



## مقاله پژوهشی

# مفهوم معنویت سازمانی در مطالعات سازمان و مدیریت و دیدگاه‌های پیرامون آن

سعید کاظم پوریان<sup>۱\*</sup>، فاطمه محمدی<sup>۲</sup>، عبدالله توکلی<sup>۳</sup>

### چکیده

### مشخصات نویسندگان

**هدف:** در دهه‌های اخیر، پژوهش‌های مختلفی در حوزه معنویت سازمانی انجام گرفته است و طی این پژوهش‌ها مشخص شده که ابعاد و خصوصیات آن، وابسته به دیدگاه مورد استفاده است. معنویت سازمانی از سه دیدگاه مورد بررسی قرار می‌گیرد: معنویت فردی، معنویت در محل کار و معنویت سازمانی. همچنین، می‌توان معنویت را از دیدگاه مذهبی نیز در نظر گرفت. پژوهش حاضر، به شناسایی مفهومی فراگیر از معنویت سازمانی در زمینه مدیریت بر اساس اصطلاحات و مفاهیم استفاده‌شده در ادبیات این حوزه می‌پردازد.

**روش‌شناسی:** یک مرور نظام‌مند از ادبیات با استفاده از مقالاتی که اصطلاحات مرتبط با معنویت سازمانی در عنوان، چکیده یا کلمات کلیدی آن‌ها به کار رفته است، در پایگاه‌های Scopus و Web of Science انجام گرفت و به ترتیب ۲۸۵ و ۱۶۸ مقاله در آن‌ها یافت شد. مقالات مستخرج، با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer تحلیل شدند.

**یافته‌های پژوهش:** نتایج حاصله شامل دو خوشه بودند: معنویت سازمانی و معنویت در محل کار. تحلیل خوشه‌ها نشان می‌دهد که فضایی برای پژوهش در زمینه معنویت در محل کار و شکافی در مطالعات معنویت سازمانی در حوزه مدیریت وجود دارد. مفهوم پیشنهادی برای معنویت سازمانی، یک هویت سازمانی است که از ارزش‌ها، شیوه‌ها و گفتمان حاکم بر آن نشئت می‌گیرد که از معنویت فردی و معنویت در محل کار تشکیل می‌شود، توسط رهبر و سایر اعضاء هدایت می‌شود و تحت‌تأثیر محیط، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش است.

**محدودیت‌ها:** محدودیت اصلی مربوط به روش مورد استفاده و خصوصاً نرم‌افزارهای و گزینه‌های جستجو و اسکن در پایگاه‌ها و مقالات است.

**پیامدهای عملی:** تعریف معنویت به این صورت سبب تولید ارزش و منفعت اجتماعی می‌شود که در وجهه، مأموریت، رسالت و ارزش‌های سازمان قابل رؤیت است.

**ابتکار یا ارزش مقاله:** این پژوهش، ادبیات موجود در زمینه معنویت سازمانی را با روشی که تاکنون در مقالات این حوزه به کار نرفته است طبقه‌بندی می‌کند و مفهومی کامل‌تر از معنویت سازمانی ارائه می‌دهد.

نوع مقاله: پژوهشی

کلمات کلیدی: معنویت، معنویت در محل کار، معنویت سازمانی، معنویت فردی.

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش مدیریت خدمات و توسعه فناوری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (\*نویسنده مسئول)

s\_kazempourian@atu.a  
c.ir

۲. دانشجوی کارشناسی‌ارشد، مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

fatemeh\_mohammadi9  
8@atu.ac.ir

۳. گروه مدیریت، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران.

atavakkoli@rihu.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۰۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱ تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۰۱

منتشر شده توسط دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

[jpap.sbu.ac.ir](http://jpap.sbu.ac.ir)



*research paper*

## Studying The Concept of Organizational Spirituality in the Organization and Management Studies and Viewpoints about it

Saeed Kazempourian<sup>1\*</sup>, Fatemeh Mohammadi<sup>2</sup>, Abdollah Tavakkoli<sup>3</sup>

### Authors

1. Ph.D. Candidate, Information Technology Management, Service Management & Technology Development, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (\*corresponding author)s\_kazempourian@atu.ac.ir
2. MSc. Student, Information Technology Management, Advanced Information Systems, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. fatemeh\_mohammadi98@atu.ac.ir
3. Department of Management, Research Institute of Hawzeh and University, Qom, Iran. atavakkoli@rihu.ac.ir

### Abstract

**purpose:** Despite conducting various researches in the field of organizational spirituality, there is still no precise and acceptable definition of it and its dimensions and characteristics depend on the perspective used. Organizational spirituality is examined from three perspectives: individual spirituality, workplace spirituality and organizational spirituality. Spirituality can also be considered from a religious point of view. The present study identifies a comprehensive concept of organizational spirituality in the field of management based on the terms and concepts used in the literature in this field.

**Design/Methodology/Approach:** A systematic review of the literature using articles that use terms related to organizational spirituality in their titles, abstracts, or keywords was conducted at Scopus and Web of Science databases and respectively, 285 and 168 articles were found. Extracted articles were analyzed using VOSviewer software .

**Research Findings:** The results included two clusters: organizational spirituality and workplace spirituality. Cluster analysis shows that there is room for research on spirituality in the workplace and gaps in organizational spirituality studies in the field of management. The proposed concept for organizational spirituality is an organizational identity that derives from the values, practices and discourse that govern it, which consists of individual spirituality and spirituality in the workplace, is led by the leader and other members and is influenced by the environment, organizational culture and knowledge management. This spirituality produces social value and benefit that can be seen in the vision, mission and values of the organization .

**Limitations & Consequences:** The main limitation is related to the using method, especially software, search and scan options in databases and papers.

**Practical Consequences:** Defining spirituality in this way makes social value and benefit that can be seen in the image, vision, mission and values of the organization.

**Innovation or value of the Article:** This study categorizes the existing literature on organizational spirituality in a way that has not been used in papers in this field so far and offers a more complete concept of organizational spirituality.

**Paper Type:** Research paper.

**Keywords:** Spirituality; Spirituality in the workplace; Organizational spirituality; Individual spirituality.

Received Date:2021-1-21

Acception Date:2021-5-22

Publication Date: 2021-6-22

Publisher: Iran – Tehran – Shahid Beheshti University – Faculty of Management & Accounting

[jpap.sbu.ac.ir](http://jpap.sbu.ac.ir)



یکی از شاخص‌های مهم میزان موفقیت سازمان‌ها افزون بر منابع مالی، وجود نیروی انسانی سالم، توانمند و متعهد است؛ بنابراین مدیران همواره باید به دنبال تمهیداتی باشند تا از طریق آن هم بر رفتار فردی و هم بر سازمان تأثیر مثبت گذاشته و از این طریق دستیابی به اهداف سازمان را برای خود و دیگران تسهیل کنند (Roszkowska & Melé, 2020). یکی از ابعاد رفتار افراد در سازمان‌ها که هم جنبه فردی هم جنبه سازمانی دارد معنویت سازمانی است. در طی دهه‌های اخیر، مطالعات حوزه معنویت و مذهب در محل کار، حاکی از اهمیت موضوع معنویت در محل کار بوده است. واژه معنویت، زمانی در سازمان، واژه‌ای نامانوس قلمداد می‌شد، اما در دهه اخیر آهسته‌آهسته در حال رخنه کردن در حوزه کسب‌وکار است (Esfandiari, 2016). در مجموع، اهمیت و ضرورت معنویت و معنویت در محیط کار سازمانی آن چنان است که می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای اجتماع فعالیت و برای محیط مسئولیت را به‌ارمغان آورد، مهم‌ترین عامل بهره‌وری در سازمان‌ها و در نهایت کل جامعه منابع انسانی است. تردیدی نیست که شکوفایی هر جامعه‌ای در بهبود و پرورش منابع انسانی آن نهفته است (Gholipour et al., 2015). پژوهش حاضر، معنویت سازمانی در حوزه مدیریت را مد نظر قرار می‌دهد، زیرا حوزه این مطالعه هنوز در مرحله آغازین بوده و تعاریف زیادی در ادبیات این موضوع وجود دارد که ناشی از وجود دیدگاه‌های متفاوت است (Naghavi et al., 2015). علاوه بر این، نظریه‌های معنویت سازمانی هنوز در حال شکل‌گیری هستند (Pawar, 2017; Ghasemi & Naruyi, 2016). برای اثبات چنین نیازی، لازم است که به دو تعریف موجود در ادبیات کنونی توجه کرد: ۱) مالکیت یک سازمان نسبت به ویژگی‌هایی مانند ارزش‌ها و شیوه‌های معنوی (Pawar, 2017)، ۲) یک فرهنگ سازمانی که توسط بیانیه مأموریت، رهبری و شیوه‌های کسب‌وکاری ارزش‌محور هدایت می‌شود و نقش کارمندان را در سازمان شناسایی می‌کند و رشد معنوی فردی را ارتقاء می‌بخشد (Oh & Roh, 2019). بنا بر عدم شفافیت و عملیاتی‌نبودن مفاهیم موجود و عدم توافق در ادبیات کنونی (Bharadwaj & Jamal, 2020)، نیاز به ارائه تعریفی منسجم از مفهوم معنویت سازمانی احساس می‌شود تا بر این ابهامات غلبه شود. با توجه به این شکاف و ارتباط معنویت با سازمان‌ها و جامعه، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی مفهومی از معنویت سازمانی بر اساس اصطلاحات، مفاهیم و تعاریف پرستفاده در ادبیات است. بدین منظور، یک مرور نظام‌مند از مقالات موجود در پایگاه‌های Web of Science و Scopus انجام گرفت و یک تحلیل کتابخانه‌ای با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer برای ۱۸۳ مقاله حاصله صورت پذیرفت. نتایج این پژوهش، تعریف نوین و کامل‌تری از مفهوم معنویت سازمانی ارائه می‌دهد و جهت‌گیری‌های آتی در پژوهش‌های این حوزه را مشخص می‌سازد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

