

الگوی تعهد سازمانی در یاران امام مهدی عجّل الله تعالی فرجه التوفیق

رضا ابروش^۱

چکیده

فرهنگ و تمدن مهدوی که طلایه‌دار تحقق نظامی است عدالت محور و مبتنی بر اندیشه‌های مهدویت؛ به سامان دادن به تشکلهای و سازمان‌های فعال در این عرصه نیازمند است. سازمان‌ها و تشکلهای مهدوی که برای شکل‌گیری نظامی عدالت محور مبتنی بر اندیشه‌های مهدویت تلاش می‌کنند؛ به اعضایی با تعهد سازمانی بالا نیازمند هستند. تعهد سازمانی، میزان اشتیاق آن‌ها را به خدمت در سازمانی که برای سرآمدی تمدن و فرهنگ مهدوی گام برمی‌دارد؛ افزایش می‌دهد. مسئله این است که الگوی تعهد سازمانی در بین اعضای سازمان‌هایی که در این زمینه گام برمی‌دارند، چگونه است. هدف این پژوهش ارائه الگوی تعهد سازمانی در یاران مهدوی براساس اندیشه‌های مهدویت است. این پژوهش با بررسی آموزه‌های مرتبط با اندیشه مهدویت، اطلاعات مورد نیاز را گردآوری و با روش داده بنیاد، الگوی تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت را تبیین می‌کند. این الگو دارای مؤلفه پنجگانه است، که عوامل تعهد سازمانی، زمینه‌سازهای تعهد سازمانی، ماهیت تعهد سازمانی، موانع تعهد سازمانی و پیامدهای آن را شامل می‌باشد.

واژگان کلیدی: تعهد سازمانی، اندیشه مهدویت، یاران مهدوی، داده بنیاد، احساس تعلق.

مقدمه

امروزه تعهد سازمانی، به عنوان عاملی مهم برای درک، فهم و پیش‌بینی رفتار سازمانی، پیش‌بینی‌کننده خوبی برای میزان مقبولیت ارزش‌ها و اهداف سازمان در نزد اعضای سازمان است. تعهد سازمانی می‌تواند به‌رغم این که پایبندی اعضای سازمان را به اهداف و راهبردهای سازمان تضمین کند، می‌تواند پیامدهای مثبت و متعددی برای سازمان‌ها داشته باشد. در واقع، تعهد سازمانی رویکردی روانی در اعضای سازمان در مورد میزان وابستگی درونی آن‌ها به شغل و سازمان متبوع می‌باشد. این مقوله در کنار رضایت شغلی کارکنان و انگیزش سازمانی از مقوله‌های زیربنایی و حیاتی در مدیریت منابع انسانی می‌باشد. به همین دلیل، در مطالعات مدیریت و سازمان مورد توجه و پژوهش قرار گرفته است. تعهد سازمانی، بر ایجاد نگرش شغلی در سازمان دارای نقش مهمی است. به همین دلیل، باعث می‌شود تا افراد در سازمان، هدف‌های سازمانی را هدف خود انگاشته و برای عضویت در سازمان تمایل فراوانی داشته باشند. تعهد سازمانی باعث می‌شود تا افراد سازمان را معرف خود بشمارند. تحقیقات نشان می‌دهد برای پیش‌بینی و توجیه رفتار فرد (به مراتب، بیش از رضایت شغلی) تعهد سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد و با استفاده از تعهد سازمانی، بهتر می‌توان میزان غیبت و ترک خدمت کارکنان را پیش‌بینی کرد (رابینز، ۱۳۷۸: ص ۲۸۳). گوردون معتقد است، به علت این که هر کشوری فرهنگ خویش را ابزار تشخیص خود می‌داند، همواره بر وجود تمایز آن با دیگر کشورها تأکید دارد (گوردون و ماندی، ۱۳۸۳: ص ۶۶). از این‌رو، تعهد سازمانی در جوامع اسلامی می‌تواند دارای ویژگی‌هایی ممتاز و منحصر به فرد باشد. در اندیشه مهدویت که داعیه حکومت و فرهنگ مهدوی در آن موج می‌زند؛ سازمان‌های اسلامی نیز باید مبتنی بر ارزش‌های اسلامی، الگویی از تعهد سازمانی ارائه کنند که با آرمان‌ها و ارزش‌های مهدوی منطبق و سازگار باشد. در واقع، جوامع مسلمان که دکترین مهدویت را مبنا و ملاک فعالیت‌های خود قرار داده‌اند، به بررسی آموزه‌های مهدوی نیازمند هستند تا براساس آن، الگویی از تعهد سازمانی تدوین و ارائه کنند. در جوامع اسلامی که سازمان‌ها ابزاری برای کمال مطلوب جامعه محسوب می‌شوند، نیازمند ارائه الگویی از تعهد هستند که یاران مهدی که در واقع همان اعضای سازمان اسلامی هستند، با اعتقاد کامل و انگیزه بالا، تمایل به همراهی و مشارکت حداکثری با اهداف، برنامه‌ها و



سیاست‌های سازمان را داشته باشند. از این‌رو، آنچه در این پژوهش به عنوان مسئله مورد توجه قرار می‌گیرد، الگوی تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت است. سازمان‌های اسلامی برای تحقق چشم‌انداز مهدوی، به تعهد اعضای خود نیازمند می‌باشند. این اعضای سازمانی که می‌توان به نوعی آن‌ها را یاران مهدی عجل الله تعالی فرجه الصلوات برشمرد، در صورتی که به اهداف، ارزش‌ها و آرمان‌های سازمانی پایبند و متعهد باشند، زمینه تحقق چشم‌انداز مهدوی نیز مهیا گشته و از این طریق می‌توان شاهد شکل‌گیری جامعه مهدوی بود. هدف این پژوهش نیز تبیین و ارائه الگویی از تعهد سازمانی برای یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الصلوات است که به عنوان اعضای سازمان اسلامی، برای تحقق جامعه مهدوی تلاش می‌کند.

