

رابطه ارتباط فرا فردی و رفتار شهروندی (مطالعه موردی: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)

سیدحامد وارث^۱، عباس علی رستگار^۲، سمیه زراعت کار^۳، کبری رفتنی آلاشتی^۴

۱. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

۲. استادیار دانشگاه سمنان، ایران

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه تهران (پروفسور)، ایران

۴. کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی، ایران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۲/۳۰، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۹/۱۰)

چکیده

شماری از مطالعات اخیر نشان می‌دهد که ارایه پارادایم جدید برای کار کارکنان با رویکرد تلفیقی‌تر زندگی کاری و زندگی معنوی ضروری است. به همین‌سان مقاله حاضر به دنبال تبیین رابطه بین ارتباط فرافردی یعنی بعد معنوی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی است. ارتباط با خدا تحت عنوان ارتباط فرافردی، بعد معنوی معنویت است که در برگرفته توازن، تعادل، حساسیت و پرورش چهار بعد زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی در قالب چهار نوع ارتباط یعنی ارتباط برون فردی، ارتباط میان فردی، ارتباط درون فردی و ارتباط فرا فردی تعریف شده است. علاوه بر این، ارتباط فرافردی، با چهار نوع ارتباط با خدا یعنی، همه‌خدایی، همه در خدایی، کارگزاری خدا و تعاملی با خدا تعریف شده است. از این رو برای تبیین رابطه معناداری از روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی استفاده شد. نتایج به دست آمده حکایت از آن دارد که از چهار نوع ارتباط فرافردی به غیر از نوع ارتباط همه‌خدایی بین نوع ارتباط همه در خدایی، ارتباط از نوع کارگزاری خدا و ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین بر اساس یافته‌های تحقیق، رابطه بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی ثابت شد.

واژه‌های کلیدی: ارتباط فرافردی، همه‌خدایی، همه در خدایی، ارتباط از نوع کارگزاری خدا، ارتباط از نوع تعاملی با خدا، رفتار شهروندی سازمانی

مقدمه

قلمرو مدیریت و سازمان، چه به لحاظ نظری و چه به لحاظ عملی، اخیراً تحت تأثیر نیروی قدرتمند قرار گرفته که اگر به درستی اداره و هدایت شود، به نظر می‌رسد ظرفیت لازم برای منجر شدن به ژرف‌ترین تشریک مساعی، نه تنها در زمینه‌های حرفه‌ای، بلکه برای بروز انسانیت تمام عیار را دارا باشد. اگرچه تا چند دهه قبل، باور غالب بر این بود که این نیروی عظیم برای جهان مدیریت و بازرگانی مناسب نیست، اما اکنون به عنوان موضوع تحقیقات دانشگاهی و علمی بسیار جدی‌ای مطرح است [۵]. از یک طرف، یکی از روندهای مهم کسب و کار و مدیریت در قرن ۲۱ که از اواسط دهه ۹۰ به طور جدی مطرح شده است، تمرکز بر معنویت کارکنان در سازمان می‌باشد [۲۱].

معنویت محصول مواجهه جان آدمی با امر قدسی به درجات مختلف است. این مواجهه موجب پرورش جان آدمی می‌شود و رشد معنوی‌ای را که به نظر روان‌شناسان انسان‌گرا مهم‌ترین و برترین نیاز آدمی است تضمین می‌کند [۱].

از طرف دیگر، رفتار شهروندی سازمانی موضوعی جدید در مباحث رفتار سازمانی است که اهمیت آن همچنان در حال افزایش است. شهروند خوب سازمانی یک تفکر و ایده است و آن مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان نظیر پذیرش و به عهده گرفتن وظایف و مسئولیت‌های اضافی، پیروی از مقررات و رویه‌های سازمان، حفظ و توسعه نگرش مثبت، شکیبایی و تحمل نارضایتی و مشکلات در سازمان است. بر پایه و اساس تئوری‌ها و نظریه‌های سازمانی مسلماً رفتار شهروندی سازمانی به رقابت و عملکرد سازمان، همچنین به کارایی و اثربخشی سازمان‌ها از طریق تحولات منابع، نوآوری‌ها و انطباق‌پذیری کمک می‌کند [۱۳].

در واقع رفتار شهروندی سازمانی، عملکرد درون نقشی محسوب نمی‌شود بلکه عملکرد فرانقشی است. عملکرد درون نقشی به آن رفتارهای شغلی کارکنان اطلاق می‌شود که در شرح وظایف و نقش‌های رسمی سازمان بیان شده و توسط سیستم رسمی سازمان شناسایی و پاداش داده می‌شوند. عملکرد فرانقشی به رفتارهای شغلی فراتر از نقش‌های رسمی کارکنان برمی‌گردد که این رفتارها اختیاری هستند و معمولاً در سیستم پاداش رسمی سازمان در نظر گرفته نمی‌شوند [۱۸].

یکی از مهم‌ترین خصیصه‌های هر سازمان برای کار در شرایط متغیر، داشتن افرادی

است که راغبند در تغییرات موفقیت آمیز سازمان، بدون وجود الزامات رسمی شغل شرکت کنند. رفتارهایی که از انتظارات رسمی نقش فرا رفته ولی برای بقای سازمان مهم و ضروری هستند و به عنوان رفتار شهروندی سازمانی تعریف شده اند [۲۳].

اکنون معنویت و رفتار شهروندی سازمانی، به عنوان دو عنصر مهم در محیط کار، به طور فزاینده و مناسبی در حال شناسایی است و در سال های اخیر نقش بالقوه این دو متغیر در محیط کار، در مباحث تجاری مورد توجه قرار گرفته است.

اهمیت و ضرورت پژوهش

سازمان ها «از دهه ۱۹۸۰ به بعد، برنامه های تغییر و بهبود خود را بر مداخلاتی از قبیل بازمهندسی، کوچک سازی، تکاپوی گروهی و مواردی از این قبیل متمرکز ساخته اند. اما از آنجا که این مداخلات اغلب بر پارادایم مکانیکی تاکید داشته اند، نتایج امیدوارکننده جدی ای را به ارمغان نیاورده اند، یا حداقل باید اذعان داشت، این مداخلات در عصر کنونی پاسخگو نمی باشند» [۱۲]. علاوه براین، «امروزه سازمان ها با کارکنان رشد یافته ای مواجه اند که خواستار کار بامعنا، کار هدفمند و ایجاد محیط های کاری مساعد برای پرورش خلاقیت و استعداد های خویش جهت بالندگی خود هستند» [۱۴].