همان‌طور که پیشتر ذکر شد، معنویت سازمانی یکی از مفاهیم اثرگذار بر عملکرد سازمان است که توجه بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت و سازمان و همچنین مدیران سازمان‌ها را در سطوح مختلف به خود جلب کرده است. در ادامه به بررسی مبانی نظری، مفاهیم و تعاریف موجود در این زمینه، با توجه به ادبیات و پژوهش‌های پیرامون آن پرداخته می‌شود. معنویت، یکی از نیازهای درونی انسان و بخش جدایی‌ناپذیر از اخلاق و ارزش‌های انسانی و مفهومی هستی‌شناختی است که هدف آن، انسان و تکامل اوست (Hajiannosrat & Beheshtifar, 2018). معنویت فردی با القاء و دمیدن روح در زندگی فرد معنا می‌شود. معنویت فردی شامل ظرفیت فرد برای اخلاقیات رشد و توسعه یک سیستم ارزشی است (Ahmadi et al., 2011). معنویت در محیط کار دربرگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به‌منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکارانش و دیگر افرادی که به نحوی در کارش مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمانش است (Ghamari Givi, 2009). سازمان‌ها قادر به احساس تعالی یا ارتباط با خدا نیستند، اما معنویت آن‌ها در اقدامات آن‌ها و روش انجام کسب‌وکار توسط آن‌ها قابل مشاهده است. اگرچه تنها افراد می‌توانند این مأموریت وصف‌ناپذیر را دنبال کنند، سازمان‌ها نیز می‌توانند از نتایج معنویت اعضای خود بهره‌مند شوند. در سطح درونی (باطنی)، معنویت سازمانی شامل معنویت سازمان و محل کار است (Smith, 2008). همچنین، ممکن است معنویت سازمانی و فردی، ابعادی از معنویت در محل کار باشند.

(Thakur & Singh, 2016). وجود معنویت سازمانی، سؤال برانگیز است (Ratnakar & Nair, 2012) و عدم وجود معنویت در سطح سازمانی نیز مورد دفاع بوده است، زیرا به عنوان یک فعالیت یا فرآیند دیده نمی شود؛ بدین معنا که به عنوان مفهوم معنویت سازمانی در مطالعات یک ویژگی از کارکرد سازمانی در نظر گرفته نمی شود، بلکه به عنوان یک باور یا احساس در مورد واقعیت یا کیفیتی از افرادی که برای سازمان کار می کنند دیده می شود (Brown, 2003). بنابراین، بررسی بیشتر این پدیده به همراه ارتباطات سازمانی آن با سایر زمینه‌ها حائز اهمیت است (Benefiel, 2007). ابعاد و خصوصیات معنویت، وابسته به دیدگاه مورد استفاده است (Ratnakar & Nair, 2012). برای معنویت، سه دیدگاه عمده و مهم وجود دارد: فردی، محل کار و سازمانی (Nasresfehiani et al., 2017). پژوهشگران دیگری (Mohammadpanah & Nasri, 2015) در پژوهش خود بیان می کنند که معنویت با سه سطح رفتار سازمانی یعنی سطح فردی، گروهی و سازمانی پیوند برقرار می کند. در پژوهش انجام شده توسط (Abedi Jafari & Rastgar, 2007) نیز معنویت در سطح فردی یعنی تلاش برای یافتن معنا و هدف در زندگی کاری، در سطح گروهی یعنی ارتباط قوی بین همکاران و افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و در سطح سازمانی یعنی هماهنگی بین اعتقادات و باورهای اصلی و ارزش‌های سازمان تعریف می شود. بنابراین، طیف سطوح معنویت سازمانی از فردی تا سازمانی ادامه دارد (Driver, 2007). بنابراین، همان‌طور که پیش‌تر نیز ذکر شد، معنویت سازمانی می تواند به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی تقسیم شود (Abedi Jafari & Rastgar, 2007) یا اینکه در دو سطح فرد به عنوان واحدی در سازمان و سازمان به عنوان یک کل که دارای سیستم‌های و ساختارهایی جهت پشتیبانی از رشد معنویت فردی و اهداف سازمانی است (Smith, 2008) در نظر گرفته شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که معنویت در محل کار، برای افراد و سازمان‌ها سودمند است. معنویت سازمانی می تواند بر پایداری کلی و توسعه اقتصادی سازمان اثر بگذارد (Sanai & Khalaji, 2019). همچنین، در پژوهش دیگری (Soltani et al., 2019)، پژوهشگران بیان می کنند که بینش مبتنی بر معنویت، فرد را به توسعه افق سازمانی هدفمند و مشخصی سوق می دهد که نوآوری را افزایش خواهد داد؛ به اضافه اینکه سازمان‌های برخوردار از چشم‌انداز معنوی قادر به جذب و حفظ کارکنان خلاق خواهند بود. دیدگاه معنوی با برآورده کردن منافع فردی، پیوند محکمی بین کارکنان و سازمان فراهم می کند که انگیزه، کار گروهی و تعهد نسبت به اهداف سازمانی را افزایش می دهد (Rastegar, 2007). خصوصیات و تأثیرات معنویت سازمانی، وابسته به مفهوم مورد استفاده هستند (Poole, 2009) و اگرچه مطالعات معنویت سازمانی در ارائه نقاط قوت آن متفق‌القول هستند، دیدگاه‌های دیگری نیز وجود دارد (Kamoche & Pinnington, 2012). معنویت سازمانی می تواند به دو صورت بررسی شود: الف) پدیده‌ای نامحسوس که عملکرد و جستجو برای معنا را ترکیب می کند (مانند پژوهش حاضر) و مکانیزمی برای ساختاردهی مجدد و مشروعیت بخشیدن به ارتباطات قدرت، ب) ابزار مدیریتی برای کاهش مشکلات سازمان (Kökalan, 2019). بنفیل (2007) جهت‌گیری‌های لازم پیرامون معنویت سازمانی را تشریح می کند: ابتدا، جستجو برای نشان دادن نقش معنویت در محل کار در عملکرد سازمانی؛ دوم، توضیح چگونگی امکان ادغام معنویت در سازمان؛ سوم، بررسی ظهور معنویت در سازمان‌ها و اثر آن بر افراد و عملکرد سازمان‌ها؛ چهارم، تعمق در اینکه چرا معنویت باید در سازمان‌ها ادغام شود؛ پنجم، نشان دادن اینکه معنویت تا چه اندازه برای یادگیری سازمانی اهمیت دارد و چگونه می توان به رشد آن کمک کرد؛ ششم، توسعه نظریه‌ای برای نشان دادن اینکه چگونه معنویت به وقوع می پیوندد و چگونه باید آن را آزمایش کرد؛ و هفتم، بررسی سؤالات مربوطه در این زمینه و نحوه توسعه آن‌ها در رویکردی نظام‌مند. شرایط ظهور معنویت در سازمان در پژوهش انجام شده توسط جواهری زاده بررسی شد (Javaherizadeh, 2016). در این پژوهش سه شرط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر در زمینه الگوی معنویت‌افزایی در سازمان ارائه شد. در پژوهشی دیگر (Naghavi et al., 2015) به ده عامل فضائل، فضای معنوی، محتوایی، ساختاری، رهبری، فرهنگی، خلاقیت، ایمان، انگیزش و اجتماعی به عنوان عوامل مؤثر بر ظهور معنویت سازمانی اشاره شد. بویل و هیلی (2003) شرایط سازمانی مملو از عواطف و شیوه و پیامدهایی از معنویت در محل کار برای کارمندان و سازمان‌ها را که با کاهش هزینه در ارتباط هستند مورد بررسی قرار دادند. کارمندان، ظهور عمده معنویت سازمانی را در شیوه‌ها و رویه‌ها می دانند (Crisp, 2015) که می تواند منتهی به افزایش تعهد به سازمان و بهره‌وری آن شود (Ayoubi et al., 2015; Pourmola et al., 2019). سطوح معنویت سازمانی می توانند بر تعهد کارمندان تأثیر بگذارند. معنویت زمانی در کار ظهور می کند که اعضاء، معنا را دریابند و نسبت به کار، احساس وظیفه کنند