ادیات نظری پژوهش

مفهوم‌شناسی

۱. تعهد سازمانی

«تعهد سازمانی»، به عنوان دیدگاه روان‌شناسی اعضای سازمان به وابستگی آن‌ها به سازمانی که در آن کار می‌کنند، تعریف می‌شود. «تعهد»، عبارت است از حالتی که کارکنان، سازمان و اهداف آن را معرف خود می‌دانند و تمایل دارند که در عضویت آن سازمان بمانند. «تعهد سازمانی»، حالتی روانی است که نوعی تمایل، نیاز و الزام برای ادامه اشتغال در یک سازمان را فراهم می‌کند (آلن و می‌یر، ۱۹۹۹: ص ۳). برخی، تعهد را نوعی وابستگی عاطفی و تعصب به ارزش‌ها و اهداف سازمان می‌دانند. تعهد سازمانی به معنای میزان نسبی همانندسازی با سازمانی خاص و یا دل‌بستگی به آن سازمان است که می‌تواند حداقل به وسیله سه عامل مشخص شود: یک. اعتقاد راسخ به ارزش‌ها و اهداف سازمان؛ دو. تمایل به تلاش بیش‌تر در راه تحقق اهداف سازمان؛ سه. تمایل قوی به باقی ماندن و عضویت در سازمان (صادقی‌فر، ۱۳۸۶: ص ۴۴). بنابراین، مفهوم تعهد سازمانی با میزان عجین شدن افراد با سازمانشان و میزان علاقه‌مندی‌شان به ماندن در آن و تعیین هویت خود با سازمان سنجیده می‌شود. تعهد سازمانی، گویای میزان مقبولیت ارزش‌ها و اهداف سازمان در نظر اعضای سازمان است؛ به



طوری که با اعتقاد و انگیزه بالا برای دستیابی به اهداف آن تلاش می‌کنند. در این پژوهش نیز منظور از تعهد سازمانی میزان علاقمندی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف به اهداف و ارزش‌های اندیشه مهدویت و تعیین هویت خودشان با این اندیشه می‌باشد.

۲. یاران مهدی

هر نظامی به یاران و همراهانی نیاز دارد؛ یارانی که به عنوان سرمایه‌های آن نظام، بر تحقق اهداف آن نظام، دارای نقش مهمی هستند. سستی یا استواری یاران، به عنوان سرمایه‌های انسانی، بر پیشبرد اهداف نظام‌های مذکور نقش مهمی ایفا می‌کند. سازمان اسلامی در عصر غیبت می‌کوشد با استفاده از سرمایه‌های انسانی معتقد و ملتزم به اندیشه‌های مهدوی، جامعه‌ای مطلوب و منطبق با آرمان‌های مهدویت ایجاد کند. از این‌رو، سرمایه‌های انسانی این سازمان‌ها را می‌توان یاران مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف نامید؛ زیرا آن‌ها از طریق اقدامات و کنش‌های سازمانی در صدد تبلور آرمان‌های جامعه مهدوی هستند. در این پژوهش، منظور از یاران یا یاوران مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، آن دسته از سرمایه‌های انسانی هستند که از طریق کنش‌های جمعی و گروهی، برای تحقق آرمان‌های جامعه مهدوی در تکاپو می‌باشند.

۳. احساس تعلق

انسان‌ها موجوداتی اجتماعی‌اند و از بدو تولد به صورت «مجموعه» زندگی می‌کنند و نسبت به آن مجموعه احساس تعلق دارند (فرهمندیان، ۱۳۸۱). این احساس تعلق است که به زندگی اجتماعی معنا می‌دهد. بنابراین، هر اندیشه و مکتبی به ایجاد حس تعلق‌پذیری در پیروان خود نیازمند می‌باشد. ایجاد احساس تعلق در افراد، می‌تواند زمینه‌های همراهی و مشارکت آن‌ها را در فعالیت‌های گروهی و سازمانی افزایش دهد.

پیشینه نظری پژوهش

اهمیت تعهد اعضای سازمان به اهداف و ارزش‌های سازمان و نقش آن بر پیشبرد اهداف سازمانی، باعث شده است تا پژوهشگران این موضوع را مورد توجه قرار دهند. در زمینه عوامل تأثیرگذار بر تعهد سازمانی، مطالعات و تحقیقات گوناگونی انجام شده است که در هر یک از این

مطالعات، تعهد سازمانی را به عنوان متغیر مستقل یا وابسته در نظر گرفته‌اند. برخی از مطالعاتی که تعهد سازمانی را با رویکرد اسلامی مورد بررسی و تبیین قرار داده‌اند؛ در جدول ذیل به اختصار ارائه می‌شوند:

ردیف	عنوان پژوهش	محقق	مجله و سال	یافته‌ها
۱	جایگاه تعهد، وجدان کاری، همت و کار مضاعف در توسعه و تعالی سازمانی با تأکید بر نگرش اسلامی	اشرف میرحیدری	مطالعات فقه تربیتی، ۱۳۸۹	این پژوهش، عوامل تعهد سازمانی را در دو بخش عوامل ساختاری و عوامل رفتاری مورد بررسی قرار می‌دهد.
۲	تعهد مدیران بخش دولتی در نظام اسلامی	محسن جاجرمی زاده، مسلم باقری، علیرضا فراسی نژاد، مسلم علی محمدلو و آرزو طاهری	مطالعات راهبردی بسیج، ۱۳۹۸	این پژوهش، تعهد سازمانی مدیران را در یک سطح تعهد به نظام، تعهد به سازمان و تعهد به ارباب رجوع ارائه می‌کند. براساس این پژوهش، تعهد شامل مجموعه‌ای از ویژگی‌های اعتقادی، اخلاقی-ارزشی و کفایت سیاسی-رفتاری مدیران را شامل می‌شود که باید در گزینش آن‌ها مورد توجه قرار گیرد.
۳	بررسی راهکارهای افزایش تعهد عاطفی از دیدگاه اسلام	مجید زارع شحنه	اسلام و پژوهش‌ها ی مدیریت، ۱۳۹۲	این پژوهش، راهکارهای افزایش تعهد عاطفی در سازمان را از دیدگاه اسلام مورد بررسی قرار داده است و راهکارهایی ارائه می‌کند که عبارتند از: نگاه مثبت و محبت‌آمیز به یکدیگر، ابراز و بیان مهر و محبت، رعایت انصاف، چشم‌پوشی و مدارا، عفو و گذشت، حسن خلق، حسن ظن، نرمی در گفتار، احسان به دیگران، ایجاد رابطه عاطفی، شفافیت در امور، انتصابات مقبولانه، رعایت مساوات و برابری، سعه صدر.
۴	رابطه اخلاق کار اسلامی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی در پرستاران	علی‌رضا رجبی پور میبیدی و مرتضی دهقانی فیروزآبادی	فصلنامه اخلاق زیستی، ۱۳۹۱	براساس این پژوهش، بین اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد؛ ولی بین اخلاق کار اسلامی و رضایت شغلی رابطه معنادار وجود ندارد و البته نقش تعهد سازمانی بر پیش‌بینی اخلاق کار اسلامی به مراتب از رضایت شغلی بالاتر است.



روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی بنیادی است که به کشف الگوی تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت می‌پردازد. و از نظر ماهیت و روش، در زمره پژوهش‌های توصیفی قرار می‌گیرد. همچنین به دلیل این که از هیچ الگوی مفهومی و یا چارچوب اولیه‌ای در پژوهش پیروی نمی‌کند، به عنوان پژوهشی اکتشافی محسوب می‌شود و با رویکرد استقرایی قصد دارد، اطلاعات را گردآوری کند و با روش داده بنیاد، به تحلیل اطلاعات گردآوری شده بپردازد. روش تحقیق داده بنیاد که به صورت اختصار از آن به «GT» نام می‌برند، بر تحلیل استقرایی داده‌ها مبتنی می‌باشد. ساخت نظریه در این روش، بدان معناست که اکثر مفاهیم نه تنها از داده‌ها استخراج می‌شوند، بلکه در جریان تحقیق هم به طور نظام‌مند در ارتباط با داده‌ها قرار می‌گیرند. روش داده بنیاد، بر روش شناسی تفسیری مبتنی است (محمد پور، ۱۳۹۲: ص ۳۱۳). در این روش، فرایند ساخت یک نظریه از طریق گردآوری سازمان یافته داده‌ها و تحلیل استقرایی مجموعه‌ای از داده‌های احصا شده انجام می‌شود (منصوریان، ۱۳۸۶: ص ۵). به عبارت دیگر، داده بنیاد، روشی است که طی آن، نظریه‌ها در فرایندی منظم، به جای استنتاج از پیش فرض‌های قبلی یا سایر پژوهش‌ها و چارچوب‌های مفهومی موجود، به طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌شود (پاول، ۱۹۹۹: ص ۶۷). در واقع، پژوهشگر از طریق کدگذاری، تعدادی «کدهای مفهومی»^۱ ایجاد می‌کند که پیوند میان داده‌ها و نظریه را روشن می‌کند. کدگذاری از طریق شکستن داده‌ها، پژوهشگر را از سطح تجربی حرکت داده و با طبقه‌بندی داده‌ها در کدهای مشخص، زمینه تبدیل آن‌ها را به نظریه فراهم می‌کند. در این پژوهش، پژوهشگر با مطالعه آموزه‌های مهدویت، در صدد کشف معانی و مفاهیمی است که آموزه‌های مهدوی در بردارنده آن هستند. بنابراین، در این پژوهش، مفاهیمی با داده‌هایی منطبق هستند که از آموزه‌های اندیشه مهدویت و موعود استخراج و استنباط می‌شوند.



1. conceptual codes.

در اجرای روش گراند تئوری^۱، نمی‌توان روش‌های کدگذاری باز، محوری و انتخابی را از یکدیگر به کلی متمایز یا مرحله‌ای را از لحاظ زمانی، در فرایند تفسیر مجزا تلقی کرد، بلکه چه بسا ممکن است، پژوهشگر آن‌ها را با یکدیگر تلفیق، یا جابه‌جا کند. با این حال، فرایند تفسیر با کدگذاری باز آغاز و با نزدیک شدن به مراحل پایانی پژوهش، تحلیل و کدگذاری انتخابی بیش‌تر نمود دارد (فلیک، ۱۳۸۸: ص ۳۲۹). بنابراین، کدگذاری انتخابی بیش‌تر به تحلیل مؤلفه‌های به دست آمده می‌پردازد. در واقع، کدگذاری انتخابی، مرحله نظریه‌پردازی است که بر اساس نتایج، از مراحل کدگذاری قبلی، به تولید نظریه (الگو) می‌پردازد. در مرحله کدگذاری انتخابی، مؤلفه‌های به دست آمده به شکلی نظام‌مند به هم ربط داده می‌شوند (دانائی فرد و اسلامی، ۱۳۹۰: ص ۶۷). بنابراین، پژوهشگر برای اجرای مرحله کدگذاری انتخابی به تحریر و تحلیل داده‌هایی نیازمند است که در الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجّل الله تعالی فرجه التّوبه به آن‌ها می‌پردازد. در این مرحله، پژوهشگر با تعدادی مؤلفه انتزاعی که از داده‌های پژوهش به دست آمده‌اند؛ به تدوین الگو می‌پردازد و دیگر به کدبندی در این مرحله نیازی نیست. در این مرحله، مؤلفه‌ها به لحاظ نظری اشباع می‌شوند و می‌توان هر یک از مؤلفه‌ها را به تناسب با هم مرتبط کرد (محمدپور، ۱۳۹۲: ج ۱، ص ۳۴۰).

فرایند روش داده بنیاد در این پژوهش، به این صورت است که در نخستین گام، داده‌ها با استفاده از مفاهیم حساس، از قبیل: «مهدویت»، «مهدی»، «قائم»، «عدل»، «مظلوم»، «مکتنا»، «اهل بدر» و «انصار المهدی» از نرم افزارهای منابع اسلامی احصا و گردآوری می‌شوند. گستره گردآوری اطلاعات آیات و روایات را شامل می‌باشد. پس از فرایند داده‌یابی از منابع اسلامی، داده‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرند و سپس فرایند کدگذاری، طی سه مرحله عمده آغاز می‌شوند و سرانجام پژوهشگر، به مدل تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجّل الله تعالی فرجه التّوبه دست می‌یابد. جدول ۱، نمونه‌ای از گزاره‌های به دست آمده است که در کدگذاری باز، مفاهیمی برای هر یک از

۱. گراند تئوری Grounded Theory، یا نظریه داده بنیاد، نوعی روش تحقیق کیفی است که برای نظریه‌پردازی در مورد پدیده مورد مطالعه استفاده می‌شود. این روش، زمانی استفاده می‌شود که ادبیات پژوهش در زمینه موضوع، از غنای لازم برخوردار نباشد. همچنین هدف، ارائه نظریه جدیدی است که تاکنون در جوامع پژوهشی مطرح نشده است.

آن‌ها ایجاد شد.

نخستین مرحله از کدگذاری‌ها در فرایند پژوهش داده بنیاد، «کدگذاری باز» می‌باشد. کدگذاری باز، به معنای مفهوم‌سازی به وسیله یک نام، عنوان یا برچسب‌هایی است که همزمان هر داده را تشریح می‌کند. کدها نشان می‌دهند که پژوهشگر چه طور داده‌ها را برای آغاز تحلیل انتخاب، جدا و دسته بندی می‌کند (چارماز، ۲۰۰۶: ص ۴۳). پژوهشگر پس از داده‌یابی از منابع، برای داده‌های به دست آمده یک مفهوم یا کد انتخاب می‌کند. این مفاهیم یا کدهای اختصاص یافته به داده‌ها، باعث تشریح و توصیف هر یک از داده‌ها (گزاره‌ها) می‌شوند که در فرایند پژوهش، داده‌ها را از طریق این مفاهیم و کدهای اختصاص یافته می‌شناسند (محمد پور، ۱۳۹۲: ص ۳۲۷). مفاهیم استخراج شده از داده‌ها به عنوان پایه‌های اصلی برای مراحل بعدی پژوهش محسوب می‌شوند.