بنابراین، از جمله رهیافت های جدید، از یک طرف، توسعه زمینه و محیط های کاری است که خلاقیت و رشد شخصی کارکنان را پرورش دهد و خود تمام عیار آنان را تحقق بخشد. از طرف دیگر، تغییر و بالندگی کارکنان با رویکردهای بیرونی به رویکردهای درون نگری که کارکنان را به ورای وظایف و نقش های سازمانی هدایت میکند را موجب شود. رفتار شهروندی سازمانی، نتیجه رویکرد درون نگرانه ای است که بیشتر با محیط های معنوی پیوند می خورد.

فرض بر این است که این قبیل محیط ها، زندگی کامل تری را برای کارکنان فراهم می آورد و نتایج و پیامدهای مثبتی از قبیل سرور و روی بیشتر برای سازمان ها به همراه دارد. «معنویت در کار با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در محیط کار، همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی و بالندگی کارکنان پیوند خورده است» [۱۴]. جالب این که ویژگی های این چنینی از ابعاد مهم رفتار شهروندی سازمانی است. از این رو، ورود معنویت به سازمان و رفتار شهروندی سازمانی، به عنوان چالش های قرن بیستم و یکم تلقی

می‌شوند و مدیران الزاماً با این پدیده‌های نوپا باید دست و پنجه نرم کنند و ضرورتاً باید رابطه آنها را نیز در نظر بگیرند.

در دنیای پرچالش کنونی سازمان‌ها به منظور رقابت در صحنه جهانی، ارضای نیازها و انتظارات مشتریان و سازگاری با ماهیت در حال تغییر شغل، در تلاشند تا کارکنانی را به کار گیرند که فراتر از وظیفه و نقش تعیین شده در شرح شغلشان عمل کنند، زیرا اعتقاد بر این است که این رفتارهای فراتر از نقش در ارزیابی عملکرد انعکاس می‌یابد، مشارکت کارکنان در برنامه‌ها را تحت تاثیر قرار خواهد داد و می‌تواند عاملی موثر بر عجزین شغل با شغل، تعهد سازمانی و عزت نفس باشد [۶].

ارزش‌های انسانی سازمان و فرصت برای انجام کار بامعنا، منجر به ارتقا عزت نفس، امید، و رشد شخصی کارکنان می‌شود. در نتیجه آنها تمام وجودشان (فیزیکی، ذهنی، عاطفی و معنوی) را برای سازمان می‌آورند و کار را به عنوان یک مأموریت، بیشتر از یک شغل فرض می‌کنند و به طور عاطفی‌تر و هنجاری‌تر به سازمانشان جذب می‌شوند و عادلانه و محترمانه رفتار می‌کنند زیرا احساس می‌کنند که آنها به عنوان انسان‌های عاطفی و عقلایی با ارزش شناخته می‌شوند، در نتیجه کارکنان فشار و تحلیل رفتگی کمتری احساس می‌کنند و از کارشان رضایت بیشتری دارند و عملکرد بهتری خواهند داشت [۱۹]. کار ما با زندگی ما گره خورده است؛ بنابراین تغییرات اجتماعی و تجاری برای ما آشوب و اضطراب هستند، معنویت می‌تواند عدم قطعیت، عدم امنیت و ابهام را کاهش دهد [۲۴]. تمرکز بر معنویت می‌تواند وسیله‌ای باشد برای کنترل محیط، جلوگیری از تعارض، پذیرش اهداف سازمانی و کسب موفقیت [۲۲].

با توجه به مباحث مطرح شده و در نظر گرفتن اینکه رفتارهای شهروندی سازمانی یک نوع رفتارهای فراتر از نقش هستند و به جنبه‌های مادی توجه ندارند و رفتارهای داوطلبانه هستند، به نظر می‌رسد معنویت می‌تواند در بهبود و ارتقای چنین رفتارهایی نقش موثری داشته باشد. بنابراین در این تحقیق بعد معنوی معنویت یعنی ارتباط فرافردی مورد بررسی قرار می‌گیرد و محققین در پی آن هستند تا دریابند آیا بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد یا نه؟

از جمله عواملی که ضرورت انجام این تحقیق را در حال حاضر بیش از پیش مضاعف می‌سازد، ضرورت زمانی تحقیق در آغاز هزاره سوم میلادی است، چرا که امروزه بشر

همواره دچار تحولات تکنولوژیکی است و از این تحولات خسته شده و دچار بی قراری شده‌اند، بنابراین به دنبال ثبات هستند؛ همچنین در محیط‌های کاری اخلاق و اعتماد کمیاب شده است، بنابراین به نظر می‌رسد پرداختن به موضوعاتی از قبیل معنویت و ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی هم مهم و هم ضروری باشد.

مروری بر ادبیات تحقیق

۱. معنویت

معنویت در کار؛ تلاش در جهت پرورش حساسیت نسبت به ارتباط فرافردی، ارتباط درون فردی، ارتباط میان فردی، و ارتباط برون فردی در زندگی کاری به منظور بالندگی شغلی در رسیدن به تعالی انسانی می‌باشد [۵].

تعریف فوق دربرگیرنده همه ابعاد وجودی انسان است؛ یعنی ابعاد زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی. بنابراین معنویت دارای بعد دورنی (معنوی و روانی) و بعد بیرونی (زیستی و اجتماعی) است. بعد زیستی با پرورش حساسیت نسبت به ارتباط برون فردی، بعد اجتماعی با پرورش حساسیت نسبت به ارتباط میان فردی، بعد روانی با پرورش حساسیت نسبت به ارتباط درون فردی و بعد معنوی با پرورش حساسیت نسبت به ارتباط فرافردی پیوند می‌خورد. مهم‌ترین بعد معنویت، ارتباط فرا فردی یا همان ارتباط با خداست که تحت عنوان بعد معنوی مطرح می‌شود. بر اساس تحقیقات میتروف و دنتون تقریباً ۹۷ درصد کارکنان یک سازمان به خدا یا نیروی برتر اعتقاد داشته‌اند که این حضور و ظهور در عملکرد آنان تأثیر مثبت داشته است [۵].