(Molloy & Foust, 2016). مدیران، درک مثبتی از معنویت در محل کار دارند که عمدتاً به علت ظرفیت آن برای اداره مشکلات سازمانی و کاهش تأثیرات بدینی سازمانی بر رضایت شغلی است (Rocha & Pinheiro, 2020). وایتس و همکاران (Weitz et al., 2012) یافته‌هایی را ارائه کردند که نشان می‌دهند معنویت سازمانی، همبستگی منفی با سوءرفتار سازمانی دارد. کارکنان تحت تأثیر کاری که انجام می‌دهند و درک آن‌ها از کار و چگونگی انجام آن کار قرار می‌گیرند (Geh, 2014). رشد معنوی کارکنان ممکن است حلقه گمشده یادگیری مطلوب در سازمان‌ها باشد (Rupčić, 2017). بنابراین، معنویت تأثیر مثبتی بر تسهیم دانش و انعطاف‌پذیری راهبردی سازمان دارد (Khari & Sinha, 2018). استفاده از پیام‌رسانی فوری برای تسهیم دانش، اعتماد و عدالت سازمانی را افزایش می‌دهد که به نوبه خود، تأثیر قابل توجهی بر معنویت سازمانی دارند (Neng-tang & Hui-lin, 2019). مطالعه معنویت سازمانی باید با نظریه‌های مدیریتی کلاسیک و مذاهب سازمان یافته سنتی (اسلام، مسیحیت، هندوئیسم و بودائیسم) که ۷۰ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند ادغام شود (Quatro, 2004). رهبران باید جوی مثبت و مبتنی بر حمایت را برقرار کنند تا تنوع معنوی را از طریق ساختارهای منعطف که حامی خودشکوفایی هستند لحاظ کنند. سازمان‌های معنوی با پیوند میان اعضای سازمان در محل کار به عنوان یک ویژگی کلیدی مشخص می‌شوند. معنویت سازمانی در یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد، درستکاری، احترام، وفاداری، توجه، قدردانی و نوآوری منعکس می‌شود (Thakur & Singh, 2016). بنابراین، معنویت فردی و سازمانی باید همراستا باشند، زیرا در غیر این صورت ممکن است تضادها و مشکلاتی پدید آید. نگهداری معنویت سازمانی، خود یک چالش است، زیرا به همراستایی میان معنویت فردی و سازمانی بستگی دارد. مأموریت روشن برای فرهنگ و معنویت سازمانی، به افراد مستعد در سازمان کمک می‌کند تا دریابند که آیا ارزش‌های سازمان با معنویت آن‌ها همگراست یا نه (Thakur & Singh, 2016). درایور (Driver, 2005) چارچوب نظری جدیدی برای معنویت سازمانی توسعه داد. او اظهار کرد که ارزش معنویت در سازمان، گشودن فضای اختیاری جدید و الهام برای تلاش‌های خلاقانه جهت تغییر نظم نمادین است. برقراری معنویت در سازمان، این امکان را برای کارمندان فراهم می‌کند تا دیدگاهی متحد نسبت به سازمان، جامعه و خانواده داشته باشند (Ayoubi et al., 2015). معنویت با سطح آگاهی نیز در ارتباط است، درک دقیق‌تری ایجاد می‌کند و حس شفافیت نقش فردی را به‌رمغان می‌آورد که از پشتیبان رشد یادگیری سازمانی است. سازمان معنوی از خصوصیت وحدت میان اعضای سازمان در محل کار برخوردار است و می‌تواند کار معنادار را برای آن‌ها فراهم کند (Indradevi, 2020). اصطلاحاتی مانند رهبری معنوی، رهبری اخلاقی، رهبری قابل اعتماد، همگی نشانگر روش‌هایی هستند که برای ایجاد یک فضای فکری و معنوی در محیط کار، به عنوان مسئولیت رهبر، نشان داده می‌شوند (Parvin et al., 2014). رهبری معنوی در ایجاد و ارتقای معنویت سازمانی ضروری است (Van Der Walt & De Klerk, 2014)، زیرا رهبران سبب شکل‌گیری انعطاف‌پذیری معنوی، پیوند معنوی و مسئولیت معنوی در سازمان می‌شوند. در بیشترین بخش ادبیات، معنویت در کار، تمایلی است که در صورتی که توسط رهبران سازمان شروع شود به گونه موفقیت‌آمیزی اجرا می‌شود. این موارد تنها بخشی از ابعاد معنوی هستند که برای پویایی معنویت در سازمان‌ها لازم هستند. چنین رهبری، عاملی حیاتی در تحولات سازمانی و رشد معنویت سازمانی است (Ahangaran et al., 2016).

### روش‌شناسی پژوهش

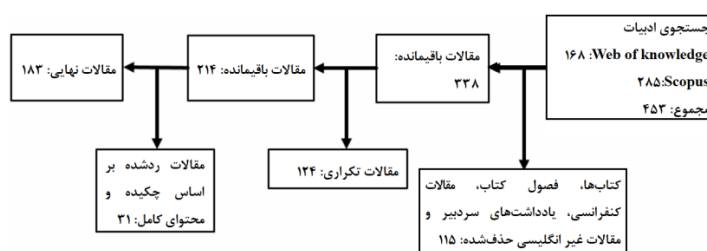
در این قسمت به تشریح روش مرور نظام‌مند ادبیات پرداخته می‌شود. پژوهش حاضر از نظر هدف بنیادی است، چرا که به دنبال ارائه تعریف نوین و جامع از مفهوم معنویت سازمان است. همچنین، ماهیت داده‌های این پژوهش هم کمی و هم کیفی است. تمامی مقالات تحت اصول برابری، دسترس‌پذیری، شفافیت، تمرکز و تکرارپذیری، مورد بررسی قرار گرفتند (Rocha & Pinheiro, 2020). کلیه روش‌های جستجو، معیارهای شمول و حذف و فرآیند تحلیلی به روشنی تعریف می‌شوند. برای حصول اطمینان از ارتباط مقالات با موضوع پژوهش، معیارهای زیر برای شمول یا حذف آن‌ها تعریف شدند (Tranfield et al., 2003): الف) حذف مقالات کنفرانسی، کتاب‌ها، فصول کتاب، سرمقاله‌ها و لحاظ کردن مقالاتی که در مجلات علمی منتشر شده‌اند (Jones et al., 2011)؛ ب) لحاظ کردن مقالاتی که به زبان انگلیسی ارائه شده‌اند، زیرا تنها مقالات انگلیسی را می‌توان در نرم‌افزار VOSviewer تحلیل کرد (Van Eck & Waltman, 2010)؛ ج) لحاظ کردن

کلیه مجلات دو پایگاه انتخاب شده (Scopus و Web of Science) صرف نظر از ضریب تأثیر آن‌ها؛ (د) حذف مقالاتی که از لحاظ عنوان یا چکیده یا محتوا، ارتباطی با موضوع پژوهش حاضر نداشتند یا نتایج آن‌ها برای این پژوهش کاربردی پذیر نبود. پایگاه‌های Web of Science و Scopus برای این پژوهش، مورد استفاده قرار گرفتند، زیرا تاریخچه و پوشش‌دهی آن‌ها نسبت به مقالات معنویت سازمانی در حوزه مدیریت، مورد تأیید پژوهشگران است (Ankrah & AL-Tabbaa, 2015). جستجو و مرور در تاریخ ۱۷ مرداد ۱۳۹۹ انجام گرفت و عبارات، معیارهای مورد جستجو و تعداد نتایج یافت شده در هر یک از این دو پایگاه در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: عبارات مورد جستجو در پایگاه‌ها Web of Science و Scopus

نام پایگاه	عبارت مورد جستجو	تعداد نتایج یافت شده
Web of Science	"organization* spiritual*" OR "organisation* spiritual*" OR "workplace* spiritual*" OR "spiritual* at workplace*"	۱۶۸
Scopus	"organization* spiritual*" OR "organisation* spiritual*" OR "workplace* spiritual*" OR "spiritual* at workplace*"	۲۸۵

نتایج پایگاه Web of Science شامل ۱۶۸ نتیجه و پایگاه Scopus شامل ۲۸۵ نتیجه بود. با اعمال معیارهای شمول و حذف، ۸۴ مقاله از پایگاه اول و ۱۴۶ مقاله از پایگاه دوم و در مجموع ۲۳۰ مقاله باقی ماند. سپس با ترکیب مقالات مستخرج از هر دو پایگاه، ۴۷ مقاله تکراری یافت و حذف شد و در انتهای این فرآیند، ۱۸۳ مقاله برای تحلیل و بررسی باقی ماند. خلاصه روند انتخاب این مقالات در شکل ۱ قابل مشاهده است. پژوهش فارغ از هرگونه جهت‌گیری و ذهنیت قبلی انجام گرفت و روایی هر یک از مقالات توسط محققان مورد ارزیابی قرار گرفت و مقالاتی که از روایی مناسب برخوردار نبودند و نتایج آن‌ها در این پژوهش کاربردی نبود، در تحلیل‌ها لحاظ نشدند.



