

راهبردهای ایجاد انگیزش معنوی بر اساس لذت‌گرایی و رنج‌گریزی از دیدگاه قرآن (با رویکرد سازمانی)^۱

_____ سیدحسن حسینی^۲ - ابوالفضل گائینی^۳ - سعید عزیزی^۴ _____

چکیده

دستیابی به معنویت سازمانی نیازمند انگیزه معنوی در کارکنان است. مدیران، برای ایجاد انگیزش معنوی در کارکنان، ناگزیرند به گرایش‌های درونی آنان توجه کنند؛ چراکه ارزش‌های معنوی با گرایش‌های انسان عجین است. هدف نخست این جستار، تدوین بخشی از راهبردهای قرآن در ایجاد انگیزش معنوی است که از گرایش انسان به لذت‌جویی و رنج‌گریزی حاصل می‌شود. نیز هدف دوم یافتن روش‌های مطلوب قرآنی برای عملیاتی کردن این راهبردها در حد امکان است. در پژوهش پیش رو که از روش تفسیر موضوعی استنتاجی استفاده می‌گردد، به منظور استنتاج هر راهبرد و روش‌های اجرای آن، از الگوی منطقی «ویلیام فرانکنا» بهره‌گیری می‌شود. در این الگو از دو نوع گزاره هنجارین و واقع‌گرا در یک فرایند استنتاج منطقی استفاده می‌گردد. دستاورد کاربست الگوی روشی

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان «راهبردهای ایجاد انگیزش معنوی اثربخش از منظر قرآن» است.

۲. دانش‌آموخته مقطع دکتری قرآن و علم؛ گرایش مدیریت جامعه المصطفی العالمیه (نویسنده مسئول).
Seyedhasan.hosseini63@gmail.com

۳. عضو هیئت علمی گروه مدیریت مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه.
rahimigaini@yohoo.com

۴. پژوهشگر مرکز پژوهش‌های بین‌رشته‌ای معارف اسلامی و علوم سلامت دانشگاه علوم پزشکی شیراز.
Saeedazizi24@gmail.com

مذکور بر مبنای گرایش به لذت، استخراج راهبردهای تبیین لذت بخشی معنویات، برجسته‌سازی لذت‌های اخروی، رعایت اصل لذت بخشی در انتقال مفاهیم معنوی و ارتقای ذائقه لذت‌خواهی در کارکنان؛ و بر مبنای رنج‌گریزی، استخراج راهبردهای انذار و تسهیل امور معنوی است.

کلیدواژه‌ها: راهبرد قرآنی انگیزش، انگیزش معنوی، لذت‌گرایی انسان، رنج‌گریزی انسان، معنویت سازمانی.

۱. مقدمه

آنچه در قرون اخیر برای انسان پیش آمده، بیشتر شبیه بحران معنوی و به تعبیر شهید مطهری فقر معنوی است (مطهری، ۱۳۹۰: ۱/۲۱۳). بریدن دست انسان زمینی از آسمان و چشم پوشی از غیب و معنویت، ناهنجاری‌های روانی فراوانی برای او به دنبال داشته است. این تراژدی اجتماعی بزرگ، تأثیر خود را بر سازمان‌ها و محیط‌های کاری نیز گذاشته است؛ چنان‌که گریگوری پیرس می‌نویسد: بسیاری از ما زمان زیادی را در حال کار کردن سپری می‌کنیم؛ شرم‌آور خواهد بود اگر نتوانیم خدا را در آنجا پیدا کنیم (برادلی و کائونای، ۲۰۰۳: ۴۴۸).

از این رو، امروزه سازمان‌ها پس از سال‌ها فعالیت، به این نتیجه رسیده‌اند که در زندگی شغلی کارکنان، معنویت نیاز اساسی است. براین اساس، بسیاری از صاحب‌نظران، معنویت را منبعی پایدار برای سازمان‌ها دانسته‌اند که می‌تواند به آنان در زمان‌های پرتلاطم و آشوب‌زده یاری رساند (جواهری زاده، ۱۳۹۵: ۷۶). به علاوه، مطالعات بسیاری نشان می‌دهند که تشویق به معنویت در محل کار مزایای فراوانی دارد؛ مزایایی که سازمان با بهره‌گیری از آن‌ها به بهبود بهره‌وری، افزایش عملکرد و بهبود شاخص‌های مالی خود می‌پردازد (مقیم، ۱۳۸۶: ۹۱-۹۲).

با کمی تأمل می‌توان گفت هر چند پژوهش‌های متعدد از تأثیر مثبت معنویت در ابعاد مختلف زندگی فردی و سازمانی انسان حکایت می‌کنند؛ اما نشانه‌های معنویت در روزگار متمدن امروزی کم‌رنگ شده و کمتر نمایان است (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۴)؛ از این رو، با ادامه روند کنونی و کم‌رنگ شدن ارزش‌های معنوی در زندگی، جامعه به ورطه سقوط

کشیده خواهد شد. حال پرسش این است که به رغم اذعان به تأثیر و نقش مثبت دین و معنویت در زندگی فردی و سازمانی، چرا بسیاری از افراد برخلاف آموزه‌های دینی رفتار می‌کنند؟ شاید بخشی از پاسخ به این پرسش در این نکته نهفته باشد که این دسته از افراد، از انگیزه معنوی لازم برای عمل به آموزه‌های دینی برخوردار نیستند، یا به عبارتی، در آنان انگیزش معنوی کافی ایجاد نشده است.

قرآن کریم در این راستا، با ترسیم حیات طیبه و نشان دادن راه رسیدن به آن، از راهبردها و روش‌های گوناگونی به منظور انگیزش معنوی در انسان برای دستیابی به هدف بهره برده است. یکی از مهم‌ترین راهبردهای قرآنی در این زمینه، ایجاد انگیزش معنوی بر اساس میل‌ها و گرایش‌های ذاتی بشری است؛ گرایش‌ها و جاذبه‌هایی که به انسان این امکان را می‌دهد که دایره فعالیت‌هایش را از مادیات توسعه داده تا افق عالی معنویات بکشانند.

از جمله این امیال و گرایش‌ها، لذت‌جویی و رنج‌گریزی است. قرآن کریم نه تنها وجود این دو گرایش را در انسان انکار و محکوم نمی‌کند؛ بلکه یک سلسله از آموزه‌های خود را بر اساس این امیال طبیعی استوار می‌سازد و در روش تربیتی خود از آن سود می‌جوید (بنگرید به: مصباح‌یزدی، ۱۳۹۴: ۱۶۱/۲).

در این پژوهش، راهبردها و رهیافت‌های قرآن به مسئله انگیزش معنوی بر پایه گرایش لذت‌جویی و رنج‌گریزی بازبایی و با رویکرد مدیریتی ارائه شده است. به منظور دستیابی به راهبردها و روش‌های ایجاد انگیزش معنوی اثربخش در سازمان از نگاه قرآن باید به پرسش‌های ذیل پاسخ داده شود:

۱. راهبردهای قرآن در بیان انگیزش معنوی بر اساس گرایش به لذت کدام‌اند؟
 ۲. قرآن از چه روش‌هایی به منظور اجرای این راهبردها بهره می‌گیرد؟
 ۳. راهبردهای ایجاد انگیزش معنوی در قرآن بر پایه رنج‌گریزی انسان کدام‌اند؟
 ۴. روش‌های قرآن در کاربست این راهبردها چگونه است؟
- در بررسی پیشینه پژوهش، به دلیل بدیع بودن موضوع و رویکرد آن در حوزه سازمان و

مدیریت، پژوهش‌ای که به طور کامل با موضوع تحقیق حاضر مرتبط باشد یافت نشد. در ادامه به برخی از پژوهش‌ها که تا اندازه‌ای با موضوع و عنوان تحقیق مرتبط بودند، اشاره می‌شود.