معنویت در محیط کار تنها زمانی می‌تواند در سازمان به‌طور موفقیت‌آمیز توسعه یابد که مورد استقبال و حمایت رهبران سازمان قرار گیرد. معنویت در ک افراد را از مسایل بالا برده و آنها را به سمت عملکرد مناسب هدایت می‌کند [۱۵].

زندگی سازمانی بدون وحی و الهام و ارتباط دوام ندارد، کارکنان تحلیل می‌روند، خسته و فرسوده می‌شوند و هدف خود را از دست می‌دهند. اغلب سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا سازمانی را بوجود آورند که اعضای آن بتوانند جهان خارج از مادی و جهان متعالی را تجربه کنند [۹].

بنابراین، ارتباط با خدا تحت عنوان ارتباط فرافردی، بعد معنوی معنویت است، چرا که

معنویت در برگیرنده توازن، تعادل، حساسیت و پرورش چهار بعد زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی در قالب چهار نوع ارتباط یعنی؛ ارتباط برون فردی، ارتباط میان فردی، ارتباط درون فردی و ارتباط فرافردی می باشد [۵]. از این رو در این مقاله تنها به یک بعد از ابعاد معنویت یعنی ارتباط فرا فردی یا بعد معنوی معنویت پرداخته شده است.

۲. ارتباط فرا فردی یا ارتباط با خدا

مسئله خدا، وجود، اوصاف و ارتباط با آن، یکی از اصلی ترین مسایل انسان بوده، هست و خواهد بود، چرا که پاسخ به آن به هر نحوی از انحاء، نه فقط جهان بیرون را برای انسان متفاوت می سازد، افزون و مهم تر از آن، خود انسان هم در پرتو پاسخی که به این پرسش می دهد، جلوه و معنایی دیگر می یابد.

واژه «خدا» و معادل های آن در زبان های مختلف، در معانی بسیار متنوعی به کار رفته اند. از یک سو، واژه «خدا» دال بر وجود متعالی و نامتناهی است که خالق و رب^۱ است، از سوی دیگر، این واژه بر هر موجود یا تجربه ی محدودی که دارای اهمیت ویژه است، یا تکریم خاصی را بر می انگیزاند، اطلاق می شود. بین این دو حد، موارد استعمال زیاد دیگری وجود دارد؛ گاه انسان ها خدایان متعددی را پرستش کرده اند که آنها را همچون موجودات انسانی عظیم الجثه ای که در قلمرو مافوق این جهان زندگی می کند، پنداشته اند. در برخی اوقات دیگر، آنان به یک خدا، که عیناً مثل این جهان است، به گونه ای که «خدا» و «طبیعت» و [انسان] مترادف انگاشته شده اند، اعتقاد داشته اند [۳].

خدا در دیکشنری Webster اینگونه تعریف شده است: خدای متعال، به عنوان خالق قادر مطلق و حکمران در جهان نگریسته می شود. میتروف بیان می کند معنویت قدرت و نیرویی متعالی است که بر کل جهان حکومت می کند. او ادعا می کند که یک قدرت متعال و منزّه وجود دارد که مسئول آفرینش و مراقب جهان است و خدا نه تنها برتر و متعال است بلکه در هر جایی حضور دارد [۱۶].

افراد و شرکت های تجاری که وجود خدا را قبول دارند بر این باورند که خدا می تواند و باید به عنوان گروه ذی نفع در نظر گرفته شود [۲۱].

اساسی ترین ایده های مدیریت خبر از خدا می دهد. همه افراد برابرند، همه افراد از

1. Lord

بزرگی خدا سهم می‌برند و همه افراد دوست داشتنی هستند. سازمان‌های انسانی خود را تنها زمانی در تعادل نگه می‌دارند که رهبرانشان در مقابل خدا متواضع باشند [۲۰].
ارتباط فرافردی، اتصال و پیوند یک فرد با پدیده‌های ترانس فیزیک (خدا، نیروی برتر) است [۵].

نکته بسیار مهمی که در این رابطه باید به آن توجه داشت این است که درباره خدا، یک بحث درباره تصور خداست و یک بحث درباره ارتباط با خداست. آنچه در این پژوهش مدنظر است، ارتباط انسان (کارمند) با خداست نه این که از خدا چه تصویری می‌شود. درباره تصور از خدا؛ گاهی خدا نامتشخص، گاهی متشخص ولی ناانسان‌وار و گاهی متشخص و انسان‌وار تصور شده است که بحث آن در این مقال نمی‌گنجد.
براساس مطالعات انجام شده، انواع ارتباطات پیروان ادیان با خدا را می‌توان در چهار گونه ارتباط؛ همه‌خدایی، همه در خدایی، کارگزاری خدا، تعاملی با خدا قرار دارد. اتخاذ هر نوع از ارتباطات مذکور پیامدها و آثاری بر آن مترتب است که انسان را ملزم به رعایت آن می‌کند که در مباحث آینده می‌آید. این چهارگونه ارتباطات منحصر به پیروان یک دین خاص نمی‌باشد و ممکن است هر چهارگونه یا بخشی از آن را در یک دین نیز مشاهده نمود [۵].

۱-۲. ارتباط انسان با خدا به گونه ارتباط همه‌خدایی

Pantheism ازدو واژه یونانی pan (همه) و theو (خدا) ترکیب شده است و به همین خاطر به معنای همه‌خدایی ترجمه شده است. در این نظریه خدا کل است و کل خدا است. جهان آفریده‌ای متمایز از خدا نیست، خدا جهان است و جهان خداست. اسپینوزا از مدافعان مشهور فلسفه و الهیات پانته ایسم یا همه‌خدایی است [۲].

پانته ایسم را وحدت وجود نیز می‌گویند، اگر بگوییم وحدت وجود یعنی این که هر پدیده‌ای تکه‌ای از وجود خداست، این یا کفر است یا شرک یا انحراف، ولی اگر وحدت وجود به این معنا باشد که خداوند در قرآن می‌فرماید: «اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ» که منظور از نور، وجود الهی است که در همه جا ساری است به این ترتیب هر وجودی پرتوی است از وجود الهی و این حق است [۴].