شکل ۱: فرآیند انتخاب مقالات مناسب برای پژوهش

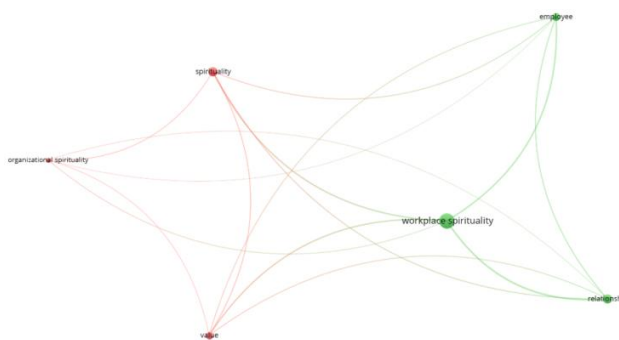
## یافته‌های پژوهش

مقالات باقیمانده در نسخه ۱,۶,۱۵ نرم‌افزار VOSviewer وارد شدند تا یک نقشه کتابخانه‌ای مبتنی بر داده‌های شبکه‌ای ایجاد شود (Zupic & Čater, 2015). واحدهای تحلیل در این پژوهش، اصطلاحات تکرار شده هستند. تحلیل کلیدواژه‌ها، فرآیندی مهم و ضروری در جهت تنویر موضوعات داغ کنونی در تحقیقات است. تحلیل واژه‌های همبند، نوعی روش تحلیل کمی است که فرض بر این دارد که وقتی واژه‌ها با هم تکرار می‌شوند، مفهوم پشت آن‌ها ارتباط نزدیکی با هم دارد. این موضوع، امکان استخراج نتایجی مانند پویایی ساختار مفهومی، قسمت‌های سازنده مفهومی، موضوعات مرتبط با پژوهش و تکامل مفهوم را فراهم می‌کند (Zupic & Čater, 2015). حالت شمارش کامل انتخاب شد که در آن، همبندی کلمات به‌طور کامل مورد بررسی قرار گیرد. ثبت اطلاعات در نرم‌افزار با مقادیر ۵۰ برای حداقل تعداد رخدادها و ۱۵ برای تعداد اصطلاحات انجام گرفت و از میان ۱۰ اصطلاح منتخب، ۴ اصطلاح نامرتب و کلی (مانند مقاله، مطالعه، داده، نمونه) حذف شد. شبکه‌ای که توسط این نرم‌افزار شکل گرفت، دارای ۶ آیتم، ۲ خوشه، ۱۵ لینک و مجموع قدرت ۳۱۷۰ برای لینک‌هاست. برای انجام تحلیل، دو متغیر وزنی استاندارد مورد استفاده قرار گرفت: لینک و قدرت لینک (Van Eck & Waltman, 2010). دو خوشه شناسایی شده به این شکل نامگذاری شدند: خوشه سازمانی (خوشه اول) و خوشه محل کار (خوشه دوم). خوشه اول، شامل معنویت در محل کار، کارمند و ارتباط است. ارتباط و کارمند همانند معنویت، پیرامون تمامی سطوح معنویت سازمانی مطرح شده است. قدرت لینک میان معنویت در محل کار و ارتباط، ۶۳۴ بود که قوی‌ترین لینک در این شبکه است. این عدد قابل انتظار بود، زیرا این دو اصطلاح در مقالات انتخاب شده در پایگاه‌ها، بسیار پر استفاده

هستند و ارتباط معنویت در محل کار با متغیرهای مختلفی در حوزه کسب و کار و مدیریت مورد بررسی قرار گرفته است. خوشه دوم، نشان دهنده معنویت سازمانی و مؤلفه‌های اصلی آن، یعنی معنویت (فردی) و ارزش است. البته باید توجه داشت که واژه معنویت، در مورد تمامی سطوح معنویت سازمانی به کار می‌رود. تعداد رخداد، تعداد لینک‌ها و قدرت لینک‌های شبکه این پژوهش در هر دو خوشه در جدول ۲ قابل مشاهده است. تمامی اصطلاحات به هم متصل هستند، بنابراین عدد لینک در همه آن‌ها برابر است. شکل ۲ نیز شبکه توصیف شده برای این پژوهش را نشان می‌دهد که در آن، فاصله میان اصطلاحات و اندازه هر اصطلاح، بیانگر قدرت لینک آن است (Van Eck & Waltman, 2010).

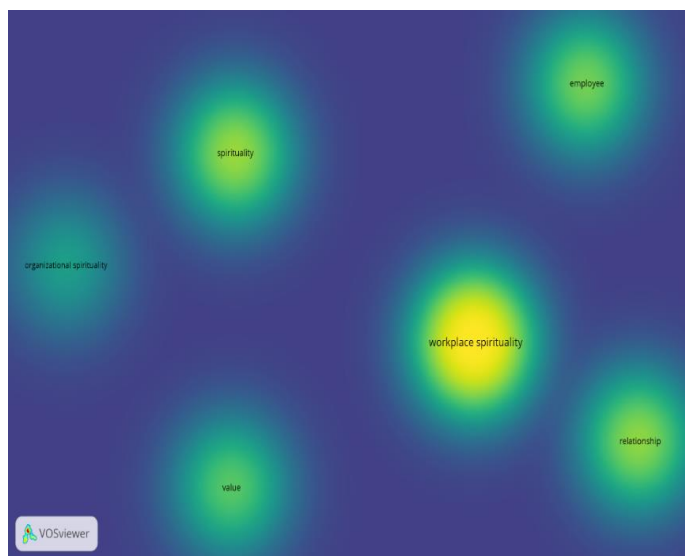
جدول ۲: خوشه‌های VOSviewer

خوشه دوم: معنویت سازمانی				خوشه اول: معنویت در محل کار			
قدرت لینک	لینک	رخداد	عبارت	قدرت لینک	لینک	رخداد	عبارت
۳۷۴	۵	۴۷	معنویت سازمانی	۱۹۱۳	۵	۴۶۳	معنویت در محل کار
۹۸۹	۵	۱۸۵	معنویت	۱۲۲۸	۵	۱۷۲	ارتباط
۸۵۱	۵	۱۱۶	ارزش	۹۸۵	۵	۱۴۳	کارمند



شکل ۲: شبکه VOSviewer برای عبارات پرتکرار پژوهش

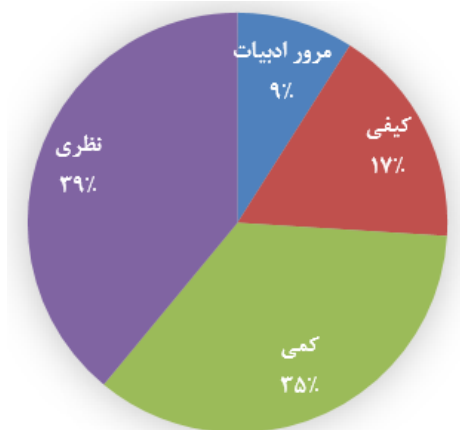
شکل ۳ نمایی از چگالی عبارات را نشان می‌دهد که به‌ویژه برای کسب یک نمای کلی از تخصیص آیتم‌ها به خوشه‌ها و چگونگی ارتباط خوشه‌ها با یکدیگر سودمند است و همچنین می‌تواند میزان تأکید بر هر عبارت را نسبت به عبارات دیگر نشان دهد (Zupic & Čater, 2015). عبارات معنویت در محل کار، معنویت و ارتباط، دارای بیشترین چگالی هستند و در نقطه مقابل، عبارت معنویت سازمانی قرار دارد که از بقیه اصطلاحات دورتر است و کمترین چگالی را در شبکه دارد.