«کدگذاری محوری»، مرحله پالایش و تفکیک مفاهیم به دست آمده از کدگذاری باز می‌باشد (فلیک، ۱۳۸۸: ص ۳۳۵). این مرحله مستلزم استفاده از روش مقایسه است؛ به طوری که کدهای متداخل و مشابه توسط پژوهشگر در دسته بندی‌های کلی‌تر و تحلیلی‌تر قرار می‌گیرند. در این مرحله، الگو به تدریج ظهور می‌یابد (محمدپور، ۱۳۹۲: ج ۱، ص ۳۳۵). در این مرحله، با مقایسه مفاهیم مختلف می‌توان زمینه‌های مشترک بیش‌تری را میان کدها کشف کرد که امکان طبقه بندی مفاهیم مشابه در قالب طبقه بندی‌های یکسان را فراهم می‌کند. وظیفه پژوهشگر در این مرحله، دسته بندی و مقایسه مفاهیم استخراج شده از داده‌ها می‌باشد. این کار مستلزم صرف وقت و حوصله بسیار است؛ چرا که در ابتدا ارتباط بین آن‌ها، چندان آشکار نیست، در واقع، محقق، انبوهی از مفاهیم را مشاهده می‌کند که چندان به هم ربطی ندارند؛ اما به‌زودی پیوندهای نامرئی بین آن‌ها آشکار می‌شود (مهرابی و دیگران، ۱۳۹۰: ص ۲۱). جدول ۲ فرایند کدگذاری محوری را نشان می‌دهد.

در این پژوهش، اطلاعاتی که از منابع اسلامی به دست آمدند، دارای مشترکاتی بودند؛ زیرا برخی از روایات در منابع متعدد و مختلف بیان شده بودند. پژوهشگر پس از حذف اطلاعات مشترک، به نقطه «اشباع نظری» رسید. اشباع نظری، مرحله‌ای است از فرایند گردآوری اطلاعات که نشان می‌دهد، نویسنده دیگر به جست و جوی جدید برای گردآوری اطلاعات نیازی ندارد و



با همین اطلاعات گردآوری شده می‌تواند، فرایند تحلیل را آغاز کند. در مرحله کدگذاری باز، برای هر گزاره یک مفهوم ایجاد و سپس در فرایند کدگذاری محوری از طریق قاعده مقایسه و مشابه، مقوله‌ها را ایجاد می‌کند. تعداد مقوله‌ها که از کدگذاری محوری ایجاد شدند، هشت مقوله هستند. سرانجام هر یک از مقوله‌ها در فرایند کدگذاری انتخابی در قالب الگو قرار گرفتند.

جدول ۱. نمونه‌ای از کدگذاری باز می‌باشد که فرایند ایجاد مفهوم از گزاره‌ها را نشان می‌دهد:

مفاهیم ایجاد شده از طریق کدگذاری باز	گزاره‌های اسلامی
چشم انداز مهدوی	و لَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَىٰ بِآيَاتِنَا أَنْ أَخْرِجْ قَوْمَكَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَ ذَكِّرْهُمْ بِآيَاتِ اللَّهِ؛ قَالَ آيَاتُ اللَّهِ ثَلَاثَةٌ يَوْمُ الْقَائِمِ صَلَوَاتُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَ يَوْمُ الْمَوْتِ وَ يَوْمُ الْقِيَامَةِ
دارای ایمانی راسخ و قلبی استوار و محکم	رِجَالٌ كَأَنَّ قُلُوبَهُمْ زُبُرُ الْحَدِيدِ لَا يَشُوبُهَا شَكٌّ فِي ذَاتِ اللَّهِ أَشَدُّ مِنَ الْحَجَرِ
ترویج و گسترش عدالت	بِيعْتَ إِلَى أُمَّرَائِهِ بِسَائِرِ الْأَمْصَارِ بِالْعَدْلِ بَيْنَ النَّاسِ
برخورداری از افراد نیرومند و رزم‌جو	قَالَ سَأَلَ رَجُلٌ مِنْ أَهْلِ الْكُوفَةِ أَبَا عَبْدِ اللَّهِ عَ بَلَّغْنَاكُمْ بِإِذْنِ اللَّهِ كَيْفَ يَخْرُجُ مَعَ الْقَائِمِ عَلَيْهِ السَّلَامُ فَأَتَاهُمْ يَقُولُونَ إِنَّهُ يَخْرُجُ مَعَهُ مِثْلَ عِدَّةِ أَهْلِ بَدْرٍ ثَلَاثُمِائَةٍ وَ ثَلَاثَةَ عَشَرَ رَجُلًا قَالَ مَا يَخْرُجُ إِلَّا فِي أُولَى قُوَّةٍ وَ مَا يَكُونُ أَوْلَى الْقُوَّةِ أَقَلُّ مِنْ عَشْرَةِ آلَافٍ
ورع و پرهیزکاری	ثُمَّ قَالَ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ الْقَائِمِ فَلْيَنْتَظِرْ وَ لْيَعْمَلْ بِالْوَرَعِ وَ مُحَاسِنِ الْأَخْلَاقِ
همهانگ و متحدالشکل بودن	وَالزَّيِّ وَاحِدٌ، وَالقُدُّ وَاحِدٌ، وَاللِّبَاسُ وَاحِدٌ
شوق ملاقات	يَدْخُلُ الْكُوفَةَ وَ بِهَا ثَلَاثُ زَيَّاتٍ قَدِ اضْطَرَبَتْ فَتَضَعُو لَهُ وَ يَدْخُلُ حَتَّى يَأْتِيَ الْمَبْرَ فَيَخْطُبُ فَلَا يَدْرِي النَّاسُ مَا يَقُولُ مِنَ الْبُكَاءِ

جدول ۲. نمونه‌ای از فرایند کدگذاری باز و محوری را نشان می‌دهد. در این جدول، به منظور رعایت اختصار، برخی از کدهای باز (مفاهیم) به عنوان نمونه ذکر می‌شود.^۲

شناسه	کدگذاری باز (مفاهیم)	کدگذاری محوری (مقوله‌ها)
۱	چشم انداز مهدوی	چشم انداز مهدوی
۲	نمایان شدن واقعیت‌ها	
۳	نوید به مظلومان و مستضعفان	
۴	شناخت امام و ایمان راسخ به وی	معرفت راسخ به امام
۵	برخورداری از ایمان حقیقی	

۱. تصغو: تمیل. «الصحاح- صغا- ج ۶: ۲۴۰۰» و فی هامش «ش» فتصغو.

