

*Two seasons of a promotion,
The Quran and Science studies
Vol.1, No. 1,
spring& Summer 2017
P 153 - 173*

دو فصل نامه علمی-تخصصی
مطالعات قرآن و علوم
س ۱ ش ۱ بهار و تابستان ۱۳۹۶
صفحات ۱۷۳ تا ۱۵۳

نقش اعجاز مدیریتی در تبیین نیازهای انگیزشی (با تأکید بر نقد نظریه مک کللند)

محمد هاشم شایان*

چکیده

اعجاز قرآن کریم منحصر به بعد خاصی نیست، بلکه معجزه ربّانی و گواه صدق نبوت از جهات گوناگون می باشد، هرچند در این که قرآن کریم اعجاز ماندگار و پایدار پیامبر اکرم (ص) در ابعاد گوناگون ادبی، تشریعی، علمی و ... است تردیدی وجود ندارد، لیکن در عصر حاضر شاهد رویکرد های جدیدی از اعجاز علمی قرآن در حوزه علوم انسانی چون اعجاز روانشناسی، تربیتی، اقتصادی، سیاسی و ... هستیم. در ادامه این روند فزاینده و پر شتاب، اهمیت پژوهش حاضر از این جهت است که با طرح اعجاز مدیریتی (با تأکید بر نقد نیاز های انگیزشی در نظریه مک کللند)، ضمن تبیین رویکرد های گوناگون اعجاز مدیریتی و پذیرش رویکرد اعجاز معرفتی قرآن؛ یعنی وجود دانش و معارف عالی و بلند مدیریتی در قرآن که در عصر نزول کسی قادر به کشف و تحلیل آن نبوده و در اعصار بعدی بویژه عصر حاضر بوسیله دانشمندان سازمان و مدیریت کشف و تشریح شده است، و با روش نگاه برون متنی به مسأله، یافته های مدیریتی در مورد نیاز های انگیزشی در نظریه مک کللند را به مثابه پرسش

*. دانش پژوه دکتری قرآن و علوم (گرایش مدیریت) جامعه المصطفی العالمیه مجتمع آموزش عالی امام

خمینی (ره)، مدرسه عالی قرآن و حدیث، shayan115729@jmal.com

اساسی جهت در یافت پاسخ به قرآن کریم عرضه کرده است. براینند پژوهش حاضر نشان می دهد که از دیدگاه قرآن کریم نیاز به موفقیت، قدرت و رابطه در نظریه مک کلند مورد نقد جدی است؛ دیدگاهی که نمایانگر اعجاز مدیریتی قرآن در حوزه انگیزش می باشد.

واژگان کلیدی: قرآن، اعجاز مدیریتی، انگیزش، سازمان، موفقیت، قدرت و رابطه.

مقدمه

قرآن کریم اعجاز ماندگار و پایدار پیامبر اسلام (ص) در ابعاد گوناگون از جمله اعجاز علمی است. از این رو، اعجاز مدیریتی (با رویکرد اعجاز معرفتی) که شاخه ای از اعجاز علمی این کتاب جاودان الهی می باشد، به خوبی قابل طرح و تبیین است. یکی از مباحث مهم و پرکاربرد در حوزه سازمان و مدیریت، بحث انگیزش و نیازهای انگیزشی منابع انسانی می باشد. واژه انگیزش (Motivation) به علت یا چرایی رفتار اشاره دارد. به بیان دیگر می توان انگیزش را به عنوان نیروی محرک فعالیتهای انسان و عامل جهت دهنده آن در نظر گرفت. یکی از نظریه های معاصر در حوزه انگیزش و نیازهای آن، نظریه مک کلند (McClelland) است. با توجه به نظریه مک کلند، می توان دیدگاه او در زمینه ی نیازها (Needs) و انگیزش برآمده از آن را در سطح (Levels)

۱۵۴ مادی و طبیعت صرفاً انسانی (نه الهی) تجزیه و تحلیل کرد. به نظر می رسد چالش اساسی نظریه مک کلند درست از همین زاویه قابل تبیین و تحلیل است؛ زیرا انگیزش و نیازهای آن از این جهت که خاستگاه غربی دارد و انسان، نیازها و انگیزه های او را در سطح طبیعت مادی محدود می کند، با فرهنگ و هنجارهای سازمان های اسلامی سنخیت نداشته و نمی تواند برای ارضای نیازها و ایجاد انگیزه در مدیران و نیروی

انسانی سازمان های اسلامی جهت کسب اهداف فردی، گروهی و سازمانی (Organizational)، به تنهایی (بدون در نظر داشت انگیزه ها و نیاز های سطح معنوی) راه کار کارا و مؤثر ارائه دهد.