وقتی از همه‌خدایی سخن می‌گوییم، بحث از یگانه موجود است که ممکن است برخی آن را خدا بنامند. در این حالت هر عین موجود به یک معنا ربوبی است. به عبارت

دیگر، همه موجودات وحدتی را تشکیل می‌دهند فراگیر و این واحد فراگیر به یک معنی ربوبی است. بنابراین، همه خدایی، یگانه انگاری همه موجودات با خداست، اولاً در پس کثرات، وحدتی فراگیر وجود دارد و ثانیاً این وحدت فراگیر از یک نوع تقدسی یا اولوهیتی برخوردار است. در نوع ارتباط همه خدایی، این اعتقاد وجود دارد که خدا چیزی جز همه موجودات جهان هستی نیست و هر موجود خاصی هم خداست و هم آن موجود خاص است [۵].

۲-۲. ارتباط انسان با خدا به گونه ارتباط همه درخدایی

پانن تئیسیم از لغات یونانی pan (همه) و en (در) و theو (خدا) مشتق شده است و آن عبارت است از اعتقاد به این که وجود خدا شامل همه موجودات است و در همه جهان سریان و جریان دارد، آن چنان که هر جزئی از جهان در او وجود دارد. بر خلاف همه خدایی، همه در خدایی معتقد است که وجود خدا بیشتر از جهان است و جهان کاملاً او را در بر نمی‌گیرد. همه در خدایی بر این عقیده است که اگر چه خدا تا حدی غیر از انسان است، ولی جوهر خود را با آن یعنی انسان آشکار می‌کند. خدا جهان (انسان) را در بردارد و بر آن سیطره دارد ولی خدا و جهان (انسان) جوهرها از یکدیگر متمایز هستند [۳].

ظاهراً اظهارات فوق تصویر دو گانه انگارانه از وحدت وجود است که نسبت خدا و انسان در یک ذات نخواهد بود، بلکه خدا و خلق، دو ذات هستند که با یکدیگر متحد شده‌اند. از این رو، اگر در پانته‌ایسم (همه خدایی) به نظریه‌ی دو گانه انگاری خدا و جهان، یا خدا و انسان از معنای محدودتر آن قایل باشیم، اصطلاح پانن تئیسیم مناسب‌تر است. «دو گانه انگاری بدین معناست که ارتباط یا نسبت خدا و جهان یا خدا با انسان، جزئی در حالت اتحاد، بنیونت محض یا نایکسانی بودن یکسانی است. در صورتی که در یگانه انگاری همه خدایی، ناظر به این معناست که این نسبت، یکسانی محض بدون نایکسانی است» [۵].

۲-۳. ارتباط انسان با خدا بگونه کارگزاری خدا

در این دیدگاه همه موجودات و ما انسان‌ها مخلوقات خدا هستیم، خدا غیر از ما است و ما هم غیر از او هستیم. خدا خالق ما و ما مخلوق او هستیم و چون خدا خالق ما است بنابراین سه چیز ما بر عهده خدا است که این سه چیز همه چیز ما است و آن ایجاد ما، حفظ ما و

هدایت ماست. این سه امر مهم در اختیار خدا است، آن وقت چون ایجاد، حفظ و هدایت ما در اختیار خدا است، تمام تاثیر را خدا در زندگی خانوادگی و زندگی کاری ما خواهد داشت. ما نه تنها ذره‌ای در دگرگونی خدا دخالتی نداریم بلکه دم به دم خدا ما را دگرگون می‌کند. در این صورت است که ما نماینده خدا می‌شویم و خداست که ما را به کاری و می‌دارد. یک فرد در سازمان وقتی اعتقاد داشته باشد که فقط او نماینده و کارگزار خداست، بالا دست و فرو دستش را به هر تقدیر می‌پذیرد. چنین کارمندی تسلیم محض در برابر سازمان خواهد بود و هر کاری را به هر نحوی از انحا کار خدا می‌داند [۵].

۴-۲. ارتباط انسان با خدا بگونه تعاملی با خدا
وقتی فرد در سازمان نوع ارتباطش با خدا بگونه تعاملی با خدا است در کارش همواره در تعامل با خدا قرار می‌گیرد و در نظر وی کارش دادوستدی با خدا است که باید با او معامله شود. در قبال هر کاری که انجام می‌دهد پاداش و دستمزد از طرف خدا می‌طلبد. برای خدا نیایش می‌کند و در ازای آن چیزی را می‌طلبد [۵].

۳. رفتار شهروندی سازمانی

در دهه ۱۹۳۰ چستر بارنارد پدیده رفتار شهروندی سازمانی را تحت نام "رفتارهای فراتر از نقش" بررسی کرد [۶]. کاتز و کان (۱۹۶۶) رفتارهای فراتر از نقشی را که موجب بهبود اثربخشی سازمان می‌شود، تشریح نموده که شامل رفتارهایی است که ماشین اجتماعی سازمان را روان کرده و منحصر به انجام وظایف رسمی سازمان نمی‌شود و رفتارهای دیگری نظیر کمک کردن به دیگران در حل مشکلات کاری‌شان، پذیرفتن دیگران در گروه‌های کاری بدون خرده گیری و حفاظت کردن از منابع سازمانی را نیز در بر می‌گیرد. در تعریف اولیه رفتار شهروندی سازمانی که به وسیله بیتمن و ارگان در سال ۱۹۸۳ مطرح شده است به طور کلی آن دسته از رفتارهایی مورد توجه قرار می‌گیرد که علی‌رغم اینکه اجباری از سوی سازمان برای انجام آنها وجود ندارد، در سایه انجام آنها از جانب کارکنان، برای سازمان منفعت‌هایی ایجاد می‌شود [۸].

رفتار شهروندی بیانگر فعالیت‌های کاری مرتبط، داوطلبانه و اختیاری است و به‌طور غیرمستقیم و ضمنی از طریق توصیف رسمی شغل و سیستم‌های پاداش سازماندهی شده و در نهایت کارایی و اثربخشی وظایف سازمان را ارتقا می‌دهد [۱۷].