۲. به دلیل محدودیت در حجم مقاله از ذکر همه مفاهیم اجتناب می‌شود.

شناسه	کدگذاری باز (مفاهیم)	کدگذاری محوری (مقوله‌ها)	
۶	آمادگی پذیرش و یاری دهنده در مسئولیت‌های بزرگ		
۷	رعایت عدل و احسان	عدالت‌گرایی	
۸	آباد کردن شهرها		
۹	ترویج عدل و داد		
۱۰	احیا کردن عدالت		
۱۱	وسایل نظامی و داشتن قدرت نظامی	قدرتمندی	
۱۲	برخورداری از افراد رزم‌جو		
۱۳	افراد نیرومند		
۱۴	مردانی کاردان و کارساز		
۱۵	مداومت بر ترک گناه و پناه بردن به خداوند	کنترل درونی	
۱۶	ورع و پرهیزکاری		
۱۷	پیراستگی دل از نفاق		
۱۸	پیشی گرفتن در کارهای نیک		
۱۹	مراتب بالای معرفت الاهی،		
۲۰	اهل سیر و سلوک		
۲۱	اخلاق نیکو، نداشتن کینه		
۲۲	اهل عبادت در شب		
۲۳	نداشتن علم و بصیرت		نداشتن هدف
۲۴	نداشتن قدرت تشخیص درست		
۲۵	نداشتن هدف و برنامه		
۲۶	اتحاد و انسجام و برادری، همدلی و یکرنگی	پیروی	
۲۷	استواری در عمل		
۲۸	هماهنگی و متحدالشکل بودن		
۲۹	پیوستن گروه‌های مختلف به امام زمان <small>عجل الله تعالی فرجه الشریف</small>		
۳۰	شوق ملاقات و همجواری	تعلق پذیری به امام	
۳۱	آزمودن اصحاب، آمادگی قبل از ظهور		

در این پژوهش، پس از بروز و ظهور مؤلفه‌های الگوی تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف در مرحله کدگذاری محوری، کشف رابطه بین آن‌ها از دیگر اهداف این پژوهش محسوب می‌شود. تحلیل روابط بین مؤلفه‌ها، آخرین گام برای تحقق الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف است. پژوهشگر با بررسی‌های انجام شده، تصمیم گرفت برای برقراری ارتباط بین مؤلفه‌های الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف؛ مؤلفه‌ها را در قالب عوامل تعهدسازمانی، زمینه‌سازهای تعهدسازمانی، ماهیت تعهدسازمانی، موانع تعهدسازمانی و پیامدهای تعهدسازمانی ارائه و تبیین کند.

تحلیل یافته‌های پژوهش

مقوله‌های به دست آمده در این پژوهش، مؤلفه‌های مدل را تشکیل می‌دهند. در واقع مؤلفه‌ها به عنوان عناصر و اجزای تشکیل دهنده مدل نقش قابل توجهی بر تبیین و تحلیل مدل دارند. به عبارت دیگر، مؤلفه‌ها به عنوان مقومات یک مدل نیز محسوب می‌شوند و تا درک درست و صحیحی از مؤلفه‌های مدل به دست نیاید، چه بسا فهم مدل نیز امری غیر ممکن تلقی گردد. در این پژوهش، با روش کدگذاری، تلاش شد تا مؤلفه‌های مدل تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، شناسایی و تبیین شوند. هر یک از این مؤلفه‌ها و عناصر مدل، در فرایند کدگذاری انتخابی، در قالب پنج مؤلفه عوامل انگیزشی، زمینه‌سازهای انگیزشی، ماهیت انگیزه، موانع انگیزه و پیامدهای انگیزش ارائه و تبیین می‌شود:

۱. عوامل تعهد سازمانی

یکی از مؤلفه‌های الگوی تعهد سازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، عوامل تعهد سازمانی است. عوامل تعهد سازمانی به آن دسته از عواملی اطلاق می‌شود که بر روی شکل‌گیری تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تأثیر مستقیم دارند. به عبارت دیگر، تحقق تعهد در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف بر عوامل تعهد مبتنی است. با بررسی‌های انجام شده در این پژوهش، برخی از مهم‌ترین عوامل تعهدسازمانی شناسایی شده که بر تحقق تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تأثیر دارند، عبارتند از: چشم‌انداز مهدوی، معرفت راسخ به امام و



عدالت‌گرایی. هر یک از این عوامل، بر شکل‌گیری تعهدسازمانی در یاران حضرت نقشی قابل توجه دارد.

۱-۱. چشم‌انداز مهدوی

چشم‌انداز مهدوی، با ترسیم واقعیت‌های آینده‌نویس می‌دهد که یاران ایشان وارثان زمین خواهند بود؛ چنان‌که در تفسیر آیه شریفه «أَنَّ الْأَرْضَ يَرثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ» (انبیاء: ۱۰۵)؛ بندگان صالح را یاران حضرت برمی‌شمارد (قمی، ۱۳۶۷: ج ۲، ص ۶۷). یکی دیگر از چشم‌اندازهای مهدوی که موجب پایبندی و تعهد به ارزش‌ها و اهداف مهدوی در یاران حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف می‌شود؛ نوید به مظلومان و مستضعفان است. امام صادق علیه‌السلام در تأویل آیه شریفه «أُذِنَ لِلَّذِينَ يُقَاتَلُونَ بِأَنَّهُمْ ظَلِمُوا وَإِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ نَصْرِهِمْ لَقَدِيرٌ» (حج: ۳۹)؛ فرمودند: «این آیه درباره قائم و یاران او نازل شده است» (نعمانی، ۱۳۹۷: ص ۱۸۹). مفاد آیه به این نکته اشاره دارد که در زمان ظهور حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف، انتقام مظلومان از ظالمان گرفته می‌شود. ترسیم چشم‌اندازی نویدبخش، مبنی بر احقاق حق مظلوم می‌تواند عامل تعهدبرانگیز در یاران حضرت باشد.

