

مدل سازی کیفی ابعاد بالندگی سازمان معنویت گرا: مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی

مشهد

سمانه پوراسماعیل^۱، محمود قربانی^۲، الهام فریرزی^۳

چکیده:

هدف: هدف اصلی این پژوهش، تبیین ابعاد مدل کیفی بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد بود.

روش: این پژوهش با رویکرد استقرایی، راهبرد کیفی و بهره گیری از روش تحلیل محتوا انجام شده است. جامعه آماری متشکل از خبرگان و صاحب نظران حیطه مدیریت و سازمان بود. نمونه گیری به صورت غیر احتمالی و هدفمند انجام شد و با رعایت اصل اشباع نظری، ۱۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. از مصاحبه های عمیق نیمه ساختار یافته برای گردآوری داده ها استفاده گردید. جهت اعتبار بخشی داده ها از روش های درگیری طولانی مدت، مشاهده مداوم، باز بینی مشارکت کنندگان و شاخص های (CVR) و (CVI) استفاده شد و تحلیل داده ها با بهره گیری از نرم افزار مکس-کیودا صورت گرفت.

یافته ها: نتایج یافته ها منتهی به طراحی یک مدل کیفی، با استخراج ۹۸ شاخص، ۲۶ مولفه و ۶ بُعد اصلی شامل: رهبری معنویت محور، اخلاق گرایی ارزش آفرین، فرهنگ سازمانی معنویت گرا، شفافیت سازمانی، یادگیری و بینش معنوی، و شکوفایی سرمایه انسانی شد که ابعاد مدل نهایی بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد اسلامی شهر مشهد را در برمی گیرد.

نتیجه گیری: این پژوهش، با ترکیب مبانی نظری و شواهد تجربی، مدلی نوآورانه برای بالندگی سازمان ها با رویکرد معنویت گرایی در دانشگاه ارائه می کند، که می تواند راهنمایی کاربردی، برای مدیران و سیاستگذاران دانشگاهی باشد، تا در مسیر تعالی و بالندگی بیشتر، گام بردارند.

کلید واژه ها: بالندگی سازمانی، معنویت گرایی، مدل سازی، دانشگاه آزاد اسلامی.

پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۹/۲۳

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۶/۲۰

^۱- دانشجوی دکتری گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
samaneh.pouresmaeil@iau.ac.ir

^۲- دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)
Mahmoud.gh@mshdiau.ac.ir

^۳- استادیار گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. drfariborzi@iau.ac.ir

مقدمه

دانشگاه به عنوان یکی از ارکان اصلی نظام آموزش عالی، نه فقط به عنوان مرکزی برای انتقال دانش، بلکه به عنوان نهادی جهت توسعه، بالندگی^۱ و کاربرد دانش برای خدمت به جامعه شناخته می شود. واکاوی در پژوهش های گوناگون سازمانی و دانشگاهی نشان می دهند، در دهه های اخیر، تاکید فزاینده ای بر بالندگی دانشگاهی از سوی سازمان ها و نظام آموزش عالی در کشورهای مختلف قابل مشاهده است (نیکخواهی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۲۶). این میزان از اهمیت و نگاه ویژه به بالندگی باعث شده امروزه، بسیاری از دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی، از طریق ایجاد مراکز بالندگی و ارائه خدماتی ویژه به اعضا و نیز معرفی نوآوری های آموزشی جدید تلاش بیشتری کنند، تا جایی که اکنون بالندگی به یکی از شاخص های مهم در سطوح و زمینه های مختلف سازمان تبدیل شده و با دیدن گسترده گی تغییرات می توان به اهمیت و نقش موثر آن در حیطه های مدیریت و سازمان پی برد (احمدی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۰۱). بالندگی، از ریشه ی بالیدن و در مفهوم شکوفایی و رسیدن به کمال است و هنگامی که این مفهوم در حیطه سازمان به کار می رود، فراتر از رشد فیزیکی، که در مفهوم توانایی سازمان برای شکوفایی مستمر، ارتقا و سازگاری با تغییرات محیطی است. بالندگی سازمانی هم زمان با شروع انقلاب صنعتی، بیشتر با محوریت کوشش های انسانی، با بهره گیری از دانش علوم رفتاری، در مسیر رشد سازمان، تعریف شده است که توسط مدیران عالی سازمان حمایت می شود (فرنچ و بل^۲، ۱۹۹۵: ۶۷).

پس از این دهه، دانشوران و پژوهشگران عرصه مدیریت، بالندگی سازمانی را بیشتر بر مبنای فرایند بهسازی و شکوفایی استعداد های افراد و تقویت ظرفیت های فردی (کاکاریا و ایلماز^۳، ۲۰۱۳: ۳۲۲) و یک نظریه ی رفتاری بسیار پیچیده برای تغییر رفتار در سطح سازمان تفسیر کردند، اما در گذر زمان و با قرار گرفتن در مسیر پژوهش های میدانی و اجرایی، این مفهوم در عصر حاضر، نه فقط با دیدگاه های ساختاری و سازمانی، که بیشتر و نزدیک به مفاهیم انسانی، اخلاقی، فرهنگی و ارزش-مدارانه تعریف می شود، که عبارت است از تلاشی مستمر برای انطباق با تغییرات محیطی و بهره-برداری از فرصت های نوظهور به گونه ای که موجب افزایش پایداری، انعطاف پذیری و ماندگاری

^۱ - flourishing

^۲ - French & Bell

^۳ - Karakaya & Yilmaz

سازمان در دراز مدت شود (فراولی^۱، ۲۰۲۳: ۳۷). اهمیت بالندگی سازمانی در سال‌های اخیر بیش از گذشته در سطوح بین‌المللی مورد توجه قرار گرفته و در سال جاری، دانشگاه هاروارد چندین رویداد علمی از جمله "آموزش برای بالندگی^۲ و نشست "بالندگی در محیط کار^۳ و راهکارهای ارتقا آن در سازمان را به وسیله نوآوری و یادگیری سازمانی و نحوه ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت و پایدار برگزار کرده است؛ که نشان از اهمیت و ضرورت این موضوع نه تنها در نظریه، که در عمل و سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی است. با این نگاه بالندگی سازمانی، حالتی از عملکرد مثبت و بهینه در سازمان‌هاست که در آن، محیط‌های کاری، نه تنها به اهداف خود دست می‌یابند، بلکه به طور مستمر در حال رشد، نوآوری و ایجاد ارزش برای ذینفعان خود هستند، که این مفهوم فراتر از کارایی و بهره‌وری صرف بوده و بر ارتقا کیفیت محیط کاری، رضایت شغلی و توسعه پایدار تاکید دارد (ورما و گوپتا^۴، ۲۰۲۱: ۱۱۷).

در عرصه مدیریت امروز، از راه‌کارهای متعددی جهت دستیابی به بالندگی سازمانی استفاده می‌شود که بر اساس آخرین پژوهش‌ها، یکی از این راهکارها بهره‌گیری از رویکردی نوین به نام معنویت‌گرایی^۵ در سازمان‌هاست. نکته قابل توجه در پژوهش‌های جدید بالندگی سازمانی، نوآوری، ایجاد ارزش و بهره‌برداری از فرصت‌های نوظهور و مفاهیمی فراتر از کارایی است که نشان می‌دهد، امروزه کارکنان در هر سازمانی فعالیت کنند، به دنبال هدفی فراتر از پاداش‌های مادی بوده و در جستجوی کاری با معنا و امید بخش هستند (مانجو، و شینا^۶، ۲۰۱۹: ۱۰۹). در جستجوی مفهوم معنویت، (آل فورتس و دوگان^۷، ۲۰۲۱: ۹۲۴) در مطالعه‌ای بر روی ۸۸ دانشجوی کارشناسی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه جورج میسون، دریافتند، معنویت واقعیتری انتزاعی و دشوار برای تعریف است، اما به عنوان قطب‌نمای اخلاقی عمل می‌کند و به افراد جهت و معنا می‌بخشد و باید توجه داشت که معنویت و دین یکسان نبوده ولی به یکدیگر مرتبط هستند. در بسیاری از پژوهش‌ها، این اصطلاح با دین مترادف انگاشته می‌شود، اما تفاوت میان دین و معنویت از دهه ۱۹۶۰

^۱ - Frawley

^۲ - Education for Flourishing Conference

^۳ - Flourishing @ Work Summit

^۴ - Verma & Gupta

^۵ - Spirituality

^۶ - Manju & Sheena

^۷ - Al fuertes & Dugan

برجسته تر شده است و تنها بدین مفهوم به کار نمی رود و جنبه های اخلاقی و ارزشی را هم در بر می گیرد، بنابراین می توان گفت، معنویت قلب دین و دینداری و جلوه ای از ارزش های اخلاقی است که به مثابه متعالی ترین، شریف ترین و سنجیده ترین عوامل نشان داده می شود تا به آرمان یا کمال مطلوب بیانجامد (کرامری و مانکوسو^۱، ۶۷:۲۰۱۸). معنویت، کوشش برای ایجاد حساسیت درباره خویشتن، دیگران و نیروی برتر یعنی خداوند و کندو کاو برای دستیابی به آنچه لازمه انسان شدن و رسیدن به انسانیت کامل است، تعریف می شود و زمانی که افراد، کار معنی دار، حس اجتماعی و هم ترازای ارزش ها در محل کار را تجربه می کنند، وفاداری و یا دلبستگی به سازمان، تعامل یا تعهد سازمانی و یک قرارداد عاطفی و روانشناختی با سازمان را به نمایش می گذارند (میلیمان^۲، ۲۰۲۰: ۱۰۴). تعداد پژوهش های مرتبط با معنویت در حال افزایش است، اما بیشترین پژوهش هایی که در این موضوع انجام شدند، به بیان پیامدهای فردی، گروهی و سازمانی تمرکز کرده و یا آن را در سطح فردی و روانشناسی مورد تحلیل قرار داده اند. در اغلب مطالعات کمتر به معنویت در سطح سازمان پرداخته شده و الگوی جامع و منسجم برای معنویت افزایی در آن ارائه نشده است (جوهری زاده، ۱۳۹۵) و همین امر باعث شده در سال های اخیر دانشوران، به معنویت در سازمان توجه بیشتری کنند.

در یک مطالعه گسترده (سریواستاوا و گوپتا^۳، ۲۰۲۲: ۴۱۵)، با بهره گیری از تحلیل کتاب سنجی، روندها و توزیع انتشارات مرتبط با معنویت در محیط های کاری، سازمان را در یک بازه زمانی تا پایان سال ۲۰۲۲ بررسی کردند که هدفشان، شناسایی نویسندگان و کشورهایی است که در حوزه معنویت سهم بیشتری در پژوهش داشتند، که این بررسی نشان داد؛ مجله مدیریت، معنویت و دین که تاثیر گذارترین مجله در این حیطه است؛ با تعداد ۶۶ مقاله، بیشترین سهم را دارد و کشور هند با ۳۰۷ مقاله پیشتاز در این حوزه است و پس از آن کشور امریکا که دومین کشور جهان از نظر تعداد مقالات به شما می رود، بیشترین تعداد استاد را با عدد ۴۷۰۸ دارد. تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور در این زمینه انجام شده است. در پژوهشی، کومار و سینگ^۴ (۲۰۲۵)، با مطالعه ای تجربی در میان مدرسین آموزش عالی در دهلی، به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معناداری

^۱ - Krumrei & Mancuso

^۲ - Miliman

^۳ - Srivastava & Gupta

^۴ - Kumar & Singh

بین معنویت در محیط کار و عملکرد وظیفه ای وجود دارد و این مطالعه نشان می دهد، معنویت در محیط کار و سازمان به عنوان ابزاری برای بهبود و بالندگی عملکرد شغلی است و می تواند موجب افزایش کارایی در موسسات آموزش عالی شود. احمد سیاحیر و همکاران^۱ (۲۰۲۵)، با تحلیل ۳۸ مطالعه مرتبط از پایگاه های معتبر اسکوپوس و ساینس دایرکت، مروری نظام مند مطابق با دستورالعمل های PRISMA، در حوزه معنویت در سازمان انجام داد، که اکثریت مطالعات، دارای همبستگی مثبت بین شیوه های مذهبی در محیط کار و شاخص های بهزیستی کارکنان هستند که علاوه بر اهمیت معنویت سازمانی و تقویت آن، باعث بهبود عملکرد و بالندگی در محیط کار شده و سبب می شود کارکنان بهتر کار کرده و سازمان را به رشد بیشتر نزدیک کنند که این خود باعث افزایش انگیزه، تعهد و رضایت شغلی شده و این عوامل منجر به بهبود عملکرد و رشد مستمر سازمان می گردد. ورما و گوپتا^۲ (۲۰۲۴)، با مرور ۱۱۸ مقاله و تحلیل به روش مرور تلفیقی، شکاف های در تعریف، اندازه گیری، عوامل موثر و پیامدهای بالندگی در محیط کار را شناسایی کردند. پژوهش آنان یک دیدگاه مفهومی جدید ارائه می دهد که نقش پیگیری های شخصی در شکل گیری بالندگی را برجسته می کند و تمایز میان بالندگی، رشد و پیشرفت را آشکار ساخته و در نهایت به چارچوبی جامع می رسد و معنویت به عنوان یکی از ابعاد بالندگی در محیط کار مطرح می شود که البته نیازمند بررسی های دقیق تر و روش های سنجش تخصصی است. تیگدی و همکاران^۳ (۲۰۲۴)، در پژوهش خود با بررسی رابطه بین معنویت در سطوح مختلف سازمانی و میزان بالندگی کارکنان پرداختند که نتایج آن نشان داد، معنویت فردی که تحت تاثیر معنویت در سطح سازمان و واحد کاری قرار دارد، نقش مهمی در ارتقا سلامت عاطفی و بالندگی کارکنان ایفا می کند و بر همین اساس بالندگی کارکنان، زمینه رشد و بالندگی سازمان را پدید می آورد. نتایج پژوهش رامش و سیننو^۴ (۲۰۲۴)، نشان داد با بهبود شیوه های آموزشی و ایجاد حمایت های لازم از اعضای هیات علمی می توان معنویت را در سازمان ارتقا داد؛ که این خود سبب بالندگی سازمان نیز خواهد شد که در ادامه به بهبود عملکرد و رضایت شغلی نیز کمک خواهد کرد و توسعه معنویت در سازمان می تواند، فرایند بالندگی سازمان را تسریع کرده و باعث افزایش ظرفیت-

