکنان با یکدیگر متفاوت است. مدیران تحت تاثیر دوره‌های آموزشی و تحصیلات خود تا حدود زیادی با رفتار خادمانه آشنایی دارند، درحالی که کارکنان اغلب فاقد این گونه آموزش‌ها و تحصیلات کافی هستند. از اینرو پیشنهاد می‌شود ضمن شناسایی و تعیین شاخص‌های رفتار خادمانه، به ارتقای سطح آموزش مدیران و کارکنان در زمینه رفتارهای خادمانه توجه اساسی شود. از سوی دیگر رفتار خادمانه رهبران، مدیران و کارکنان تحت تاثیر میزان رضایتمندی آن‌ها از شغل خود قرار دارد. هر چند که در این تحقیق میزان رضایتمندی شغلی در گروه مدیران و کارکنان مورد مطالعه و بررسی قرار نگرفت، لیکن احتمال اهمیت این مورد برای مدیران و کارکنان دارای سابقه کار بیشتر بالا است. بنابراین پیشنهاد می‌شود با دادن استقلال و فرصت بیشتر برای افراد در حوزه کاری و ایجاد فرصت برابر برای افراد از جنبه کارراهه شغلی و غنا بخشیدن به مشاغل افراد، زمینه را برای ظهور و بروز رفتار خادمانه از سوی افراد سازمان فراهم کرد. از سوی دیگر با توجه به حاکمیت

معنویت مذهبی در جامعه اسلامی ما میانگین نمرات مدیران در بعد روشنگری معنویت (باور به نیروی ماورایی و دعا و توسل) بالاتر از میانگین نمرات بعد ارتباطی معنویت از قبیل صداقت، انصاف و خدمت به دیگران است. این موضوع بیانگر آن است که تعریف دقیقی از شاخص‌های رفتار خادمانه که به شکل جمعی در سازمان‌ها نمود پیدا کند، وجود ندارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود با تعریف و تعیین دقیق و روشن منشور اخلاق کاری برگرفته از فرهنگ و شریعت اسلامی و تلاش جهت نهادینه کردن رفتار خادمانه در تفکر، نگرش و رفتار مدیران، بستر برای اتصال بعد روشنگری و ارتباطی (صداقت، انصاف و نوع دوستی) فراهم شود.

- Alonzo.V.(1995) December).soul search Incentive 169 (12),22- 26.
- Ashmos, D. P., & Duchon, D. (2000). Spirituality at work. *Journal of Management Inquiry* Vol. 69 No8, pp,134-146.
- Brandt, E. (1996), "Corporate pioneers explore spirituality", *HR Magazine*, Vol. 41 No. 4, pp. 82-7.
- Cavanaugh, G.F. (1999), "Spirituality for managers: context and critique", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 12 No. 3, pp. 45-53.
- Collins, J. and Porras, J. (1994), *Built oo Last: Successful Habits of Visionary Companies*, Harper Business, New York, NY.
- Covey, S. (1990), *The Seven Habits of Highly Effective People*, The Business Library, New York, NY.168(17)98-112.
- DePree, M. (1993), *Leadership Jazz*, Dell, New York, NY.55(3)45-63.
- Detroit Free Press (1998), "Taking God to work: some business leaders let religion influence vision, employee policy", 2 October, pp. 1A and 9A.
- Elkins.(1998).Beyond Religious personal programs for building a spiritual life outside the walls of traditional religion. Wheaton, IL:The Theosophical publishing House.pp 99-120.
- Fairholm, G. (1994), *Leadership and the Culture of Trust*, Praeger, Westport, CT.pp25-42.
- Fairholm, G. (1997), *Capturing the Heart of Leadership: Spirituality and Community in the New American Workplace*, Praeger, Westport, CT.pp67-82.
- Fairholm, G.W. (1996), "Spiritual leadership: fulfilling whole-self needs at work",Fox, M. (Ed.) (1982), *Western Spirituality: Historical Roots, Ecumenical Routes*, Bear and Co., Santa Fe, NM.
- Friedlander.(1994).Toward Whole systems and Whole people. *Organization Speaking Out*,(1),59-64.
- Gibb J.(1978).Trust:A new view of personal and organizational development.Los Angeles: The Guild of Trust Press.pp.221-229.
- Greenleaf, R. (1973), *Servant Leadership*, Paulist Press, New York, NY.pp.125-132.
- Greenleaf, R. (1977), *Servant Leadership*, Paulist Press, New York, NY.McGee-Cooper,A.& Looper,G(2001).The essential of servant – Leadership:Principles in practice" innovations in management series,Montreal:Pegasus communication.
- Guillory, W.A. (2000), *The Living Organization: Spirituality in the Workplace*, Innovations International Inc., Salt Lake City, UT.pp113-132.
- Gunther, M. (2001), "God and business", *Fortune*, Vol. 144 No. 1, pp. 59-80.
- Jacobson, N.P. (1983), *Buddhism & the Contemporary World*, Southern Illinois University Press, Carbondale, IL.
- Kouzes, J. and Posner, B. (1987), *The Leadership Challenge*, Jossey-Bass, San Francisco, CA.pp32-37.
- Leigh, P. (1997), "The new spirit at work", *Training and Development*, Vol. 51 No. 3, pp. 26-34.
- Mitroff, I.I. and Denton, E.A. (1999), "A study of spirituality in the workplace", *Sloan Management Review*, Vol. 40 No. 4, Summer, pp. 83-92.
- Mitroff, I.I. and Denton, E.A. (1999), *A Spiritual Audit of Corporate America*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, CA.pp77-83 Morris, T.(1997).IF Aristotle ran General Motors: The new soul of business.NewYork : Henry Holt and company.pp187-197.
- Naylor, T.H., Williamsons, W.H. and Osterberg, R. (1996), *The Search for Meaning in the Workplace*, Abington Press, Ashville, TN.pp12-124.
- Noel, C. (1999). "A conscious change in the workplace". *The Journal for Quality*

and Participation, Vol. 22 No. 2, pp. 27-30.

Northouse, P.(1997).Leadership: Theory and practice.Thousand Oaks, A: Sage Publications.

Ray,P.H.(1996).The integral culture survey:A Study of emergence of transformational values in America (Research Report 96-A).SAUSALITO,CA: Institute of Noetic science.

Renesch, J. and DeFoore, B. (Eds) (1996), The New Bottom Line: Bringing Heart and Soul to Business, New Leaders Press, San Francisco, CA.pp67-74.

Stamp, K. (1991), ``Spirituality and environmental education'', Australian Journal of Environmental Education, Vol. 7 No. 1, pp. 79-86.

Yousef, D. (2000), ``Organizational commitment as a mediator of relationship between Islamic work ethic and attitudes toward organizational change'', Human Relations, Vol. 53 No. 4,pp. 513-37.