۲-۱. معرفت به امام

یکی دیگر از عوامل تعهدسازمانی در الگوی یاران حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف، معرفت راسخ به امام زمان عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف است. معرفت به امام از عواملی است که در یاران حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف تعهدسازمانی ایجاد می‌کند. امام صادق علیه‌السلام ویژگی بارز یاران حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌و‌رحمته‌الشریف را ایمان برشمرده و می‌فرماید:

یاران حضرت مردانی هستند که دل آن‌ها مانند پاره‌های آهن است در ایمان شکی ندارند و ایمان آن‌ها از سنگ محکم‌تر است. آن‌ها هنگام جنگ، امام را در میان گرفته و با جان خود از حضرت دفاع می‌کنند، و هر کاری داشته باشد، برایش انجام می‌دهند (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ص ۳۰۸).

ایمان راسخ به امام موجب می‌شود تا یاران حضرت، برای حمایت از ایشان تا سرحد جان‌فشانی، مدافع ایشان باشند. در روایات نیز بیان شده است که فرمانبری یاران حضرت



مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ از ایشان، از فرمانبری کنیز به سرورش بیش تر است (همان). این فرمانبرداری گویای تعهد یاران مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ است که از روی علم و معرفت راسخ به امام حاصل می شود. به عبارت دیگر، تحقق و بروز چنین پایبندی و تعهدسازمانی در یاران مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ در گرو معرفت راسخ و ایمان به امام زمان عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ است. بنابراین، در مدل انگیزش یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ، یکی از عوامل تعهدسازمانی، معرفت راسخ یاوران، به امام است.

۳-۱. عدالت

از دیگر عوامل تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ گرایش به «عدالت» می باشد. امام کاظم عَلَيْهِ السَّلَامُ در تفسیر آیه شریفه «اعلموا ان الله يجزي الارض بعد موتها قد بينا لكم الايات لعلكم تعقلون» (حدید: ۱۷)؛ فرمودند: «منظور از یحیی الارض بعد موتها؛ این نیست که خداوند زمین را با باران زنده کند، بلکه مردانی را بر می انگیزد تا عدالت را زنده کنند و در پرتو آن عدالت، زمین زنده می شود» (موسوی اصفهانی، ۱۳۸۱: ج ۱، ص ۸۱). فطرت عدالت جوی انسان های صالح، با دیدن چشم انداز ظهور مهدوی که رویکردی عدالت محور دارد، برانگیخته می شود تا این افراد با تعهد به آرمان های مهدوی، هرگونه تبعیض و بی عدالتی را برطرف کنند. در نتیجه در الگوی تعهد سازمانی در اندیشه مهدوی، چشم انداز مهدوی، معرفت راسخ به امام و عدالت گرایی از عواملی هستند که تعهد سازمانی را در اعضای سازمان ایجاد می کنند.

۲. زمینه سازهای تعهدسازمانی

یکی از ارکان و عناصر مهم در الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ، توجه به «زمینه سازهای تعهدسازمانی» است. در واقع، تعهدسازمانی در خلاء شکل نمی گیرد، بلکه برای تحقق آن در یاران حضرت، باید به برخی زمینه سازها توجه کرد. زمینه سازهای تعهدسازمانی در الگوی یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ به این حقیقت اشاره دارد که برای ایجاد و یا تقویت تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ، به عواملی نیاز است که زمینه ساز تحقق و تعهد هستند. در واقع، زمینه سازها، بسترهای تحقق و تقویت تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَامُ وَآلِهِ السَّرِيفُ را مهیا می کنند. زمینه سازهای تعهد سازمانی را می توان بن مایه و شالوده های شکل گیری تعهد سازمانی برشمرد. به همین دلیل، ظرفیت مناسبی را برای نقش آفرینی عوامل



تعهدسازمانی ایفا می‌کنند. در این پژوهش، برخی از مهم‌ترین زمینه‌سازهای تعهدسازمانی عبارتند از: «قدرتمندی» و «کنترل درونی».

۱-۲. قدرتمندی

در بخشی از زیارت مخصوص امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف چنین بیان می‌شود: «اللَّهُمَّ وَاعِزِّ بِهِ الدِّينَ بَعْدَ الْحُمُولِ» (ابن مشهدی، ۱۴۱۹: ص ۵۸۹) و عبارتی از دعای مأثور چنین است: «اللَّهُمَّ إِنَّا نَرْعُبُ إِلَيْكَ فِي دَوْلَةِ كَرِيمَةٍ تُعِزُّ بِهَا الْإِسْلَامَ وَ أَهْلَهُ» (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۳، ص ۴۲۴). تعابیر مذکور به قدرتمندی در اندیشه مهدویت اشاره دارند. از زمینه‌سازهای تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف قدرتمندی است. ایجاد قدرت در جبهه مهدوی، می‌تواند زمینه‌های تعهد سازمانی در یاران حضرت را ایجاد و یا تقویت کند. جبهه مهدوی برای مقابله با جبهه کفر نیازمند استطاعت و قدرتمندی است. برخورداری از قدرت، به عنوان یک عامل زمینه ساز می‌تواند نوعی حالت روانی در یاران مهدوی ایجاد کند تا آنان نسبت به اهداف و آرمان‌های مهدوی همراه و متعهد باشند. قدرتمندسازی جبهه مهدوی می‌تواند زمینه همراهی و مشارکت بسیاری از افراد با اهداف و سیاست‌های مهدوی را فراهم کند. در این خصوص، امام سجاد علیه السلام می‌فرمایند: «هنگامی که قائم ما قیام کند، خداوند دل‌های شیعیان را همچون پاره‌های آهن می‌کند، و به هر مردی از آن‌ها نیروی چهل مرد می‌دهد، و آن‌ها حکام زمین و رؤسای اجتماع خواهند بود (ابن بابویه، ۱۴۰۳: ص ۲۴۵). در روایت دیگری امام جواد علیه السلام آمده است: «حضرت مهدی دارای اسب‌هایی نیرومند و مردان نامور است» (همان، ۱۴۰۴: ص ۱۲۳). وجود مردان رزمجو و نیرومند حکایت از قدرتمندی حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف در مصاف با جبهه کفر و در برابر مستکبران دارد. وجود چنین قدرت و شوکتی می‌تواند زمینه‌ساز تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف شود؛ زیرا قدرتمندی جبهه مهدوی باعث آرامش و اطمینان خاطر از پیروان و هواداران این جبهه خواهد بود و این اطمینان موجب همراهی و ملازمت آن‌ها با برنامه‌های سازمان اسلامی مهدوی خواهد شد.