¹ - Syahir et al

² - Verma et al

³ - Tigedi et al

⁴ - Ramesh & Sinnu

های بالندگی سازمانی گردد. یوسف و دوگار^۱ (۲۰۲۳)، با بررسی ۸۳ مقاله در بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳، با تأکید بر شباهت چشمگیر میان معنویت در محیط کار و روانشناسی مثبت‌گرا، به این نتیجه رسیدند که تحلیل ادبیات مرتبط با معنویت در محیط کار و روانشناسی مثبت‌گراست که می‌تواند، در توسعه و بالندگی ویژگی‌های مثبت سازمانی و انسانی موثر باشد. هانسیکر و دینگ^۲ (۲۰۲۲) در نتایج پژوهش خود بیان کردند، معنویت در محیط کار به طور مثبت، رفتار نوآورانه کارکنان را پیش‌بینی می‌کند، آن را افزایش داده و بالندگی کارکنان را تقویت می‌نماید و معنویت فراتر از یک مفهوم فردی، که منبع ارتقا نوآوری و بالندگی است و با ایجاد رشد و سلامت روانی در کارکنان، می‌تواند چارچوب مناسبی برای درک بهتر نقش معنویت در تحقق بالندگی سازمانی ارائه دهد. مایدل و همکاران^۳ (۲۰۲۲)، با تحلیل ۲۰ مطالعه، شامل ۲ مطالعه ترکیبی، ۸ مطالعه کمی و ۱۰ مطالعه کیفی، نشان دادند، بُعد معنوی در کار، تأثیر مثبت بر جنبه‌های کلیدی سازمان دارد، که مستقیماً به رشد و بالندگی سازمان کمک کرده و معنویت در محیط کاری، نقش مهمی در بهبود رضایت شغلی، سلامت روانی و جسمی کارکنان، افزایش تعهد سازمانی و ارتقا بهره‌وری و بالندگی و پایداری سازمان‌ها دارد. راثی و راجاین^۴ (۲۰۲۰)، در پژوهش خود، مدل‌های مختلفی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که معنویت در محیط کار و سازمان، تأثیر مثبتی بر کارکنان دارد و باعث رشد و عملکرد بهتر و بالندگی در محیط کار و سازمان می‌شود. در پژوهش‌های داخل کشور نیز، زارع و همکاران (۱۴۰۳)، با ارائه یک الگوی شش بعدی، ابعاد هدایت و راهبری تعالی محور ناظر بر سیاست‌ها و راهبردهای اجرایی سازمان، تمهیدات سازمانی بر پایه معنویت ناظر بر بسترهای اجرایی معنویت افزایی، توسعه اخلاق فردی ناظر بر توسعه و رشد فردی کارکنان، مدیریت خدایاوار ناظر بر اخلاق معنوی مدیران سازمان، گفتمان‌سازی ناظر بر توسعه فرهنگی و مشوق‌های ناظر بر تسهیلات مورد نیاز را، در راستای معنویت‌افزایی معرفی کردند. روشن و همکاران (۱۴۰۲)، بر اساس پژوهش خود، معنویت در سازمان را سازه‌ای متشکل از پنج بُعد؛ مشارکت، حس تعلق به جمع، زندگی درونی، همسویی با ارزش‌های سازمانی و معناداری کار را در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی طبقه‌بندی کردند و

^۱ - Yousaf & Dogar

^۲ - Hunsaker & Ding

^۳ - Maidl et al

^۴ - Rathee & Rajain

تاکید بر این که، ابعاد معنویت سازمانی در کنار یکدیگر شرایطی را ایجاد می کنند که به ارتقا کیفیت زندگی در محیط کار منجر می شود و با عواملی نظیر ارتقا باورهای معنوی، ترویج فرهنگ معنویت با مشارکت کارکنان، جذب افراد معنوی در سازمان، رهبری سازمان با رویکرد معنوی و تاکید بر ادغام معنویت با مسئولیت اجتماعی در سازمان سامان می یابد. رستمی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که هر یک از مؤلفه های شایستگی، سازگاری، خود آگاهی، هدفمندی، خودباوری و معنویت در دانشگاه با محیطی معنوی، می تواند افراد را در راستای توسعه انسانی و رشد و بالندگی محیط کار و سازمان یاری دهد. امیری و همکاران (۱۴۰۰)، اجزای اصلی الگوی تعالی معنویت در سازمان با رویکرد اسلامی را، فضائل اخلاقی، بنیان های معرفتی سازمان، رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت به کارکنان، عملکرد سازمان با رویکرد اسلامی، فضای معنوی مؤثر بر عملکرد سازمان، اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذی نفعان، عدالت محوری و رشد و ارتقای فرهنگی و معنوی کارکنان برشمردند. میر عابدینی و همکاران (۱۴۰۰)، با ارائه یک مدل نشان دادند، وجود معنویت گرایی در سازمان بر اخلاق کاری تاثیر دارد و موجب ارتباط مؤثر، افزایش صمیمیت، بهبود شرایط کاری، اهمیت دادن به همکاران، عدم فساد مدیران، افزایش تمایل به کار، تعهد و بها دادن به کارهای اخلاقی می شود و بهره گیری و تقویت در محیط کار می تواند باعث ایجاد بستری مناسب، برای رشد رفتارهای شخصی و سازمانی شوند.

مرور نظام مند ادبیات بالندگی سازمانی و معنویت گرایی در سازمان ها، موسسات و به ویژه در دانشگاه ها نشان می دهد با وجود مطالعات مختلف در این حوزه به ویژه در سال های اخیر و تا جایی که پژوهشگر اطلاع دارد، بیشترین مدل های ارائه شده، بر ابعاد ساختاری تکیه دارند و در مقابل معنویت سازمانی نیز عمدتاً در سطح فردی محدود مانده است. از سوی دیگر اگرچه سازمان ها بیشتر در مسیر بالندگی خود از راهبردهای گوناگون مدیریتی بهره می گیرند، اما پژوهش های اخیر نشان می دهد اتکا به ابزارهای صرفاً تکنیکی برای بالندگی مستمر و تحول کافی نیست و توجه به ابعاد معنوی و ارزشی کارکنان اهمیت فزاینده ای یافته است. وجود این شکاف نظری، ضرورت پرداختن به این موضوعات و طراحی مدل های جدید مدیریتی و سازمانی را آشکار می سازد که بنابر باور بسیاری از دانشوران و پژوهشگران، مدل جدید ورود معنویت به محیط های کاری و سازمانی، واکنشی به الگوی خشک و مکانیستی مدرن به شمار می رود. در این میان، دانشگاه آزاد اسلامی،

به عنوان یکی از گسترده ترین شبکه های آموزش عالی در ایران، با توجه به گستردگی جغرافیایی و جمعیتی و تعداد بالایی از اعضای هیات علمی، دانشجویان و رشته های کاربردی برای جامعه، از سویی هم به ارتقا و بالندگی در حیطه های مدیریتی و سازمانی خود نیازمند است و هم بهره گیری از پارادایم هایی چون معنویت، تا بتواند بیش از پیش در مسیر توسعه پایدار گام بردارد. این دانشگاه از ابتدای تاسیس تا کنون، بی تردید، با چالش های گوناگونی مواجه شده است و طراحی چنین مدلهایی در رسیدن به توسعه بیشتر می تواند، آغازی نو در جهت بالندگی سازمانی این دانشگاه با رویکردهای نوین انسانی، اخلاقی و معنوی برای آینده باشد، که بالندگی و معنویت برای هر سازمانی و به هر اندازه مهم و ضروری باشد، برای دانشگاه که وظیفه رشد و تغییر انسان و جامعه را بر عهده دارد، مهمتر و حیاتی تر خواهد بود. براین اساس، کوشش پژوهشگر در این نوشتار تبیین ابعاد بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد اسلامی، جهت رسیدن به یک مدل مطلوب در مسیر تحول و تعالی هر چه بیشتر در این دانشگاه است.

سوالات تحقیق

- ۱) ابعاد بالندگی سازمان معنویت گرا کدام اند؟
- ۲) مدل بالندگی سازمان معنویت گرا چگونه است؟

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، توسعه ای کاربردی و از نظر ماهیت و رویکرد، کیفی به شمار می رود. تحلیل محتوای کیفی را می توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده های متنی از طریق فرایندهای طبقه بندی شده، نظام مند، کد بندی و تم سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست (پیری سقرلو و تحریری، ۱۴۰۲: ۷۱). جامعه آماری این مطالعه نخبگان آگاه دانشگاهی بودند که از بین آنها تعداد ۱۴ نفر برای گردآوری داده های مورد نیاز از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته انتخاب شدند. مشارکت کنندگان در این پژوهش، به شیوه نمونه گیری غیراحتمالی هدفمند و مبتنی بر معیار انتخاب شدند. دیدگاه اصلی در این رویکرد آن است که اگر شرکت کنندگان به صورت هدفمند انتخاب شوند، دیدگاه های آنان این تفاوت را نشان خواهد داد و یک مطالعه کیفی خوب فراهم خواهد شد (کرسول، ۲۰۱۳: ۹۸). معیار انتخاب شرکت کنندگان در این پژوهش علاوه بر دانش تخصصی، پژوهشی، اجرایی و مدیریتی این بود که سابقه ای اجرای طرح های بالندگی و توسعه در سازمان های مختلف را داشته و تجربه تدریس، پژوهش و کار اجرایی را هم در دانشگاه های دولتی

و هم دانشگاه آزاد داشته و با ترکیب تخصص و تجربه و اشراف کامل به پرسش های مصاحبه در جهت رسیدن به یک مدل مطلوب پاسخ دادند. هر مصاحبه بین ۳۵ تا ۵۵ دقیقه به طول انجامید و سپس محتوای هریک ضبط و به صورت دقیق پیاده سازی شد و تا اشباع داده ها ادامه یافت، به طوری که مصاحبه های جدید، اطلاعات جدیدی به پژوهش اضافه نمی کرد. این شیوه مصاحبه، انعطاف پذیری لازم را برای تعامل عمیق با مشارکت کنندگان فراهم می آورد و امکان پیگیری موضوعات کلیدی را مهیا می کند (دلاور، ۱۴۰۲: ۴۶).

برای تحلیل داده ها از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شد، به این شرح که ابتدا در کدگذاری اولیه، متن مصاحبه ها به دقت خوانده شد و جملات، گزاره ها یا عبارات معنادار با ذهنی باز و بدون پیش داوری استخراج شدند. در مرحله بعد، کدهای باز یا اولیه با یکدیگر مقایسه شده و بر اساس شباهت معنایی در قالب زیر مقوله ها گروه بندی شدند. برای این منظور از روش تطبیقی مداوم استفاده شد و کدها چندین بار بازبینی و جمع گزیدند، تا انسجام بین آنها افزایش یابد. و در مرحله نهایی کدگذاری بر اساس یافته های حاصل از کدگذاری باز و محوری به صورت مفاهیم کلیدی و محوری پژوهش و پایه طراحی مدل تحقیق شکل گرفتند. جهت روایی و پایایی تلاش شد با دریافت تاییدیه و انجام کدگذاری توسط چند نفر، به اعتبارپذیری نتایج قوت بخشیده شود. برای اطمینان از اعتبار فرایند تحلیل، دو کدگذار مستقل، بخش هایی از مصاحبه ها را به طور جداگانه کدگذاری کردند که مقایسه مجموعه کدها نشان داد که توافق میان دو کدگذار ۸۰٪ بوده است. سپس انتقال پذیری به معنای قابلیت تعمیم نتایج به سایر حوزه ها و زمینه ها انجام شده و سعی شد که با انتخاب خبرگان مناسب و بهره گیری از پیشنهاد معتبر، شرایط مطلوب قابلیت انتقال یافته ها، افزایش یابد و سپس تاییدپذیری مقوله ها توسط خبرگان بررسی و مورد تایید و صحت سنجی مجدد قرار گرفت. ویژگی های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در پژوهش به شرح جدول ۱ می باشد.

جدول ۱. جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در مصاحبه

ردیف	جنسیت	تحصیلات	سمت	رتبه علمی
۱	مرد	دکتری مدیریت دولتی	هیئت علمی دانشگاه	دانشیار
۲	مرد	دکتری مدیریت آموزشی	ریاست دانشگاه	استاد
۳	زن	دکتری مدیریت رفتاری	هیئت علمی دانشگاه	استادیار
۴	مرد	مدیریت رفتار سازمانی	معاونت دانشگاه	دانشیار
۵	مرد	دکتری مدیریت آموزشی	ریاست دانشکده	استاد
۶	مرد	مدیریت رفتار سازمانی	هیئت علمی دانشگاه	دانشیار
۷	زن	دکتری مدیریت آموزشی	هیئت علمی دانشگاه	دانشیار
۸	زن	دکتری مدیریت آموزشی	معاون پژوهشی دانشگاه	دانشیار
۹	مرد	دکتری مدیریت دولتی	هیئت علمی دانشگاه	استادیار
۱۰	مرد	دکتری مدیریت بازرگانی	ریاست دانشگاه	دانشیار
۱۱	مرد	دکتری مدیریت آموزشی	هیئت علمی دانشگاه	دانشیار
۱۲	مرد	دکتری مدیریت بازرگانی	هیئت علمی دانشگاه	دانشیار
۱۳	مرد	مدیریت رفتار سازمانی	هیئت علمی دانشگاه	استاد
۱۴	مرد	مدیریت رفتار سازمانی	هیئت علمی دانشگاه	استادیار

علاوه بر اقدامات صورت پذیرفته برای اطمینان خاطر از روایی و پایایی نتایج، برای دستیابی به اعتبارپذیری و تأییدپذیری از دو ضریب نسبی روایی محتوایی (CVR)^۱ و شاخص روایی محتوا (CVI)^۲ استفاده شده است. بدین منظور برای سنجش روایی محتوایی یا CVR ، تمامی مقوله‌های شناسایی و مستخرج شده از مصاحبه‌ها در پرسشنامه‌ای براساس مقیاس فاصله‌ای سه‌تایی با گزینه‌های «غیر ضروری»، «مفید ولی غیرضروری» و «ضروری است» قرار داده شد و بین خبرگان شرکت کننده در مصاحبه‌های توزیع شد و از آنها خواسته شد که نظرات خود را برای مقوله‌های نهایی جمع‌بندی شده و به‌دست آمده از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، ارائه نمایند. نسبت روایی محتوایی (CVR) توسط (لاوشه^۳، ۱۹۷۵) طراحی شده است. این روش اساساً برای سنجش توافق

^۱ - Content Validity Ratio

^۲ - Content Validity Index

^۳ - Lawshe

نظرات ارزیابان یا داوران علمی (خبرگان مشارکت کننده) در مورد اینکه یک آیتم خاص به چه میزان در مدل مفهومی ضرورت دارد، مورد استفاده قرار می گیرد تا پژوهشگر با سازگاری یافته ها از پایداری داده ها اطمینان حاصل کند. برای تحلیل داده های این پژوهش از روش کدگذاری با نرم افزار مکس کیودا استفاده شد که در آن ابعاد، مولفه ها و شاخص ها، به روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی دسته بندی شدند.