شهید مطهری در کتاب *انسان و ایمان*؛ مقاله مکتب، ایدئولوژی (۱۳۷۲) پایه بسیاری از فعالیت‌های انسان را در لذت‌گرایی او دانسته؛ اما بدون اشاره به رابطه لذت‌گرایی و معنویت، تنها به مقایسه کنش‌های التذاذی و تدبیری پرداخته است. محمد کاویانی در کتاب *روان‌شناسی در قرآن* (۱۳۹۳)، با نگاهی کلی به گرایش‌های انسان، به ذکر شماری از آیات مرتبط بدون ارائه تبیینی از دلالت آن‌ها بسنده کرده است. همچنین در مقاله «راهبردها و روش‌های نهادینه‌سازی فرهنگ قرآن بر پایه گرایش فطری انسان به کمال و زیبایی» (رضازاده جویباری و نجارزادگان، ۱۳۹۷) با استفاده از روش فرانکنا به راهبردهای تربیتی و روش‌های نهادینه کردن فرهنگ قرآن اشاره شده؛ اما فاقد هرگونه جهت‌گیری سازمانی و مدیریتی است. در مقاله «ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت کارکنان» (فرهنگی و رستگار، ۱۳۸۵) نیز الگویی نسبتاً جامع در زمینه انگیزش در کارکنان طراحی گردیده است؛ اما علاوه بر اینکه رویکرد قرآنی ندارد، الگوی یادشده بر اساس گرایش‌های انسان ارائه نشده است. همچنین محمد مقیمی در کتاب *اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام* (۱۳۹۴) به بحث در مورد رابطه نیازهای الهی انسان و انگیزش پرداخته و بهره‌گیری از محرک‌های معنوی و اخروی را یکی از ابزارهای انگیزشی در سازمان‌های آخرت‌گرا معرفی کرده است؛ اما به طور خاص در مورد گرایش‌های انسانی از جمله لذت‌گرایی و رنج‌گزیزی و نقش آن‌ها در انگیزش معنوی سخن به میان نیاورده است.

۲. روش‌شناسی

از آنجا که دستیابی به راهبردهای انگیزش معنوی در قرآن نیازمند آن است که این پدیده در آیات قرآن به صورت مستدل و با روش علمی شناخته شود، این پژوهش روش

تفسیر موضوعی با رویکرد استنتاجی را به عنوان روش تحقیق برگزیده است. برپایه این روش، ابتدا موضوع پژوهش از متن جامعه گرفته می‌شود و سپس به صورت پرسش به محضر قرآن عرضه می‌گردد. آنگاه با گردآوری آیات مرتبط و تفسیر موضوعی آن‌ها پاسخ از قرآن دریافت می‌شود (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۸: ۳۵). بنابراین، تلاش این نوشتار بر آن است تا به منظور دستیابی به راهبردهای قرآنی در زمینه انگیزش معنوی سازمانی، با استخراج سؤالاتی در این باره از منابع علمی و عرضه آن به منبع وحی برای گرفتن پاسخ‌هایی از آن، به فحص عمیق در آیات قرآن کریم پردازد و پس از استخراج، دسته‌بندی و تحلیل آن‌ها، دیدگاه قرآن کریم را در این باره ارائه نماید.

همچنین به منظور استنتاج راهبردها و روش‌های اجرای آن در سازمان، از الگوی منطقی ویلیام فرانکنا^۱ استفاده شده است. در این روش از دو نوع گزاره‌های هنجارین و واقع‌گرا در یک فرایند الگوی استنتاج منطقی استفاده شده است. گزاره‌های هنجارین، ماهیت تجویزی دارند و سه‌گونه‌اند: گزاره‌های مربوط به اهداف تربیتی، گزاره‌های مربوط به راهبردها و گزاره‌های مربوط به روش‌های عملی. گزاره‌های واقع‌نگر که با اصطلاح مبنا مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، دارای ماهیت توصیفی‌اند و بر روابط و مناسبات واقعی میان امور ناظرند. قیاس به کار گرفته شده در این استنتاج، متشکل از یک هدف تربیتی و گزاره واقع‌نگر (به عنوان صغری و کبری قیاس) مبنایی است که راهبرد را نتیجه می‌دهد. قیاس دوم در این روش، متشکل از راهبرد و گزاره روش‌ساز به عنوان صغری و کبری است که روش اجرای راهبرد را نتیجه می‌دهد (بنگرید به: باقری، ۱۳۸۹: ۴۸-۶۴). هدف تربیتی که صغرای قیاس اول را شکل می‌دهد عبارت است از: «ایجاد انگیزش معنوی در انسان با استفاده از گرایش‌های درونی او». گزاره واقع‌نگر مبنایی (که نقش کبری قیاس را

۱. William Frankena، وی فیلسوف اخلاق و استاد دانشگاه میشیگان آمریکاست. او در زمینه فلسفه اخلاق، روان‌شناسی اخلاق، اخلاق عملی و دینی، و فلسفه آموزش و پرورش مقاله و کتاب‌هایی نوشته است. همچنین مدل قیاس عملی فرانکنا الگوی روش تحقیق استنتاج عملی است (باقری و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۵؛ همو، ۱۳۸۹: ۴۸-۶۴).

دارد) در این مقاله گزاره‌ای است که حاکی از ویژگی‌های گرایش‌های انسان است؛ مبنایی انسان‌شناختی که بر اساس آن یک راهبرد عملی برای تحقق هدف تربیتی یادشده استخراج می‌شود.

در این پژوهش، برای رعایت اختصار، به گزاره واقع‌نگر روشی و قیاس مربوط تصریح نشده و تنها اصل و روش (یعنی صغری و نتیجه قیاس) بیان گردیده است؛ البته فهم گزاره روش‌ساز و تکمیل قیاس به دلیل دسترسی به صغری و نتیجه قیاس ممکن است.

۳. مفهوم‌شناسی

راهبرد (Strategy): این واژه در لغت به معنای برنامه، سیاست‌گذاری و شیوه عمل در موقعیت خاص است (صدری‌افشار، ۱۳۸۱: ۱۷۴) و در اصطلاح، یک برنامه جامع برای عمل است که جهت‌گیری‌های مهم سازمان را معین می‌کند و رهنمودهایی برای تخصیص منابع در مسیر کسب هدف‌های بلندمدت سازمانی ارائه می‌دهد (رضائیان، ۱۳۸۷: ۲۳۹) که با به‌کارگیری روش‌های جزئی، عملیاتی می‌گردد. به دیگر سخن، راهبرد عبارت است از تعیین اهداف و آرمان‌های بلندمدت و اساسی سازمان و روش رسیدن به آن‌ها (چندلر، ۱۹۶۲: ۸۷).

انگیزش (Motivation): از نظر لغوی، انگیزه اسم و انگیزش، اسم مصدر است و به معنای تحریک و ترغیب آمده است (معین، ۱۳۷۸: ۵۸)؛ اما در اصطلاح، انگیزش فرایندی روان‌شناختی است که هدف و جهت رفتار را نشان داده (کریتنر، ۱۹۹۵: ۶۴) چرایی آن را بیان می‌کند (سرتو، ۱۹۹۴: ۴۸). در حقیقت، انگیزش مجموعه‌ای از نیروهاست که سبب می‌شود افراد به شیوه‌های معینی رفتار کنند (گریفین، ۱۹۹۶: ۵۲).

معنوی: این واژه منسوب به معنا و در معانی مختلفی همچون حقیقی، راست، اصلی، ذاتی، مطلق، باطنی و روحانی به‌کار می‌رود. به علاوه مفهومی است که فقط به وسیله قلب شناخته می‌شود و زبان را در آن بهره‌ای نیست (دهخدا، ۱۳۸۴: ۱۴/۱۷۳).

معنویت (Spirituality): در تبیین معنای اصطلاحی معنویت، تعریف‌های مختلفی

ارائه شده که این اختلاف در تعاریف ناشی از آن است که اندیشمندی که درباره معنویت بحث می‌کند به کدام مکتب و جریان فکری تعلق دارد. به طور کلی، در رویارویی با این مفهوم، طیفی از دین‌باوری تا معنویت‌باوری فارغ از دین وجود دارد. در یک سوی این طیف، اندیشمندان معتقد به ادیان الهی قرار دارند که معتقدند اساساً مفهوم معنویت تنها در چهارچوب گفتمان دینی معنا پیدا می‌کند و غیر از ادیان آسمانی، نمی‌توانند از معنویت سخن به میان آورند (بنگرید به: جوادی آملی، ۱۳۸۷: ۲۱۵)؛ در سوی دیگر این طیف، متفکران سکولار قرار دارند که تعریفشان از معنویت با دین ارتباطی ندارد و مبتنی بر انسان‌محوری است. در معنویت‌های سکولار، با استفاده از عقلانیت مدرن، تنها درصدد آن هستند که انسان را از بحران‌های روحی و روانی نجات دهند و آرامش و امید نسبی دنیوی را برای او به ارمغان آورند و به هیچ عنوان، سلوک برای رسیدن به قرب الهی و مقام توحید را دنبال نمی‌کنند (خسروپناه، ۱۳۹۱: ۳۳)؛ در حالی که، معنویت از دریچه الهیات اسلامی که مورد تأکید این پژوهش است، در پیوند عمیق با دستورات دین و نگرش توحیدی است تا جایی که معنویت اصیل، هویت خود را از دین می‌گیرد و راه حصول آن در گرو اجرای دستورات دین است (بنگرید به: مطهری، ۱۳۸۴: ۲۸۵). بر همین اساس، علامه جوادی آملی، مبنای رابطه دین و معنویت را این‌گونه ترسیم می‌کند: به هیچ وجه انسان استقلال کامل ندارد؛ زیرا ذات او وجودی امکانی است که باید به هستی مطلق تکیه کند. انسان باید بداند همان‌گونه که حیات تکوینی‌اش، چه در ایجاد و چه در استمرار آن، وابسته به حق است، حیات معنوی‌اش نیز وابسته به فیض تشریحی حق و دستورات حیات‌بخش اوست. بنابراین، بایدهای تکالیف دینی، در راستای تصاعد جان به مقامات عرفانی و تکامل انسان به جایگاه خلیفه‌اللهمی و نبایدهای آن، در راستای جلوگیری از موانع زیان‌بار برای حقوق معنوی انسان مطرح می‌شود (بنگرید به: جوادی آملی، ۱۳۸۸: ۱۶۰).