شکل ۳: چگالی عبارات پرتکرار



یکی از مسائلی که در تعریف معنویت سازمانی مطرح است، روش مورد استفاده در آن است. استفاده از روش‌های اثبات‌گرایانه مناسب نیست (Woźniak, 2012)، زیرا یک رویکرد علمی منحصر به فرد ممکن است مواردی را در فرآیند پژوهش نادیده بگیرد (Poole, 2009). بنابراین، لازم است روش‌های جدیدی برای مطالعه موضوع معنویت سازمانی به کار گرفته شود (Pawar, 2017). شکل ۴ نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از پژوهش‌ها به علت وضعیت رشد نظریه‌های پیرامون معنویت در سازمان‌ها، نظری هستند. این مسائل مرتبط با روش‌شناسی، همچنان باقی مانده‌اند و باید در مطالعات آتی حل شوند.



شکل ۴: مقالات طبقه‌بندی شده بر اساس روش

مفهوم معنویت سازمانی از طریق توابع خطی و استاتیک مورد مطالعه قرار گرفته است و این مطالعات سبب به وجود آمدن مفاهیم مختلف و متناقضی شده‌اند (Karakas & Sarigollu, 2017). از میان مفاهیم یافت شده، تنها مفهومی که در پژوهش جیا کالونه و یور کیویچ (2003) ارائه شده و در تحقیقات کاراکاس و ساریگولو (2017) و سلاجقه و همکاران (2016) مورد استفاده قرار گرفته است، سه سطح معنویت سازمانی را مد نظر قرار می‌دهد، در حالی که سایر مفاهیم ارائه شده، تنها به یک یا دو سطح می‌پردازند و بخش قابل توجهی از این پدیده را نادیده می‌گیرند. سطوح و تمرکز معنویت سازمانی در مفاهیم ارائه شده در مطالعات پیشین به طور خلاصه در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳: سطوح معنویت سازمانی در مفاهیم ارائه شده در مقالات لاتین

مفهوم ارائه شده	معنویت فردی	معنویت در محل کار	معنویت سازمانی
معنویت سازمانی به جستجوی فردی برای معنای وجودی در کار اشاره دارد (Pattakos, 2004).	✓	✓	
معنویت سازمانی، بازتاب درک یک فرد از ارزش‌های معنوی در شرایط سازمانی است (Kolodinsky et al., 2008).	✓		✓
یافتن یک وحدت معنادر و نیز تحول فردی در کار (Ratner, 2009).	✓	✓	
حضور ارزش‌های معنوی در کارکرد یک سازمان (Pawar, 2014).			✓
چارچوب ارزش‌های سازمانی که سبب ارتقای تجربه کارکنان از تعالی در کار و تسهیل احساس آن‌ها از یک پیوند دارای حس می‌شود (Salajegheh et al., 2016).	✓	✓	✓
بازتاب درک یک فرد از ارزش‌های معنوی در شرایط سازمانی، باورها و رفتارهای معنوی متجانس در میان اعضای سازمان و تجانس ارزش‌ها در میان ارزش‌های سازمانی، تیمی و فردی (Karakas & Sarigollu, 2017).	✓		✓
معنویت سازمانی، مالکیت سازمانی نسبت به برخی از ویژگی‌ها مانند ارزش‌ها و شیوه‌های معنوی است (Pawar, 2017).			✓



✓			فرهنگ سازمانی تعیین شده توسط ارزش‌های سطح بالاتر که بر سلامتی و رفاه دیگران تمرکز دارد (Khari & Sinha, 2018).
	✓	✓	معنویت سازمانی، اشاره به زندگی درونی، وحدت و احساس کارکنان از کار معنادار دارد (Neng-tang & Hui-lin, 2019).
	✓	✓	تعریف معنویت سازمانی در قالب ادراکات کارکنان با توجه به نگرش اخلاقی سازمان و شناخت زندگی درونی کارکنان تقویت شده با کار معنادار در زمینه وحدت (Kökalan, 2019).

علاوه بر فقدان مفهومی صریح از معنویت سازمانی، برخی مقالات نیز مشخص نکرده‌اند که زمینه آن‌ها، معنویت سازمانی است یا یک از مؤلفه‌های آن (رهبران معنوی، معنویت اعضا یا معنویت در محل کار) و این موضوع سبب ابهام در استفاده از اصطلاحات معنویت در محل کار، معنویت فردی در سازمان و معنویت سازمانی می‌شود. اگرچه مطالعاتی در مورد معنویت فردی وجود دارند که به محل کار یا رابطه میان معنویت فردی و سازمانی توجهی ندارند (Crossman, 2016)، سایر مطالعات پیشین، سه مؤلفه معنویت سازمانی را مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهند (Ghasemi & Naruyi, 2016; Khatami Firouzabadi & Dastafar, 2014). برای مثال، ووژنیاک (2012) از اصطلاح معنویت در محل کار به عنوان مترادف معنویت سازمانی استفاده می‌کند: معنویت سازمانی تبدیل به زمینه‌ای جدید و جذاب برای پژوهشگران علوم اجتماعی شده است که پتانسیل فعال‌سازی منابع جدیدی در اعضای سازمان دارد. از سوی دیگر، کاموش و پنینگتون (2012) بیان کردند که پدیده‌ای که با عناوین معنویت سازمانی، معنویت در محل کار و مدیریت و معنویت و مذهب از آن یاد می‌شود، ابتدا در دهه ۱۹۹۰ میلادی مطرح شده است.

## بحث

مفهومی که ماهیت، کیفیت و ویژگی‌های معنویت سازمانی را نشان دهد و این پدیده را به روشنی ارائه کند، در اینجا پیشنهاد می‌شود، زیرا مفهوم مشترک و مورد قبولی در ادبیات این موضوع موجود نیست (Karakas & Sarigollu, 2017). برای ساخت این مفهوم لازم است مهم‌ترین عواملی که بر معنویت و مؤلفه‌های آن تأثیر می‌گذارند شناسایی شوند. این عوامل می‌توانند فردی، سازمانی یا محیط باشند (Sarlak et al., 2012). معنویت سازمانی پدیده‌ای پویاست و تحت تأثیر معنویت فردی و محل کار قرار می‌گیرد. معنویت سازمانی، مسیر و هدفی است که در کنار معنویت فردی باید به آن دست یافت. معنویت فردی مؤلفه اصلی معنویت سازمانی است و این موضوع غالباً به معنویت رهبر سازمان اشاره دارد (Rego et al., 2005; 2008). معنویت فردی به معنای یک هویت شخصی، یک روش زندگی برای نشان دادن عادت‌ها، دنبال کردن معنا و هدف، جستجو برای تعالی، ارتباط با دیگران و خداجویی در تمامی ابعاد و حوزه‌های فردی و کاری است. همچنین، معنویت فردی، مؤلفه‌ای از معنویت در محل کار است، زیرا تعاملات معنویت در سازمان، در محل کار اتفاق می‌افتند، زیرا اعضا در کار خود به دنبال معنا هستند. خود کار نیز می‌تواند بخشی از معنویت سازمانی باشد. همچنین، معنویت فردی می‌تواند متأثر از ویژگی‌های شخصی رهبر باشد (Lazar, 2016). وجود ارزش‌های معنوی که در وجهه، مأموریت، رسالت و ارزش‌های سازمانی قابل رویت هستند نیز بخشی از معنویت هستند، زیرا شیوه‌ها و گفتار سازمانی باید با معنویت سازگار باشند (Kamoche & Pinnington, 2012). همراستایی باید میان معنویت اعضا و معنویت سازمانی وجود داشته باشد. به عبارت دیگر، اعضا باید خود را با سازمان بشناسند، بنابراین لازم است اعضاء و جامعه، معنویت سازمانی را درک کنند. زمانی که معنویت، خود را به عنوان پدیده‌ای معرفی می‌کند که پیوند میان افراد را به‌ارمغان می‌آورد و روشنگر اهداف زندگی آن‌هاست، می‌تواند پیوند میان افراد با سایر جوامع و نسل‌ها را نیز برقرار کند. بنابراین معنویت سازمانی باید منفعت اجتماعی ایجاد کرده (Ratner, 2009) و تولید ارزش کند (Poole, 2009). مزایای این پدیده برای اعضای سازمان غیر قابل انکار است، اما این مزایا باید به جامعه و نسل‌های آینده گسترش پیدا کنند. معنویت سازمانی تأثیرات بیرونی را از محیط، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش دریافت می‌کند (Lennerfors, 2015; Neng-tang & Hui-lin, 2019). برای مثال، نگرش‌های تسهیم دانش، به‌شدت با فرهنگ سازمانی که توسط ارزش‌های مرتبه بالاتر (مثلاً معنویت در محل کار)