در تحقیقات اخیر اسامی گوناگونی مانند، خودانگیزی سازمانی، رفتارهای سازمانی اجتماع گرا و رفتارهای فرانقشی، تمایل به همکاری و "رفتارهای نوآورانه و خودجوش" به این پدیده سازمانی داده شده است [۶]. در نهایت با بررسی این واژه "رفتار شهروندی سازمانی" برای این مفهوم پذیرفته شده است. این رفتارها برای اولین بار توسط ارگان و همکارانش به کار برده شده‌اند. ارگان رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان مجموعه رفتارهای آگاهانه افراد، گرچه دارای الزام اجرایی نیست و تحت تاثیر نظام رسمی پاداش‌دهی نیز قرار ندارد اما بر عملکرد سازمان تاثیر بسزایی دارد، تعریف می‌کند [۱۱].

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی شامل نوع دوستی، وجدان، ادب و ملاحظه، جوانمردی و گذشت و رفتار مدنی است. این پنج بعد توسط ارگان در سال ۱۹۸۸ مطرح شدند و پادسکف و همکارانش در سال ۱۹۹۰ با کمک روش تحلیل عاملی برای هر کدام از این پنج بعد، مقیاس سنجش استاندارد ایجاد کردند که این مقیاس‌ها در سال‌های بعد برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی مورد استفاده بسیاری از محققان قرار گرفته است.

نوع دوستی؛ کمک به دیگر اعضای سازمان در رابطه با مشکلات و وظایف مرتبط است. مانند کارکنانی که به افراد تازه وارد و یا کم مهارت کمک می‌کنند.

وجدان؛ به رفتارهای اختیاری گفته می‌شود که از حداقل الزامات نقش فراتر می‌رود. مثل فردی که بیشتر از حالت معمول سر کار می‌ماند و یا کارمندی که وقت زیادی را برای استراحت صرف نمی‌کند.

ادب و ملاحظه؛ به تلاش کارکنان برای جلوگیری از استرس‌ها و مشکلات کاری در رابطه با دیگران گفته می‌شود.

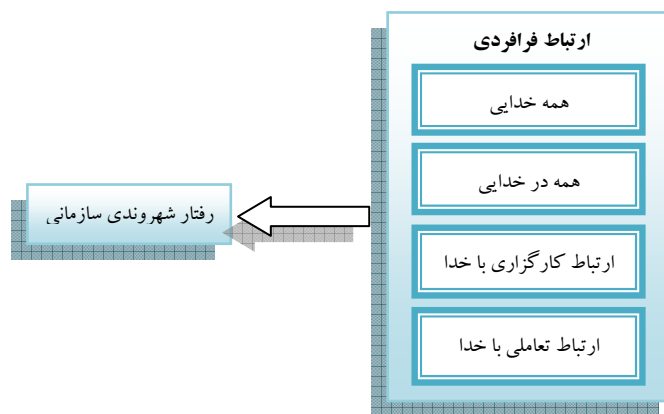
جوانمردی و گذشت؛ نشان دادن تحمل و گذشت در شرایط غیرایده‌آل سازمان بدون شکایت کردن می‌باشد.

فضیلت مدنی؛ تمایل به مشارکت و مسئولیت‌پذیری در زندگی سازمانی و نیز ارایه تصویری مناسب از سازمان است [۷].

۴. رابطه ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی

با عنایت به اینکه رفتارهای شهروندی سازمانی یک نوع رفتارهای فرانش هستند و به جنبه‌های مادی توجه ندارند و رفتارهای داوطلبانه هستند، به نظر می‌رسد معنویت و ارتباط با خدا فضا و زمینه‌ای را فراهم می‌کند که فرد در این فضا می‌تواند به وظایف و فعالیت‌های خود معنا و مفهوم بخشیده و به دلیل پیوندش با معنا، ارزش و ماورا (خدا) می‌تواند رفتارهای فراتر از نقش یا رفتارهای شهروندی سازمانی را بروز دهد.

در واقع ارتباط فرافردی به عنوان بنیانی برای بروز رفتارهای مثبت شغلی مورد توجه است. هر چه ارتباط فرا فردی در بین کارکنان در سازمان افزایش یابد انتظار بروز رفتارهای شغلی مثبت نیز افزایش می‌یابد. البته رفتار شهروندی را باید حد اعلای رفتارهای شغلی مثبت و سازنده دانست. اما به هر حال رسیدن به چنین رفتاری نیازمند یک محیط معنوی قوی در سازمان می‌باشد. ارتباط فرافردی به عنوان یکی از ابعاد معنویت در سازمان می‌تواند فضای عمومی سازمان را مهیای بروز رفتار شهروندی سازمانی نماید. در واقع ارتباط فرافردی از نوع همه خدایی، همه در خدایی، ارتباط کارگزاری با خدا و تعاملی با خدا می‌تواند فضایی را در سازمان مهیا کند که کارکنان به کار خود عشق ورزند و بدون اینکه پاداش مادی و اضافی بگیرند در اجرای وظایف خود کوشا باشند. تاکنون هیچ تحقیقی به دنبال بررسی رابطه بین این دو متغیر در داخل کشور نبوده و این تحقیق براساس مدل مفهومی زیر به دنبال تعیین این رابطه است.



روش‌شناسی تحقیق

ادبیات روان‌شناسی بر این باور است که معنویت را می‌توان سنجید، اما از دشواری‌های آن نیز نباید غفلت نمود، چرا که معنویت و رفتار کارکنان چه در روش‌ها و چه در اهداف آکنده از ارزش‌هاست و مطالعه و پژوهش درباره‌ی معنویت، مطالعه‌ی نظر‌ها و نگرش افراد درباره معنویت است نه خود معنویت. بنابراین، دقت در انتخاب روش علمی مناسب ضروری به نظر می‌رسد [۵].

از آنجایی که هدف پژوهش تعیین روابط علی میان متغیرهای ارتباط فرا فردی و رفتار شهروندی سازمانی است، تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی، از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی-همبستگی است که در این نوع تحقیق رابطه میان متغیرها براساس هدف تحقیق تحلیل می‌گردد.

