

هوش و معنویت سازمانی

مهای عبوری

محمد رحمانی

انتشارات شلفین

سرشناسه: عبوری، مهدی، ۱۳۶۰ -

عنوان و نام پدیدآور: هوش و معنویت سازمانی / مهدی عبوری، محمد رحمانی.

مشخصات نشر: ساری: شلفین، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۱۶۸ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۰-۳۴۴-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: هوش

موضوع: یادگیری سازمانی

موضوع: رفتار سازمانی - جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع: دین در محل کار

موضوع: معنویت - روان‌شناسی

موضوع: مدیریت - جنبه‌های مذهبی

موضوع: کارکنان - مدیریت

شناسه افزوده: رحمانی، محمد، ۱۳۵۶ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۳۴۳۱BF /ع۲۵۹

رده بندی دیویی: ۹/۱۵۳

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۶۲۹۵۵

هوش و معنویت سازمانی

مهدی عبوری - محمد رحمانی

انتشارات شلفین

طراح جلد: صفری ابراهیمی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: تیما بابلسر

چاپ نخست - ۱۰۰۰ نسخه - ۱۳۹۳

صفحه آرا: ماندانا گرشاسبی کتریعی

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

مازندران - ساری، تلفکس: ۳۳۲۹۷۷۶۷ - ۰۱۱

Email: shelfin_sari@yahoo.com

فهرست مندرجات

پیش‌گفتار	۹
مقدمه	۱۱
تعاریف هوش	۱۳
هوش چندگانه‌ی گاردنر	۱۵
انواع هوش	۲۱
هوش منطقی - ریاضی	۲۱
هوش احساسی	۲۴
هوش احساسی (EI)	۲۴
هوش عاطفی	۲۸
هوش عاطفی و بهره‌ی هوشی	۲۸
هوش عاطفی در محیط کار	۳۱
هوش فرهنگی	۳۶
هوش فرهنگی (CQ)	۳۶
هوش فرهنگی و شخصیت	۴۲
ارتباط هوش فرهنگی و موفقیت‌ی مأموران به خارج	۴۷
هوش فرهنگی و تجربه‌ی بین‌المللی	۴۷

هوش معنوی	۴۹
مؤلفه‌های هوش معنوی در اسلام	۶۰
هوش معنوی و هوش احساسی	۶۳
هوش معنوی به عنوان یک هوش مجزا از هوش‌های عمومی	۶۴
ویژگی‌های منحصر به فرد هوش معنوی	۶۶
مفهوم‌سازی هوش معنوی	۶۹
اندازه‌گیری هوش معنوی	۷۲
رشد هوش معنوی	۷۶
هوش معنوی و سلامت روانی	۷۹
مقایسه هوش معنوی با هوش‌های دیگر	۸۰
مذهب	۸۲
معنویت	۸۴
معنویت و هوش مشکلات و دیدگاه‌ها	۹۰
مایر، هوش معنوی یا هوشیاری معنوی؟	۹۰
آیا هوش معنوی چیزی بیشتر از معنویت نیست؟	۹۲
اسلام، معنویت و هوش معنوی	۹۵
معنویت و هوش معنوی از نگاه غرب	۹۶
رشد معنویت و هوش معنوی در محیط کار	۱۰۲
مدیریت تغییر و غلبه بر موانع	۱۱۵
توسعه‌ی شناختی و معنوی	۱۱۷
توسعه‌ی معنوی و معنویت	۱۱۸

۱۲۲	تفاوت‌های جنسیتی در توسعه‌ی معنوی
۱۲۸	اخلاق در مدیریت
۱۳۰	تعریف اخلاق
۱۳۱	ویژگی‌های مسایل اخلاقی مدیریت
۱۳۲	رابطه اخلاق مدیریت و دیگر حوزه‌ها
۱۳۴	راهکارهایی جهت ایجاد و توسعه اخلاقیات در سازمان‌ها
۱۳۸	تدوین منشور اخلاقیات
۱۴۱	طراحی ساختار مناسب و ایجاد فرهنگ اخلاقی در سازمان
۱۴۲	تأثیر متغیرهای مؤثر بر اخلاق کار به صورت مجزا
۱۴۵	منابع

پیش‌گفتار

نیاز به معنویت به طور فطری در نهاد همه انسان‌هاست و آیهی شریفه «فطرة الله التي فطر الناس عليها» بیان‌گر فطرت توحیدی انسان است. پس همه آحاد بشر دنبال چنین گمشده‌ای می‌گردند اما اگر این نیاز به صورتی که انبیا و به ویژه پیامبر خاتم (ص) بیان کرده برآورده نشود، این نیاز فطری یا منکوب می‌شود و با به صورت معنویت‌های کاذب و نو پیدای بی‌بنیان به آن پاسخ داده می‌شود. علوم انسانی و به ویژه اغلب تئوری‌های مدیریتی موجود به دلیل این که از بنیان بر چارچوب غیر معنوی نهاده شده، باعث می‌شود آن جامعه‌ای که مبتنی بر این نظریه‌ها پایه‌گذاری می‌شود، فاقد معنویت شده، معنویت و اخلاق در آن رو به تنزل برود.