بنا بر آنچه گفته شد، می‌توان معنویت را چنین تعریف کرد: معنویت، برآیند مجموعه اعمال و عبادات با منشأ اعتقاد به خدا و اطاعت از اوامر و پرهیز از نواهی حق تعالی است

(حسینی، ۱۳۸۶: ۸۸).

۴. راهبردها و روش‌های ایجاد انگیزش معنوی بر پایه لذت‌جویی

- هدف (گزاره تجویزی): هدف، جذب مخاطبان به ویژه کارکنان و ایجاد انگیزش معنوی در آنان با بهره‌گیری از گرایش‌های درونی بشری است.
 - مبنا (گزاره واقع‌گرا): انسان به طور طبیعی موجودی لذت‌جو و راحت‌طلب است و محرک و انگیزه اصلی او در انجام بسیاری از کارها رسیدن به لذت و خوشی است. قرآن کریم با صحنه‌گذاران بر وجود لذت‌جویی در انسان، از آن در جهت تربیت و انگیزش او به سوی کمال نهایی سود می‌جوید (شیروانی، ۱۳۸۴: ۱۷۲).
- بر این اساس، می‌توان چهار راهبرد قرآنی برای ایجاد انگیزش معنوی در سازمان ارائه کرد:

۴-۱. تبیین لذت‌بخشی معنویات

یک راهبرد مهم برای ایجاد انگیزش پایدار به امور معنوی در سازمان، تبیین گنجایش و قابلیت معنویات در ارضای لذت‌جویی است؛ به این معنا که بر اساس این گرایش، اثبات لذت‌آفرینی امور معنوی در برخورداری از یک زندگی دل‌پذیر و فرحناک، می‌تواند یک راهبرد قرآنی برای جذب و انگیزش معنوی اعضای سازمان باشد.

از نظرگاه قرآن، زندگی که در آن یاد و احساس حضور خدا کم‌رنگ باشد، نه تنها لذت و نشاطی ندارد؛ بلکه سراسر درد و رنج است: «وَمَنْ أَعْرَضَ عَنْ ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا» (طه/۱۲۴). بر اساس این آیه، دوری از یاد خدا زندگی را دشوار می‌گرداند و یاد خداوند زندگی را برای انسان دل‌انگیز می‌سازد؛ زیرا انسانی که یاد خدا را فراموش می‌کند، غرق در شهوات، حرص و بخل می‌شود و حتی اگر در بالاترین سطح از امکانات مادی و رفاهی باشد، باز هم زندگی آرام و بی‌دغدغه‌ای نخواهد داشت؛ چرا که همواره در اندیشه افزودن بر مال و ثروت و دستیابی به رفاهی دیگر و تازه‌تراست و این افزون‌طلبی زندگی را برای او تنگ و سخت می‌کند؛ به خصوص آنکه او پیوسته نگران آینده خویش نیز هست و بیم از

دست دادن امکانات او را رنج می‌دهد (بنگرید به: طباطبایی، ۱۳۹۰: ۱۴/۲۲۵). اساساً هیچ نوع امکانات مادی، روح انسان را اشباع نمی‌کند و آدمی به هر درجه از رفاه که برسد به آن عادت می‌کند و افزون از آن را می‌خواهد و این بدان سبب است که روح انسان خدایی است (بنگرید به: حجر/۲۹) و چیزی جز یاد خدا او را آرام نمی‌سازد (بنگرید به: رعد/۲۸) و این کام‌جویی‌های بدلی در اشباع و اقناع روح او کارساز نیستند. بنابراین هر کس از یادکرد خدا روی گرداند، زندگی تنگ و سختی خواهد داشت و لذت آرامش را نخواهد چشید (جعفری، ۱۳۷۶: ۶/۶۱۶).

تبیین روان‌شناختی این مسئله آن است که معنویت‌گرایی فرد را از امیال و تکانش‌هایی که برای او استرس و فشار روانی ایجاد می‌کند، باز می‌دارد و سبب می‌شود که به جای توجه صرف به لذت‌های دنیوی به تقویت رابطه با خدا و تقرب به او توجه کند. بروز مشکلات برای چنین فردی وی را از هدف اصلی باز نمی‌دارد و چون خود را در مسیر رشد و تکامل معنوی احساس می‌کند، از زندگی لذت می‌برد (خلجی موحد، ۱۳۷۹: ۶۴). بنابراین، یکی از راه‌های اصلی دستیابی به لذت و آرامش بیشتر در زندگی فردی و سازمانی آن است که انسان همواره به یاد خدا باشد.

در آیه‌ای دیگر، قرآن کریم راه رسیدن به یک زندگی دل‌پسند را در گرو ایمان و رفتار خداپسندانه معرفی می‌کند: «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً» (نحل/۹۷). واژه «طیب» را به معنای آنچه پاکیزه است و انسان یا حواس انسان از آن لذت می‌برد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۶: ۴۸۱) و نیز هر آنچه مطلوب و پسندیده است و از ناپاکی ظاهری و باطنی دور باشد (مصطفوی، ۱۳۶۸: ۷/۱۸۱) دانسته‌اند. بنابراین می‌توان گفت بر پایه آیه یادشده، معنویت برآمده از ایمان، زندگی معمولی را به یک زندگی نو، مطلوب، دل‌پسند، لذت‌بخش، پاکیزه و کمال‌گرا در همه ابعاد مادی و معنوی آن تبدیل می‌کند. در واقع، نقش ایمان و یاد خدا در برخورداری از یک زندگی فرحناک چنان عمیق است که بدون آن نمی‌توان انتظار نشاط داشت؛ از این رو، در ادبیات دین، از چیزی به نام شیرینی ایمان یاد شده که این شیرینی، مربوط به لذت‌های معنوی انسان

است و می‌تواند نشاط روحی و روانی را برای انسان به ارمغان آورد. این شیرینی چنان لذتی دارد که هر کس آن را بچشد، دیگر لذت‌ها در نظر او رنگ می‌بازد (بنگرید به: پسندیده، ۱۳۹۲: ۱۲۹).

شوربختانه امروزه برخی از اعضای سازمان چنین گمان می‌کنند که لذت‌ها محدود به لذایذ مادی‌اند. این گروه، لذت‌های خود را محدود به خوشی‌های حسی می‌کنند؛ از این رو فکرمی‌کنند تمام افرادی که برای خدا از لذت‌های حرام می‌گذرند، زندگی سختی دارند. به گمان آن‌ها بندگان مطیع خداوند از چیزی لذت نمی‌برند و زندگی به کام آنان تلخ است؛ حال آنکه بر پایه آموزه‌های وحیانی، اولیای الهی در همین دنیا نیز دل شادند ﴿لَهُمُ الْبُشْرَىٰ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا﴾ (یونس / ۶۴)؛ و این شادزیستی و فرحناکی برآیند طبیعی و تکوینی خدا باوری و معنویت‌گرایی است که هر کس تکیه‌گاهی معنوی در درون داشته باشد، از آن‌ها بهره‌مند می‌گردد (بنگرید به: رضایی‌اصفهان‌ی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱۱/۹). بنابراین، نظر به راهبرد یادشده، مدیران معنویت‌گرا باید از طریق تبیین ظرفیت معنویات در لذت‌آفرینی و زدایش پنداره‌های ناصواب در این باره، به اصلاح بینش کارکنان پرداخته، آنان را به درک لذت‌های اصیل معنوی برانگیزند. چنانچه به درستی برای اعضای سازمان تبیین شود که لذت‌ها منحصر در لذایذ حسی نیستند و لذت‌های معنوی می‌توانند عمیق‌تر و فرح‌بخش‌تر از لذایذ مادی و حیوانی باشند، بر اساس گرایش آنان به لذت‌جویی، به سوی معنویات برانگیخته می‌شوند.