یافته ها

این پژوهش به منظور مدل سازی کیفی بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد اسلامی، به روش تحلیل محتوا انجام شد. داده های این مطالعه از طریق انجام مصاحبه های نیمه ساختاریافته با ۱۴ خبره آگاه، با معیارهای انتخابی مناسب نظیر دانش تخصصی و سوابق پژوهشی و اجرایی، به صورت هدفمند گردآوری شد. فرایند تحلیل داده ها در سه مرحله کدگذاری باز: شامل استخراج و طبقه بندی داده ها؛ کدگذاری محوری: سامان دهی محورها و زمینه های مشترک مفهومی و کدگذاری انتخابی جهت شناسایی مقوله های اصلی تا رسیدن به مدل نهایی انجام شد. پیش از مشاهده جدول نهایی ابعاد، مولفه ها و شاخص ها، نتیجه شاخص روایی (CVR) و (CVR)، در جدول ۲ قابل مشاهده است. توضیح اینکه در این مرحله فقط ۸ نفر از خبرگان در انجام آزمون روایی مشارکت کردند. جدول ۲. توزیع فراوانی دیدگاه های خبرگان در رابطه با میزان اهمیت و ضرورت هر یک از

مقوله های اصلی شناسایی شده به همراه نتیجه شاخص ها

مفهوم	مقوله های اصلی	حجم نمونه	شاخص روایی محتوایی	نتیجه (ارتباط)	نسبت روایی محتوایی	نتیجه (ضرورت)
ابعاد اصلی مدل بالندگی سازمان معنویت گرا	رهبری معنویت محور	۸	۱	مرتبط	۱	با اهمیت (ضروری)
	اخلاق گرایی ارزش آفرین	۸	۱	مرتبط	۱	با اهمیت (ضروری)
	فرهنگ سازمانی معنویت گرا	۸	۱	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت (ضروری)
	شفافیت سازمانی	۸	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت (ضروری)

مفهوم	مقوله های اصلی	حجم نمونه	شاخص روایی محتوایی	نتیجه (ارتباط)	نسبت روایی محتوایی	نتیجه (ضرورت)
	یادگیری و بینش معنوی	۸	۰/۸۵۷	مرتبط	۱	با اهمیت (ضروری)
	شکوفایی سرمایه انسانی	۸	۱	مرتبط	۱	با اهمیت (ضروری)

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می شود، مقادیر روایی محتوایی برای تمامی مقوله های اصلی با ابعاد مدل از دیدگاه خبرگان مشارکت کننده از روایی قابل قبول برخوردار است و خبرگان پاسخگو، تمامی مقوله های اصلی استخراج شده از مصاحبه ها را در مدل مفهومی ضروری و مرتبط دانسته اند. لازم به ذکر می باشد که طبق توضیحات فوق مقدار مجاز برای شاخص CVR براساس جدول لاشه ۰/۷۵ و مقدار مجاز برای شاخص CVI برابر با ۰/۷۹ می باشد. البته مقادیر CVI و CVR برای هر یک از مقوله های فرعی یا مؤلفه ها نیز محاسبه گردید که در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی دیدگاه های خبرگان در رابطه با میزان اهمیت و ضرورت هر یک از

مقوله های فرعی شناسایی شده در مدل به همراه نتیجه شاخص ها

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	شاخص روایی محتوایی	نتیجه	نسبت روایی محتوایی	نتیجه
۱	رهبری معنویت محور	توسعه معنویت در محیط کار	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		تعالی بخشی در مسیر خدمت به دیگران	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		هم افزایی هوش معنوی و خرد سازمانی	۰/۸۵۷	مرتبط	۱	با اهمیت
		تحول آفرینی بر پایه ارزش های انسانی	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
۲	اخلاق گرایی ارزش آفرین	ارتقاء معنوی در رفتار سازمانی	۰/۸۳۳	مرتبط	۱	با اهمیت
		مسئولیت پذیری اجتماعی و سازمانی	۱	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	شاخص روایی محتوایی	نتیجه روایی محتوایی	نسبت روایی محتوایی	نتیجه
		حاکمیت اخلاق سازمانی	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		توسعه منابع انسانی بر اساس معیارهای معنوی	۰/۸۵۷	مرتبط	۱	با اهمیت
۳	فرهنگ سازمانی معنویت گرا	ساختار مشارکت محور و پیش برنده	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		جو سازمانی محترمانه و حمایتی	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		تعامل مثبت و رشد مشترک	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		ایجاد ارتباط مؤثر و سازنده	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		تبادل بین ارزش های مادی و معنوی	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
۴	شفافیت سازمانی	فضای کاری اعتماد ساز	۰/۸۳۳	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		دسترسی آزاد به اطلاعات	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		همکاری و توان افزایی بین افراد	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
۵	یادگیری و بیش معنوی	بازسازی فرهنگ یادگیری	۰/۸۳۳	مرتبط	۱	با اهمیت
		گسترش دانش معنوی و حرفه ای همه افراد سازمان	۱	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		یکپارچه سازی سرمایه دانشی سازمان	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		ایجاد فضای پویای یادگیری و آموزش همگانی	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
۶	شکوفایی سرمایه انسانی	فرصت های برابر رشد برای همه افرد سازمان	۱	مرتبط	۱	با اهمیت
		توسعه خود رهبری مؤثر و کارآمد	۰/۸۵۷	مرتبط	۰/۷۵۰	با اهمیت
		کسب مهارت های فردی، آموزشی و اجتماعی	۱	مرتبط	۱	با اهمیت

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	شاخص روایی محتوایی	نتیجه نسبت روایی محتوایی	نتیجه
		کیفیت زندگی کاری و سلامت سازمانی	۰/۸۵۷	مرتبط	۱ با اهمیت
		ایجاد نشاط معنوی در سازمان	۰/۸۳۳	مرتبط	۰/۷۵۰ با اهمیت
		امنیت و رضایت شغلی در سازمان	۱	مرتبط	۱ با اهمیت

با توجه به یافته‌های به دست آمده برای مقوله‌های فرعی مشاهده می‌شود که تمامی آنها دارای روایی قابل قبولی بوده و دارای مقادیر ضریب CVR قابل قبول از آستانه بحرانی (۰/۷۵) و شاخص روایی محتوایی یا CVI در حد قابل قبول یعنی ۰/۷۹ هستند. نسخه نهایی کدها و مقولات جهت ارزیابی روایی، مجدد در اختیار ۸ نفر از مشارکت کنندگان در مصاحبه قرار گرفت که ۶ نفر محتوای استخراج شده را تایید کردند و دو نفر نیز پیشنهادهایی جهت اصلاح برخی عبارات و ادغام تعدادی از مقولات ارائه داد که در نسخه نهایی اعمال شد. در نهایت مدل بالندگی سازمان معنویت گرا با ۶ بعد، ۲۶ مولفه و ۹۸ شاخص استخراج گردید که در جدول ۴ قابل مشاهده است:

جدول ۴. ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد

ابعاد	مولفه	شاخص	منبع	فراوانی
رهبری معنویت محور	توسعه معنویت در محیط کار	ایجاد انگیزه و تشویق به یافتن معنا و ارزش کار به کارکنان	P7- p9-p3-p9 (فرای ۲۰۰۴)، (یائو و همکاران، ۲۰۲۳)	۴
		هدایت کارکنان در رسیدن به باورهای معنوی و ترویج آن	P2-p6-p14-p7	۴
		تطبیق سیاست‌ها و فرایندهای سازمانی با اصول معنوی	P4-p11	۲
		پشتیبانی مدیر از رفتارهای انسانی و اخلاقی	P6-p10-p4	۳

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
	تعالی بخشی در مسیر خدمت به دیگران	ارتباط با خدا و اتصال معنوی	P6-p7-p13-p2-p9 (هاینلز، ۱۹۹۵)، (لیو، ۲۰۱۱)، (گراسیا، ۲۰۲۰)	۵
		ارزش بخشیدن به افراد سازمان	p3-p5-P7-p11	۴
		پرورش ایمان، امید و نوع دوستی بین کارکنان	P4-p11-p14-p2	۴
		خدمت صمیمانه کارکنان به یکدیگر به جای تسلط و کنترل	P5-p8-p4-p2	۴
هم افزایی هوش معنوی و خرد سازمانی		ترغیب کارکنان در رسیدن به خودآگاهی معنوی و جهان بینی گسترده	P2-p6-p14-p7 (هونگ، ۲۰۰۹)، (بلا و همکاران، ۲۰۱۸)	۴
		حکمت و تدبیر جمعی	P6-p14-p3-p4 عبداللهی و همکاران، ۱۴۰۰	۴
		خردورزی و نگرش معنوی در تصمیم گیری های سازمانی	p7-p5-P14-p2 (روچا و پینهیرو، ۲۰۲۰)	۴
تحول آفرینی بر پایه ارزش های انسانی		برنامه ریزی مستمر و هدفمندی پایدار در انجام امور	P6-p9-p11-p1-p11	۵
		ایجاد و تطبیق با تغییرات مثبت و قابل اجرا	P4-p5-p7-p9-p13 (پیو و همکاران، ۲۰۱۷)، (فروهلج، ۲۰۲۰)، (پیو، ۲۰۱۱)	۵
		استقبال از تفاوت ها و تنوع دیدگاه ها	P3-p8-p14 (زوهار و مارشال، ۲۰۰۴)	۳

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
انگیزش کمی ارزش آفرین		جذب و پرورش کارکنان آینده نگر و آینده نگار	P4-p10-p13	۳
		تدوین چشم انداز معنوی	P1-p9	۲
	ارتقا معنوی در رفتار سازمانی	خلق رفتارهای معنوی توسط مدیر و کارکنان	P9-p5-p11	۳
		ترغیب افراد به سمت صداقت و درستکاری	P6-p8-p14 (اومن و والابهان، ۲۰۲۵)	۳
		آموزش و تقویت رفتارهای اخلاق محور در سازمان	p7-P1-p3-p13 (آل فورتن و دوگان، ۲۰۲۱)	۴
		رعایت عدالت و انصاف در توزیع فرصت ها و مسئولیت ها	P5-p6-p11 (امیری و همکاران، ۱۴۰۰)	۳
		تجلی اعتقادات در رفتار فردی و اجتماعی	P1-p4-p5-p7-p9 (اسپرونگ و همکاران، ۲۰۱۲)، (بیکر و همکاران، ۲۰۰۸)، (ناگیو، ۲۰۱۰)	۵
	مسئولیت پذیری فردی و اجتماعی	نگرش وظیفه مدار نسبت به سازمان	P4-P7-p8	۳
		ایجاد نظام پاسخگویی	P1-p9	۲
		ارزیابی مناسب، اخلاقی و به موقع از کارکنان	P3-p6-p8-p13	۴

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
		مشارکت در فعالیت - های اجتماعی و خیرخواهانه	P2-p6-p3	۳
		رعایت قوانین و مقررات در سازمان	P2-p4-p5-p9-p13	۵
	حاکمیت اخلاقی سازمانی	جلوگیری از تضاد منافع و سوء رفتار سازمانی	P4-p-13 (میرعابدینی و همکاران، ۱۴۰۰)	۲
		حمایت مدیر از ارزش های اخلاقی	P1-p3-p5-p12-p13 (کامینگ و ولگ، ۱۹۹۳)،	۵
		برخورداری همه کارکنان از مزایای مطلوب و احترام به حقوق بین فردی	P5-p7-p11	۳
	توسعه منابع انسانی بر اساس معیارهای معنوی	جذب منابع انسانی متعهد	P4-p6-p9-p13	۴
		پرورش کارکنان سازگار و اخلاق مدار	P5-p8-p10-p13 (گلپرو و همکاران، ۱۳۹۴)، (زارع و همکاران، ۱۴۰۳)	۴
		جانمایی افراد در جایگاه و پست مناسب	p14-P1-p9	۳

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
فرهنگ سازمانی معنیت‌گرا	ساختار مشارکت محور و پیش برنده	هم فکری و هماهنگی در تصمیم گیری ها و استراتژی ها	p9-p13 (پاندى، ۲۰۱۶)	۲
		زمینه سازی گفتگو و نقد دلسوزانه اعضا با هم	P1-p5-p7	۳
		انعطاف پذیری و سازگاری سازمانی	P3-p5-p7-p14	۴
	جوسازمانی محترمانه و حمایتی	ارزش گذاری به وجدان کاری در سازمان	P1-p3-p8-p13	۴
		وفاداری افراد به سازمان	P4-p8-p14 (میلیمان، ۲۰۱۶)	۳
		ایجاد رقابت سالم بین کارکنان	P9-p14	۲
		ترویج احترام و کرامت انسانی	P4-p6-p13-p14 (رایینز، ۲۰۱۳)، (جرکونیز و گیلاسون، ۲۰۰۴)	۴
		قدرشناسی اعضای سازمان نسبت به هم	P8	۱
		پشتیبانی مدیر و کارکنان از یکدیگر	P3-p8-p9-p11	۴
		شفقت و مهربانی کارکنان در موقعیت های مختلف	P9-p6-p11-p14 (زوهار و مارشال، ۲۰۰۰)	۴