۲-۲. کنترل درونی

از دیگر عوامل زمینه‌ساز که موجب بروز و تقویت تعهد سازمانی در مهدی یاوران می‌شود،



«کنترل درونی» است. کنترل درونی^۱ راهبردی خود کنترلی^۲ است؛ به طوری که افراد برانگیخته می‌شوند تا مسئولیت رفتار خود در کارها را بر عهده گیرند (شمرهون، ۲۰۰۴: ص ۱۱۴). هدفی که در کنترل درونی دنبال می‌شود، ایجاد حالتی درون فرد است که بدون کنترل عامل خارجی، او را به اجرای تعهداتش متمایل می‌کند. مدیران اگر بتوانند افراد را از لحاظ وجدانی نسبت به انجام دادن وظایفشان معتقد و ملزم کنند، بدون آن که به کنترل خارجی نیازی باشد، آن افراد به لحاظ وجدان، با میل و تمایل بیش‌تری به امور محوله ملتزم خواهند بود؛ اما فراتر از مسئله وجدان، پایه‌های اعتقادی افراد و خودکنترل کردن آنان از این طریق است. عامل خود کنترلی به عنوان یکی از عوامل زمینه‌ساز تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف از طریق مداومت بر ترک گناه، ورع و پرهیزکاری و عبادت‌های شبانه به دست می‌آید؛ چنان که در اوصاف یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف بیان شده است: «لهم في الليل اصوات كأصوات الثوآكل حزنا من خشية الله؛ آنان در دل شب، ناله‌هایی دارند، همچون صدای زنبور عسل از خشیت خدا» (قندوزی، ۱۴۱۶: ج ۳، ص ۹۵). در روایت دیگری، امام جواد علیه السلام از پدران بزرگوارش، عبودیت و بندگی یاران مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف را این گونه وصف فرمودند: «انان سلحشورانی هستند که در اطاعت خدا بسیار سخت کوشاند» (حائری، ۱۴۲۲: ص ۶۳). امام باقر علیه السلام می‌فرماید:

چون حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف بر بام نجف برآید به یارانش خطاب می‌کند: امشب را به عبادت به روز آورید. آنان برخی در رکوع و برخی در سجده شب را به سحر می‌رسانند و به درگاه خدا تضرع می‌کنند (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ص ۳۰۸).

تقوا و پرهیزکاری یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف حکایت از کنترل درونی آن‌ها دارد. تحقق کنترل درونی در یاران حضرت، زمینه تعهد سازمانی را در آن‌ها ایجاد می‌کند.

۳. ماهیت تعهد سازمانی

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف؛ درک ماهیت تعهد سازمانی است. در واقع، ماهیت تعهد سازمانی، همان مؤلفه محوری در این

1 . internal control

2 . self-control

پژوهش است که سایر مؤلفه‌ها نیز با آن مرتبط هستند. با توجه به تفاوت نظام ارزش‌ها و مبانی اسلام با سایر مطالعات سازمانی، آنچه در اندیشه مهدویت، به عنوان تعهد سازمانی مورد نظر است؛ با سایر مطالعات انجام شده تفاوت ماهوی دارد. با بررسی‌های انجام شده در این پژوهش، تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف همان تعلق پذیری یاران به حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف می‌باشد. این تعلق پذیری که با احساس هویت و همسویی با امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف همراه است؛ تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف می‌باشد. در واقع، تبلور حس همراهی و تعلق پذیری به امام، همان تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت در سازمان‌های اسلامی است. زمانی که مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف وارد کوفه می‌شود، بر منبر قرار می‌گیرد و سخن آغاز می‌کند. مردم از شدت شوق دیدار حضرت، گریه می‌کنند و از شدت گریه، سخن امام را متوجه نمی‌شوند (طبرسی، ۱۴۱۷: ج ۲، ص ۲۸۷). این حالت، گویای اوج تعلق پذیری به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف می‌باشد. حس تعلق پذیری به امام باعث می‌شود تا یاران حضرت، در مسیر اهداف و آرمان‌های مهدوی از هیچ تلاشی فروگذار نباشند. همین باعث می‌شود تا به عنوان شیعه‌ای کامل و حقیقی برای مولای خود محسوب شوند. بنابراین، در الگوی تعهد سازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، تعلق سازمانی، تعلق پذیری یاران به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف است. تعلق پذیری به امام عجل الله تعالی فرجه الشریف، همان چیزی است که افراد با آن احساس هویت می‌کنند. در همین سمت و سو، اهداف و ارزش‌های مهدوی را پذیرفته و برای همکاری و مشارکت با آن تمایل فراوانی از خود نشان می‌دهند. میزان این علاقه به حدی است که برای حضور در زمره یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تمایل فراوانی خواهند داشت.

۴. موانع تعهد سازمانی

الگوی «تعهدسازمانی»، اگر چه دارای عوامل و زمینه‌سازهای مختلفی است؛ همواره این الگو می‌تواند دارای موانعی باشد. یک الگوی تعهدسازمانی کارآمد و جامع نمی‌تواند به موانع آن غفلت ورزد. از این‌رو، در این پژوهش، یکی از ارکان و عناصر الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، موانع تعهدسازمانی است. در این پژوهش، مهم‌ترین مانع تعهدسازمانی در اندیشه مهدویت، «فقدان هدف» است. یکی از موضوعات مهم در اندیشه مهدویت، غایت‌مندی و

هدفمندی است. در واقع، یکی از عناصر فرجام‌شناسانه در ادیان، موعودباوری است. موعودباوری، نهایی برای حرکت جوامع ترسیم می‌کند و به انسان می‌آموزد که برای رسیدن به «جامعه آرمانی به محوریت امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف» همواره باید به اهداف بیندیشد و فعالیت‌های خود را به آن معطوف کند. اندیشیدن به غایت و نقطه مطلوب، حاکی از هدفمندی برنامه‌ها و فعالیت‌هاست. یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف در تمام برنامه‌ها و تعاملات سازمانی، هدفی عظیم و غایتی متعالی دنبال می‌کنند. امام علی ع در اوصاف یاران حضرت می‌فرماید: «رِجَالٌ مُّؤْمِنُونَ عَرَفُوا اللَّهَ حَقَّ مَعْرِفَتِهِ وَ هُمْ أَنْصَارُ الْمُهْدَى فِي آخِرِ الزَّمَانِ؛ مردان مومنی که خدا را چنان که شایسته است، شناخته‌اند و آن‌ها یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف در آخرالزمان هستند» (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۷، ص ۲۲۹). شناخت خدا بر مبنای بصیرت، عالی‌ترین هدف است؛ به طوری که سایر اهداف در پرتو این هدف نمود و معنا پیدا می‌کنند. از این‌رو، یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف با معرفت و بصیرت کامل، اهداف مهدوی را تشخیص می‌دهند. چنانچه نسبت به اهداف مهدوی غفلت و ورزند، نمی‌توانند به آرمان‌های مهدوی متعهد شوند. فقدان هدفمندی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، موجب تشتت و انحرافات گسترده در بین آن‌ها می‌شود. لازمه تعهد سازمانی، انسجام و همراهی همه آحاد یاران حضرت است. از این‌رو، فقدان هدفمندی در آنان، می‌تواند سطح مشارکت و همکاری‌های جمعی را برای تحقق اهداف، پایین آورد؛ زیرا هیچ اجماع و اتفاقی برای هدف در بین یاران وجود ندارد. بنابراین، عدم درک یاران حضرت از اهداف، زمینه اعوجاج و پراکندگی را بین آنان ایجاد می‌کند. به همین دلیل، فقدان هدفمندی می‌تواند به عنوان مانعی مهم در الگوی تعهد سازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف محسوب شود. وقتی یاران نسبت به اهداف هیچ درکی نداشته باشند، اعتقاد و میلی نیز برای ماندن در این مسیر در بین آنان وجود نخواهد داشت. بنابراین، در الگوی تعهد سازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف باید به این مانع توجه داشت. مجموعه‌های یاران مهدوی وقتی برای همراهی اعتقاد و انگیزه‌ای نداشته باشند، دیگر تعهد سازمانی برای تحقق اهداف و آرمان‌های مهدویت شکل نمی‌گیرد.