۴-۲. برجسته‌سازی لذت‌های اخروی

راهبرد قرآنی دیگری که می‌تواند بر پایه این گرایش، دارای اثر انگیزشی مثبت معنوی در سازمان باشد، برجسته‌سازی لذایذ اخروی در مقایسه با لذت‌های دنیوی است. در این راهبرد با تبیین ویژگی‌های برتر و ممتاز لذت‌های اخروی که در پرتو معنویت‌گرایی، نیکان در آخرت از آن بهره‌مند می‌شوند، می‌توان مدیران و کارکنان لذت‌خواه را به معنویات علاقه‌مند ساخت.

بسیاری از آیات قرآن کریم دلالت دارند بر اینکه انسان‌ها به حسب طبعشان طالب لذت‌های دنیایی‌اند، در حالی که لذت‌های آخرتی بر لذت‌های دنیایی ترجیح دارند و چون لذت‌ها متزاحم‌اند و از همه آن‌ها با هم نمی‌توان بهره برد، عقلاً باید لذت‌های برتر را برگزید. قرآن در این باره می‌فرماید: «ای اهل ایمان! شما را چه عذر و بهانه‌ای است هنگامی که به شما گویند: برای نبرد در راه خدا باشتاب [از شهر و دیارتان] بیرون روید؛ به سستی و کاهلی می‌گرایید [و به دنیا و لذت‌هایش میل می‌کنید]؟! آیا به زندگی دنیا به جای آخرت دل خوش شده‌اید؟ کالای زندگی دنیا در برابر آخرت جز کالایی اندک نیست» (توبه / ۳۸).

در مقام مقایسه و ارزیابی میان لذایذ، دو معیار برای ترجیح یک لذت بر لذت دیگر وجود دارد: یکی کیفیت و دیگری دوام (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۳: ۲۵۳). بر اساس آموزه‌های قرآن، لذات انسان در زندگی آخرتی‌اش نسبت به لذت‌های دنیا مزیت و رجحان دارند (بنگرید به: اعلی / ۱۶-۱۷)؛ زیرا لذایذ اخروی هم از نظر تنوع و کیفیت برتری دارند؛ چنان‌که در آیات متعددی از قرآن همچون آیه ۱۵ سوره محمد از نعمت‌هایی مانند آب گوارایی که بدبو شدن نیست، نهرهای شیری که طعم و مزه آن هیچ‌گاه دگرگونی ندارد، شراب لذت‌بخش، عسل ناب و مصفا و هرگونه میوه‌ها و بهشتی یاد شده است؛ و هم اینکه جاودانه و پایان‌ناپذیرند: «إِنَّ هَذَا لَرِزْقُنَا مَا لَهُ مِنْ نَفَادٍ» (ص / ۵۴). به علاوه اینکه برخی از لذت‌های اخروی از حد نعمت‌های محسوس بهشتی همچون خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها بسیار فراترند؛ تا جایی‌که قرآن درباره این‌گونه لذت‌های بی‌همتا می‌فرماید: «فَلَا تَعْلَمُ نَفْسٌ مَّا أُخْفِيَ لَهُمْ مِنْ قُرَّةِ أَعْيُنٍ جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ» (سجده / ۱۷) (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۳: ۲۵۵).

بر اساس این راهبرد، سازمان‌ها می‌توانند با بیان ویژگی‌های ممتاز لذت‌های اخروی در قیاس با لذت‌های دنیوی به برجسته‌سازی لذایذ اخروی بپردازند و از این طریق به انگیزش کارکنان خود به معنویت اقدام نمایند. برپایه لذت‌گرایی انسان، نخست اعضای سازمان باید به خوبی دریابند که لذایذ اخروی از برتری قابل ملاحظه‌ای از نظر تنوع، مانایی

و کیفیت برخوردارند؛ سپس با درک این مطلب که بهره‌مندی از آن لذایذ برتر منوط به معنویت‌گرایی است، شوق و انگیزه آنان به ارزش‌های معنوی برانگیخته خواهد شد.

۳-۴. ارتقای افق نگاه کارکنان از گرایش به لذت‌های مادی به لذت‌های برتر معنوی

گاه شرایط محیطی سازمان و فضای جامعه و چهارچوب‌های نادرست ذهنی، چنان بر انسان تأثیر می‌گذارند که درک او را محدود ساخته، اجازه نمی‌دهند لذت‌هایی فراتر از لذایذ محسوس را درک کند. تقلیل لذت به لذت‌های مادی و جذابیت‌های جسمی و جنسی نمونه‌ای از نگاه محدود و حداقلی به این گرایش ذاتی است. جهان‌بینی مادی، با اسیر کردن انسان در چنگال محسوسات باعث می‌شود لذت‌های معنوی نادیده گرفته شود. از این رو، برای ایجاد انگیزه و علاقه به مسائل معنوی در سازمان، باید مدیران تلاش کنند تا ذائقه لذت‌شناختی کارکنان را تقویت کرده، ارتقا دهند؛ به‌گونه‌ای که کارکنان، تنها به خوشی‌های محسوس بسنده نکنند؛ بلکه پای در عرصه انبساط‌ها و لذت‌های معنوی نیز بگذارند.

در همین راستا، خداوند متعال در قرآن کریم گرایش انسان به لذت‌های مادی را تأیید می‌کند؛ اما برای نفس لذت‌طلب انسان نمونه‌ای بهتر و لذت‌بخش‌تر ارائه و معرفی می‌کند تا بدین طریق نظر او را به سوی لذت‌های والاتر معنوی جلب کند. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «وَعَدَ اللَّهُ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتِ عَدْنٍ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ أَكْبَرُ ذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ» (توبه/۷۲).

این آیه، بخشی از رحمت و واسعة‌الهی را که شامل حال مؤمنان می‌شود در دو جنبه «مادی» و «معنوی» شرح می‌دهد. نخست خداوند به مردان و زنان با ایمان نعمت‌ها و لذت‌های مادی را وعده می‌دهد و سپس به منظور اعتلا و ارتقای افق نگاه مخاطب از میل به لذات مادی به لذت‌های معنوی، به نعمت معنوی آنان اشاره کرده، می‌فرماید: رضایت و خشنودی خدا که نصیب این مؤمنان راستین می‌شود از همه این نعمت‌ها و لذت‌های یادشده و از هر بخشش دیگری برتر و بزرگ‌تر است. در واقع هیچ‌کس نمی‌تواند

آن لذت معنوی و احساس روحانی را که در پی رضایت و خشنودی خدا از یک انسان، به او دست می‌دهد، وصف کند. ما هیچ‌یک از نعمت‌های جهان دیگر را نمی‌توانیم در این قفس دنیا و زندگانی محدودش، در اندیشه خود ترسیم کنیم تا چه رسد به این لذت و نعمت بزرگ روحانی و معنوی (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ۸ / ۳۷-۳۹).

۴-۴. رعایت اصل لذت بخشی در انتقال مفاهیم معنوی

راهبرد دیگری که می‌توان بر پایه آیات کلام وحی در ایجاد انگیزش معنوی کارکنان ارائه کرد، احترام و توجه به گرایش لذت جویی مخاطب در گزینش و عرضه محتوا و محور قرار دادن گرایش او به لذت است. برای ایجاد انگیزش به امور معنوی در سازمان، مفاهیم و آموزه‌های معنوی باید با رعایت اصل نشاط بخشی و لذت آفرینی ارائه گردد. در این زمینه بهره‌گیری از روش‌های قرآنی ذیل می‌تواند اثربخش باشد:

۴-۴-۱. ارائه جذاب آموزه‌های معنوی

بهره‌گیری از شیوه‌های جذاب، گیرا و دل‌پذیر در ارائه و انتقال مفاهیم و ارزش‌های دینی به کارکنان، نقش مهمی در انگیزش معنوی آنان ایفا می‌کند. انتقال آموزه‌های صحیح دینی؛ اما در قالب برنامه‌های خشک، بی‌روح و خالی از هرگونه جذابیت؛ به دلیل عدم استفاده از روش‌ها و ایده‌های بدیع و خلاقانه در انتقال پیام‌های ارزشی، برنامه‌های معنوی سازمان را با بازده حداقلی و حتی بازخوردهای منفی مواجه خواهد ساخت.