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
	تعامل مثبت و رشد مشترک	مثبت اندیشی در افکار و عملکرد	P1-p3-p6- (لیو و رابرتسون، ۲۰۱۰)، (یوسف، ۲۰۱۱)	۳
		درک تفاوت های فردی	P7-p13 (مک گیل، ۲۰۰۶)، (نیوبرت و همکاران، ۲۰۱۷)	۲
		تمایل به ماندگاری و احساس افتخار به سازمان	P14	۱
	ایجاد ارتباط موثر و سازنده	تقویت انسجام و همدلی بین اعضا	P5-p7-p8-p10 (گلپروور و همکاران، ۱۳۹۳)	۴
		حمایت مدیر از ارزش های معنوی افراد	p4-p7-p9-p11 (رامش و سیننو، ۲۰۲۴)	۴
		سیستم جمع گرایی به جای فردگرایی	P9	۱
		احساس تعلق و وابستگی به سازمان	P3-p7-p9-p14 (چاکرابارتی، ۲۰۲۳)	۴
تعادل بین ارزش های مادی و معنوی	تعادل بین ارزش های مادی و معنوی	از میان برداشتن باورهای منتهی به مادی گرایی صرف	P4-p8-p11	۳
	مادی و معنوی	پاداش دهی معنوی و مادی به کارکنان	P4-p7-p9-p11	۴

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
نیکی به مردم		الهام بخشی و امیدآفرینی در چارچوب فعالیت های سازمانی	P4-p7 (شمالی، ۲۰۱۱)، (گلپور، ۱۳۹۷)	۲
	فضای کاری اعتمادساز	اطمینان متقابل بین مدیر و افراد سازمان	P1-p3-p5	۳
		تبادل باز و صادقانه اطلاعات	p5-p9-	۲
		احساس تاثیرگذاری بر روند تصمیمات سازمان	P1-p9 (بویر، ۲۰۰۸)، (کونینگ، ۲۰۰۹)	۲
	دسترسی آزاد به اطلاعات	اشتراک گذاری و ارائه به موقع اطلاعات	P5-p7-p9-p13	۴
		قابلیت بهره برداری لازم و کاربردی از محتوای مرتبط با سازمان	P4-p9-p13	۳
		پرهیز از ابهام و پنهان کاری در روابط بین اعضا	P5-p9	۲
	همکاری و توان افزایی بین افراد	هم اندیشی برای حل مسائل و چالش های سازمان	P4-p8-p13	۳

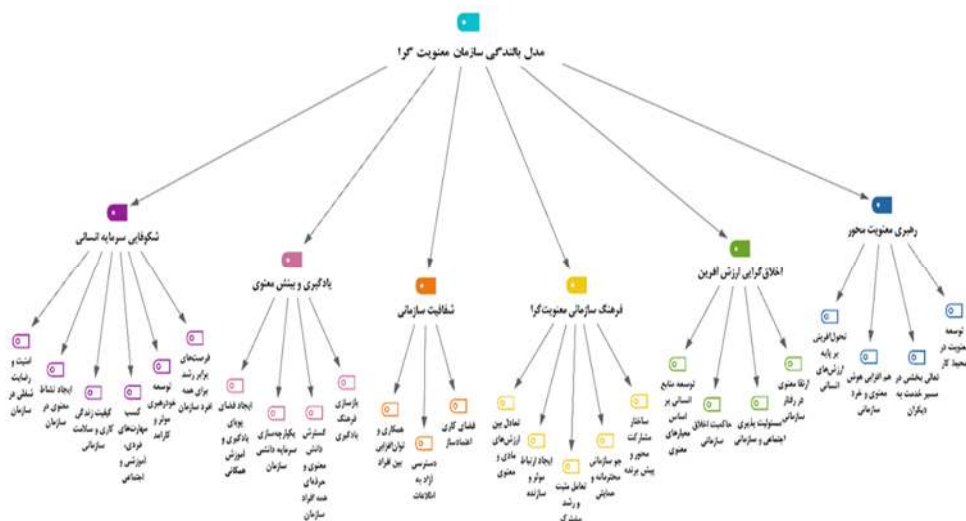
ابعاد	مولفه	شاخص	منبع	فراوانی
نادگرایی و بینش معنوی		تمایل به همکاری تیمی	P3-p11 (ادیبی نیا، ۱۴۰۳)	۲
		تعهد به پیشبرد اهداف مشترک	P1-p14 (مایدل و همکاران)	۲
	بازسازی فرهنگ یادگیری	ایجاد آموزش های لازم برای همه افراد سازمان	P3-p4-p5-p6	۴
		تلاش برای تبدیل سازمان یاد دهنده به سازمان یادگیرنده	P3-p7-p9-p11	۴
		پرورش احساس نیاز و دغدغه مندی به یادگیری بین کارکنان	P9-p14	۲
	یکپارچه سازی سرمایه دانشی سازمان	به کارگیری تخصص و تجربه در کنار هم	P3	۱
		پرورش هوش سازمانی	P6-p8	۲
		تسهیم دانش معنوی	P2-p5p7 (رادمردی و همکاران، ۱۴۰۱)	۳
	گسترش دانش معنوی و حرفه ای	بهبود عملکرد و ارتقا کیفیت آموزشی، پژوهشی و کارآفرین	P6-p9-p13	۳
		دانش پژوهی با رویکرد معناگرایانه	P5-p9	۲

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
	همه افراد سازمان	غنی سازی دانش معنوی و حرفه ای همه افراد	p5-p7-p10	۳
	ایجاد فضای پویای یادگیری و آموزش همگانی	تشویق به یادگیری مستمر	P3-p5-p9	۳
		به کارگیری روش های نوآورانه و استقبال از فناوری های نوین	P5-p8-p11 (گوپتا و سینگ، ۲۰۲۰)، (هانسیکر و دینگ، ۲۰۲۲)	۳
		جذب، حفظ و رشد استعداد های معنوی در سازمان	P5-p10 (راثی و راجین، ۲۰۲۰)	۲
		ارزش گذاری و پاداش دهی به کارکنان بر اساس میزان دانش معنوی	P2-p4-p13	۳
توانمندسازی چندبعدی کارکنان	توانمندسازی چندبعدی کارکنان	شناخت عمیق توانایی های فردی	P3-p11 (ورما و گوپتا، ۲۰۲۱)	۲
		فرصت های برابر رشد برای همه افراد سازمان	P3-p7	۲
		تاب آوری در مواجهه با چالش ها و موقعیت های بحرانی	P9-p12 (شمالی، ۲۰۱۰)	۲
		همکاری متقابل مدیر و کارکنان برای ارتقا معنوی و حرفه ای اعضا	P6-p9	۲

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
	توسعه خودرہبری موثر و کارآمد	خود کارآمدی کارکنان در تحقق اهداف سازمانی	P1-p5	۲
		تبدیل نقاط ضعف به نقاط قوت	P4-p7	۲
		تطبیق پذیری با تغییرات محیطی	p11-P4-p6 (راماشانداریان، ۲۰۲۴)	۳
		تشویق به خود آگاهی و خوداندیشی	P4-p7	۲
		ارزیابی و بازخورد درونی و فردی	P5-p7	۲
	کسب شایستگی های فردی و اجتماعی	خودگردانی و خودکنترلی گفتاری و رفتاری	P7-p9 (بیک زاد و همکاران، ۱۴۰۰)	۲
		ارتباط هوشمندانه و هدفمند با خود و دیگران	P9-p14 (رجایی و بنی هاشمی، ۱۴۰۰)	۲
		توانایی تجزیه و تحلیل مسائل فردی و اجتماعی	P3-p9-p1 (بوردپاتو، ۲۰۲۴)	۳
		قابلیت انتخاب رفتار درست در موقعیت های مختلف	P3-p9	۲
		ایجاد رفاه نسبی و احساس خودارزشمندی برای همه کارکنان	P3-p5-p7-p9 (روشن و همکاران، ۱۴۰۲)	۴
	کیفیت زندگی کاری و			

ابعاد	مؤلفه	شاخص	منبع	فراوانی
	سلامت سازمانی	رضایت ذهنی و درونی از زندگی کاری	P5-p7-p8 (گیگل، ۲۰۱۲)	۳
		تلاش برای دستیابی به یک سازمان سالم و قدرتمند	p7	۱
	ایجاد نشاط معنوی در سازمان	تقویت سرزندگی و آرامش درونی هنگام کار	P6-p9-p14	۳
		لذت بردن و انرژی سازی از کار با معنا	P7-p11 (هارینگتون و همکاران، ۲۰۰۲)	۲
		سلامت عاطفی و روانی کارکنان	P2-p8 (هانسیکر و دینگ، ۲۰۲۲)، (تیگدی و همکاران، ۲۰۲۴)	۲
		توجه به حال خوب کارکنان و گوش- سپاری به نظرات آنان	P7-p14	۲
	امنیت و رضایت شغلی در محیط کار	توسعه خودشکوفایی و بهزیستی معنوی کارکنان	P5-p7-p9-p13 (سیاحیر و همکاران، ۲۰۲۵)	۴
		کاهش استرس و تنش های بین فردی	p10-p13-p14	۳
		رضایت شغلی در محیط کار	P2-p4-p5 (سپتا و همکاران، ۲۰۱۳)، (رامش و سیننو، ۲۰۲۴)	۳
		توجه به نیازهای روانشناختی کارکنان	P5-p9-p13- (اومارا و محمد ندیم، ۲۰۲۳)	۳

با توجه به جدول بالا، مفاهیم شناسایی شده از ۹۸ شاخص، در ۲۶ مولفه و ۶ بُعد طبقه بندی شده و مدل نهایی این پژوهش را تشکیل دادند. ابعاد رهبری معنویت محور، اخلاق گرای ارزش آفرین، فرهنگ معنویت گرا، شفافیت سازمانی، یادگیری و بینش معنوی، و شکوفایی سرمایه انسانی، ابعاد اصلی مدل بالندگی سازمان معنویت گراست که در شکل زیر نمایان است.



شکل ۱. مدل بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد با نرم افزار مکس کیودا

در ادامه هر یک از ابعاد مدل پژوهش، بر اساس دیدگاه‌ها و گفته‌های مصاحبه‌شوندگان تحلیل می‌شود.

بُعد رهبری معنویت محور: رهبری معنویت محور، به عنوان نخستین بعد این مدل، نوعی رهبری است که بر ارزش‌ها، معنا، خدمت و رشد درونی افراد تأکید دارد و با این نگاه رهبر نه فقط مدیر یک سازمان، که الهام بخش و یک راهنمای خوب اخلاقی است. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گوید: آنچه یک دانشگاه را با وجود تمام ویژگی‌های مرتبط با توسعه و انسان، تبدیل به یک سازمان بالنده می‌کند وجود سبک رهبری با محور فکری معنویت است، طوری که افراد تشویق شوند و انگیزه پیدا کنند و معنا و ارزش کار خود را بفهمند، مثل یک معلم که تا ارزش معلمی را درک نکند، تدریس برایش شغل است، نه تاثیرگذاری و تحول خودش و دیگران. این سبک، فقط

رهبری معنوی و شاخصه‌های آن را در بر نمی‌گیرد و رهبر معنوی دانشگاه، قبل از اینکه از کارکنان خود انتظار مثلاً نوع دوستی یا معناگرایی در کار داشته باشد، با تغییر نگاه و مدل ذهنی خودش، قدم در مسیر هدایت کارکنان می‌گذارد و باعث می‌شود افراد سازمان طوری تربیت شوند که به جای اینکه همدیگر را کنترل کنند یا به هم مسلط باشند، به یکدیگر خدمت صمیمانه داشته باشند.

کد خدمت صمیمانه به جای تسلط و کنترل، ایجاد انگیزه و تشویق به یافتن معنا، و ارزش کار به کارکنان از این مصاحبه استخراج شده است. در تحلیل این بعد بیان می‌گردد، بالندگی، گونه‌ای از رشد یافتگی همه جانبه و چند بعدی در همه افراد سازمان است و با همین نگاه، رهبری معنویت محور در سازمان، نه فقط یک سبک اجرایی است که منجر به بهبود اخلاق کاری می‌شود، که سلامت سازمانی را تضمین می‌کند و رهبرانی که از طریق انگیزه‌های درونی، کارکنان را تحت تاثیر قرار می‌دهند، اثرات پایداری در موفقیت سازمان دارند. فرای^۱ (۲۰۰۴)، با همین دیدگاه در مطالعات خود، ایجاد انگیزه و تشویق به یافتن معنا و ارزش کار به کارکنان را هدف اصلی یک رهبر معنوی می‌داند و امید و چشم انداز و معناداری کار را از ویژگی‌های آن معرفی می‌کند. به این ترتیب است معنویت در تار و پود و فرهنگ سازمانی وارد می‌شود و اثرات بلند مدتی خواهد داشت. نظر دیگر مصاحبه شونده در این باره چنین است: رهبر یک دانشگاه با دیدگاه معنوی مثل سکان دار یک کشتی است. دریای سازمان هم طوفانی است و هم آرام، اما افرادی که تحت پرورش رهبران معنوی قرار می‌گیرند، با آسانی‌ها و دشواری‌های سازمان خود بزرگ می‌شوند، خودشان را مانند خانواده، عضو حقیقی سازمان می‌دانند و ارزش کارشان را در مسیر ایمان و رضایت خدا یا حس نوع دوستی به فراخور اعتقادشان اندازه گیری می‌کنند و سعادت را در همین دیدگاه معنا می‌دانند، نه فقط اندازه‌ی حقوق و مزایا و دستمزدها و مهمتر اینکه اینگونه رهبران به پیروان خودشان یاد می‌دهند که چشم انداز داشته باشند و آنها یاد می‌گیرند که باور کنند، آینده بهتر از گذشته خواهد بود پس بیشتر و انسانی تر تلاش می‌کنند تا به این آینده برسند. در واقع رهبران معنویت محور، آفرینندگان تحول در سازمان هستند، از تغییرهای کوچک شروع می‌کنند تا با تلاش مداوم و یاری کارکنان‌شان به تحول آفرینی برسند.

^۱- Fry

کد ارتباط با خدا، ارزش بخشیدن به افراد سازمان، خلق رفتارهای معنوی، از این مصاحبه استخراج شده است.