تعیین می‌شود مرتبط هستند. محیطی که در اطراف سازمان وجود دارد بر معنویت سازمانی اثرگذار است. به‌عنوان مثال، اقتصاد بودایی که بر مبنای چهار حقیقت شریف و راه اصیل هشتگانه در آیین بودایی است می‌تواند منتهی به یک معنویت انتقادی و سازنده شود (Lennerfors, 2015). مسئولیت پژوهشگران، حفظ یکپارچگی و صحت پژوهش‌های پیرامون معنای وجودی در زمینه مدیریت است، زیرا معنویت نباید مورد استفاده ابزاری قرار گیرد. برخلاف این دیدگاه، معنویت اغلب از منظر کارکردگرایی مورد بررسی قرار می‌گیرد و این موضوع ممکن است به علت عدم استحکام لازم، خصوصیات مستقل و پژوهش‌های تجربی پژوهشگران میان‌رشته‌ای، ناپایدار باشد (Izak, 2012). برای مثال، پول (2009) از پرستادترین منابع برای تحلیل استدلال‌هایی استفاده می‌کند که شواهدی مبنی بر افزودن ارزش به نتایج سازمانی توسط معنویت سازمانی ارائه می‌دهند. بنابراین، مفهوم پیشنهادی برای معنویت سازمانی، حول یک هویت سازمانی است که نتیجه ارزش‌ها، شیوه‌ها و گفتمان سازمان است و معنویت فردی و محل کار و نیز معنویت رهبر سازمان و سایر اعضای آن را دربر می‌گیرد. معنویت سازمانی تحت‌تأثیر محیط، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش است و سبب ایجاد ارزش و منفعت اجتماعی می‌شود که در وجهه، مأموریت، رسالت و ارزش‌های سازمانی قابل رؤیت است. برخی از مؤلفه‌های این مفهوم هنوز در مرحله توسعه و رشد هستند. نقش هر عامل تأثیرگذار باید به‌صورت تجربی در مطالعات آتی آزموده شود تا توانایی آن‌ها در اثرگذاری بر وجود و رشد معنویت سازمانی به تأیید برسد. به بیان روشن‌تر، تعریف مفهوم معنویت سازمانی عبارت است از انعکاس درک افراد از ارزش‌های معنوی و فرهنگ محیط کار، حساسیت نسبت به احساسات درون فردی، میان فردی و فرافردی، تلاش برای یافتن معنای وجودی و تحول فردی در کار و نیز زندگی درونی، وحدت و احساس کارکنان از کار معنادار. دیدگاه‌های اسلامی در مورد معنویت سازمانی تا حدودی با دیدگاه‌های غربی متفاوت است. در حقیقت، لزوم تمایز مفاهیم معنویت به‌تبع آن معنویت سازمانی در دو رویکرد غربی و اسلامی و لزوم دقت نظر در متناسب‌سازی این مفاهیم حساس برای پیاده‌سازی در هر جامعه‌ای، نیازمند تبیین است (Mohammadi et al., 2014). از این رو، با بررسی پژوهش‌های فارسی و اسلامی انجام‌گرفته در این زمینه، خلاصه‌ای از تعاریف موجود برای معنویت سازمانی در این پژوهش‌ها در جدول ۴ آمده است تا نتایج آن با نتایج پژوهش حاضر مورد مقایسه قرار گیرند و تعریف معنویت از هر دو منظر شفاف‌تر شود.

جدول ۴: سطوح معنویت سازمانی در مفاهیم ارائه‌شده در مقالات فارسی

معنویت سازمانی	معنویت در محل کار	معنویت فردی	مفهوم ارائه‌شده
		✓	نظام معنوی اسلامی در قرآن شامل تقرب، مراقبه و استقامت است، که به ترتیب به معنای تلاش برای نزدیکی به خدا، عدم آلوده‌شدن به بیماری‌های روحی و گناه و ثابت قدم بودن در مسیر درست است (Qomshei & Neyrizi, 2004).
✓		✓	معنویت سازمانی بر پایه خدامحوری استوار است. مدیریت سازمان ضمن اتخاذ رویکرد خدامحوری و با بهره‌گیری از راهبردهای آموزش و بهسازی، نظارت و مشاوره، به سمت جاری‌شدن این تفکر در سازمان برمی‌آید [نهج البلاغه: به نقل از (Mohammadi et al., 2014)].
		✓	معنویت یعنی عدم ظلم‌پذیری. انسان معنوی کسی است که در مقابل ظلم سازش نکرده و با نظام سلطه مبارزه کند [بیانات امام خامنه‌ای ۱۳۸۴، به نقل از (Sanai & Khalaji, 2019)].
✓		✓	بهترین واژه برای معنویت «وابستگی متقابل» است. افراد در سازمان‌های «معنوی‌تر»، «سودآوری بیشتری» داشته و بخش بیشتری از «خود کاملشان» را نشان می‌دهند (Jafari Shoorgol, 2013).
✓	✓		معنویت در کار و سازمان یعنی احساس کاری خاص برای انرژی‌دادن به افراد جهت انجام دقیق کارها (Salajegheh & Farahbakhsh, 2010).

✓			معنویت سازمانی یعنی استفاده از معنویت به‌عنوان منبع پایداری با توجه به عدم اطمینان در محیط‌های کنونی و ابزاری جهت حل تناقض میان نظم و بی‌نظمی در سازمان است (Abedi Jafari & Rastgar, 2007).
	✓	✓	معنویت در سازمان نیرویی قدرتمند است که با پیوند زندگی کاری و زندگی معنوی کارکنان ظاهر شده و کار را لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتر می‌کند (Sanai & Khalaji, 2019).
	✓	✓	سازمان معنویت‌گرا فراهم‌آورنده موقعیت برای استفاده از ظرفیت و توان افراد جهت اعتلای کار و همکاران خود است (Naghavi et al., 2015).
		✓	معنویت سازمانی، درک و شناسایی بعدی از زندگی درونی کارکنان است که از طریق انجام کارهای با معنا در زندگی اجتماعی قابل پرورش است (Abbaspour et al., 2017).
✓		✓	معنویت سازمانی، چارچوبی از ارزش‌های سازمانی است و نشانه آن وجود فرهنگی است که کارکنان را از فرایندهای کاری فراتر برده و منجر به بهبود فهم آنان از ارتباط با دیگران و تجربه احساس لذت می‌شود (Ahmadi et al., 2011).

بر اساس تعاریف ارائه‌شده در جدول ۴ می‌توان تعریف جامعی از معنویت سازمانی ارائه کرد که در مقابل تعریف معنویت سازمانی از دیدگاه پژوهش‌های لاتین، که در قسمت بحث بیان شد، قرار می‌گیرد. بنابراین، معنویت سازمانی بر اساس پژوهش‌های فارسی و آموزه‌های اسلامی، مفهومی خدامحور است که مستلزم خودشناسی و باور عملی از سوی فرد است؛ چنین معنویتی یک ارزش برای سازمان تلقی شده و به‌کارگیری آن در سازمان نیازمند وجود فرهنگ زیربنایی، آموزش، نظارت و مشاوره است. کارکنان در سازمان معنوی، کارایی بهتری دارند، به‌واسطه با‌معنابودن شغل از انجام کار لذت بیشتری می‌برند و در ارتباط با دیگران موفق‌تر هستند.

### نتیجه‌گیری

تنها مقالات اندکی در این مرور نظام‌مند، بیان صریحی از مفهوم و سطح معنویت سازمانی ارائه کرده‌اند. این غفلت، فضای را برای تفسیرهای مختلف خالی می‌گذارد، زیرا پدیده‌ها، بخشی از یک نظری در حال تکامل هستند. زمانی که به موضوع معنویت سازمانی در زمینه مدیریت پرداخته می‌شود، مفهوم و سطح مورد نظر این مفهوم باید به‌روشنی بیان شود تا از مشکلات ناشی از ابهامات پیرامون اصطلاحاتی مانند معنویت سازمانی اجتناب شود. اصطلاحات زیر در پژوهش‌های حوزه مدیریت یافت شدند: معنویت فردی، معنویت در محل کار، معنویت در سازمان، معنویت سازمانی، سازمان مبتنی بر معنویت و سازمان معنوی. این پژوهش دارای دو دستاورد عمده است: ابتدا مفهومی را بیان می‌کند که ماهیت، کیفیت و ویژگی‌های معنویت سازمانی را به‌روشنی مشخص می‌کند. مورد دوم، مرور نظام‌مند و طبقه‌بندی ادبیات موجود در این زمینه است. در مرور انجام‌گرفته با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer، ۶ آیتیم، ۲ خوشه، ۱۵ لینک و مجموع قدرت ۳۱۷۰ برای لینک‌ها به‌دست آمد. این خوشه‌های اصلی، خوشه سازمانی و خوشه محل کار نامگذاری شدند. در خوشه اول، عبارات معنویت در محل کار، ارتباط و کارمند با تکرارهای ۴۶۳، ۱۷۲ و ۱۴۳ و قدرت لینک ۱۹۱۳، ۱۲۲۸ و ۹۸۵ مطرح شدند. در خوشه دوم نیز عبارات معنویت، ارزش و معنویت سازمانی با تکرارهای ۱۸۵، ۱۱۶ و ۴۷ و قدرت لینک ۹۸۹، ۸۵۱ و ۳۷۴ کاربردپذیر هستند. با مرور پژوهش‌های موجود در این زمینه، تعریفی از معنویت سازمانی ارائه شد که عبارت است از انعکاس درک افراد از ارزش‌های معنوی و فرهنگ محیط کار، حساسیت نسبت به احساسات درون‌فردی، میان‌فردی و فرافردی، تلاش برای یافتن معنای وجودی و تحول فردی در کار و نیز زندگی درونی، وحدت و احساس کارکنان از کار معنادار. این تعریف می‌تواند سازمان‌ها را یاری دهد تا در برخورد با این پدیده، تعریف جامعی از آن داشته باشند و برای ارتقای آن در سازمان و در میان کارکنان، ابعاد مختلف آن را در نظر بگیرند و کارایی و اثربخشی راهکارهای خود را بهبود بخشند. با این حال، این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز مواجه بود. محدودیت اصلی مربوط به روش مورد استفاده و خصوصاً نرم‌افزارهای و گزینه‌های جستجو و اسکن در پایگاه‌ها و مقالات است که می‌توان در پژوهش‌های آتی راهکارهایی برای رفع آن‌ها ارائه داد.