در همین زمینه، یکی از ویژگی‌های بارز راهبردهای انگیزشی قرآن که در نخستین نگاه توجه مخاطب را به خود جلب می‌کند، آمیختگی معنویت و هنراست، بدین معنا که قرآن در رساندن پیام و ایده‌های معنوی خویش از انواع فنون و شیوه‌های بکر هنری بهره گرفته است. استعاره (بنگرید به: نحل/۱۱۲)، کنایه (اعراف/۱۸۹)، تشبیه (عنکبوت/۴۱)، تصویرسازی (ابراهیم/۱۸)، داستان (یوسف/۳) و... از فنونی است که در سراسر آیات وحی به چشم می‌خورد. شاید به دلیل وجود آرایه‌های ادبی روح‌افزا در کلام وحی بود که دشمنان از قرآن به سحر تعبیر می‌کردند. به هر حال، به کارگیری راهبردهای

هنری بهجت‌انگیز در گزاره‌های معنوی قرآنی، نشان از این واقعیت دارد که میان پیام فرهنگی و جذابیت در پیام‌رسانی، پیوند مستحکمی وجود دارد و ایجاد انگیزش در دیگران، نیازمند به‌کارگیری روش‌های لذت‌آفرین و سرور‌انگیز در انتقال پیام‌های دینی است (صدر، ۱۳۸۷: ۳۳)

براین اساس، سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های فرهنگی باید محتوای پربار دینی و دستاوردهای خود را که برخوردار از ظرافت‌های اخلاقی و معنوی است به شکلی به کارکنان و دیگر مخاطبان خود عرضه کنند که لذت‌آفرین و دل‌پذیر باشد. رعایت اصل لذت‌بخشی در تولید محصولات فرهنگی می‌تواند نقش بسزایی در جذب مخاطب به ارزش‌های دینی و معنوی داشته باشد.

۴-۲. تناسب برنامه‌های فرهنگی با نیازهای کارکنان

یکی از مسائل مهم در هر نوع پیام‌رسانی آن است که فرستنده پیام بتواند میان پیام خود و نیاز مخاطب ارتباط ایجاد کند؛ از این رو، پیامی می‌تواند بیشترین جاذبه و انگیزش را ایجاد کند که پاسخ‌گوی نیاز مخاطب باشد (کرباسیان، ۱۳۹۳: ۵۸). تناسب نداشتن محتوای برنامه‌های فرهنگی و دینی با نیازهای فردی و اجتماعی کارکنان باعث ایجاد نوعی بی‌میلی در آنان نسبت به شرکت و همراهی با برنامه‌های معنوی در سازمان می‌گردد.

با تأمل در سیره تربیتی پیامبران الهی در قرآن این نکته آشکار می‌شود که هر یک از پیامبران با توجه به شرایط و مقتضیات زمانی و مکانی، و نظر به نیازهای روز مخاطبان خود، توجه ویژه‌ای به یکی از حوزه‌ها داشته‌اند؛ به عنوان مثال، گفتمان غالب بر جامعه حضرت شعیب علیه السلام، گرایش به کم‌فروشی و گران‌فروشی بود. از آنجا که فساد و تباهی در حوزه اقتصادی، آثار و پیامدهای مادی و معنوی سنگینی به جامعه تحمیل می‌کند، تأکید بر بازسازی و اصلاح این حوزه برای آن حضرت در اولویت برنامه‌های دینی بوده است. شعیب علیه السلام برای اینکه بتواند مسیر درست را به مردم بشناساند، از آنان می‌خواهد

تا قسط و عدالت را در حوزه امور اقتصادی رعایت کنند و در مبادله، کم فروشی را کنار بگذارند: ﴿وَالِی مَدَیْنٍ اَخَاهُمْ شُعَیْبًا قَالَ یَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللّٰهَ مَا لَكُمْ مِنْ اِلٰهٍ غَیْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِکْیَالَ وَالْمِیْزَانَ اِنِّیْ اَرَاكُمْ بِخَیْرِ وَاِنِّیْ اَخَافُ عَلَیْكُمْ عَذَابَ یَوْمٍ مُّحِیْطٍ * وَیَا قَوْمِ اَوْفُوا الْمِکْیَالَ وَالْمِیْزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ اَشْیَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِی الْاَرْضِ مُفْسِدِیْنَ﴾ (هود / ۸۴-۸۵).

این روش و الگوی رفتاری را می‌توان به سازمان نیز تعمیم داد؛ به عنوان مثال، در شرایطی که یک سازمان به دلیل وجود مفسد مالی همچون رانت و اختلاس از بحران اقتصادی رنج می‌برد، تمرکز بر روی مسائل اخلاقی غیرمرتبط با این موضوع، با استقبال و همراهی کارکنان مواجه نمی‌شود؛ چرا که اساساً دغدغه و نیاز اصلی و اولویت آنان مسائل اقتصادی است. به همین دلیل، در چنین شرایطی باید متناسب با نیاز سازمان، طرح‌ها و برنامه‌های انسان‌ساز معنوی با محوریت مسائل اقتصادی ارائه شود تا انگیزاننده و اثربخش باشد.

۵. راهبردها و روش‌های ایجاد انگیزش معنوی بر پایه رنج‌گریزی

در ادامه و تکمیل راهبردهای انگیزشی قرآن بر پایه لذت جویی، راهبردهای رنج‌گریزی و ترس از افتادن در ورطه هلاکت در صورت ترک امور معنوی قرار می‌گیرند؛ چرا که در واقع لذت‌گرایی و رنج‌گریزی، دوروی یک سکه‌اند و ترس از درد و رنج نیز همچون شوق به لذت می‌تواند در انگیزش معنوی افراد تأثیری عمیق داشته باشد.

- **هدف (گزاره تجویزی):** هدف، جذب مدیران و کارکنان و ایجاد انگیزش در آنان نسبت به معنویات و نهادینه‌سازی فرهنگ دینی در سازمان است.
- **مبنا (گزاره واقع‌گرا):** محرک و انگیزه انسان در بسیاری از کارها گریز از مشقت، رنج و ناراحتی است؛ از این رو، همواره تلاش می‌کند تا خود را از هرگزندی مصون بدارد. قرآن کریم وجود انگیزه رنج‌گریزی و راحت‌طلبی را در انسان پذیرفته و به‌گونه‌ای گسترده از آن برای پرورش و تعالی معنوی انسان در سطوح مختلف و با روش‌های

گونگون استفاده کرده است (بنگرید به: مصباح‌یزدی، ۱۳۹۴: ۱/۲۶۰).
 براین مبنا، می‌توان دو راهبرد مهم قرآنی برای ایجاد انگیزش معنوی در سازمان ارائه کرد:

۱-۵. انذار

برانگیختگی از طریق انذار یک راهبرد انگیزشی رایج در قرآن به منظور تغییر نگرش و اصلاح رفتار فردی و سازمانی محسوب می‌شود. انذار از ریشه «نذر» نقطه مقابل تبشیر و به معنای خبردادنی است که ترساندن در آن لحاظ شده باشد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۶/ ۷۹۷؛ ابن منظور، ۱۴۱۴: ۵/۲۰۰؛ طریحی، ۱۳۷۵: ۳/۴۹۰). بر اساس آیات روشن‌گر قرآن، بیم دادن نقش انگیزشی مهمی در حرکت معنوی انسان دارد؛ از این رو، بیم دادن و آگاهی بخشیدن نسبت به فرجام تلخ کارها همواره در دستور کار انبیای الهی قرار داشته است، به‌گونه‌ای که گاهی خود را تنها به عنوان بیم‌دهنده معرفی می‌کردند: «إِن أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ مُّبِينٌ» (شعراء / ۱۱۵).