رهبری و انتخاب مناسب سبک آن برای یک سازمان به ویژه سازمان‌های آموزشی از اهمیت ویژه ای برخوردار است و بر اساس مدل ارائه شده، رهبری معنویت محور می‌تواند یکی از بهترین انتخاب‌ها برای آینده بهتر در مسیر بالندگی سازمانی باشد. دیگر مصاحبه شونده در این باره می‌گوید: معنویت خیلی گسترده در مباحث سازمانی تعریف شده اما در چندین پژوهش عیناً این عبارت را دیدم که معنویت قلب دین و دینداری است و بیش از یک باور، جنبه های عملی را در یک سازمان نشان می‌دهد. در واقع گرایش افراد آن سازمان و از همه بیشتر مدیران و رهبران سازمان به سمت معنویت گرایی است و اگر بخواهم بهتر بگویم، رهبر با نگرش معنویت، جهان بینی کارکنان خود را گسترده می‌کند و دید او به کار یک نگاه معمولی و سطحی به کارش نیست، نوع تصمیم گیری‌ها فرق دارد و دیدگاه متفاوتی در سازمان وجود دارد، مخصوصاً در عصر هوش مصنوعی. این خودش یک جور تحول آفرینی است و رهبران سازمانی با دیدگاه معنوی، از هوش معنوی سرشارند که باعث می‌شود رهبر از مدیریت صرف سازمان به رهبری سفر کند و به عبارتی به خودآگاهی برسد و خردمندی و هدف داشته باشد که خیلی متعالی است و با این دیدگاه خروجی سازمان قطعاً متفاوت خواهد بود مخصوصاً در آموزش عالی و دانشگاه که جامعه این پژوهش است.

کد خردورزی و نگرش معنوی در تصمیم گیری های سازمانی، ترغیب کارکنان در رسیدن به جهان بینی گسترده، خودآگاهی و هوش معنوی و تحول آفرینی از مصاحبه فوق استخراج شده است.

در تفسیر این بعد بیان می‌گردد، بسیاری از صاحب نظران مدیریت بر این باورند که باید معنویت به عنوان جزء جدایی ناپذیر رهبری و سازمان در نظر گرفته شود تا در دستیابی به سطوح بالاتر برای موفقیت و توسعه سازمانی کمک کند. بنابراین ترکیبی از باور، اخلاق و ویژگی های مثبت انسانی است که علاوه بر وجود داشتن در شخصیت فردی رهبران سازمان، به عنوان اصول مهم آموزشی و پرورشی یک سازمان بالنده به شمار می‌رود. هدف رهبری معنوی این است که نیازهای معنوی رهبر و پیروان را برای ماندگاری معنویت و سعادت معنوی از طریق احساس عضویت و معنا در کار برای خلق بینش و بصیرت و هم خوانی ارزشی در سطوح فردی، تیمی و سازمانی و سرانجام پرورش سلامت روانی مثبت و تعهد و بهره وری سازمانی تحقق بخشد. یکی دیگر از مصاحبه شونده گان در

این باره گفت: مدیر یک سازمان معنوی علاوه بر این که یک رهبر معنوی است، هدفمند است، نوع دوست است و بسیار امیدوار و با ایمان حتی اگر با مشکلات زیادی مواجه باشد، و با همین ویژگی ها هم کارکنان خود را هدایت و تربیت می کند.

کد پرورش ایمان، امید، و نوع دوستی بین کارکنان، از این مصاحبه استخراج شده است.

پس این رهبری معنویت محور است که با ارزش بخشی به دیگران و کارشان و تدوین چشم انداز مثبت، سازمان را به سوی آینده بهتر هدایت می کند و سازمان برای دستیابی به بالندگی به اینگونه رهبران و نگاه های متفاوت نیاز اساسی دارد. اکبری و همکاران (۱۳۹۵)، بر اساس پژوهش خود تاکید دارند، نیروی رقابت جهانی، سازمان های امروزی را مجبور کرده که بعد از سال ها استفاده از رویه های کاری ثابت و سبک های مدیریتی، شیوه های نوینی را در پیش گیرند. اکثر این سازمان ها برای موفقیت، توجه خود را به رهبران سازمان معطوف کرده اند، چرا که رهبر با تغییر سر و کار دارد و از میان سبک های مختلف، رهبری معنویت محور قادر خواهد بود، سازمان را به آرامی از محیط کوچک فعالیت های اقتصادی و اجتماعی محض، به مکان هایی برای بالندگی معنوی تبدیل کند.

بُعد اخلاق گرایی ارزش آفرین: یکی از مهمترین عواملی که انسان ها را در جوامع و سازمان های مختلف کنار یکدیگر قرار می دهد و یا از هم دور می سازد، اخلاق است. اخلاق گرایی ارزش آفرین به جهت تلفیق با معنویت در این مدل مفهومی، متعالی تر از اخلاق سازمانی یا اخلاق در کار بوده و فراتر از رعایت قوانین و مقررات رسمی حرکت می کند. نظر یکی از مصاحبه شوندگان در این باره این بود: در یک دانشگاه معنویت گرا، انصاف و عدالت وجود دارد و افراد آنچه را که بدان اعتقاد دارند در رفتار و برخوردشان نشان می دهند، آن هم نه از روی ترس یا قضاوت شدن، بلکه به این دلیل که بر خودشان واجب و لازم می دانند که از نظر اخلاقی درست رفتار کنند.

کد رعایت عدالت و انصاف در توزیع فرصت ها و مسئولیت ها و تجلی اعتقادات در رفتار فردی و اجتماعی، از این مصاحبه بدست آمده است.

اسمیت^۱ (۲۰۰۳)، بر این باور است، تردیدی نیست که فضایی مانند دانشگاه نباید و نمی تواند فاقد نظم و مقررات و مسئولیت پذیری باشد، اما ارزش های اخلاقی، زیربنایی را فراهم می کنند که یک جامعه متمدن و متعالی، دارای فرهنگ و رفتار بالنده شود؛ زیرا بدون این زیربنا، جامعه متمدن از هم

¹ - Smith

پاشیده و فرو می ریزد. یکی از مصاحبه شوندگان در این باره می گوید: مسئولیت پذیری از ویژگی- های مهم یک نظام اخلاقی است آن هم نه فقط به خاطر قوانین و مقررات دانشگاه یا هر سازمانی و یا توبیخ و تنبیه و ارزیابی، بلکه به خاطر ارزشی که در وجود تک تک کارکنان نهادینه شده که باید در هر زمانی وظایف خود را درست و مفید انجام دهند و اینکه اعضای این سبک سازمانها صداقت و درستکاری را حتما در کارهای خودشان و رفتار و منششان لحاظ می کنند و مدیران با خیال راحت کارها را به آنها می سپارند.

کد مسئولیت پذیری فردی و اجتماعی و ترغیب افراد به سمت صداقت و درستکاری از این مصاحبه استخراج شده است.

در تحلیل این بُعد بیان می گردد، معنویت گرایی موجب بالا رفتن سطح اخلاق کاری می شود. اخلاق کاری می تواند دربرگیرنده شاخص هایی مانند مسئولیت پذیری، احترام به دیگران، احترام به ارزشها، احترام به هنجارهای سازمان و انجام وظایف به بهترین نحو ممکن باشد و همه ی این موارد در کنار هم باعث ایجاد جوی اخلاق گراست که در جهت یک هدف متعالی و کمال مطلوب حرکت می - کند. هم چنان که میرعابدینی و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیق خود تاکید دارند، این حرکت مطلوب به رشد سازمان منتهی می شود و تک تک افراد می کوشند در کار خود بهترین عملکرد را داشته باشند. یک برنامه اخلاقی ارزش محور، شامل عناصر کنترلی، مانند آیین رفتار حرفه ای، آموزش اخلاق، خدمات حمایتی اخلاقی و بسیاری موارد دیگر است که برای جلوگیری از رفتار غیر اخلاقی کارکنان بر انگیزه دادن به کارکنان برای اجتناب از انجام کارهای نادرست از طریق ایجاد ارزش های اخلاقی سازمانی تاکید دارند. نظر دیگر مصاحبه شونده در این باره این بود، سازمان های معنویت گرا، هم رشد فردی دارند و هم اجتماعی و چون نسبت به سازمان شان احساس تکلیف می کنند پس قوانین و مقررات را رعایت می کنند آن هم نه از روی اجبار که وظیفه اخلاقی و به واسطه ی فرهنگی که در آن بزرگ شده اند و کار می کنند.

کد رعایت قوانین و مقررات در سازمان از این مصاحبه استخراج شده است.

بر اساس پژوهش غلامی و عسکری (۱۴۰۲)، سازمان ها جهت انجام امور سازمانی، علاوه بر معیارهای قانونی و سازمانی، نیازمند مجموعه ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی هستند تا کارکنان را در رفتار و اعمالشان یاری دهد. این رهنمودهای اخلاقی و ارزشی، در عملکرد کارکنان جایگاه بنیادی دارد.

اخلاق مداری برای تعالی سازمان لازم است و عملکرد سازمان را بهبود می بخشد، سوء رفتار را کم می کند و به مدیریت بهتر، بررسی مشکلات و موانع سازمانی به صورت منطقی کمک می نماید. از سوی دیگر، با ایجاد و عمل به استانداردهای اخلاقی، باعث پیشرفت سازمان و حفظ عملکرد آن در دراز مدت شده و همین استانداردهای اخلاقی، زمینه را برای حفظ مزیت رقابتی با دیگر سازمانها فراهم می کند. نظر دیگر مصاحبه شونده در این باره این است: اخلاق مداری و حمایت از ارزش های اخلاقی در یک سازمان اول کار یک مدیر خوب است، یک مدیر کم اشتباه مخصوصا در مسائل اخلاقی. نمی شود یک مدیر به اخلاقیات کم توجه باشد، اما از کارکنان خود انتظار رفتارهای اخلاقی درست داشته باشد.

کد حمایت مدیر از ارزش های اخلاقی از این مصاحبه استخراج شده است.

نظر دیگر مصاحبه شونده در این مورد چنین است: برای بالندگی سازمانها، هر کس باید با توجه به تخصص و توانایی در جای درست خودش قرار بگیرد، این یعنی اهمیت به ارزش ها و اهمیت به اخلاق کاری. پس ارزیابی مهم است اما با روش های درست و محترمانه. باید ارزیابی مناسبی از کارکنان صورت بگیرد و این کار کاملا اخلاقی انجام شود چون در غیر این صورت بالندگی اتفاق نمی افتد و افراد متوجه نمی شوند که ضعف شان کجاست اما وقتی رویکرد سازمان، معنویت گرا شد، ارزیابی به قصد مچ گیری نه، که به قصد ترمیم و بازسازی و بهبود صورت می گیرد که این خودش از رموز بالندگی است. آنچه این بُعد را از ابعاد دیگر مدل ها مستثنی می کند ارزش آفرینی است و توجه به این نکته که در سطوح پایین، اخلاق بیشتر در حد شعار باقی می ماند و با رفتارهای متناقض همراه است، اما با رشد سازمان، ارزش های اخلاقی و استانداردهای رفتاری اجرا می شوند و سازمان اخلاق را به عنوان منبع ارزش آفرینی پایدار برای کارکنان و سپس جامعه به کار می گیرد.

بُعد فرهنگ سازمانی معنویت گرا: فرهنگ مفهومی گسترده در ادبیات مدیریت دارد و در کنار واژه های معنویت نیز گسترده تر می شود. بر اساس پژوهش طهماسبی (۱۳۹۴)، هریک از اعضای سازمان در ایجاد فرهنگ سازمانی سهم دارند، اما چنین فرایندی عموما به راحتی دیده نمی شود و زمانی که سازمان ها تلاش می کنند، استراتژی ها یا برنامه های جدیدی را پیاده کنند که در مقابل هنجارها و ارزش های فرهنگی موجود قرار می گیرند و اینجاست که می توان به قدرت فرهنگ پی برد. بر این اساس، دانشگاه ها باید دارای ویژگی های خاصی باشند تا بتوان آنها را دارای فرهنگ

سازمانی معنویت گرا نامید. نظر یکی از مصاحبه شونده گان این بود: اگر بین افراد یک سازمان همدلی وجود داشته باشد، همگی به فضای کاری خود وابسته می شوند و خودشان را جدا از سازمان-شان نمی دانند آنها کنار هم گروه تشکیل می دهند یکی می شوند و با کار تیمی، برای رسیدن به هدف های مشترک در کنار هم تلاش می کنند.

کد تقویت انسجام و همدلی بین اعضا و تمایل به کار تیمی، از این مصاحبه استخراج شده است. در تحلیل این بُعد بیان می گردد، افراد در اینگونه فرهنگ ها در کنار هم هستند و هدفشان رشد مشترک و همدلی برای رسیدن به اهداف مشترک است. حس هدفمندی، تمرکز بر توسعه افراد، گشوده بودن و توانمندسازی کارکنان از دیدگاه روپرای^۱ (۲۰۱۰)، از مهمترین ویژگی های یک سازمان معنویت گراست، اما وی ویژگی مهم دیگری نیز به این ۴ مورد اضافه می کند که آن بیان آزادانه نظرات است. سازمان های معنویت گرا به کارکنان خود اجازه می دهند، تا عواطف و احساساتشان را بدون هیچ ترس و سرزنشی بیان کنند. نظر یک دیگر از مصاحبه شوندگان در این باره چنین است: گوش دادن به نظرات کارکنان از مهمترین ویژگی های یک فرهنگ معنوی است. در واقع کسی خودش را برتر از دیگری نمی داند و اعضای دانشگاه در جلسات خود، گوش می دهند تا درست تصمیم بگیرند و بهتر عمل کنند یعنی زمینه نقد دلسوزانه را فراهم می کنند. این گوش-سپاری یعنی در سازمان های معنوی به کرامت انسانی افراد توجه می شود و همدلی و همبستگی وجود دارد.

کد زمینه سازی گفتگو و نقد دلسوزانه اعضا با هم، احترام و کرامت انسانی و تقویت همدلی بین اعضا از این مصاحبه استخراج شده است. در فرهنگ سازمانی معنویت گرا، افراد سازمان کنار یکدیگر قرار دارند، نه در مقابل هم و تمام تلاش شان این است که با انسجام و یکپارچگی، اهداف مثبت و مشترک را در سازمان پیش ببرند. یکی دیگر از مصاحبه شوندگان در این باره تاکید کرد، وجدان کاری و وفاداری در یک سازمان معنویت گرا مخصوصا محیط های آموزشی مثل دانشگاه، یک فرهنگ است. یک فرهنگ انسانی به معنای والای خودش. چون افراد سازمان نسبت به همدیگر حساسیت های نابه جا ندارند و بین شان اگر رقابتی هم وجود داشته باشد، از نوع رقابت سالم است و

^۱ - Ruprai

این همان عاملی است که سازمان را هم به بالندگی می‌رساند و همکاران از رشد و ترقی یکدیگر خوشحال می‌شوند.

کد ارزش گذاری به وجدان کاری در سازمان، و وفاداری افراد به سازمان و ایجاد رقابت سالم بین کارکنان از این مصاحبه استخراج شده است.