هدف اصلی این تحقیق تعیین رابطه بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی است که در اهداف فرعی زیر دیده شده است:

- تعیین رابطه بین ارتباط همه‌خدایی و رفتار شهروندی سازمانی
- تعیین رابطه بین ارتباط همه‌درخدایی و رفتار شهروندی سازمانی
- تعیین رابطه بین ارتباط از نوع کارگزاری خدا و رفتار شهروندی سازمانی
- تعیین رابطه بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های مهم: بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. فرضیه‌های اخص:

- بین ارتباط همه‌خدایی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین ارتباط همه‌درخدایی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین ارتباط از نوع کارگزاری خدا و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان معاونت سیمای سازمان صدا و سیما است. صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران دارای معاونت‌های مختلف اداری مالی، آموزش، سیاسی، برون مرزی، صدا، سیما، برنامه ریزی و بین الملل است. معاونت سیما که مورد تحقیق این پژوهش می باشد و تعداد آنها ۸۰۰ نفر است دارای شبکه های یک، دو، سه، چهار، پنج، آموزش و قرآن است و هر شبکه خود دارای بخش های اداری مالی، تامین برنامه، پشتیبانی تولید و فنی و برنامه سازی می باشد.

از آنجا که در این تحقیق افراد در جامعه آماری به گروه های کاملاً مجزا تفکیک شده اند، لذا روش نمونه گیری خوشه ای - تصادفی برگزیده شد.

همچنین برای تعیین حجم نمونه با توجه به اینکه تعداد کارکنان محدود بود از فرمول کوکران استفاده شده است که حجم نمونه مورد نیاز پژوهش با تقریب ۲۰۰ نفر است.

ابزار جمع آوری داده ها

ابزار سنجش پژوهش که معمولاً در پدیده های علوم اجتماعی و رفتاری از آن استفاده می شود، پرسش نامه خود کنترل شده است که در این پژوهش نیز از آن بهره گرفته شده است. در این روش، پژوهشگر «رفتار» را به طور مستقیم مشاهده نمی کند، بلکه متغیرهای مرتبط به هم از قبیل عقاید، احساسات، نظرات، ادراکات، توجیهات و یا ارزش هایی که اعضای سازمان آنها را دارا هستند، مورد بررسی قرار می گیرد [۵].

برای جمع آوری داده ها از دو پرسش نامه پاسخ بسته استفاده شده است. یک پرسش نامه برای سنجش متغیر ارتباط فرافردی و دیگری برای سنجش متغیر رفتار شهروندی سازمانی.

پایایی و روایی پرسش نامه

برای سنجش پایایی پرسش نامه، یک مرحله پیش آزمون انجام گرفت. بدین صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسش نامه در جامعه ی مورد نظر توزیع و جمع آوری و پس از وارد کردن داده ها، ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. ضریب مورد نظر برای کل پرسش نامه ۰/۸۵. تعیین گردید. هم چنین برای هر متغیر به طور جداگانه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که در نگاره زیر ارایه شده است:

| متغیر | ضریب پایایی |
|-----------------------|-------------|
| ارتباط فرافردی | ۰/۸۰ |
| همه خدایی | ۰/۷۹ |
| همه در خدایی | ۰/۸۸ |
| ارتباط کارگزاری خدا | ۰/۸۱ |
| ارتباط تعاملی با خدا | ۰/۸۲ |
| رفتار شهروندی سازمانی | ۰/۸۷ |

در این تحقیق به منظور سنجش ارتباط فرافردی از پرسش نامه استاندارد رساله دکتری عباسعلی رستگار در دانشگاه تهران سال ۱۳۸۵، استفاده شده است و برای سنجش متغیر رفتار شهروندی سازمانی از پرسش نامه استاندارد که توسط اورگان و کانوسکی در سال ۱۹۹۶ طراحی گردید استفاده شده است. به منظور تعیین روایی، پرسش نامه در اختیار تعدادی از خبرگان قرار داده شد و نظرات اصلاحی آنان اعمال گردید.

شیوه‌های تجزیه تحلیل اطلاعات

در این پژوهش برای تجزیه تحلیل داده‌های به دست آمده، از آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون T استفاده شده است. به منظور آزمون فرضیات از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن با استفاده از نرم افزار SPSS 15، جهت سنجش همبستگی بین متغیرها استفاده شد. به دلیل اینکه که فرض نرمال بودن داده‌ها تایید نشده و از سوی دیگر مقیاس لیکرت (مورد استفاده در پرسش نامه تحقیق) یک مقیاس ترتیبی (رتبه‌ای) است از این آزمون استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نگاره ۱. نتایج آماری فرضیه‌های مهم و فرضیه‌های اخص چهارگانه

| فرضیه | متغیر ۱ | متغیر ۲ | سطح معناداری | میزان خطا | ضریب همبستگی | نتیجه آزمون |
|-------------|---------------------|---------|--------------|-----------|--------------|-----------------------|
| فرضیه مهم | ارتباط فرافردی | OCB | ۰/۰۰ | ۰/۰۵ | ۰/۵۶۰ | فرض H_0 رد می‌شود. |
| فرضیه اخص ۱ | همه خدایی | OCB | ۰/۰۶ | ۰/۰۵ | ۰/۱۲۶ | فرض H_0 رد نمی‌شود. |
| فرضیه اخص ۲ | همه درخدایی | OCB | ۰/۰۰ | ۰/۰۵ | ۰/۶۹۷ | فرض H_0 رد می‌شود. |
| فرضیه اخص ۳ | ارتباط کارگزاری خدا | OCB | ۰/۰۰ | ۰/۰۵ | ۰/۵۷۶ | فرض H_0 رد می‌شود. |
| فرضیه اخص ۴ | ارتباط تعاملی باخدا | OCB | ۰/۰۲ | ۰/۰۵ | ۰/۶۲۳ | فرض H_0 رد می‌شود. |

براساس فرضیه مهم، رابطه مثبتی بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. مشاهده نتایج پژوهش در نگاره (۱) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی، در سطح اطمینان ۰/۹۵، ۰/۵۶۰ می‌باشد. فرضیه اخص اول: بین همه خدایی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری بزرگ‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد نمی‌شود و بین همه خدایی و رفتار شهروندی سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه اخص دوم: بین همه درخدایی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد شده و فرض خلاف مبنی بر رابطه معنی‌دار بین همه درخدایی و رفتار شهروندی سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۵ تایید می‌شود.