جهت‌گیری پژوهش‌های آتی برای مطالعه بیشتر می‌تواند کمک به غلبه بر این محدودیت و غنی‌سازی پژوهش‌های معنویت سازمان باشد. پژوهش‌های آتی می‌توانند بر آزمایش تجربی مدل‌های نظری موجود و مفاهیم معنویت سازمانی تمرکز کنند و مفهوم پیشنهادی در این پژوهش را مد نظر قرار دهند، زیرا تقریباً نیمی از مقالات تحلیل‌شده کاملاً نظری هستند. همچنین، نتایج این مقاله نشان می‌دهند که جهت‌گیری پژوهش‌های حاضر بر معنویت در محل کار متمرکز است و این موضوع سبب بروز شکافی در سایر سطوح معنویت سازمانی (فردی و سازمانی) می‌شود. برای پوشش این شکاف، تأثیرات تغییر در رهبری (از رهبری غیر معنوی به رهبری معنوی) و تغییرات معنویت اعضا پس از تغییر رهبری، باید مورد بررسی قرار گیرند. علاوه بر این، با توجه به عدم پوشش جامع مقالات و منابع فارسی در این پژوهش (در قسمت مرور نظام‌مند) می‌توان به‌طور دقیق و جامع روی منابع فارسی تمرکز نموده و به استخراج مفهوم معنویت سازمانی از دیدگاه ایرانی - اسلامی پرداخت. همچنین، به‌کارگیری نتایج این پژوهش جهت سنجش معنویت سازمانی در سازمان‌های داخل کشور نیز می‌تواند یکی دیگر از جهت‌گیری‌های آتی در راستای این پژوهش باشد.

## Reference

1. Abbaspour, J., Abbaspour, H., & Shahbazi, S. (2017). Investigating the effect of organizational spirituality and its dimensions on employee loyalty (Case study: Mehran Education Organization). *Human resource studies*, 26, 87-110. (In Persian).
2. Abedi Jafari, H. Rastgar, AA. (2007). The emergence of spirituality in organizations, concepts, definitions, assumptions, conceptual model. *Journal of Iran Management Sciences*. 5 (2): 99-121. (In Persian).
3. Ahangaran, J., Khooshebast, F., & Vahedi, E. (2016). Meta-analysis of the effects of spirituality in the organization and comprehensive model. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 3(1), 22-31.
4. Ahmadi, A., Mojdeh, M., & Bameri, O. (2011). An introduction to the emergence of spirituality in the organization. *Management in Islam*, (15-16), 217-232. (In Persian).
5. Azhdarifard PS, Ghazi GH & Noranipor R. Survey of effect gnosticism and spirituality on students' mental health. *Journal of Educational Management Innovations* 2010; 5(2): 105-27. (In Persian).
6. Ankrah, S., & AL-Tabbaa, O. (2015). Universities–industry collaboration: A systematic review. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 387-408. <https://doi.org/10.1016/J.SCAMAN.2015.02.003>.
7. Ayoubi, A., Mosalanejad, R., & Jahromi, M. R. (2015). The effect of organizational effective—Economic management components on organizational—Citizenship behavior in the agriculture organization in Fars Province, Iran. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 62-71. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p62>.
8. Benefiel, M. (2007). Pathfinders and trailblazers: Exploring the territory of spirituality in organizations. *Managerial Finance*, 33(12), 947-956. <https://doi.org/10.1108/03074350710831729>.
9. Bharadwaj, S., & Jamal, T. (2020). In Search of Spiritual Workplaces: An Empirical Evidence Of Workplace Spirituality And Employee Performance In The Indian IT Industry. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 9. 1116-1124.
10. Boyle, M. V., & Healy, J. (2003). Balancing Mysterium and Onus: Doing spiritual work within an emotion-laden organizational context. *Organization*, 10(2), 351-373. <https://doi.org/10.1177/1350508403010002010>.
11. Brown, R. B. (2003). Organizational spirituality: The Sceptic's version. *Organization*, 10(2), 393-400. <https://doi.org/10.1177/1350508403010002013>.
12. Crisp, B. R. (2015). Challenges to organizational spirituality as a consequence of state funding. *Journal for the Study of Spirituality*, 5(1), 47-59. <https://doi.org/10.1179/2044024315Z.00000000040>.
13. Crossman, J. (2016). Alignment and misalignment in personal and organizational spiritual identities. *Identity*, 16(3), 154-168. <https://doi.org/10.1080/15283488.2016.1190726>.
14. Driver, M. (2007). A “spiritual turn” in organizational studies: Meaning making or meaningless? *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 4(1), 56-86. <https://doi.org/10.1080/14766080709518646>.
15. Elahi Gomshei, M. (Trans.). (n.d.). *The Holy Quran*. Quran Publishing Foundation. (In Persian).
16. Esfandiari, Z. (2016). Investigating the role of knowledge sharing behaviors in promoting spirituality in the workplace. 4th International Conference on Economics, Management, Accounting with Value Creation Approach, Shiraz. (In Persian)

17. Geh, E. Z. (2014). Organizational spiritual leadership of worlds “made” and “found”: An experiential learning model for “feel”. *Leadership and Organization Development Journal*, 35(2), 137–151. <https://doi.org/10.1108/LODJ-04-2012-0052>.
18. Ghamari Givi H. Spirituality, identity and mental health in life span. *Journal of Psychology and Religion* 2009; 1(4): 43-71. (In Persian).
19. Ghasemi, M., & Naruyi, S. (2016). Studying the relationship between spirituality in the workplace and organizational commitment of Iranshahr Velayat University staff. *Social Sciences (Pakistan)*, 11(6), 928–934.
20. Gholipour, R., Samadi Miarkolaei, H., Samadi Miarkolaei, H. (2015). A Study on Impact of Psychological Empowerment on Knowledge Sharing Culture Case Study of Female Employees of Ministry of Education in Mazandaran Province. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 13(4), 181-203. (In Persian)
21. Giacalone, R. A. & Jurkiewicz, C. L. (2003). Toward a science of workplace spirituality. In R. A. Giacalone, & C. L. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of workplace spirituality and organizational performance*: 3–28.
22. Hajiannosrat, M., & Beheshtifar, M. (2018). Prioritization of Factors Affecting Workplace Spirituality at Tehran University of Medical Sciences. *Journal of Paramedical School of Tehran University of Medical Sciences (Payavard Salamat)*, 12(4), 260-272. (In Persian).
23. Indradevi, R. (2020). Workplace Spirituality: Successful Mantra for Modern Organization. *Journal of Critical Reviews*, 7 (6), 437-440. doi:10.31838/jcr.07.06.77.
24. Izak, M. (2012). Spiritual episteme: Sensemaking in the framework of organizational spirituality. *Journal of Organizational Change Management*, 25(1), 24–47. <https://doi.org/10.1108/09534811211199583>.
25. Jafari Shoorgol, S. (2013). A reflection on organizational spirituality with an Islamic approach. *Islamic-Iranian model of progress*, 2(3), 179-200. (In Persian).
26. Javaherizadeh, E. (2016). Spirituality model in the organization, presenting a Grounded Theory. *Islamic Management*, 24(4), 75-108. (In Persian).
27. Jones, M. V., Coviello, N., & Tang, Y. K. (2011). International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632–659. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.04.001>.
28. Kamoche, K., & Pinnington, A. H. (2012). Managing people “spiritually”: A Bourdieusian critique. *Work, Employment and Society*, 26(3), 497–513. <https://doi.org/10.1177/0950017012438573>.
29. Karakas, F., & Sarigollu, E. (2017). Spirals of spirituality: A qualitative study exploring dynamic patterns of spirituality in Turkish Organizations. *Journal of Business Ethics*, 156(3), 799–821. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3619-y>.
30. Khari, C., & Sinha, S. (2018). Organizational spirituality and knowledge sharing: A model of multiple mediation. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 19(4), 337–348. <https://doi.org/10.1007/s40171-018-0197-5>.
31. Khatami Firouzabadi, M. S., & Dastafar, A. (2014). Analysis of the components of spirituality and its evaluation in the organization. *Business Management Quarterly*, 6(21), 9-29. (In Persian).
32. Kökalan, Ö. (2019). The effect of organizational cynicism on job satisfaction. *Management Research Review*, 42(5), 625–640. <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2018-0090>.
33. Kolodinsky, R. W., Giacalone, R. A., & Jurkiewicz, C. L. (2008). Workplace values and outcomes: Exploring personal, organizational, and interactive workplace spirituality. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 465–480. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9507-0>.
34. Lazar, A. (2016). Personality, religiousness and spirituality – interrelations and structure – in a sample of religious Jewish women. *Mental Health, Religion & Culture*. doi: 10.1080/13674676.2016.1205572.
35. Lennerfors, T. T. (2015). A Buddhist future for capitalism? Revising Buddhist economics for the era of light capitalism. *Futures*, 68, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.09.003>.
36. Mohammadi, M., Salimi, M., & Peiravinezhad, Z. (2014). Conceptualization of Organizational Spirituality from the Perspective of Nahj al-Balaghah: Applying Grounded Theory Strategy. *Journal of Islam and Management*, 3(6), 139-162. (In Persian).
37. Mohammadpanah, H., & Nasri, L. (2015). Organizational spirituality and its strategies for excellence with emphasis on religious teachings. *Islamic Insight and Education*, 28, 51-69. (In Persian).
38. Molloy, K. A., & Foust, C. R. (2016). Work calling: Exploring the communicative intersections of meaningful work and organizational spirituality. *Communication Studies*, 67(3), 339–358. <https://doi.org/10.1080/10510974.2016.1148751>