فرهنگ سازمانی معنویت گرا، ساختاری متفاوت از سایر سازمان‌ها دارد و ترکیبی از باورهای متعالی، ارزش‌ها، رفتارهای مثبت و واکنش‌های انسانی است و البته سازمانی مشارکت محور و محترم که افراد با پشتیبانی از یکدیگر به سمت آرمان‌های مشترک که همان ارزش‌های معنوی است، قدم برمی‌دارند. سازمان‌های معنوی اغلب دارای هدفی بالاتر بوده و به دنبال فرهنگ‌هایی هستند که انسجام بخش احساس مسئولیت امور بشر دوستانه باشند. نظر یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان در این باره این است: سرمایه انسانی معنوی پایه و اساس سرمایه معنوی در سازمان هستند و کارکنانی که به ارزش‌های معنوی پایبند هستند این ارزش‌ها را در فرهنگ سازمانی تزریق می‌کنند. از سوی دیگر معنویت و سرمایه معنوی به رشد منابع انسانی کمک می‌کند و محیطی مثبت و الهام بخش برای کارکنان ایجاد می‌سازد که باعث می‌شود افراد هم یکدیگر را حمایت کنند و هم به هم احترام بگذارند.

کد جو محترمانه و حمایتی از مصاحبه فوق استخراج شده است.

بُعد شفافیت سازمانی: شفافیت، جایگاه کلیدی در سازمان دانشگاهی دارد و باعث می‌شود، کارکنان احساس مشارکت و تعلق بیشتری به سازمان خود داشته باشند، زیرا زمانی که افراد یک سازمان از تصمیمات، سیاست‌ها و معیارهای ارزیابی محیط کار خود باخبر باشند، نوعی همسویی درونی میان ارزش‌های فردی و اهداف جمعی ایجاد می‌شود که به بالندگی سازمان منجر می‌گردد. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گوید: شفافیت سازمانی از شاخصه‌های اصلی دانشگاه‌های بالنده است و اگر بخواهیم سازمانی را با رویکرد معنویت به رشد برسانیم، باید میان سرمایه‌های انسانی و معنوی این سازمان، حس خوشایند اعتماد جاری باشد یعنی اول مدیر اعتمادسازی را ایجاد کند تا افراد سازمان بتوانند بدون پنهان کاری، در کنار یکدیگر و بدون ابهام و پنهان کاری فعالیت کنند.

کد پرهیز از ابهام و پنهان کاری در روابط بین اعضا از این مصاحبه استخراج شده است.

در تحلیل این بعد می توان گفت، شفافیت راهی برای حفظ یا حتی افزایش اعتماد معرفی شده و وجود آن، امکان مشارکت بیشتر برای کارمندان یک سازمان را فراهم می آورد که نقش سازمانی خود را بهتر درک کنند و در نتیجه بر وظایف خود متمرکز باشند. در محیط های دانشگاهی، شفافیت از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا دانشجویان، اساتید و کارکنان انتظار دارند، تصمیم گیری ها در حوزه های مختلف آموزشی، پژوهشی و اداری بر اساس معیارهای روشن، عادلانه و با محور اعتماد انجام گیرد. اسچناکینبرگ و تاملینسون^۱ (۲۰۱۶)، درباره شفافیت در ساده ترین شکل بیان، واژه گشودگی را به کار می برند، که بیانگر اطمینان از باز بودن درون سازمان است به گونه ای که کارکنان بتوانند رفتارها را به درستی تغییر دهند و یا اصلاح کنند. این مفهوم یعنی دسترسی روشن، به موقع و صادقانه اعضای سازمان به گونه ای که هر فعالیتی در آن بدون ابهام و پنهان کاری انجام شود. شفافیت ویژگی اساسی سازمان های بالنده و بوغ یافته است تا جایی که حتی در گزارش های اداری، مالی و ارزیابی نیز دیده می شود. دیگر مصاحبه شونده در این باره گفت: اعتماد سازمانی در سازمان های معنوی بالاست و کارکنان مثل یک خانواده اند و محیط کاری امن است پس همه در کنار هم در تلاش اند اطلاعات لازم برای بهبود عملکرد سازمان را دریافت کنند و آنها را در دسترس همکاران خود قرار داده تا بتوانند بهترین تصمیم ها را بگیرند.

کد اشتراک گذاری و ارائه به موقع اطلاعات، از این مصاحبه استخراج شده است.

بر اساس مطالعات شاملو و همکاران (۱۴۰۳)، وقتی کارکنان ویژگی هایی همچون ارتباط نزدیک با خویشان، خدا، جامعه و محیط و تناسب و هماهنگی داشتن معنی و هدف در زندگی داشته باشند و در این میان به اطلاعات لازم هم دسترسی یابند، در این صورت است که می توانند به معیارهای اخلاقی برای هدایت رفتارهای انسانی اهمیت دهند، چرا که توجه زیاد به رفتارهای اخلاقی، نشانگر اهمیت و تاثیر آن بر کارایی و اثربخشی در رسیدن به اهداف و تعالی سازمانی دارد. شفافیت در سازمان های معنویت گرا نه تنها یک اصل مدیریتی، بلکه بنیانی برای پرورش اعتماد و هم افزایی و تعهد درونی اعضاست. چنین سازمان هایی باور دارند که حقیقت گویی و بیان بی پیرایه اطلاعات، انرژی جمعی را آزاد می کند و زمینه را برای رشد اخلاقی و حرفه ای فراهم می سازد. در این فضا

¹ - Schnackenberg & Tomlinson

کارکنان احساس می‌کنند بخشی از یک هدف متعالی هستند و از طریق مشارکت آگاهانه در تصمیم‌گیری‌ها، انگیزه‌ای عمیق‌تر برای همکاری پیدا می‌کنند.

بعد یادگیری و بینش معنوی: یادگیری در سازمان معنویت‌گرا، تنها به ارتقا مهارت‌های فنی و دانشی محدود نمی‌شود، بلکه بُعد عمیق‌تری به نام بینش معنوی را هم در بر می‌گیرد که به معنای توانایی درک پیوند میان کار روزمره و معنا و رسالت والاتر از آن است. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره تاکید کرد: یادگیری برای یک سازمان بالنده، یک فرهنگ است و اگر این سازمان معنویت‌گرا باشد هم که حساسیت بیشتری وجود دارد یعنی افراد سازمان فقط یاد ندهند، بلکه اول یاد بگیرند. مدیر، کارمند، دانشجو، فرقی ندارد، همه باید یاد بگیرند تا بهتر کار کنند و البته یادگیری همیشگی اثر اخلاقی هم دارد.

کد تلاش برای تبدیل سازمان یاددهنده به سازمان یادگیرنده، از این مصاحبه نقل شده است.

در چنین فضایی یادگیری نه فقط انتقال دانش، بلکه فرایندی برای بیداری ذهن و تعالی روح به شمار می‌رود و کارکنان یک سازمان را به جستجوی حقیقت، خدمت به دیگران و تحقق ارزش‌های انسانی سوق می‌دهد. نظر دیگر مصاحبه‌شوندگان در این باره این بود: اگر دانشگاهی بخواهد در راستای رویکردی که شما انتخاب کردید به بالندگی برسد باید به طور مستمر یاد بگیرد و قبل از همه این مدیر است که باید خود را از به‌روزترین علوم و دانش روز و البته دانش معنوی غنی کند. دانش معنوی یعنی علمی که هدف و معنا دارد و واژه غنی را برای این استفاده کردم که یعنی بهتر شدن یا اضافه کردن ارزش و کیفیت به چیزی. یک مدیر حرفه‌ای و یک رهبر موفق درست است که به خاطر مراتب دانشی خودش در این جایگاه قرار گرفته اما اینجا علاوه بر یادگیری صحبت از دانش سطحی و مدرک نیست، بلکه قرار است مدیر سطح بینش معنوی خود را هم بالا ببرد، بینش معنوی در یک سازمان معمولی رخ نمی‌دهد، پس اول باید خودش آموزش ببیند و به این باور برسد و سپس این فضای یادگیری مستمر را در سازمان خودش منتشر کند، چگونه؟ با تسهیم همان دانش اما از نوع معنوی‌اش، آن هم بدون توقف و نه از روی اجبار که به وسیله تشویق و ایجاد دغدغه.

کدهای تسهیم دانش معنوی و تشویق به یادگیری مستمر، از این مصاحبه استخراج شده است.

در تفسیر این بُعد باید گفت، این سبک یادگیری همراه با بینش معنوی برای دانشگاه از حساسیت بیشتری برخوردار است و مدیریت به عنوان شاخص‌ترین عامل انسانی در سازمان، نقش بسیار مهمی

را در تامین این گونه اهداف ایفا می کند و آموزه های اساسی انسان از منبعی به نام دانشگاه به کل جامعه انتشار می یابد و افراد پس از این دوران وارد محیط های کاری در اجتماع می شوند. مدیران سازمان متناسب با رشد تکنولوژی و تغییر و تحولات به وجود آمده، همواره با وضعیت ها و شرایط جدیدی مواجه می شوند که نیازمند کسب معلومات و تخصص های ویژه ای باشند. با این نگاه، کامروپلت^۱ (۲۰۲۲) بر این باور است، تقویت و غنی سازی دانش حرفه ای و تجارب مدیران مهم است و از سویی دیگر، آموزش به عنوان تامین و بازسازی ساختار این تجارب، وظیفه پر کردن خلا معلومات فنی، تخصصی و مهارت های لازم را برای اجرای درست مسئولیت ها بر دوش دارد، تا بتواند با تلفیق دیدگاه های نوین، مانند معنویت گرایی، زمینه ساز تعالی بیشتر سازمان ها باشد. نظر مصاحبه شونده دیگر در این باره این بود: سازمان های معنویت گرا هم افراد معنوی را جذب می کنند و هم استعداد های معنوی سازمان خود را حفظ می کنند تا آنها را رشد دهند. فکر نکنید جذب افراد معنوی آسان است. این افراد دیدگاه های متفاوت از بقیه دارند و مثل افراد معمولی فکر و زندگی نمی کنند، مثل تفاوت استادان در تدریس. برخی می خواهند سرفصل مباحث تمام شود اما بعضی در جستجوی انسان سازی اند که این ینش معنوی می طلبد.

کد جذب و رشد استعدادهای معنوی در سازمان، از این مصاحبه استخراج شده است.

بُعد شکوفایی سرمایه انسانی: شکوفایی سرمایه انسانی، در سازمان معنویت گرا مفهومی فراتر از توسعه مهارت ها و توانایی های فنی است. در چنین سازمانی، سرمایه انسانی نه تنها به عنوان منبعی اقتصادی یا ابزاری برای تحقق اهداف سازمانی دیده می شود، بلکه در جایگاه موجودی ارزشمند با ظرفیت های اخلاقی، عاطفی و معنوی مورد توجه قرار می گیرد. یکی از مصاحبه شوندگان در این - باره گفت: سازمان های دارای سرمایه معنوی، مملو از انسان های قوی و کارآمد است که بلدند چگونه در شرایط بحرانی، تاب آور باشند. آنها همکار مدیران خود هستند، آن هم برای رسیدن به بهترین نتیجه.

کد تاب آوری در مواجهه با چالش ها و موقعیت های بحرانی، از این مصاحبه استخراج شده است. در تفسیر این بُعد بیان می گردد، انسان شکوفا فردی است که رشد او نه تنها به عنوان یک شاخص کلیدی در سازمان، بلکه در زمینه های مختلف روانشناسی، اخلاق، تجارت، رشد، بلوغ، شکوفایی و

^۱ - Kamruplet

توسعه به شکلی تکامل یافته و سیستماتیک عملیاتی شده است و این انسان به وضوح در یک ساختار مرتب شده و منظم و مدون پیشرفت می‌کند. بر اساس مطالعات مورگان و زوبا^۱ (۲۰۱۹). سرمایه انسانی، مجموعه دانش‌ها، مهارت‌ها استعدادها و تحصیلاتی است که ما در طول سال‌ها در محیط‌های آموزشی گوناگون از جمله دانشگاه کسب کردیم و مجموعه دانش و مهارت‌های جمع شده در نیروی انسانی یک سازمان بوده و به عبارت کامل‌تر مستلزم سرمایه‌گذاری بر روی نیروهای انسانی یک مجموعه به منظور بالابردن بازدهی آنهاست. نظر دیگر مصاحبه‌شونده در این باره چنین بود: انسان به عنوان سرمایه معنوی در یک سازمان ارزشمند است و توسعه‌ی او حکم سرمایه‌گذاری برای سازمان را دارد، به خصوص اگر این سازمان، دانشگاه باشد. یکی از ویژگی‌های سازمان‌هایی که سرمایه معنوی دارند این است که افراد سازمان در معرض رشد همه‌جانبه قرار می‌گیرند و مهارت‌های تخصصی لازم را کسب می‌کنند و در یک محیط امن و با کیفیت کار و زندگی می‌کنند، می‌توانند بهترین توانایی‌ها و شایستگی‌های خود را در اجرای اهداف سازمان خودشان نشان دهند و در کنار حال خوب به نتایج خوب هم برسند. این یعنی همان شکوفا شدن و رضایت قلبی از کار و اینکه هر فرد متخصص برای سازمان‌اش یک سرمایه با ارزش است که فرد دیگری مثل او نیست و جایگزین‌اش نمی‌شود پس باید مراقب‌اش باشیم و او را حفظ کنیم تا به مسیر رشد خود ادامه دهد.