فرضیه اخص سوم: بین ارتباط از نوع کارگزاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد شده و فرض خلاف مبنی بر رابطه معنی‌دار بین ارتباط از نوع کارگزاری خدا و رفتار شهروندی سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۵ تایید می‌شود.

فرضیه اخص چهارم: بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مشاهده نتایج آماری در نگاره (۱) نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطای پذیرفته شده است، بنابراین فرض صفر رد شده و فرض خلاف مبنی بر رابطه معنی‌دار بین ارتباط از نوع تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۵ تایید می‌شود.

جهت بررسی میانگین متغیرهای تحقیق از آزمون T استفاده شده است که نتایج آزمون در ذیل آمده است:

نگاره ۲. نتایج آزمون T ارتباط فرافردی

| میانگین ارتباط فرافردی | سطح معنی‌داری | میزان خطا |
|------------------------|---------------|-----------|
| ۴.۱۳ | ۰.۰۲ | ۰.۰۵ |

میانگین ارتباط فرافردی در سازمان مورد نظر ۴.۱۳ است و چون این مقدار بالاتر از ۳ می‌باشد، بدین معنی است که در این سازمان ارتباط فرافردی در سطح مناسبی قرار دارد.

نگاره ۳. نتایج آزمون T رفتار شهروندی سازمانی

| میانگین رفتار شهروندی سازمانی | سطح معنی‌داری | میزان خطا |
|-------------------------------|---------------|-----------|
| ۴.۰۱ | ۰.۰۱ | ۰.۰۵ |

میانگین رفتار شهروندی سازمانی در سازمان مورد نظر ۴.۰۱ است و چون این مقدار بالاتر از ۳ می‌باشد، بدین معنی است که در این سازمان رفتار شهروندی سازمانی در سطح مناسبی قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

همان‌طور که در قسمت‌های مختلف مقاله اشاره گردید، این تحقیق درصدد بررسی رابطه ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی و همچنین هر یک از مولفه‌های ارتباط فرافردی با رفتار شهروندی سازمانی است. جهت بررسی این رابطه‌ها از آزمون‌های آماری استفاده گردید که نتایج، حاکی از آن است که رابطه مثبت و معنی‌داری بین ارتباط فرافردی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. در این پژوهش ثابت شد که همه کارکنان صدا و سیما به خدا اعتقاد داشته و نوع ارتباط آنها بیشتر همه در خدایی، نوع کارگزاری خدا و نوع تعاملی با خدا بود. همان‌طور که گفته شد، ارتباط فرافردی، نوع ارتباط ترانس فیزیک و ناظر به مافوق انسانی است و حضور خدا در محیط کار تقویت کننده مؤلفه‌های رفتار شهروندی همانند، جوانمردی، فضیلت مدنی، گذشت، ایثار، نوع دوستی و وجدان کاری باشد. یعنی افرادی که در سازمان معنویت بالایی را تجربه می‌کنند، در کار و سازمان خود احساس معنا و مفهوم عمیقی دارند و کار خود را هدفمند می‌دانند و با تعهد به شغل و سازمان خود احساس پیوستگی با خدا می‌کنند. بنابراین احتمال بروز رفتارهای فراتر از آنها بیشتر است.

فرضیه اول که بیانگر رابطه بین همه خدایی و رفتار شهروندی سازمانی است رد شده است؛ می‌توان این عدم رابطه را این چنین توجیه کرد: با توجه به اینکه همه کارکنان پیرو دین مبین اسلام بودند، رابط معناداری بین نوع ارتباط با خدا به گونه همه خدایی و رفتار شهروندی سازمانی ثابت نشد، چرا که این نوع ارتباط بیشتر مخصوص ادیان غیر ابراهیمی به مانند بودیسم است.

بر اساس فرضیه دوم رابطه مثبت و معنی‌داری بین همه در خدایی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد که این رابطه را می‌توان این چنین تبیین کرد، وقتی فردی در سازمان ارتباط فرافردی بالایی دارد، در تمامی لحظات زندگی و کار خدا را حاضر و ناظر بر اعمال خود می‌بیند احتمالاً چنین فردی دارای وجدان کاری زیادی خواهد بود و به صورت خودجوش و خودکنترل عمل می‌کند؛ برای مثال حتی وقتی کسی بر او نظارت نمی‌کند، قوانین را رعایت می‌کند و از وقت و انرژی خود در جهت اثربخشی سازمان حداکثر استفاده را می‌کند.

فرضیه سوم که رابطه بین ارتباط کارگزاری خدا و رفتار شهروندی سازمانی است مورد تایید قرار گرفت بدین معنی که وقتی رابطه کارکنان با خدا از نوع کارگزاری است، افراد خود را کارگزار و خدمت گذار خدا و سازمان و مردم می دانند چنین کارکنانی برای انجام بهتر کارشان تلاش بیشتری می کنند و همواره، اطلاعات، دانش و مهارت های خود را به روز نگه می دارند. این کارکنان با توجه به مفهوم عمیقی که در کارشان حس می کنند، شرایط دشوار را تحمل و همچنین برای بهتر انجام شدن کارها به همکاران خود از جمله کارکنان کم مهارت کمک می کنند و نسبت به همکارانشان و کار آنها ملاحظه و اهمیت بیشتری قایل هستند. بنابراین منطقی است که هر چه معنویت فرد در سازمان بالاتر باشد نسبت به کاری که انجام می دهد، نسبت به مردم و در نهایت نسبت به سازمان خود متعهدتر است و سعی می کند در سازمان مشارکت فعال داشته باشد و سازمان را در رسیدن به اهداف یاری رساند.

در نهایت فرضیه چهارم تحقیق که بیانگر رابطه مثبت و معنی دار بین ارتباط تعاملی با خدا و رفتار شهروندی سازمانی است، مورد تایید قرار گرفت. زمانی که ارتباط فرد با خدا از نوع تعاملی است خود را در تعامل با خدا می داند و اعتقاد دارد که هر عمل نیکو و درستی که انجام دهد پاداش آن را از خدا دریافت خواهد کرد. چنین فردی به پاداش های معنوی بیشتر از پاداش های مادی توجه دارد، بنابراین احتمال بروز رفتارهای فراتر از داوطلبانه در این فرد بالاتر است.