در قرآن موارد فراوانی به چشم می‌خورد که از مکانیسم انذار به عنوان یکی از اصلی‌ترین روش‌های مؤثر بر انگیزش استفاده شده تا بر مبنای آن، فرد سبک زندگی خود را متناسب با ارزش‌های دینی و معنوی پدید آورد (بنگرید به: نوح / ۲-۳). آنچه در راهبردهای انگیزشی قرآن بر پایه انذار به عنوان اهرمی برای ارتقای انگیزش معنوی به کار گرفته می‌شود، توصیف پیامدهای منفی و رنج‌افزای انجام یا ترک رفتاری مشخص است که به شکلی به تصویر کشیده می‌شود که احساس ترس و نگرانی را در مخاطب برمی‌انگیزد. اساساً عملکرد انگیزش از طریق رنج‌گزینی به صورت سلبی است؛ به این ترتیب که هشدار می‌دهد تغییر ندادن رفتار یا نگرش نسبت به یک موضوع ممکن است انواع دردها، سختی‌ها و خطرهای را برای فرد به همراه داشته باشد. این امر باعث می‌شود تا فرد به پیام‌ها توجه کرده، توصیه‌ای را که در پیام آمده است، بپذیرد (مسعودی‌پور، ۱۳۹۶: ۱۳۶). در این زمینه بهره‌گیری از روش‌های قرآنی ذیل می‌تواند اثربخش باشد:

۱-۱-۵. تهدید به پیامدهای رنج‌آور دنیوی

یکی از عوامل انگیزشی در انسان، ترس از رویارویی با پیامدهای رفتار و مکافات عمل در همین دنیاست. معمولاً هر رفتاری که با پیامد خوشایند همراه باشد، نیرومند می‌گردد و برعکس، هر رفتاری که پیامد نامطلوب در پی داشته باشد، احتمال تکرار آن کمتر می‌شود (بنگرید به: شجاعی، ۱۳۹۵: ۱۸۹). برخی از آیات قرآن به روشنی بیانگر آن است که میان رفتار انسان و رویدادهای خارجی، ارتباطی مستحکم برقرار است و انسان در همین دنیا، پیامد و بازتاب رفتار زشت یا زیبای خود را خواهد دید (بنگرید به: مائده/ ۶۵-۶۶؛ اعراف/ ۹۶؛ روم/ ۴۱؛ فصلت/ ۴۶؛ شوری/ ۳۰) (طباطبایی، ۱۳۹۰: ۴/ ۲۰۱) به این ترتیب، باور به نظام کنش و واکنش در عالم هستی، نقش مؤثری در انگیزش معنوی انسان ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که دقت و حساسیت آدمی را در خصوص رفتارهایش برمی‌انگیزد و ضمانت اجرایی برای زیست معنوی او را تقویت می‌نماید.

برهمن اساس، قرآن کریم با تبیین پیامدهای ناگوار برخی از رفتارهای نامطلوب، انسان را بیم می‌دهد و از انجام آن برحذر می‌دارد؛ برای مثال در سوره نساء، زمانی که خداوند خواستار ایجاد انگیزش در مردمان به منظور رعایت حال ایتام دیگران است، آنان را تهدید می‌کند؛ آنچه بر سر ایتام مردم می‌آورید و مالشان را می‌خورید و حقوقشان را پایمال می‌کنید، بعد از مردنتان بر سر ایتام خودتان خواهد آمد و بدین شکل به آنان گوشزد می‌کند که هرگونه مصائبی را که برای آنان فراهم آورند به ایتام خودشان باز خواهد گشت (بنگرید به: همان‌جا)؛ «وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (نساء/ ۹).

بر اساس این روش، اگر تصویر روشنی از انذار در سازمان ایجاد شده باشد و کارکنان سازمان بدانند یا احتمال دهند در صورتی که از قوانین و مقررات ارزشی سازمان سرپیچی کنند پیامدهای منفی و رنج‌آوری در انتظار آنان خواهد بود، ترس از این پیامدهای ناخوشایند در آنان انگیزه اطاعت از قوانین ارزشی سازمان را ایجاد می‌کند؛ به دیگر سخن، مسئولان سازمان با استفاده از تهدید به پیامدهای مشقت‌بار رفتارهای نامطلوب می‌توانند

در کارکنان خود نفوذ و در رفتار و عملکرد معنوی آنان اثرگذار باشند.

۵-۱-۲. تهدید به پیامدهای رنج‌آور اخروی

ترس از رنج کیفر و مجازات‌های اخروی، عاملی بازدارنده از زشتی‌ها و محرکی برای انجام نیکی‌هاست. بدین منظور، خداوند متعال در جای جای قرآن کریم، انسان رنج‌گریز را از دوزخ و عذاب‌های آن بیم داده و برحذر داشته است؛ غذایی که وجود انسان را احاطه می‌کند و آتش آن بر جان او می‌افتد (بنگرید به: همزه/۷)؛ به‌گونه‌ای که راهی برای تخفیف آن نیست (بنگرید به: غافر/ ۴۹-۵۰). فریاد دوزخیان برای نجات و تمنای بازگشت به منظور جبران گذشته نیز به جایی نمی‌برد (بنگرید به: فاطر/ ۳۶-۳۷). مرگ از هر سو آنان را می‌فشارد؛ بی‌آنکه به حیاتشان پایان دهد (بنگرید به: ابراهیم/ ۱۷)؛ از این رو تا ابد در بین مرگ و زندگی دست و پا می‌زنند (بنگرید به: طه/ ۷۴).

از سیاق برخی از گزاره‌های قرآنی استفاده می‌شود که بیم انسان نسبت به این‌گونه از عذاب‌ها و رنج‌های آخرتی، عنصری اساسی در انگیزش معنوی او به شمار می‌رود؛ برای مثال، خداوند آنگاه که از وفای به نذر اهل بیت علیهم‌السلام سخن به میان می‌آورد، بیم و هراس آنان از گزند فراگیر آخرت را پیش می‌کشد: «يُوفُونَ بِالْأَنْذَرِ وَيَخَافُونَ يَوْمًا كَانَ شَرُّهُ مُسْتَطِيرًا» (انسان/ ۷). بر اساس این آیه، کنش‌های رهبران و مدیران الهی با آخرت‌گرایی آنان گره خورده، ترس از خدا در روز سخت قیامت، انگیزه اصلی کنشگری معنوی آنان معرفی می‌شود: «إِنَّا نَخَافُ مِنْ رَبِّنَا يَوْمًا عَبُوسًا قَمْطَرِيرًا» (انسان/ ۱۰).

در راستای تقویت مکانیسم انگیزش و سازوکارهای کنترلی سازمان، مدیران می‌توانند علاوه بر تهدید کارکنان خاطی به پیامدهای سوء درون‌سازمانی، از طریق بازگفت تهدیدهای آخرتی، پیامدهای رنج‌آور رفتارهای نامطلوب را یادآوری کنند. بر اساس گرایش رنج‌گریزی انسان، اگر کارکنان دریابند و بپذیرند که عملکرد نامطلوب برای آنان نتایج دردآوری را در آخرت به دنبال دارد، رفتارهای ریزو درشت خویش را با تیزنگری بیشتری کنترل می‌کنند تا با پرهیز از کارهای ناپسند از فرجام سخت آن‌ها در امان بمانند.

به عبارت دیگر، اگر انسان سازمانی رنج‌گریز به سرانجام تلخ و پیامدهای مشقت بار گناه و انحراف از معنویت‌گرایی به درستی آگاه شود، به حکم این گرایش در او انگیزه‌ای پدید خواهد آمد که وی را به سوی ارزش‌های معنوی سوق می‌دهد.

۵-۲. تسهیل امور معنوی

از آنجا که فطرت انسان رنج‌گریز با خشونت و سخت‌گیری چندان سازگار نیست، یکی از راهبردهای قرآن کریم در تقویت انگیزه معنوی افراد، استفاده از راهبرد آسان‌سازی مناسک عبادی و معنوی است (قرائتی، ۱۳۸۸: ۱/۲۸۲). زمانی که انجام یک رفتار عبادی و معنوی دشوار بوده، یا تنها در ذهن مخاطب سخت و ناگوار بنماید، می‌توان در راستای توان بخشی انگیزش مخاطب، با بیان آسانی انجام آن عمل و یا ارائه شناخت دقیق تر نسبت به ابعاد آن، انجام آن را برای او آسان ساخت.

کاربرد این راهبرد را می‌توان در روند قانونگذاری برخی از تکالیف شرعی مانند روزه که سختی و دشواری آن بر کسی پوشیده نیست، مشاهده کرد. خداوند متعال در قرآن در تشریح روزه از راهبردهای انگیزشی گوناگونی بهره‌گیری کرده که یکی از آن‌ها تسهیل عمل است. قرآن کریم پس از بیان حکم و جوب روزه، برای اینکه از سنگینی و دشواری روزه کاسته شود، تعداد روزهایی را که باید روزه گرفت کم معرفی می‌کند؛ از این رو می‌فرماید: «أَيَّامًا مَّعْدُودَاتٍ» (بقره/۱۸۴). نکره آمدن واژه «أَيَّامًا» و اتصاف آن به صفت «مَّعْدُودَاتٍ» برای آن است که بفهماند تکلیف یادشده ناچیز و بدون مشقت است تا بدین وسیله مکلف را در انجام آن انگیزه و جرئت دهد (طباطبایی، ۱۳۹۰: ۵/۲).