برای جبران این چالش و خلأ، اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر از این جهت است که ضمن طرح رویکرد های گوناگون اعجاز مدیریتی، با پذیرش رویکرد اعجاز معرفتی قرآن؛ یعنی وجود دانش و معارف عالی و بلند مدیریتی در قرآن کریم که انسان های عصر نزول قادر به کشف و تحلیل آن نبوده و در اعصار بعدی بویژه عصر حاضر بوسیله دانشمندان سازمان و مدیریت کشف و تبیین شده است، و با روش موضوعی برون متنی، یافته های مدیریتی (نیاز های انگیزشی در نظریه مک کللند) را به مثابه پرسش اساسی جهت در یافت پاسخ به قرآن کریم عرضه نماید؛ پاسخی که نظریه مک کللند در زمینه نیازها ی سه گانه انگیزش را مورد نقد جدی قرار داده و نشان دهنده ی اعجاز مدیریتی (با رویکرد اعجاز معرفتی) باشد.

اکنون پرسش بنیادی این است که: نقش اعجاز مدیریتی در تبیین و تحلیل نیازها ی انگیزشی برآمده از قرآن کریم و نقد نیاز های انگیزشی در نظریه مک کللند، چیست؟

مفهوم شناسی

۱. چیستی اعجاز

بنیان و ریشه معجزه واژه اعجاز است که معانی لغوی گوناگون دارد مانند: از دست رفتن چیزی، احساس عجز و نا توانی، ایجاد عجز و درماندگی در طرف مقابل (خویی، البیان فی تفسیر القرآن، ۱۴۳۰: ۲۰)، به عبارت دیگر معجزه در لغت به کار شگفت انگیز و غیر طبیعی که انسان نتواند مانند آن بیاورد (فرهنگ ابجدی، ۱۳۷۵:

(۸۳۸)، تعریف شده است. در اصطلاح «معجزه» عبارت است از: شخصی که مقامی را از ناحیه خداوند برای خود ادعا می نماید، لازم است برای گواه بر صدق گفتارش عملی را انجام دهد که به ظاهر بر خلاف قوانین خلقت و خارج از مسیر عادی و طبعی است و دیگران از انجام دادن آن عاجز و ناتوان هستند (البیان فی تفسیر القرآن: همان). به بیان دیگر پدیده خارق العاده ای است که با اراده خدای متعال از شخص مدعی نبوت، ظاهر شود و نشانه صدق ادعای وی باشد (مصباح یزدی، آموزش عقائد، ۱۳۷۵: ۲۶۲-۲۶۸).

۲. چیستی انگیزش

انگیزش؛ یعنی میل به کوشش فراوان در جهت تأمین هدفهای سازمان به گونه ای که این تلاش در جهت ارضای برخی از نیازهای فردی منتهی گردد (خلاقیت و نوآوری در انسان ها و سازمان ها، ۱۳۷۷: ۳۲۶). به عبارت دیگر، انگیزش یعنی نیروهایی که موجب می شوند افراد به گونه خاص رفتار کنند (رابینز، رفتار سازمانی، ۱۳۸۵: ۱۱۵). با توجه به تعاریف فوق، می توان انگیزش را این گونه تعریف کرد: کشش های درونی افراد در جهت تأمین اهداف سازمان از طریق ارضای نیازهای اساسی آنان.

۳. چیستی سازمان

تعاریف گوناگونی از سازمان ارائه شده است (ر. ک: رابینز، مبانی رفتار سازمانی، ۱۳۸۵: ۱۰)؛ حقیقی و همکاران، سازماندهی و اصلاح تشکیلات و روش ها، ۱۳۸۸: ۱۶) که مجال پرداختن به همه ی آن ها نیست. از این رو به تعریف پذیرفته شده در این پژوهش اشاره می شود. سازمان عبارت است از: هماهنگی معنادار مجموعه ی از افراد که با تقسیم وظایف و برقراری روابط منظم و منطقی، برای کسب هدف مشترک و همگانی به صورت مداوم فعالیت می کنند (علاقه بند، مدیریت عمومی، ۱۳۸۵: ۶).

۴. چِستی موفقیت

موفقیت به معنای خواسته ی فرد برای رسیدن به هدف خود و انجام کاری مؤثرتر از قبل است. نیاز به کسب موفقیت در دوسطح فرد و جامعه مورد مطالعه قرار می گیرد. هدف اصلی مطالعات سطح فردی، دستیابی به ویژگی های افراد است یعنی شناخت آنان که از نیاز به کسب موفقیت بالایی برخوردار اند (رابینز، رفتار سازمانی، ۱۳۸۵: ۱۲۹).

۵. چِستی قدرت

قدرت به مفهوم رغبت به تأثیر گذاشتن به دیگران، اعمال نفوذ بر آن ها و کنترل نمودن آن ها است. از این رو افرادی که نیاز به قدرت شان بالا است، از مسئولیت داشتن و تلاش جهت اعمال نفوذ بر دیگران لذت می برند. نیاز به قدرت بیش تر باعث می شود فرد برای دست یابی به مدیریت های سطوح بالا تر تلاش نماید. این افراد در وضعیت های رقابتی به جای اندشیدن به عملکرد موثر، در پی کسب مقام، قدرت و شهرت اند (مدیریت رفتار سازمانی (قلی پور، مدیریت رفتار سازمانی، ۱۳۹۱: ۷۹).