سازمان های موفق نیازمند کارکنانی هستند که بیش از وظایف معمول خود کار کرده و عملکردی فراتر از انتظارات سازمان داشته باشند. رفتار شهروندی سازمانی اقداماتی را تشریح می کنند که در آن کارکنان فراتر از نیازهای از پیش تعیین شده نقش خود، عمل می کنند و این امر سبب بالا رفتن اثربخشی سازمانی می شود [۱۰]. بر اساس نتایج این تحقیق، رفتار شهروندی سازمانی ماحصل معنویت است بنابراین بهتر است معنویت در محیط کار تقویت شود تا از طریق رفتارهای شهروندی سازمانی در سازمان ظهور پیدا کند. درواقع، عدم جدایی بین زندگی کاری و معنوی یکی از مسایل مهم در سازمان ها می باشد و اینکه کارکنان خدا را در بیرون از محیط کارشان جا نگذارند بسیار مهم است. بنابراین معنویت موضوعی است که سازمان ها می بایست در جهت اعتلای آن در محیط کاری خود

تلاش وافر نمایند. برای بهبود معنویت و ارتباط فرافردی، باید آموزه‌های دینی و معنویت در بین کارکنان تقویت شود.

به منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی، سازمان‌ها باید سعی کنند عوامل ایجاد کننده رفتارهای شهروندی سازمانی را که تحقیقات زیادی تأثیر آنها را تأیید کرده است، شناسایی کرده و برای ایجاد آنها در سازمان تلاش کنند. مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی عبارتند از عدالت سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی، فضای سیاسی مثبت، رهبری تحول آفرین، پشتیبانی ادراک شده توسط سازمان و اعتماد. سازمان‌ها با تلاش جهت ایجاد مفاهیم ذکر شده در محیط کاری شان می‌توانند امیدوار باشند که احتمال بروز رفتارهای شهروندی سازمانی در سازمانشان افزایش می‌یابد.

منابع

۱. اخوان مهدی (۱۳۸۵). فراسوی دین به سوی معنویت انسان‌گرا، مرکز مطالعات ادیان و مذاهب، هفت آسمان، شماره ۲۹.
۲. استیس. و.ت (۱۳۶۷). عرفان و فلسفه، ترجمه بهالالدین خرمشاهی، تهران، سروش.
۳. اون اچ، پی (۱۳۸۰). دیدگاه‌ها درباره خدا، ترجمه حمید بخشنده، قم، اشراق.
۴. بینا محمود (۱۳۷۸). وحدت متعالی ادیان، مرکز مطالعات ادیان و مذاهب، هفت آسمان، شماره اول.
۵. رستگار عباس علی (۱۳۸۵). ارایه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت: مطالعه موردی رساله دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
6. Barnard C. I. (1938). "The Functions of the Executive". Cambridge, MA: Harvard University Press.
7. Bell S. and Menguc B. (2002). "The Employee-organization Relationship, Organizational Citizenship Behaviours and Superior Service Quality", Journal of Retailing, Vol. 78, pp. 131-46.
8. Bolino, mark c., Turnley and Wiliam h, (2003). "Going the Extra Mile: Cultivating and Managing Employee Citizenship Behavior Academy of Management Executive.
9. Burke Robert (2006). "Leadership and Spirituality", Vol. 8, No. 6, pp: 14_25.
10. Chein Min Huei. (2004). "An Investigation of Relationship of Organizational Structure, Employee Personality and Organizational Citizenship Behavior", Journal of American academy of Business, Vol.5, p:428.

11. Dipaola M, Tarter C., & Hoy W. K. (2005). "Measuring Organizational Citizenship in Schools: The OCB Scale". In Wayne K. Hoy & Cecil Miskel (Eds.) *Leadership and Reform in American public schools*. Greenwich,CT: Information Age.
12. Kinjerski al M. and Skrypnek Berna J. (2004). "Defining V Spirit at Work: Finding Common Ground", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 26-42.
13. Koopman Richard, (2001). "The Relationship Perceived Organizational Justice and Organizational Citizenship Behavior: a Review Literature" *Applied Psychology*, Ms Advised by Dr, Richard Tafall, pp:1-10.
14. Lund Dean, Diane Kitherine, (2002), "Religion, Spirituality and Work: Transcendence in the Organization", PhD., Saint Louis University.
15. Marques J, (2005). "The Spiritual Worker: an Examination of the Ripple Effect That Enhances Guality of Life in and Outside the Work Environment", Woodbury University, Burbank, California ,USA , p:884_8.
16. Mitroff I. A. and Denton E. A. (1999). "A Spirituality Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace", Jossey-Bass, Son Francisco C. A.
17. Muhamad Ali, (2004). "Procedural Justice as Mediator Between Participation in Decision Making and Organizational Citizenship Behavior", *International Journal of Commerce & Management*. Vol. 14, No. 3 &4.
18. Podsakoff P. M., Mackenzie S. B., Beth Pain J., and Bachrach D.G. (2000). "Organizational Citizenship Behaviors: a Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research", *Journal Of Management*, .26, No.3, p.513.
19. Rego A & Cunha M, (2008). "Workplace Spirituality and Organizational Commitment: an Empirical Study", *Journal Sof Organizational Change*, Vol. 21, No.1, pp:53_75.
20. Sandelands E, (2003). "The Argument for God From Organization Studies", *Journal of Management Inquiry*, 12, 2: pp. 168.
21. Schwartz S. (2006). "God as a Managerial Stakeholder?", *Journal of Business Ethics*, 66: 291_306.
22. Shellenbarger S. (2000). "More Relaxed Boomers", Fewer Workplace Frills and Other. *Job Trends*. Wall Street Journal, December 27, p. B-1.
23. Somech A., & Drach-Zahavy A, (2000). "Understanding Extra-Role Behavior in Schools: The Relationships Between Job Satisfaction, Sense of Efficacy, and Teachers Extra Role Behavior. *Teaching and Teacher Education*, 16(5-6), pp. 649-659.
24. Wharff M. (2003). *Defining Spiritual Leadership in the Public Sector: a New Paradigm for Leadership Development*, University of Maryland University College.