39. Naghavi, S. A., Asaadi, M. M., & Mirghafouri, S. H. (2015). The model of organizational spirituality in higher education based on Islamic teachings. *Islamic Management*, 23(2), 145-177. (In Persian).
40. Nasresfehiani, S. A., Amiri, Z., Farahi, M., & Seifi, M. (2017). The effect of spirituality in the workplace on social abrasion with a mediating role: organizational ethical climate (Case study: Isfahan Social Security Organization). *Applied Sociology*, (2), 5-77. (In Persian).
41. Neng-tang, H., & Hui-lin, L. (2019). Using instant messaging for collaboration: A study of the relationships among organizational trust, justice, and spirituality. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-06158-6>.
42. Oh, S., & Roh, S. (2019). A Moderated Mediation Model of Self-Concept Clarity, Transformational Leadership, Perceived Work Meaningfulness, and Work Motivation. *Frontiers in Psychology*. 10. 10.3389/fpsyg.2019.01756.
43. Parvin, e. & Mohammadi, sh. & Shirbygi, naser. & Lotfinejad, t. (2014), The relationship between organizational spirituality and Public Admin Rew, *Journal of Organizational Change Management* 16(4): 448-462
44. Pattakos, A. (2004). *Prisoners of our thoughts: Viktor Frankl's principles at work*. San Francisco: Berrett-Koehler.
45. Pawar, B. S. (2014). Leadership spiritual behaviors toward subordinates: An empirical examination of the effects of a leader's individual spirituality and organizational spirituality. *Journal of Business Ethics*, 122(3), 439-452. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1772-5>
46. Pawar, B. S. (2017). The relationship of individual spirituality and organizational spirituality with meaning and community at work: An empirical examination of the direct effects and moderating effect models. *Leadership and Organization Development Journal*, 38(7), 986-1003. <https://doi.org/10.1108/LODJ-01-2016-0014>.
47. Poole, E. (2009). Organisational spirituality—A literature review. *Journal of Business Ethics*, 84(4), 577-588. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9726-z>.
48. Pourmola, M. H. P., Bagheri, M., Alinezhad, P., Peyravi Nejad, Z., Nejad, Z. P., Peyravi Nejad, Z., et al. (2019). Investigating the impact of organizational spirituality on human resources productivity in manufacturing organizations. *Management Science Letters*, 9(1), 121-132. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.10.011>. (In Persian)
49. Qomshei, M. E. & Neyrizi, A. (2004). *The Holy Quran*, translated by Mehdi Elahi Ghomshei, Tehran: Quran Publishing Foundation.
50. Quatro, S. A. (2004). New age or age old: Classical management theory and traditional organized religion as underpinnings of the contemporary organizational spirituality movement. *Human Resource Development Review*, 3(3), 228-249. <https://doi.org/10.1177/1534484304267830>.
51. Rastegar, AA. (2007). *Motivational Model of Spirituality: A Case Study of Tehran University*. PhD thesis. Tehran University Faculty of Management (In Persian).
52. Ratnakar, R., & Nair, S. (2012). A review of scientific research on spirituality. *Business Perspectives and Research*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2278533720120101>.
53. Ratner, H. (2009). Suggestive objects at work: A new form of organizational spirituality? *Distinktion*, 10(2), 105-121. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2009.9672750>.
54. Rego, A., & Pina e Cunha, M. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: An empirical study. *Journal of Organizational Change Management*, 21(1), 53-75. <https://doi.org/10.1108/09534810810847039>.
55. Rocha, R. G., & Pinheiro, P. G. (2020). Organizational Spirituality: Concept and Perspectives. *Journal of Business Ethics*. 1-12.
56. Roszkowska, P., & Melé, D. (2020). Organizational Factors in the Individual Ethical Behaviour. The Notion of the "Organizational Moral Structure". *Humanist Manag Journal*. <https://doi.org/10.1007/s41463-020-00080-z>.
57. Rupčić, N. (2017). Spiritual development—A missing and powerful leverage when building learning organizations. *Learning Organization*, 24(6), 418-426. <https://doi.org/10.1108/TLO-07-2017-0071>.
58. Salajegheh, S., Abdoli, H., & Oskouei, S. K. M. (2016). Investigation of the relationship between workplace spirituality and organizational commitment (Case study: The employees of National Iranian oil distribution company). *Research Journal of Applied Sciences*, 11(4), 110-115. <https://doi.org/10.3923/rjasci.2016.110.115>.
59. Salajegheh, S., & Farahbakhsh, S. (2010). Spirituality and organizational commitment. *Institute of Humanities and Cultural Studies, Comprehensive Portal of Humanities*, 23, 203-221. (In Persian).
60. Sanai, S., & Khalaji, S. (2019). Model of organizational spirituality from the perspective of Islam in the education organization based on the statements of the Supreme Leader. *Islamic Management Quarterly*, 27(1), 89-113. (In Persian)

62. Sarlak MA, Veisesh SM, Purashraf Y, Mehdizadeh H. (2012). Spirituality-oriented model of higher education in Iran. *Public Management Research*; 5(18): 5-24. (In Persian).
63. Smith, A. C. T. T. (2008). The neuroscience of spiritual experience in organizations. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 5(1), 3–28. <https://doi.org/10.1080/14766080809518687>.
64. Soltani, M., Mohammadi, M., & Aghili Attar, M. (2019). Investigating the relationship between deepening spirituality and the performance of IRGC employees. *Islamic Management*, 27(2), 1-10. (In Persian).
65. Thakur, K., & Singh, J. (2016). Spirituality at workplace: A conceptual framework. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(7), 5181–5189. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2s2.084986199865&partnerID=40&md5=706ac4511a33320e8f8ac89bfe51e586>.
66. Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management. *British Journal of Management*, 14, 207–222. <https://doi.org/10.3109/10.1111/1467-8551.00375>.
67. Van Der Walt, F., & De Klerk, J. J. (2014a). Workplace spirituality and job satisfaction. *International Review of Psychiatry*, 26(3), 379–389. <https://doi.org/10.3109/09540261.2014.908826>.
68. Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.
69. Weitz, E., Vardi, Y., & Setter, O. (2012). Spirituality and organizational misbehavior. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 9(3), 255–281. <https://doi.org/10.1080/14766086.2012.730782>.
70. Woźniak, A. (2012). Know thy God: On Simmel’s philosophy, organizational spirituality and its critique. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 9(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/14766086.2012.641096>.
71. Yang, M., & Fry, L. W. (2018). The Role of Spiritual Leadership in Reducing Healthcare Worker Burnout. *Journal of Management, Spirituality and Religion* 15 (4): 305–324. doi:10.1080/14766086.2018.1482562.
72. Ziaee MS, Nargesian A, Aibaghy Esfahani S. (2008). Spiritual Leadership Empowerment of Tehran University. *Public Administration*; 1(1): 73-75. (In Persian).
73. Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>.