۶. چستی رابطه

رابطه به مفهوم تلاش در جهت کسب دوستی است. افراد از طریق برقراری ارتباط ترجیح می دهند که کارها را به صورت دسته جمعی انجام دهند نه انفرادی. رابطه مستلزم تفاهم متقابل فراوان است (رابینز، رفتار سازمانی، ۱۳۷۸: ۱۴۰).

پیشینه ی اعجاز

بحث در زمینه ی اعجاز قرآن کریم به مثابه متن مقدسی که از جانب خداوند نازل شده و بشر قادر به آفریدن چنان متنی نیست، بازگشت به عصر نزول دارد و قرآن کریم، ضمن «آیات تحدی» (ر.ک: بقره/ ۲۳، اسراء/ ۸۸؛ هود/ ۱۳) به آن تصریح نموده است. در احادیث، کلمه «معجزه» در معنای اصطلاحی خود اولین بار در اواسط قرن دوم هجری در سخنی از امام صادق (ع) به کار رفته است (مجلسی، بحارالانوار، ۱۴۰۳ق: ۱۱/ ۷۱). از آنجا که کانون مباحث این نوشتار «اعجاز مدیریتی» است که خود یکی از زیر مجموعه های اعجاز علمی قرآن به حساب می آید، بحث پیشینه اعجاز را در زمینه اعجاز علمی و به تبع آن اعجاز مدیریتی پی می گیریم.

هم زمان با رشد علوم تجربی و گسترش مکتب پوزیتیویسم، دانشمندان بسیاری تلاش کردند دین و متون دینی از جمله قرآن را متناسب با عصر حاضر نشان دهند (علوی مهر، آشنایی با تاریخ تفسیر و مفسران، ۱۳۸۴: ۳۳۴). از این رو در قرون اخیر اعجاز علمی در میان دانشمندان و مفسران جایگاه ویژه ای یافت؛ به این دلیل که علوم تجربی تکامل یافت و در پرتو آن رازهای علمی قرآن نمایان شد (رضایی اصفهانی، پژوهشی در اعجاز علمی قرآن، ۱۳۸۱: ۸۱). در ادامه این روند فزاینده و رو به رشد، نظریه اعجاز علمی قرآن را که شاخه ای از تفسیر علمی و یا زمینه ساز آن است، اولین

بار، رشید رضا و در ادامه طنطاوی در جواهرالقرآن با رویکردی بی‌سابقه به کشفیات علوم تجربی در زمینه‌های مختلف و تطبیق آن‌ها بر قرآن کریم، مطرح کردند. نقش طنطاوی تا حدی است که تفسیر او نمونه کامل از تفسیر قرآن به روش علمی معرفی شده است (عباسی، تفسیر قرآن تاریخیچه، اصول و روش ها، ۱۳۸۹: ۹۱).

این جنبه از اعجاز قرآن، با استقبال فراوان دانشمندان اسلامی مواجه شد و تاکنون آثار فراوانی درمورد آن تألیف شده و به چاپ رسیده است. در دهه‌های اخیر شاهد «نظریه نظم ریاضی قرآن» و «اعجاز عددی» نیز، از سوی رشاد خلیفه به مثابه شاخه‌ای از زیرشاخه‌های اعجاز علمی اعجاز قرآن بودیم؛ البته تلاش‌هایی نیز برای تبیین و اثبات اعجاز اقتصادی و اعجاز تربیتی قرآن صورت گرفته و همچنان ادامه دارد. اعجاز مدیریتی قرآن، اولین بار توسط یکی از دانشمندان مدیریت مطرح شده است (لطفی، اعجاز مدیریتی، دو فصلنامه قرآن و علم، پاییز و زمستان، شماره ۷، ۱۳۸۹). اما در زمینه اعجاز مدیریتی (با تأکید بر نقد نیازهای انگیزشی در نظریه مک کللند)، تا کنون پژوهشی صورت نگرفته است.

نیازهای سه گانه انگیزشی در نظریه مک کللند

قبل از پرداختن به تبیین نیازهای سه گانه مطرح شده در نظریه انگیزش مک کللند، لازم است به صورت اجمال به چگونگی پیدایش نظریه‌های انگیزش اشاره شود. هرچند زمینه‌های ظهور نظریه انگیزش به تاریخ کهن و عهد باستان برمی‌گردد، اما از زمانی که داروین (Darwin) تئوری تکامل را مطرح کرد و به چگونگی تکامل موجودات زنده پرداخت، برداشت‌هایی از نظریه او شد که با انگیزش ارتباط پیدا کرد. یکی این که انسان رفتارهای ناشناخته و به ظاهر غیر معقول از خود بروز می‌دهد و دیگر این که تفاوت‌هایی فردی، اساس آموزش و پرورش پیش‌تاز را تشکیل می‌دهد.