در عصر کنونی، جامعه‌ی بشری به شدت نیازمند معنویت، دیانت و اخلاق است. بشر در هیچ زمانی این نیاز را تا به این حد احساس نمی‌کرده است. البته این عطش جهانی نسبت به مسایل دینی و اخلاقی خودش را نشان داده است.

ما در جامعه‌ای ایرانی اسلامی بر این اصل اعتقاد وافر داریم که نقش اخلاق و معنویت در انجام فعالیت‌ها و ایفای نقش کارکردی افراد از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. تأکید به مباحث اخلاقی و معنوی هم ریشه در فرهنگی ایرانی و هم در فرهنگ اصیل اسلامی دارد. از آنجایی که پیامبر گرامی اسلام هم به آن اشاره دارد؛ «انی بعثت المکارم الاخلاق: پیامبر

اکرم صلی الله علیه و آله زمینه‌های اخلاقی جامعه برخاسته از نظام حکومتی و تعلیمات آن است. کشور نیاز به مدیرانی دارد که نه تنها سخت کوش باشند و علم و هنر مدیریت را خوب بدانند، بلکه با اصول معنوی، مهرورزی و محبت و دوستی، عشق به عدالت‌خواهی و با روحیه‌ای متأثر از فرهنگ ایتار و شهادت مدیریت خود را اعمال کنند.

در همین راستا کتاب پیش رو سعی دارد تا معنویت و ابعاد و مؤلفه‌های مربوط به معنویت سازمانی را مورد بررسی ویژه قرار دهد و زمینه را برای توجه بیشتر به مقوله مهم معنویت به‌ویژه معنویت سازمانی در سازمان‌ها فراهم نماید.

دکتر حامد سروری

رئیس پژوهشکده سیاست پژوهی و

مطالعات راهبردی حکمت

مقدمه

با عنایت به فرمایشات رهبر معظم انقلاب اسلامی در مناسبت‌های مختلف و همچنین افق ترسیم شده در سند چشم‌انداز، هدف آموزش عالی کشور در پایان گستره زمانی این سند را می‌توان به این شرح بیان داشت: «دستیابی به جایگاه اول علمی و فناوری در سطح آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) و برخوردار از دانش پیشرفته در تولید علم و فناوری با اتکا بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی». ما به عنوان جامعه‌ای ایرانی اسلامی بر این اصل اعتقاد وافر داریم که نقش اخلاق و معنویت در انجام فعالیت‌ها و کارویژه‌های مدیران از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. تأکید به مباحث اخلاقی و معنوی هم ریشه در فرهنگی ایرانی و هم در فرهنگ اصیل اسلامی دارد. از آنجایی که پیامبر گرامی اسلام هم به آن اشاره دارد؛ (انی بعثت لاتمم المکارم الاخلاق: پیامبر اکرم صلی‌الله) زمینه‌های اخلاقی جامعه برخاسته از نظام حکومتی و تعلیمات آن است. کشور نیاز به مدیرانی دارد که نه تنها سخت‌کوش باشند و علم و هنر مدیریت را خوب بدانند، بلکه با اصول معنوی، مهرورزی و محبت و دوستی، عشق به عدالت‌خواهی و با روحیه‌ای متأثر از فرهنگ ایشار و شهادت مدیریت خود را اعمال کنند. نقش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در تربیت کادر مؤثر برای اداره‌ی کشور و تداوم فرهنگ انقلاب بر هیچ‌کس پوشیده نیست.

از آنجایی که «اخلاقیات» در عصر کنونی، جامعه‌ی بشری به شدت نیازمند معنویت، دیانت و اخلاق است. بشر در هیچ زمانی این نیاز را تا به

این حد احساس نمی‌کرده است. البته این عطش جهانی نسبت به مسایل دینی و اخلاقی خودش را نشان داده است.

جودیت نیل از پیشگامان مطالعات حوزه‌ی معنویت در سازمان معتقد است، جهان‌بینی معنوی در تئوری‌ها، پژوهش و فرایندهای مدیریت و سازمان افزایش چشم‌گیری داشته است (نیل، لیختنشتاین و بنر^۱، ۱۹۹۹). اولاً مردم در بخشی از زندگی خویش دچار بحران‌هایی می‌شوند که معمولاً در دوران میان‌سالی اتفاق می‌افتد، در این دوران بسیاری از افراد که معمولاً در یک سازمان اشتغال دارند و به زندگی کاری و زندگی خانوادگی خود می‌نگرند و آینده و زمانی را که پیش رو دارند محاسبه می‌کنند از خود می‌پرسند: «می‌خواهم بقیه‌ی عمر چه کاری انجام دهم؟ هدفم چیست؟» از این رو به نظر می‌رسد که چالش‌های فوق واکنش‌های متناسبی را می‌طلبد که برخی از آن‌ها با ورود معنویت به سازمان آسان‌تر خواهد بود (نیل، ۱۹۹۷). علاوه بر این امروزه به نظر می‌رسد افراد در هرکجا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش مادی را در کارشان جستجو می‌کنند، آنها در جستجوی کار با معنا، امیدبخش و خواستار متعادل ساختن زندگی‌شان هستند.