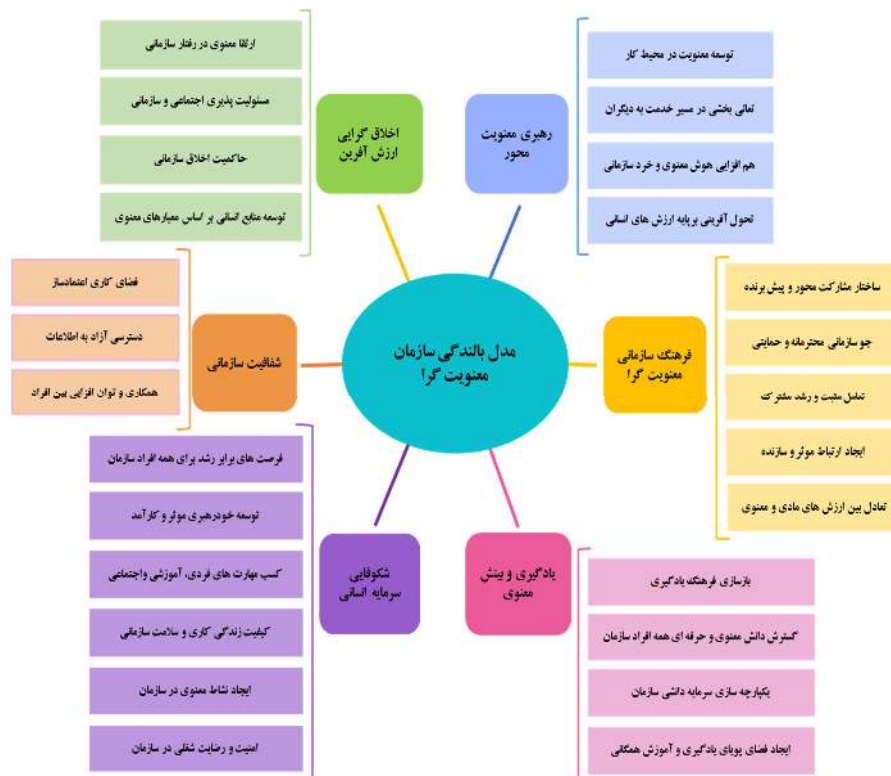
کدهای فرصت‌های برابر برای رشد همه‌جانبه در سازمان، کیفیت زندگی کاری و امنیت و رضایت شغلی از این مصاحبه استخراج شده است.

تربیتی و همکاران (۱۴۰۳)، تاکید دارند، توجه به امر به کارگیری و تربیت مدیران شایسته به عنوان سرمایه انسانی در سازمان و هدایت کارکنان در این مسیر از ضروری‌ترین اقدامات برای اصلاح نظام مدیریت سازمان‌هاست و به کارگیری تدابیر مناسب برای جذب، تربیت و به کارگیری نیروی انسانی شایسته و توسعه مستمر شایستگی‌ها و توانمندی‌های اعتقادی، تربیتی، علمی و حرفه‌ای مدیران می‌تواند، حیات بالنده سازمان و جامعه را تضمین کند. در تفسیر این بُعد بیان می‌گردد، در بسیاری از سازمان‌ها به ویژه دانشگاه، تعداد سرمایه انسانی شکوفا کم نیست، اما سازمان قادر نیست سرمایه‌های خود را حفظ و یا شکوفا کند و در این فرایند، مدیریت می‌کوشد، فعالیت‌های سرمایه انسانی خود را به عنوان بخشی از یک روش شناختی جامع و ساخته شده از چرخه زندگی، اشتغال، ایجاد انگیزه،

¹ - Morgan & Zuba

توسعه و تعامل بهینه افراد با یکدیگر جمع آوری کند. یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان تاکید کرد: انسان‌های شکوفا نه فقط خودشان که اطرافیان خود را نیز بالنده می‌سازند و با آموزش مدون و یادگیری مستمر در زمینه‌های مختلف خود را بارور می‌کنند. هر چه از این گونه افراد در دانشگاه داشته باشیم باز هم کم است، چون این افراد خیلی خوب می‌توانند در موقعیت مختلف درست رفتار کنند.

کد قابلیت انتخاب رفتار درست در شرایط مختلف، از این مصاحبه استخراج شده است.
بر این اساس شکوفایی سرمایه انسانی زمانی رخ می‌دهد که سازمان بتواند مجموعه‌ای هماهنگ از شرایط انگیزشی، یادگیری محورو اخلاق‌گرا باشد که نتیجه تغییر در رویکرد مدیریت به سمت معنویت‌گرایی است. زیرا این سازمان‌ها می‌کوشند، با تکیه بر ارزش‌هایی مانند معنا، همدلی و احترام به کرامت انسانی، آفریننده محیطی نوآور در مسیر ارزش‌گرایی و تحول در سازمان خود باشند. در شکل زیر مدل نهایی استخراج شده از پژوهش ترسیم شده است.



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر به طراحی مدل کیفی و تبیین ابعاد بالندگی سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه آزاد اسلامی، شامل ۶ بُعد، ۲۶ مولفه و ۹۸ شاخص انجامید که با ترکیب مبانی نظری و شواهد تجربی، دیدگاهی نوآورانه برای بالندگی سازمان‌ها با رویکرد معنویت‌گرایی در دانشگاه ارائه می‌کند و راهنمایی کاربردی برای مدیران و سیاستگذاران دانشگاهی است تا در مسیر تعالی و بالندگی بیشتر گام بردارند. بالندگی سازمانی با توجه به تعاریف و اهداف و دیدگاه‌های دانشوران در زمینه‌های پژوهشی و اجرایی در سازمان‌های داخلی و خارجی، موضوعی همواره تازه و بدیع برای بررسی با رویکردهای مختلف به شمار می‌رود و رویکردهایی چون معنویت با افزودن ارزش‌های انسانی،

اخلاقی و متعالی به محیط‌های کاری، امکان بالندگی و بهره‌وری بیشتر را برای سازمان‌ها ممکن می‌سازند.

نخستین بُعد این مدل با عنوان رهبری معنویت محور، با بیان نقش محوری رهبر در سازمان، زمینه ساز فضایی است که کارکنان بتوانند با ایجاد انگیزه و تشویق به یافتن معنا و با پرورش ایمان و امید و نودوستی، سازمانی متحول را با هدایت رهبر معنوی خود بسازند که هدف اش نه فقط کار، که خدمت و تلاش برای رسیدن به آینده ای بهتر است. فرای (۲۰۰۳)، که نظریه رهبری معنوی را در عرصه مدیریت و سازمان بنا نهاد، بر این باور است که معنویت، علاوه بر ارزش‌های دنیوی، زندگی فردی را تعالی می‌بخشد و شامل ارزش‌هایی فراتر از منافع اقتصادی در زندگی افراد است و با همین دیدگاه است که وی در پژوهش‌های خود تاکید دارد، کارکنانی که به چشم انداز سازمان امید و ایمان دارند، برای بهبود مستمر و بهره‌وری بیشتر، آنچه را لازم است انجام می‌دهند و معنویت در محیط کار برای آنان منجر به عملکرد فردی مثبت و سلامت روانشناختی انسان و بهره‌وری سازمان می‌گردد. بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان اذعان کرد، مدل بالندگی سازمانی معنویت گرا، به بیانی، هم مفهومی گسترده‌تر از رهبری معنوی دارد و هم ترکیبی از سبک‌های دیگری چون رهبری تحول‌گراست که با بهره‌گیری از هوش معنوی و خرد سازمانی و استقبال از تفاوت‌ها، به ایجاد تغییرات مثبت و سپس تحول در سازمان دست می‌یابد و بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت بر این باورند که باید معنویت به عنوان جزء جدایی ناپذیر رهبری و سازمان در نظر گرفته شود، تا در دستیابی به سطوح بالاتر موفقیت و توسعه سازمانی کمک کند.

بُعد دوم با عنوان اخلاق‌گرایی ارزش‌آفرین، معنایی فراتر از رعایت قوانین و مقررات سازمانی و ایجاد نظام پاسخگویی دارد، بلکه مسئولیت‌پذیری فردی و اجتماعی و صداقت و درستکاری و نگرش وظیفه مدار نسبت به سازمان، جایگزین تنبیه و توبیخ در فعالیت‌های سازمان است، تا افراد بیاموزند، حتی بدون نظارت مستقیم هم کار خود را درست انجام بدهند. با این نگاه نه فقط افراد یا سازمان، که تمام جامعه به بالندگی می‌رسند. معنویت‌گرایی موجب بالارفتن سطح اخلاق کاری می‌شود و می‌تواند دربرگیرنده شاخص‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، احترام به دیگران، احترام به ارزش‌ها، احترام به هنجارهای سازمان و انجام وظایف به بهترین نحو ممکن باشد و همه ی این موارد در کنار هم باعث ایجاد جوی اخلاق‌گراست که در جهت یک هدف متعالی و کمال مطلوب

حرکت می‌کند. پس هدف نه فقط اخلاق سازمانی، که ایجاد اخلاق‌گرایی ارزش‌آفرین به سمت رشد بیشتر در محیط کاری و سپس زندگی است. اخلاق‌گرایی ارزش‌آفرین به عنوان برونداد طبیعی رهبری معنویت‌محور، موجب استقرار الگوهای تصمیم‌گیری اخلاقی و رفتارهای مسئولانه می‌شود. این بُعد، بنیانی اخلاقی ایجاد می‌کند که هم کیفیت تعاملات را ارتقا می‌دهد و هم مسیر توسعه و بالندگی را هموار می‌سازد. فرهنگ سازمانی معنویت‌گرا با ایجاد هنجارهای مبتنی بر احترام و معنا و همدلی و همکاری، بستر نهادی لازم برای تبدیل ارزش‌های اخلاقی به رفتارهای پایدار را فراهم می‌کند. این فرهنگ نقش حلقه اتصال میان سبک رهبری و تجربه کارکنان از کار را ایفا کرده و شرایط رشد جمعی را تقویت می‌نماید.

بُعد سوم، فرهنگ معنویت‌گراست که از افراد یک سازمان مانند خانواده خود حمایت می‌کند و با وفاداری و ارزش‌گذاری به وجدان کاری، زمینه ساز ایجاد رقابت سالم بین کارکنان و ترویج احترام و کرامت انسانی است. سازمان‌های معنوی اغلب دارای هدفی بالاتر بوده و به دنبال فرهنگ‌هایی هستند که انسجام بخش احساس مسئولیت در امور بشر دوستانه باشند. این احساس مسئولیت به معنای جدایی از فردیت و اهمیت دادن به مجموعه سازمان برای رسیدن به بالندگی است.

شفافیت، به عنوان بعد چهارم، راهی برای حفظ یا حتی افزایش اعتماد معرفی شده و وجود آن، امکان مشارکت بیشتر برای کارمندان یک سازمان را فراهم می‌آورد که نقش سازمانی خود را بهتر درک کنند و در نتیجه بر وظایف خود متمرکز باشند، چرا که محیط سازمان معنویت‌گرا، با توجه به تأکید بر بهبود روابط و فرهنگ خاصی که دارد، بر نحوه نگرش کارکنان نیز تأثیر می‌گذارد و اعتماد در سازمان را ارتقا بخشیده و منشا تحول در سازمان می‌گردد. در سازمانی که اطلاعات واقعی به کارکنان داده می‌شود و آنها در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده می‌شوند، افراد خود را به عنوان پاره‌ای از پیکره‌ی محیط، احساس می‌کنند و این تصمیم‌ها بر کار و اهداف‌شان سازمان تأثیر مثبت دارد. در مقابل کارکنان نیز تلاش می‌کنند اطلاعات لازم را برای بهبود عملکرد سازمان دریافت کنند و آنها را در دسترس همکاران خود قرار داده، تا بتوانند بهترین تصمیم‌ها را اتخاذ کنند. شفافیت سازمانی در چنین بستری به عنوان ساز و کار اعتمادساز عمل می‌کند و فرایندهای ارتباطی و تصمیم‌گیری را روشن و قابل پیگیری می‌سازد. در این شرایط با شکل‌گیری محیطی شفاف و ارزش‌محور، ظرفیت کارکنان برای یادگیری عمیق و توسعه بینش معنوی افزایش می‌یابد و در نهایت ترکیب این مفاهیم، زمینه‌ساز شکوفایی سرمایه انسانی است، به این معنا که کارکنان توانمندی‌های خود را به

نمایش می‌گذارند و رفتارهای بالنده و نوآورانه خود را در مسیر خدمت به سازمان و جامعه خود توسعه می‌بخشند، تا به عنوان افراد موثر بالندگی سازمان معنویت گرا خود را بسازند.

یادگیری، به عنوان بعد پنجم در این مدل، به گونه‌ای متفاوت بیان شده و ترکیب بینش معنوی با آن، به معنای سبکی از یادگیری است که فقط در مباحث یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده و مهارت‌های مود نیاز سازمان‌ها نمی‌گنجد، زیرا یادگیری در این مدل از سویی به عنوان یک فرهنگ بیان شده که باید در سازمان نهادینه شود، و از سوی دیگر، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سیستم‌ها و عادات سازمانی است که افراد و کل سازمان را حمایت و تشویق می‌کند تا میزان دانش، شایستگی و عملکرد خود را به صورت مستمر بهبود بخشند. این فرهنگ، موجب بهبود مستمر عملکرد کارکنان و سازمان شده و دستیابی به اهداف، نوآوری و توانایی کنار آمدن با تغییرات را آسان‌تر می‌کند، و از سوی دیگر بینش معنوی، نوعی یادگیری است که فراتر از گذراندن آموزش‌ها و مهارت‌های مختلف است. هدف از یادگیری سازمانی، تبدیل یک سازمان به سازمان یادگیرنده است که بتواند در شرایط مختلف، رفتارهای متفاوت از خود نشان دهد و همین امر سبب افزایش اهمیت مطالعه و تحلیل یادگیری و پژوهش پیرامون آن شده است، که یادگیری سازمانی نقش اساسی در توسعه آینده دارد، و این رفتار متفاوت می‌تواند به واسطه بینش معنوی شکل بگیرد که از یادگیری‌های متفاوت نشأت گرفته و سرنوشت متفاوتی برای یک سازمان رقم بزند.

در نهایت به عنوان بعد ششم، با قدم نهادن در مسیر تغییر و تحول با معنویت گرایی، منابع انسانی در یک سازمان، تبدیل به سرمایه انسانی می‌شوند و در نقش‌ها و تخصص‌های گوناگون، تمام تلاش خود را رسیدن سازمان به اهداف‌اش به کار می‌گیرند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، رهبری معنویت محور، سرمایه انسانی محوری، نقطه آغاز و الگوی اصلی یک دانشگاه بالنده و معنویت-گراست که با ایجاد هنجارهای رفتاری در قالب اخلاق گرایی ارزش آفرین و تبدیل آن به فرهنگ سازمان معنویت گرا، اعتماد و شفافیت را در سازمان بنا نهاده و با ایجاد ظرفیت‌های یادگیری و بینش معنوی برای شکوفایی سرمایه انسانی به گونه‌ای سرمایه گذاری می‌کند که در مسیر بالندگی سازمان، فضای کاری متفاوتی را ایجاد و کارکنان خود را به سمت تعالی فردی، سازمانی و اجتماعی رهنمون سازد. رهبری معنویت محور با تاکید بر معنا، اخلاق و رشد درونی کارکنان، زیرساخت فرهنگی

لازم برای تجربه عمیق تر تعهد، انگیزش و اعتماد را فراهم می کند و زمینه ای می سازد که سایر مولفه های معنویت گرایی در سازمان، امکان بروز و ظهور بیشتری پیدا کنند.