اما در پایان قرن ۱۹ با بررسی‌های علمی فروید (Freud) در زمینه انگیزش، شروع تازه‌ای در طرح مباحث مربوط به انگیزش به وجود آمد (خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها، همان: ۱۳۲). در ادامه، یکی از دوره‌های بسیار پر بار از نظر ارائه مفاهیم انگیزشی، دهه ۱۹۵۰ بود. در این دهه، نظریه‌های ویژه‌ای ارائه شد که هر چند از لحاظ اعتبار و اعتماد مورد تهاجم فوق‌العاده شدید واقع شدند، اما توانستند به بهترین شکل انگیزه کارکنان را توجیه نمایند. در این میان تعدادی تئوری‌های معاصر وجود دارند که دارای ویژگی مشترک اند. و آن این که تعدادی قابل توجهی از مستندات معتبر، هر کدام از آن‌ها را مورد تأیید قرار می‌دهند. این تئوری‌ها از این جهت معاصرند که بیان‌گر شرایط جاری تفکر در زمینه تبیین و توضیح انگیزش کارکنان هستند، نه به این معنا که جدیداً توسعه یافته‌اند (رابینز، مبانی رفتار سازمانی ۱۳۸۹: ۱۳۸). یکی از نظریه‌های معاصر، نظریه مک کلند است که توجه به نیازهای سه‌گانه ذیل را برای ایجاد انگیزه تأثیرگذار می‌داند:

۱. نیاز به کسب موفقیت

به عقیده مک کلند، نیاز به موفقیت انگیزه انسانی ویژه‌ای است که می‌توان آن را از نیازهای دیگر متمایز کرد (رابینز، مبانی رفتار سازمانی، ۱۳۸۹: ۵۵). بنابر این، افراد ۱۶۰ تلاش دارند تا نیازهای درونی خود را، که نیاز به موفقیت یکی از آن‌ها است برآورده سازند (هادسن، روان‌شناسی کار، ۱۳۸۵: ۵۶). از این رو، برخی از افراد از کشش زائد الوصفی برای کسب موفقیت بهره‌مند اند، ولی تلاش آن‌ها بیشتر برای کسب موفقیت شخصی است تا به دست آوردن پاداش‌های ناشی از موفقیت؛ یعنی آن‌ها در تلاش‌اند و دوست دارند کاری بهتر از آنچه قبلاً انجام داده‌اند، انجام دهند. این همان کششی

است که نیاز به کسب موفقیت نام گرفته است. «مک کلند» ضمن تحقیقاتی که در زمینه نیاز به موفقیت انجام داد، به این نتیجه رسید که افراد بسیار توفیق گرا با این انگیزه که کارها را بهتر از دیگران انجام دهند، خود را از آن ها متمایز می کنند (رابینز، مبانی رفتار سازمانی، ۱۳۸۹: ۱۳۹). به عبارت دیگر نیاز به کسب موفقیت به معنای خواسته فرد برای رسیدن به هدف خود و انجام کاری مؤثر تر از قبل است. نیاز به کسب موفقیت در دو سطح فرد و جامعه مورد مطالعه قرار می گیرد. هدف اصلی مطالعات سطح فردی، دستیابی به ویژگی های افراد است؛ یعنی شناخت آنان که از نیاز به کسب موفقیت بالایی برخوردارند (رابینز، رفتار سازمانی، ۱۳۷۸: ۱۲۹).

۲. نیاز به کسب قدرت

نیاز به قدرت، رغبت به تأثیر گذاشتن به دیگران، اعمال نفوذ بر آن ها و کنترل نمودن آن ها است. از این رو در باور مک کلند، افرادی که نیاز به قدرت شان بالا است، از مسئولیت داشتن و تلاش جهت اعمال نفوذ بر دیگران لذت می برند (همان). نیاز به قدرت بیش تر باعث می شود تا فرد برای دست یابی به مدیریت های سطوح بالا تر برانگیخته شده و تلاش نماید. این افراد در وضعیت های رقابتی به جای اندشیدن به عملکرد مؤثر، در پی کسب مقام، قدرت و شهرت اند (قلی پور، مدیریت رفتار سازمانی، ۱۳۹۱: ۷۹).

۳. نیاز به رابطه (ارتباط)

مک کللند به این باور است که سومین نیاز برای انگیزش، نیاز به ارتباط است. این نیاز در میان محققین کم ترین توجه را به خود جلب نموده است. افرادی که نیاز بالا بی به پیوند جویی و رابطه دارند، در جهت کسب دوستی تلاش فراوان دارند، ترجیح می دهند که کارها را به صورت دسته جمعی انجام دهند نه انفرادی و رقابتی و خواهان روابطی هستند که مستلزم تفاهم متقابل فراوان است (رابنیز، مبانی رفتار سازمانی، ۱۳۸۹: ۱۴۰).