استفاده از این راهبرد، در ماجرای غزوه بدر نیز ملاحظه می‌شود. براساس برخی نقل‌های تاریخی، شمار مسلمانان در جنگ بدر، سیصد و چند نفر سواره و تعدادی هم پیاده نظام بیان شده و در مقابل، تعداد مشرکان که برخوردار از تجهیزات جنگی فراوان هم بودند، نزدیک به هزار نفر ذکر شده است (طبرسی، ۱۴۱۷: ۱/۱۶۸). به طور طبیعی پیکار با جمعیتی که حدوداً سه برابر بیشتر است و از لحاظ امکانات جنگی نیز کامل‌ترند، برای

مسلمانان سخت و سنگین می‌نمود و این مسئله باعث کاهش انگیزه آنان برای شرکت در جهاد می‌شد؛ به همین دلیل خداوند متعال به منظور تقویت انگیزه آنان برای شرکت در کارزار بدر، رؤیایی را در خواب به پیامبر اکرم ﷺ نشان داد که شمار مشرکان جنگ‌جواندک است. پیامبر ﷺ نیز با بازگو کردن این خواب برای مسلمانان، روحیه و انگیزه آنان را برای جهاد با کفار تقویت کرد و این پیکار دشوار را برای آن‌ها آسان نمود: «إِذْ يُرِيكَهُمُ اللَّهُ فِي مَنَامِكَ قَلِيلًا وَلَوْ أَرَاكَهُمْ كَثِيرًا لَفَشِلْتُمْ وَتَنَازَعْتُمْ فِي الْأُمْرِ وَلَكِنَّ اللَّهَ سَلَّمَ إِنَّهُ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ» (انفال / ۴۳).

قرآن کریم به منظور تحقق این راهبرد، از روش‌های زیراستفاده کرده است:

۵-۲-۱. فراگیرسازی رفتارهای معنوی

از جمله روش‌های قرآنی برای آسان‌سازی امور معنوی و انگیزش و حرکت‌آفرینی در انسان مشقت‌گریز به سوی رفتارهای نیک، عمومی‌سازی تکالیف معنوی است. در صورتی که کنشی برای مخاطب دشوار باشد، دانستن این مطلب که تکلیف مورد نظر، تنها برعهده او نیست؛ بلکه دیگران نیز مشمول این وظیفه بوده، آنان نیز بایستی متحمل سختی‌های آن شوند، می‌تواند انگیزه فرد را در جهت انجام آن کنش و عمل دشوار تقویت نماید (شیرزاد و کاویانی، ۱۳۹۸: ۷۰). در واقع فراگیرسازی دستورات دینی و معنوی، نوعی «تسهیل اجتماعی» است که فرد خود را در انجام وظیفه در میان افراد بی‌شمار مشاهده می‌کند و این کار تأثیر مثبت روان‌شناختی و انگیزشی بر او دارد (بنگرید به: کریمی، ۱۳۸۴: ۶۴؛ رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷: ۲ / ۱۰۵).

در قرآن کریم، پس از آنکه خداوند متعال حکم و جوب روزه را که از دشوارترین دستورات الهی است برای مؤمنان بیان کرده، می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ» (بقره / ۱۸۳)؛ بلافاصله در ادامه می‌افزاید: «كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ»؛ به این معنا که فرمان روزه مختص شما مسلمانان نیست؛ بلکه در امت‌های پیشین نیز این قانون بوده است. این تعمیم‌دهی و فراگیرسازی از جانب خداوند باعث شده مؤمنان خود

را در انجام این رفتار معنوی دشوار، تنها نیابند و بدانند که مردمان دیگر ادیان نیز مشمول حکم وجوب روزه بوده و آنان نیز این سختی‌ها را تحمل کرده‌اند. تشبیه روزه‌داری امت اسلامی با امت‌های گذشته می‌تواند مؤمنان را به روزه‌داری ترغیب نموده، آن عمل را در جان آنان گوارا سازد (بنگرید به: طباطبایی، ، ۱۳۹۰: ۲ / ۵؛ کاشانی، ۱۳۶۰: ۱ / ۳۸۶).

شایان ذکر است که با توجه به ترتیب آیات مربوط به تشریح روزه و مفاد آن در سوره بقره، راهبرد فراگیرسازی تکالیف و رفتارهای معنوی بر بیان جزئیات رفتار و حتی بر بیان فواید و مزایای رفتار مقدم است؛ به همین دلیل گزاره «كَمَا كُتِبَ عَلَی الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ» که بیان‌کننده عمومی سازی روزه است برگزیده «لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ» که در انتهای همین آیه بیانگر فایده و مزیت روزه‌داری است، مقدم شده است. از این ترتیب برداشت می‌شود که تا وحشت آغازین از دشواری رفتار معنوی با روش عمومی سازی در مخاطبان از بین نرود، تنها به کارگیری راهبردهایی که تبیین‌کننده منافع و مزایای رفتارهای معنوی اند، اثربخشی مطلوب را در انگیزش افراد نخواهد داشت.

بر اساس این روش الگویی، مدیران در ابلاغ دستورهای ارزش محور سازمانی نخست باید به تسهیل و فراگیرسازی آن‌ها بپردازند و سپس از دیگر مشوق‌های انگیزشی، نظیر تبیین مزایا و منافع قوانین و مقررات بهره گیرند.

۵-۲-۲. انجام رفتارهای معنوی به میزان توان

در پاره‌ای از موارد، انسان رنج‌گریز با این تصور که انجام رفتارهای ارزشمند و معنوی فراتر از ظرفیت و توان اوست، انگیزه‌ای برای حرکت به سوی آن‌ها از خود نشان نمی‌دهد؛ به همین سبب، آگاه کردن او از اینکه «انجام این عمل در توان توست» و یا «هر مقدار که می‌توانی آن عمل را انجام بده»، باعث ارتقای انگیزه وی در انجام آن رفتار مطلوب خواهد شد (شیرزاد و کاویانی، ۱۳۹۸: ۷۳).

برای مثال قرآن کریم در آیات ۵۷ تا ۶۱ سوره مؤمنون، پس از بیان ویژگی‌های متعدّد برای مؤمنان، به مخاطبان خود این نکته را گوشزد می‌کند که مبادا بپندارند دستیابی به

این صفات پسندیده از توانایی آنان خارج است و تنها اولیای خدا قادر به رسیدن به آن مقام‌ها هستند، خیر؛ دست یافتن به این ویژگی‌ها در توان همه انسان‌هاست. بنابراین آیه یادشده درصدد آن است که مردم را به سوی آن صفاتی که برای مؤمنان بیان کرده، تشویق و ترغیب نماید (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ۱۴/۲۶۷؛ طباطبایی، ۱۳۹۰: ۱۵/۴۱).

همچنین در نمونه‌ای دیگر خداوند متعال به مؤمنان درباره دشمنی بعضی از همسران و فرزندان و وسیله آزمایش بودن دارایی‌ها هشدار داده و رعایت پروا و تقوای الهی را در تعامل با آنان خواستار شده است. از آنجا که این فرمان با دوست‌داشتنی‌های انسان در ارتباط است، امکان دارد که مخاطب چنین تصور نماید که احتیاط و پرهیزکاری نسبت به دارایی‌ها، همسران و فرزندان، کاری بس دشوار بوده و از توان و ظرفیت او خارج است؛ از این رو، خداوند متعال بلافاصله قیدی زده و تقوای نسبت به آن‌ها را در گرو توانمندی مؤمنان دانسته و فرموده است: «فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ» (تغابن/۱۶) (بنگرید به: طباطبایی، ۱۳۹۰: ۱۹/۳۰۸).

همان‌گونه که خداوند متعال در قرآن کریم بر اساس توان و ظرفیت انسان‌ها، برنامه زندگی معنوی آنان را ترسیم و ابلاغ نموده است؛ مدیران و برنامه‌ریزان نیز موظف‌اند با در نظر گرفتن محدودیت‌های انسانی، به برنامه‌های معنوی واقع‌بینانه روی آورند و از ایده‌آل‌گرایی در برنامه‌ریزی معنویت سازمانی بپرهیزند؛ چنان‌که قرآن کریم می‌فرماید: «يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ وَخُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا» (نساء/۲۸)؛ «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ» (بقره/۱۸۵).

۶. نتیجه

قرآن به عنوان منشور مکتوب اسلام، نگاه جامع و فراگیری به ابعاد مختلف وجودی انسان و گرایش‌های او دارد و از آن‌ها در راستای دستیابی به اهداف تربیتی و انسان‌ساز خود به عنوان عوامل انگیزشی بهره برده است. با الگوبرداری از قرآن در استفاده از گرایش به لذت و رنج‌گریزی در انسان به منظور ایجاد انگیزش معنوی در او، می‌توان معنویت در

سازمان را ارتقا بخشید. با توجه به لذت‌گرایی انسان، بر مدیران معنویت‌گرا لازم است راهبردهای تبیین لذت بخشی معنویات، برجسته‌سازی لذت‌های اخروی، رعایت اصل لذت بخشی در انتقال مفاهیم معنوی و ارتقای ذائقه لذت‌خواهی را مورد توجه قرار دهند و از طریق روش‌های ارائه شده آن‌ها را در سازمان به اجرا بگذارند.