نتایج این پژوهش با تحقیقات سیاحیر و همکاران (۲۰۲۵)، زارع و همکاران (۱۴۰۳)، آل فورتنس و دوگان (۲۰۲۱)، کرامری و مانکوسو (۲۰۱۸)، تیکدی و همکاران (۲۰۲۴)، روشن و همکاران (۱۴۰۲)، رامش و سینو (۲۰۲۴)، یوساف و دوگار (۲۰۲۳)، میلیمان (۲۰۲۰)، رستمی و همکاران (۱۴۰۱)، مانجو و شینا (۲۰۱۹)، امیری و همکاران (۱۴۰۰)، جواهری (۱۳۹۵)، عابدینی و همکاران (۱۴۰۰)، هانسکر و دینگ (۲۰۲۲)، مایدل و همکاران (۲۰۲۲)، رانی و راجاین (۲۰۲۰)، کومار و سینگ (۲۰۲۵) و ورما و گوپتا (۲۰۲۵)، همخوانی دارد. این پژوهش با تمرکز بر دانشگاه آزاد و ساختار و ویژگی های آن انجام شد، و تردیدی نیست که طراحی یک مدل جدید، خالی از کاستی و محدودیت نبوده و با توجه به ماهیت کیفی و تعداد محدود نمونه و جامعه ی پژوهش، قابل تعمیم به تمام سازمان ها نیست، بنابراین پژوهش های آینده می توانند، مدل بالندگی سازمان معنویت گرا در دانشگاه آزاد را، با نمونه های گسترده تر و به صورت اجرایی پیاده سازی کرده، امکان ارتقا مدل و تطبیق آن با فرهنگ ها و صنایع مختلف را فراهم سازند و با پیگیری های طولانی مدت، اثرات و تغییرات اجرای مدل در دانشگاه های دیگر را مورد سنجش و ارزیابی قرار دهند، هم چنین با توجه به یافته های این پژوهش پیشنهاد می شود، نهادهای مختلف آموزشی به ویژه دانشگاه ها برنامه ویژه ای برای ترویج رهبری معنویت محور طراحی و اجرا کنند، تا ایجاد محیط های کاری معناگرا تقویت شود. نهادهای سازنده اخلاق گرایی ارزش آفرین در سیاست ها و آیین نامه های سازمانی می تواند به افزایش اعتماد عمومی، کاهش تعارضات و ارتقا مسئولیت پذیری جمعی کمک کند. هم چنین توسعه فرهنگ معنویت گرا و گسترش شفافیت سازمانی از طریق ترویج یادگیری و بینش معنوی، با برگزاری کارگاه های خودآگاهی و تأمل محور نیز سرمایه گذاری ارزشمندی برای شکوفایی سرمایه انسانی کشور است، که دانشگاه آزاد اسلامی می تواند با قدم نهادن در مسیر بالندگی معنوی از طریق چنین مدل هایی، سازمان خود را به سمت تحول و ارتقا روزافزون رهنمون سازد.

تقدیر و تشکر

این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول می باشد. نویسندگان مقاله از کلیه افرادی که در انجام این پژوهش ما را یاری کردند، تقدیر و تشکر می نمایند.

منابع

- احتشام، زهرا؛ پورکریمی، جواد. (۱۴۰۰). مدل یابی معادله های ساختاری در تبیین الگوی توسعه اعضای هیات علمی مبتنی بر معنویت، **علوم تربیتی از دیدگاه اسلام**، ۹(۱۶): ۲۵-۲۱.
- احمدی، نجمه، نامی، کلثوم، قورچیان، نادر، جعفری، پریش. (۱۴۰۳). شناسایی مولفه های موثر بر بالندگی کارکنان سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، **مدیریت و چشم انداز آموزش**، ۶(۳): ۹۸-۱۱۳.
- ادیبی نیا، علی. (۱۴۰۳). مرور نظام مند رهبری معنوی و بهره وری سرمایه انسانی؛ کلید موفقیت و رشد سازمانی، **دین، معنویت و مدیریت**، ۱۰(۱۹): ۱۷۴-۱۴۳.
- امیری، یوسف، اسلامبولچی، علیرضا، اصغری صارم، علی، لطیفی، میثم. (۱۴۰۰). ارائه الگوی تعالی معنویت سازمانی با تاکید بر آموزه های اسلامی در سازمان بیمه ایران، **مدیریت اسلامی**، ۲۹(۲): ۲۰۶-۱۸۱.
- جواهری زاده، ابراهیم. (۱۳۹۵). الگوی معنویت افزایی در سازمان، ارائه نظریه ای داده بنیاد، **مدیریت اسلامی**، ۲۲(۴): ۱۷۴-۷۵.
- دلاور، علی. (۱۴۰۱). **روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی**، نشر: ویرایش.
- دودمان، پروانه، ماشینچی، علی اصغر، هاشمی، سیداحمد، قلناش، احمد. (۱۴۰۱). تدوین مدل سازمان آموزش و پرورش معنویت گرا مبتنی بر گراند تئوری، **جامعه شناسی سیاسی ایران**، ۵(۱۱): ۵۰۵۹-۵۰۴۲.
- رستمی، زینب، افراسیابی، رویا، سلیمان پورعمران، محبوبه. (۱۴۰۱). شناسایی مولفه های سازمان معنویت گرا در دانشگاه در راستای توسعه منابع انسانی جهت ارائه مدل مطلوب (رویکرد آمیخته)، **علوم روانشناختی**، ۲۱(۱۱۱): ۶۴۰-۶۲۹.
- روشن، حسن، خدمتی، ابوطالب، عبداللہی نسیانی، علی. (۱۴۰۲). سازه معنویت سازمانی: راهنمایی برای ارتقا کیفیت زندگی در محیط کار، **پژوهش نامه سبک زندگی**، ۹(۱۶): ۳۳-۹.
- رئیسین فرد دشتکی، پریسا. (۱۴۰۳). بررسی نقش مدیریت آموزشی در بالندگی سازمانی بر مبنای رهبری تولید درمانی و اقتدارگرایی از منظر مدیران، **مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی**، ۶(۸۶): ۳۴۷-۳۳۷.
- زوهر، دانا، مارشال، یان. (۲۰۰۴)، **سرمایه معنوی (ثروتی که با آن میتوان زیست)**، ترجمه مرضیه فاطمی و زهرا فاطمی، چاپ دوم: انتشارات عصر زندگی.
- ساری، مرضیه، طاهری گودرزی، حجت، مهدیان، محمد جعفر. (۱۴۰۲). طراحی الگوی بالندگی سازمان های آموزشی مبتنی بر مکتب شهید حاج قاسم سلیمانی، **پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی**، ۳۱(۶۱): ۳۰۰-۲۶۹.

سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه. (۱۴۰۳). **روشهای تحقیق در علوم رفتاری**، تهران، نشر آگه.

صدقی، جواد. (۱۴۰۳). تبیین تعهد سازمانی و معنویت در محیط کار و تاثیر آن بر بهبود عملکرد کارکنان، **کنکاش مدیریت و حسابداری**، ش ۲، (۱۳): ۱۹۹-۱۵۸.

فقیه، حسن، زارع، حمید، توکلی، عبدالله. (۱۴۰۳). ارائه الگوی معنویت افزایی منابع انسانی در سازمان ها با استفاده از روش فرا ترکیب، **مدیریت اسلامی**، ۳۲ (۱): ۱۸۳-۱۵۱.

کاکویی دینکی، عیسی. **بالندگی سازمان**. (۱۴۰۲). تهران: انتشارات آفاق پویا.

کرسول، جان دبلیو، کلارک، پلانو، ویکی، ال. (۲۰۲۱). **طرح پژوهش رویکردهای کیفی، کمی و ترکیبی**، ترجمه مهدی وفایی زاده، انتشارات: زرین اندیشمند.

محب زادگان، یوسف، پرداختی، محمدحسن، قهرمانی، محمد، فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۲). تدوین الگویی برای بالندگی اعضای هیئت علمی با رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد. **پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی**، ۱۹ (۴): ۲۵-۱.

ملازهی، مصطفی. (۱۳۹۵). **بالندگی سازمان**، تهران: انتشارات سخنواران.

مهاجران، بهنار، قلعه‌ای، علیرضا، درویشی، علیرضا، درویشی زین العابدین. (۱۴۰۰). طراحی و اعتبار بخشی الگوی بالندگی آموزشی اعضای هیات علمی و مدرسان دانشگاه فرهنگیان، **پژوهش در تربیت معلم**، ۴ (۲): ۲۵-۱۲.

میرعابدینی، سیده فاطمه، صالحی، محمد، نیاز آذری، کیومرث. (۱۴۰۰). تاثیر معنویت گرایی بر اخلاق کاری کارکنان سازمان آموزش و پرورش استان گلستان جهت ارائه مدل، **نواآوری های مدیریت آموزشی**، ۴ (۱۶): ۲۷-۱۴.

هداوند، سعید، زمانی مقدم، افسانه، تقی پور زهیر، علی. (۱۴۰۱). نیازها و روش های ارتقای بالندگی حرفه ای مدیران ارشد صنعت مخابرات ایران، **مطالعات مدیریت، بهبود و تحول**، ۳۱ (۱۰۶): ۶۴-۴۱.

واعظی، رضا. (۱۳۹۷). **مدیریت تغییر و تحول سازمانی**، تهران: انتشارات صفار.

Ahmad Syahir, A. N., Zainal Abidin, M. S., Saari, C. Z., & Abdul Rahman, M. Z. (2025). Workplace spirituality and its impact on employee well-being: A systematic literature review of global evidence. **Journal of Religion and Health**, 64(1), 1-22.

Al Fuertes, J., & Dugan, K. (2021). Spirituality through the lens of students in higher education. **Religions**, 12(11), 924.

Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. **The Leadership Quarterly**, 14(6), 693-727.

Frawley, H. (2023). Organizational growth: **A dynamic process of quantitative and qualitative development** (Doctoral dissertation, University of Western Australia).

- Frohlich, M. (2020). Spirit, spirituality, and contemplative method. *Spirits: A Journal of Christian Spirituality*, 20(1), 31–44.
- Hunsaker, W. D., & Ding, W. (2022). Workplace spirituality and innovative work behavior: The role of employee flourishing and workplace satisfaction. *Employee Relations*, 44(6), 1355–1371.
- Kumar, T., & Singh, R. (2025). Impact of workplace spirituality on task work performance: An empirical study among higher education teachers in Delhi. *International Journal of Management, Public and Research International*, 4(2), 50–60.
- Krumrei-Mancuso, E. J. (2018). Intellectual humility's links to religion and spirituality and the role of authoritarianism. *Personality and Individual Differences*, 130, 65–75.
- Maidl, I., Seemann, A.-K., Frick, E., Gundel, H., & Paal, P. (2022). Leveraging spirituality and religion in European for-profit organizations: A systematic review. *Humanistic Management Journal*, 7(1), 23–53.
- Manju, M., & Sheena, S. (2019). Workplace spirituality and subjective happiness among high school teachers: Gratitude as a moderator. *EXPLORE*, 15(2), 107–114.
- Miliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2020). Spirituality and business ethics: Insights from an international study. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 17(2), 101–123.
- Rathee, R., & Rajain, P. (2020). Workplace spirituality: A comparative study of various models. *Jindal Journal of Business Research*, 9(1), 27–40.
- Srivastava, S., & Gupta, R. (2022). Workplace spirituality and job performance: An empirical study in the hospitality industry. *Human Resource Management Review*, 25(4), 413–423.
- Stachowiak, A., & Pawłyszyn, I. (2021). From fragility through agility to resilience: The role of sustainable improvement in increasing organizational maturity. *Sustainability*, 13(9), 4991.
- Tigedi, R. N., van der Walt, F., & Nyetanyane, M. P. (2024). Workplace spirituality and its relevance to workplace flourishing. *SA Journal of Human Resource Management*, 22, Article a2698.
- Vasconcelos, A. F. (2023). Building individual spiritual capital through the work: A narrative study. *Journal of Organizational Spirituality*, 12(2), 45–60.
- Verma, R., Sekar, S., & Mukhopadhyay, S. (2025). Unlocking flourishing at workplace: An integrative review and framework. *Applied Psychology*, 74(1), e12591.

**Qualitative Modeling of Organizational Flourishing in a Spirituality-Oriented
Organization: A Case Study of Islamic Azad University**

Quarterly Journal of Educational Leadership
& Administration
Islamic Azad University Garmsar Branch
Vol.19, No 4, winter 2025, No.74

**Qualitative Modeling of Organizational Flourishing in a Spirituality-
Oriented Organization: A Case Study of Islamic Azad University**

Samaneh pouresmaeil¹, Mahmoud Ghorbani², Elham Fariborzi³

Abstract:

Purpose: This study aimed to qualitatively examine the dimensions of organizational flourishing within a spirituality-oriented organization, using Islamic Azad University as the case study.

Method: An inductive approach with a qualitative research strategy and content analysis was employed. The study population comprised experts and scholars in the fields of organization and management. Sampling was purposive and non-probabilistic, and based on the principle of theoretical saturation, 14 participants were selected. Data were gathered through in-depth semi-structured interviews. To ensure validity, prolonged engagement, continuous observation, member checking, and content validity indices (CVR and CVI) were applied. Data analysis was performed using MAXQDA software.

Findings: The results led to the development of a qualitative model consisting of 98 indicators, 26 components, and six main dimensions: spirituality-based leadership, value-oriented ethics, spirituality-oriented organizational culture, organizational transparency, spiritual learning and insight, and human capital flourishing. This final model illustrates the core features of organizational flourishing in the context of Islamic Azad University.

Conclusion: By integrating theoretical foundations with empirical evidence, the study proposes an innovative model for organizational flourishing grounded in spirituality. The model provides practical insights for university managers and policymakers seeking to foster growth, excellence, and sustainability in higher education institutions.

Keywords: Organizational Flourishing, Spirituality, Modeling, Islamic Azad University.

¹ - Departement of Educational Sciences, Ma.C. , Islamic Azad University, Mashhad, Iran

² - Departement of Educational Sciences, Ma.C. , Islamic Azad University, Mashhad, Iran
(corresponding author)

³- Departement of Educational Sciences, Ma.C. , Islamic Azad University, Mashhad, Iran