نظریه مک کللند دو کار برد مهم مدیریتی دارد؛ اول آن که این نظریه هنگامی اثربخش است که هریکی از نیازها به مجموعه ای از ترجیحات فردی ربط داده شود. به طور مثال نیاز به موفقیت هنگامی انگیزش را به دنبال دارد که همراه با مسئولیت فردی داشتن، هدفهای چالشی ولی قابل انجام، دریافت باز خور از کار باشد. و همین طور نیاز به تعلق زمانی فرد را به تلاش در جهت تأمین اهداف و می دارد که زمینه روابط خوب میان فردی؛ داشتن فرصت هایی برای برقراری ارتباط در سازمان فراهم باشد. از طرفی نیاز شدید به قدرت در صورتی می تواند فرد سازمانی را به تلاش و دارد که شرایط نفوذ او بر سایر افراد، جلب توجه و مطرح شدن برای او وجود داشته باشد. دوم این که ۱۶۲ بر فرض اکتسابی بودن واقعی این نیازها، می توان افراد را با این نیازها آشنا کرد تا در گونه های متفاوت مشاغل موفق گردند.

نقش اعجاز مدیریتی در تبیین نیازهای انگیزشی (با تأکید بر نقد

نظریه مک کللند)

۱. نیاز به کسب موفقیت در نظریه انگیزش قرآنی

در نظریه انگیزش قرآنی، نیاز انسان برای کسب موفقیت تنها در راستای کسب رضایت مندی فردی و شخصی متناظر به اهداف صرفاً مادی نیست، بلکه انسان موفقیت خود را در گرو رضایت الهی می‌داند؛ برای مدیر مسلمان آنچه مطلوبیت دارد، رضایت مندی توأمان شخصی و الهی است. این نوع دید به کسب موفقیت به خوبی نشان می‌دهد که انسان بر آمده از انسان شناسی قرآنی، واجد حقیقت تابناکی به نام حقیقت معنوی علاوه بر جنبه مادی است. قرآن در زمینه انگیزه کسب موفقیت می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ * جَزَاؤُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتُ عَدْنٍ تَجْرَى مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَٰلِكَ لِمَنْ خَشِيَ رَبَّهُ» (بینه/ ۶-۷) (آما) کسانی که ایمان آوردند و اعمال صالح انجام دادند، بهترین مخلوقات (خدا) یند! پاداش آنها نزد پروردگارشان باغهای بهشت جاویدان است که نهرها از زیر درختانش جاری است؛ همیشه در آن می‌مانند! (هم) خدا از آنها خشنود است و (هم) آنها از خدا خشنودند؛ و این (مقام والا) برای کسی است که از پروردگارش بترسد!

با توجه به آیات شریفه فوق، به خوبی در می‌یابیم که قرآن کریم با عنایت به حقیقت وجودی انسان، انسان سازمانی را بر می‌انگیزد که از طریق ایمان و عمل صالح در زمره بهترین مخلوقات در آید (عالی‌ترین جایگاه را برای خود و بهترین بازده را برای سازمان به دست آورد) تا موفق به دریافت پاداش های الهی و از همه مهمتر، موفق به کسب رضایت خداوند گردد که بالا ترین مرحله کسب موفقیت است. بنا بر

این، برای مدیران عالی لازم است که از منطق قرآن کریم برای ایجاد انگیزه در منابع انسانی سازمان، بهره‌گیرند.

بدون تردید این بیان قرآن در زمینه نیاز به کسب موفقیت، در گام نخست نمایانگر اعجاز مدیریتی است؛ زیرا در عصری به این نیاز (آن هم در یک چارچوبی متفاوت از آنچه بشر امروز به آن دست یافته است) اشاره کرده است که کسی قادر به کشف و نظریه پردازی در مورد آن نبود و در عصر حاضر هم نیست. و در گام بعدی دیدگاه مک کلند در مورد نیاز به کسب موفقیت را به چالش کشیده و نقد می‌کند.

۲. نیاز به کسب قدرت در نظریه انگیزش قرآنی

در نظریه انگیزش مک کلند نیاز به کسب قدرت صرفاً برای نفوذ در دیگران جهت تسلط و آقایی بر آنان مطرح است. از این رو افرادی که نیاز به قدرت شان بالا است، از مسئولیت داشتن و تلاش جهت اعمال نفوذ بر دیگران لذت می‌برند، شرایط و اوضاع رقابتی و مقام گرایی را دوست دارند و اغلب برای کسب وجهه و نفوذ بر دیگران علاقه فراوان دارند تا ارائه عملکرد اثر بخش.