همچنین بر مبنای رنج‌گریزی انسان، سازمان‌ها باید برای تقویت انگیزش معنوی کارکنان، راهبردهای انذار و تسهیل امور معنوی را مورد توجه قرار دهند و با پیاده‌سازی روش‌های یاد شده، در راستای تعالی معنوی کارکنان خود اقدام نمایند. برآیند این راهبردها و روش‌ها، ایجاد شناخت و گرایش در کارکنان است که به ارتقای انگیزش و عملکرد معنوی آنان در زندگی فردی و سازمانی می‌انجامد.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. ابن منظور، محمد بن مكرم، *لسان العرب*، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بیروت، ۱۴۱۴ق.
۳. باقری، خسرو، *درآمدی بر فلسفه تعلیم و تربیت جمهوری اسلامی ایران (اهداف، مبانی و اصول)*، علمی فرهنگی، تهران، چاپ دوم، ۱۳۸۹ش.
۴. باقری، خسرو، طیبه توسلی و نرگس سجادیه، *رویکردها و روش‌های پژوهش در فلسفه تعلیم و تربیت*، انتشارات وزارت علوم، تهران، ۱۳۹۱ش.
۵. پسندیده، عباس، *الگوی اسلامی شادکامی با رویکرد روان‌شناسی مثبت‌گرا*، سازمان چاپ و نشر دارالحدیث، قم، ۱۳۹۲ش.
۶. جعفری، یعقوب، *تفسیر کوثر*، انتشارات هجرت، قم، ۱۳۷۶ش.
۷. جوادی آملی، عبدالله، *دین‌شناسی (سلسله بحث‌های فلسفه دین)*، نشر اسراء، قم، چاپ پنجم، ۱۳۸۷ش.
۸. جوادی آملی، عبدالله، *حق و تکلیف در اسلام*، نشر اسراء، قم، چاپ سوم، ۱۳۸۸ش.
۹. جواهری‌زاده، ابراهیم، «الگوی معنویت‌افزایی در سازمان؛ ارائه نظریه‌ای داده‌بنیاد»، *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی*، سال ۲۴، شماره ۴، ۱۳۹۵ش.
۱۰. حسینی، سیدمحمد، «معنویت و نقش آن در مبارزه با دشمن»، *فصلنامه حصون*، شماره ۱۳، ۱۳۸۶ش.

۱۱. خسروپناه، عبدالحسین، «معنویت‌های سکولار و رسانه»، *مجله بازتاب اندیشه*، شماره ۱۱۹، ۱۳۹۱ ش.
۱۲. خلجی موحد، امان‌الله، *روان‌درمانی با کلام آسمانی*، شهراندیشه، تهران، ۱۳۷۹ ش.
۱۳. دهخدا، علی‌اکبر، *لغت‌نامه*، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۸۴ ش.
۱۴. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، *مفردات ألفاظ القرآن*، تحقیق صفوان عدنان داودی، دارالقلم، دمشق، ۱۴۱۶ ق.
۱۵. رضایی اصفهانی، محمدعلی، «شیوه‌های تفسیر موضوعی قرآن کریم»، *پژوهش‌نامه قرآن و حدیث*، شماره ۶، ۱۳۸۸ ش.
۱۶. رضایی اصفهانی، محمدعلی و همکاران، *تفسیر قرآن مهر*، انتشارات پژوهش‌های تفسیر و علوم قرآن، قم، ۱۳۸۷ ش.
۱۷. رضائیان، علی، *مبانی سازمان و مدیریت*، انتشارات سمت، تهران، چاپ یازدهم، ۱۳۸۷ ش.
۱۸. شجاعی، محمدصادق، *انگیزش و هیجان: نظریه‌های روان‌شناختی و دینی*، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، چاپ سوم، ۱۳۹۵ ش.
۱۹. شیرزاد، علیرضا و محمد کاویانی، «شیوه‌های تقویت انگیزش رفتار مطلوب در آیات قرآن و روایات اسلامی»، *نشریه اخلاق و حیانی*، سال هشتم، شماره اول، پیاپی ۱۷، ۱۳۹۸ ش.
۲۰. شیروانی، علی، *اخلاق اسلامی و مبانی نظری آن*، انتشارات دارالفکر، قم، چاپ چهارم، ۱۳۸۴ ش.
۲۱. صدر، سید موسی، «قرآن و شیوه اصلاح فرهنگ»، *پژوهش‌های قرآنی*، شماره ۵۴ و ۵۵، ۱۳۸۷ ش.
۲۲. صدری افشار، غلامحسین، *فرهنگ معاصر فارسی*، انتشارات فرهنگ معاصر، تهران، ۱۳۸۱ ش.
۲۳. طباطبایی، سیدمحمدحسین، *المیزان فی تفسیر القرآن*، مؤسسه‌الاعلمی للمطبوعات، بیروت، چاپ دوم، ۱۳۹۰ ق.
۲۴. طبرسی، فضل بن حسن، *اعلام الوری باعلام الهدی*، مؤسسه آل‌البیت علیه السلام، قم، ۱۴۱۷ ق.
۲۵. طریحی، فخرالدین بن محمدعلی، *مجمع البحرین*، مکتبه المرتضویه، تهران، چاپ سوم، ۱۳۷۵ ش.
۲۶. عبدلی سلطان احمدی، جواد و همکاران، «بررسی میزان پاسخ‌گویی کتاب دین و زندگی سال دوم متوسطه با نیازهای روانی و معنوی دانش‌آموزان از دیدگاه دبیران دینی و قرآن شهر ارومیه»، *دوفصلنامه مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی*، سال پنجم، شماره

- ۱۳۹۱، ۸ ش.
۲۷. قرائتی، محسن، *تفسیر نور*، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، تهران، ۱۳۸۸ ش.
۲۸. کاشانی، فتح‌الله بن شکرالله، *منهج الصادقین فی الزام المخالفین*، انتشارات اسلامیة، تهران، ۱۳۶۰ ش.
۲۹. کرباسیان، قاسم، *اصول و روش‌های تربیت جوان مطلوب و رسانه ملی*، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، بی‌جا، ۱۳۹۳ ش.
۳۰. کریمی، یوسف، *روان‌شناسی اجتماعی*، نشر ارسباران، تهران، چاپ چهاردهم، ۱۳۸۴ ش.
۳۱. مسعودی‌پور، سعید، «بررسی استفاده از جاذبه ترس و نگرانی در انسان نسبت به تأمین آینده خود در تبلیغات تجاری از دیدگاه اسلام»، *مجله اندیشه مدیریت راهبردی*، سال یازدهم، شماره اول، ۱۳۹۶ ش.
۳۲. مصباح‌یزدی، محمدتقی، *اخلاق در قرآن*، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام، قم، چاپ هشتم، ۱۳۹۴ ش.
۳۳. مصباح‌یزدی، محمدتقی، *انسان‌سازی در قرآن*، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام، قم، چاپ پنجم، ۱۳۹۳ ش.
۳۴. مصطفوی، حسن، *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۶۸ ش.
۳۵. مطهری، مرتضی، *حکمت‌ها و اندرزها*، انتشارات صدرا، تهران، چاپ سی‌ام، ۱۳۹۰ ش.
۳۶. مطهری، مرتضی، *مجموعه آثار شهید مطهری*، انتشارات صدرا، تهران، ۱۳۸۴ ش.
۳۷. معین، محمد، *فرهنگ معین*، انتشارات زرین، تهران، چاپ سوم، ۱۳۷۸ ش.
۳۸. مقیمی، سیدمحمد و همکاران، «معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان (رویکردی تطبیقی)»، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، سال دوم، شماره ۳ و ۴، ۱۳۸۶ ش.
۳۹. مکارم شیرازی، ناصر و جمعی از همکاران، *تفسیر نمونه*، دارالکتب الإسلامیه، تهران، چاپ دهم، ۱۳۷۱ ش.
- Bradley J, Kauanui) Placeholder1(K (2003). Comparing spirituality on three southern California college campuses. *Journal of Organizational Change Management* 16(4)
 - Certo, samuele (1994), *Modern Management: diversity, quality, ethics & global environment*, 6th ,Ed., allyn and Bacon.
 - Chandler, A.D. (1962) *Strategy and Structure: Chapters in the History of American Enterprise*. MIT Press, Boston.
 - Griffin, R.W. (1996) *Management: Annotated Instructor,s Manual*, Boston: Houghton Mifflin Company.
 - Krritner, R.(1995), *Management*, Boston: Houghton Mifflin Company.