در نظریه انگیزش قرآنی نیاز به کسب قدرت صرفاً ناظر به نفوذ بر دیگران، لذت

۱۶۴ بردن از نفوذ، مقام گرایی و کسب وجهه نیست. بلکه کسب قدرت اولاً: قدرت در

رابطه با محیط بیرونی عامل باز دارنده تسلط دشمن و ایجاد ترس و وحشت در آنان

است: «وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَ

آخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا

تُظْلَمُونَ» (انفال / ۶۰) هر نیرویی در قدرت دارید، برای مقابله با آنها [دشمنان]، آماده

سازید! و (همچنین) اسبهای ورزیده (برای میدان نبرد)، تا به وسیله آن، دشمن خدا و دشمن خویش را بترسانید! و (همچنین) گروه دیگری غیر از اینها را، که شما نمی‌شناسید و خدا آنها را می‌شناسد! و هر چه در راه خدا (و تقویت بنیه دفاعی اسلام) انفاق کنید، بطور کامل به شما بازگردانده می‌شود، و به شما ستم نخواهد شد! و ثانیاً: قدرت در رابطه با محیط درونی این امکان را به مدیران عالی می‌دهد که از طریق به کار گیری قدرت تنبیه و پاداش (نادری قمی، قدرت در مدیریت اسلامی، ۱۳۷۸: ۹۳) به هدایت و راهنمایی آنان همت گمارند نه این که تنها در فکر لذت بردن از طریق اعمال قدرت و نفوذ باشند.

قرآن کریم در زمینه بهره گیری از قدرت تنبیه برای ایجاد انگیزه تلاش در افراد سازمانی می‌فرماید: «وَعَلَى الثَّلَاثَةِ الَّذِينَ خُلِفُوا حَتَّىٰ إِذَا ضَاقَتْ عَلَيْهِمُ الْأَرْضُ بِمَا رَحَّبَتْ وَ ضَاقَتْ عَلَيْهِمُ أَنْفُسُهُمْ وَ ظَنُّوا أَن لَّا مَلْجَأَ مِنَ اللَّهِ إِلَّا إِلَيْهِ ثُمَّ تَابَ عَلَيْهِمْ لِيَتُوبُوا إِنَّ اللَّهَ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ» (توبه / ۱۱۸) (همچنین) آن سه نفر که (از شرکت در جنگ تبوک) تخلف جستند، (و مسلمانان با آنان قطع رابطه نمودند)، تا آن حدّ که زمین با همه وسعتش بر آنها تنگ شد؛ (حتّی) در وجود خویش، جایی برای خود نمی‌یافتند؛ (در آن هنگام) دانستند پناهگاهی از خدا جز بسوی او نیست؛ سپس خدا رحمتش را شامل حال آنها نمود، (و به آنان توفیق داد) تا توبه کنند؛ خداوند بسیار توبه‌پذیر و مهربان است.

این آیه شریفه بازگشت خدا به آن سه نفر را این گونه توصیف می‌کند که وقتی کارشان به سختی کشید و زمین با همه وسعتش برایشان تنگ گشت، و متوجه شدند که هیچ کسی از مردم با آنان حرف نمی‌زنند، و حتی زن و فرزندشان هم با آنها حرف نمی‌زنند، در یافتند که جز خدا و توبه به درگاه او دیگر پناهگاهی نیست، و چون

چنین شد، خداوند نیز با رحمت خود به ایشان بازگشت فرمود (طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن ۱۴۱۷ق: ۵ / ۴۰۱). به عبارت دیگر این بیان قرآن کریم به خوبی نشان می دهد که سخت گیری و تنبیه متخلفین از وظایف سازمانی برای این بوده که در مسیر هدایت الهی قرار گرفته و مورد رحمت خداوند قرار گیرند.

قرآن کریم بهره گیری از قدرت پاداش برای ایجاد انگیزه در افراد سازمانی را اینگونه بیان می کند: «إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ» (همان / ۱۱۱) خداوند از مؤمنان، جانها و اموالشان را خریداری کرده، که (در برابرش) بهشت برای آنان باشد؛ (به این گونه که:) در راه خدا پیکار می کنند، می کشند و کشته می شوند.

خدای کریم در این آیه به آنان که در راه خدا با جان و مال خود جهاد می کنند وعده قطعی بهشت می دهد و می فرماید که این وعده را در تورات و انجیل هم داده، همان گونه که در قرآن می دهد (طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، همان: ۳۹۶). به بیان دیگر این آیه با بهره گیری از قدرت پاداش بر افراد اعمال نفوذ کرده و آنان را به تلاش جهت رسیدن به اهداف تشویق و تهییج می نماید. به نظر می رسد که در زمینه نیاز به کسب قدرت اعجاز مدیریتی به خوبی قابل اثبات است، همچنان که نظریه مک

کللند در زمینه این نیاز مورد نقد جدی قرآن کریم قرا گرفته است.

۳. نیاز به رابطه در نظریه انگیزش قرآنی

نظریه انگیزش قرآنی به دلیل این که برای انسان علاوه بر بعد مادی، جنبه معنوی هم قائل است، نیاز به رابطه و پیوند جویی او با دیگران را صرفاً در محیط کار و برای افزایش راندمان تولید منحصر نمی داند، بلکه نیاز به رابطه را برای افراد با همدیگر در بعد روحی و معنوی هم، اولاً تحت عنوان مهربانی و دوستی طرفینی بیان می کند: «مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ تَرَاهُمْ رُكَّعًا سُجَّدًا يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا» (فتح / ۲۹) محمد (ص) فرستاده خداست؛ و کسانی که با او هستند در برابر کفار سرسخت و شدید، و در میان خود مهربانند؛ پیوسته آنها را در حال رکوع و سجود می بینی در حالی که همواره فضل خدا و رضای او را می طلبند. و ثانیاً اسوه والگوی نیکو بودن مدیران عالی برای زیر دستان و احیاناً زیر دستان را برای یکدیگر، در راستای «شکوفایی و توسعه جوامع انسانی» (رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی، ۱۳۸۵: ۸۶) در ابعاد مادی و معنوی (فرهنگی و تمدنی) مطرح می سازد و ارضای این نیاز را عامل مهمی در جهت ایجاد انگیزه برای برقراری ارتباط معرفی می کند: «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا» (احزاب / ۲۱) مسلماً برای شما در زندگی رسول خدا سرمشق نیکویی بود، برای آنها که امید به رحمت خدا و روز رستاخیز دارند و خدا را بسیار یاد می کنند.

ارضای نیازهای منابع انسانی و ایجاد انگیزه در آنان در نظریه انگیزش مک کللند، صرفاً در جهت رسیدن به اهداف مادی و دنیوی معنا می یابد از این رو، ارتباط را در محیط کار برای افزایش راندمان و دست آورد های سازمان و مدیریت ضروری می داند. لیکن از دیدگاه قرآن کریم به دلیل اینکه اهداف محدود به اهداف مادی و دنیوی

نیست، بلکه اهداف معنوی و اخروی نیز باید بوسیله سازمان دنبال شده و تأمین گردد، اصل تعاون بر نیکی و تقوا در ارتباطات درون سازمانی، از وظایف اصلی مدیران به حساب می آید. قرآن کریم می فرماید: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ» (مائده/۲) در راه نیکی و پرهیزگاری با هم تعاون کنید! و (هرگز) در راه گناه و تعدی همکاری ننمایید!

این آیه شریفه به زیبایی تمام نشان می دهد که تعاون یک اصل بنیادی قرآنی است که در همه برنامه های اجتماعی، حقوقی، اخلاقی، سیاسی (مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، ۱۳۸۱: ۵/ ۲۵۳)، مدیریتی باید جریان داشته باشد. به عبارت دیگر، برگشت معنای تعاون بر برّ و تقوا به این است که سازمان های اسلامی بر برّ و تقوا و یا به عبارتی بر ایمان و عمل صالح ناشی از ترس خدا اجتماع کنند (طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، ۵: ۱۶۳) و تعاون داشته باشند. بنا بر این، در تعاون خداوند بندگان را امر می کند که یکدیگر را بر نیکی و تقوی یاری کنند و به آنچه خداوند امر کرد، عمل و از آنچه نهی کرده، خود داری کنند. همچنین باید از معاونت بر گناه، خودداری نمایند. یعنی بدشمنی و تجاوز از حدود خدا دست نیالایند (طبرسی، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، ۱۳۷۲: ۳/ ۲۴۰)، اما ارتباط عاری از تعاون که ناظر بر تأمین اهداف مادی هست، بدون پشتیبانی در جهت نیکی و تقوا هم امکان پذیر هستند.

۱۶۸

شاید نتوان تردید کرد که رسیدن به تعاون بر نیکی و تقوا از طریق ارضای نیاز به ارتباط، نشان دهنده جنبه اعجاز مدیریتی است، آنگونه که جای تردید در نقد نظریه مک کللند در خصوص این نیاز، توسط قرآن کریم نیست.

نتیجه

برپایه مطالب ذکر شده نتایج ذیل بدست آمد:

۱. قرآن کریم اعجاز ماندگار و پایدار پیامبر اسلام (ص) در ابعاد گوناگون از جمله اعجاز علمی قرآن است. از این رو، اعجاز مدیریتی (با رویکرد اعجاز معرفتی) که شاخه ای از اعجاز علمی این کتاب جاودان الهی می باشد، به خوبی قابل طرح و تبیین است.

۲. در نظریه انگیزش قرآنی، نیاز انسان برای کسب موفقیت تنها در راستای کسب رضایت مندی فردی و شخصی متناظر به اهداف صرفاً مادی نیست، بلکه انسان موفقیت خود را در گرو رضایت الهی می داند، برای مدیر مسلمان آنچه مطلوبیت دارد، رضایت مندی توأمان شخصی و الهی است.

۳. این بیان قرآن کریم، در گام نخست نمایانگر اعجاز مدیریتی است؛ زیرا در عصری به این نیاز (آن هم در یک چارچوبی متفاوت از آنچه بشر امروز به آن دست یافته است) اشاره کرده است که کسی قادر به کشف و نظریه پردازی در مورد آن نبوده و حتی در عصر حاضر هم نیست. و در گام بعدی دیدگاه مک کللند در مورد نیاز به کسب موفقیت را به چالش کشیده و نقد می کند.

۴. در نظریه انگیزش قرآنی نیاز به کسب قدرت صرفاً ناظر به نفوذ بر دیگران، لذت بردن از نفوذ، مقام گرایی و کسب وجهه نیست. بلکه نیاز به کسب قدرت اولاً: قدرت در رابطه با محیط بیرونی عامل باز دارنده تسلط دشمن و ایجاد ترس و وحشت در آنان است و ثانیاً: قدرت در رابطه با محیط درونی این امکان را به مدیران عالی می دهد که از طریق به کار گیری قدرت تنبیه و پاداش به هدایت و راهنمایی کارکنان همت گمارند.

۵. به نظر می رسد که در زمینه این نیاز نیز اعجاز مدیریتی به خوبی قابل اثبات است، همچنان که نظریه مک کلند نیز مورد نقد جدی قرآن کریم قرا گرفته است.
۶. از دیدگاه قرآن کریم به دلیل اینکه اهداف محدود به اهداف مادی و دنیوی نیست، بلکه اهداف معنوی و اخروی نیز باید بوسیله سازمان دنبال شده و تأمین گردد، اصل تعاون بر برّ و تقوا در ارتباطات درون سازمانی، از وظایف اصلی مدیران به حساب می آید.
۷. شاید نتوان تردید کرد که رسیدن به تعاون بر نیکی و تقوا از طریق ارضای نیاز به ارتباط، نشان دهنده جنبه اعجاز مدیریتی است، آنگونه که جای تردید در نقد نظریه مک کلند در خصوص این نیاز، توسط قرآن کریم نیست.

منابع

- قرآن کریم ترجمه، مکارم شیرازی (۱۳۷۳ ه. ش)، قم، دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی، چاپ دوم.
۱. آقای فشانی، تیمور (۱۳۷۷)، خلاقیت و نوآوری در انسان ها و سازمان ها، تهران، ترمه.
 ۲. بستانی، فؤاد (بی تا)، فرهنگ ابجدی، مترجم، رضا مهیار، تهران، انتشارات اسلامی.
 ۳. حقیقی، محمد علی و همکاران (۱۳۸۸)، سازماندهی و اصلاح تشکیلات و روش-ها، تهران، ترمه.
 ۴. خویی، ابو القاسم (۱۴۳۰ق)، البیان فی تفسیرالقرآن، عراق، المتبعه العلمیه فی النجف.
 ۵. رابینز، استیفن (۱۳۷۸)، رفتار سازمانی، مترجم، علی پارسائیان، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
 ۶. رابینز، استیفن (۱۳۸۹)، مبانی رفتار سازمانی، مترجم، سید محمد، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
 ۷. رضایی اصفهانی، محمد علی (۱۳۸۱)، پژوهشی در اعجاز علمی قرآن، رشت، انتشارات کتاب مبین.
 ۸. رضائیان، علی (۱۳۸۵)، مبانی رفتار سازمانی، تهران، سمت.

۹. شفیعی، عباس و همکاران (۱۳۸۵)، رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۰. طباطبایی، محمد حسین (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیرالقرآن، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۱۱. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان فی تفسیرالقرآن، تهران، ناصر خسرو.
۱۲. عباسی، مهرداد (۱۳۸۹)، تفسیر قرآن تاریخچه اصول و روش ها، تهران، نشر کتاب مرجع.
۱۳. علاقه بند، علی (۱۳۸۵)، مدیریت عمومی، تهران، نشر روان.
۱۴. علوی مهر، حسین (۱۳۸۴)، آشنایی با تاریخ تفسیر و مفسران، قم، مرکز جهانی علوم اسلامی.
۱۵. قلی پور، آرین (۱۳۹۱)، مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، تهران، سمت.
۱۶. لطفی، امیر علی (۱۳۸۹)، اعجاز مدیریتی قرآن، مجله قرآن و علم، قم، مجتمع عالی امام خمینی (ره)، شماره ۷-۴.
۱۷. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق)، بحارالانوار، بیروت، مؤسسة الوفاء.
۱۸. مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۷۵)، آموزش عقاید، قم، نشر سازمان تبلیغات.
۱۹. معرفت، محمد هادی (۱۴۱۰ق)، التمهید فی علوم القرآن، قم، جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

۲۰. مورهد، گرین (۱۳۸۵)، رفتار سازمانی، مترجم، سید مهدی علی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران، مروارید.
۲۱. نادری قمی، مهدی (۱۳۷۸)، قدرت در مدیریت اسلامی، قم، مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی (ره).
۲۲. ناصر، مکارم شیرازی (۱۳۸۱)، تفسیر نمونه، قم، مدرسه امیرالمؤمنین.
۲۳. هادسن، کریستین (۱۳۸۴)، روان شناسی کار، مترجم، شهرام نقش تبریزی، تهران، ققنوس.