۵. پیامدهای تعهدسازمانی

در صورتی که تمام ارکان و مؤلفه‌های الگوی «تعهدسازمانی» در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف



تحقق یابند؛ دارای پیامدهایی نیز می‌باشد. با بررسی‌های انجام شده در این پژوهش، پیامدهای الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجّل الله تعالی فرجه الشریف، «پیروی» و «اتحاد» و «انسجام» را شامل می‌باشد.

۱-۵. پیروی

«پیروی» به معنای فرآیند رسیدن به اهداف از طریق نفوذپذیری از رهبر است، برای مشارکت در تلاش‌های فردی یا گروهی معطوف به اهداف سازمان در موقعیتی معین (ورتمن^۱، ۱۹۸۲: ص ۳۷۳). به همین دلیل، افرادی که در نقش پیروان مؤثر ظاهر می‌شوند، دارای تعهد سازمانی بالایی هستند. در الگوی تعهدسازمانی یاران مهدی، پیامد تعهدسازمانی، بر پیروی افراد مؤثر می‌باشد. هرچه میزان تعهد سازمانی یاران مهدی افزایش یابد، پیروی آن‌ها از برنامه‌ها و سیاست‌های سازمانی نیز افزایش می‌یابد. نتیجه تعهد سازمانی، پیروی افراد از فرمان‌های امام زمان عجّل الله تعالی فرجه الشریف و آرمان‌های ایشان است. امام صادق علیه السلام فرمودند: «هُم أَطْوَعُ لَهُ مِنَ الْأَمَّةِ لِسَيْدِهَآ؛ مردانی که در میان امت، اطاعت پذیرترین و مطیع‌ترین آنان نسبت به مولای خود هستند» (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ص ۳۰۷). یکی از مهم‌ترین کارکردها و پیامدهای تعهدسازمانی در یاران مهدی عجّل الله تعالی فرجه الشریف، پیروی و اطاعت‌پذیری آن‌ها از امام و مقتدایشان می‌باشد. در نتیجه یاران مهدوی با امام خود در برنامه‌ها همدل و هماهنگ خواهند بود.

۲-۵. اتحاد و انسجام

از دیگر پیامدهای الگوی تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجّل الله تعالی فرجه الشریف، «اتحاد» و «انسجام» است. در روایتی از امام علی علیه السلام بیان شده است: «رابطه دوستی آن‌ها چنان مستحکم است که گویی برادران تنی و از یک پدر و مادرند»^۲ (قندوزی، ۱۴۱۶: ج ۳، ص ۹۵). بدون اتحاد و همدلی، هیچ کاری به درستی انجام نمی‌شود. این اتحاد آن‌ها حتی در لباس و هماهنگی و یکدستی و نظم ساختار نظامی‌شان دیده می‌شود (ابن طاووس، ۱۳۸۱: ص ۱۴۸). نهضت مهدوی برای پیشبرد

1. Wortman

۲. «كَأَنَّمَا رَبَاهُمْ أَبٌ وَاحِدٌ وَأُمٌّ وَاحِدَةٌ قُلُوبُهُمْ مُجْتَمِعَةٌ بِالْمَحَبَّةِ وَالتَّصَيُّحَةِ» (یزدی حائری، ۱۴۲۲: ج ۲، ص ۱۶۵).

اهدافش به اتحاد و انسجام جمعی نیازمند است؛ زیرا در پرتو چنین اتحاد و انسجامی است که مشارکت و همراهی افراد در سازمانی تقویت و شکل می‌گیرد. اهمیت آن به قدری فراوان است که امام علی عَلَيْهِ السَّلَام در خطبه‌ای به مردم چنین توصیه می‌کنند: «وَإِيَّاكُمْ وَالْفُرْقَةَ فَأَقْتُلُوهُ وَ لَوْ كَانَ تَحْتَ عِمَامَتِي هَذِهِ؛ از اختلاف و تفرقه بپرهیزید و اگر عامل تفرقه یا تفرقه افکنی را دیدید، آن را به قتل برسانید، هر چند در زیر عمامه من باشد» (نهج البلاغه، خ ۱۲۷). این قید اخیر در کلام حضرت که می‌فرمایند: ولو فرد تفرقه انگیز در زیر عمامه من باشد؛ حکایت از اهمیت و نقش اتحاد و انسجام در آینده اسلام دارد. به عبارت دیگر، تحقق اهداف و برنامه‌های مهدوی، در گرو اتحاد و انسجام ملت‌های مسلمان است که دشمن با درک اهمیت این مسئله سیاست‌ها و راهبردهای خصمانه خود را به منظور ایجاد تفرقه و ممانعت از ایجاد اتحاد و انسجام ملت‌های مسلمان دنبال می‌کند. سازمان‌ها و گروه‌های شیعی که برای اندیشه مهدویت و حمایت از ظهور تلاش کنند، به اتحاد و انسجام درونی و ساختاری نیازمند هستند. در این زمینه الگوی تعهدسازمانی یاران امام مهدی عَلَيْهِ السَّلَام و وَرَجَاهُ الشَّرِيف که در این پژوهش انجام شده است، می‌تواند بر تحقق اتحاد و انسجام نقش آفرین باشد؛ لذا به عنوان یکی از پیامدهای این الگو در نظر گرفته شد.

نتیجه‌گیری

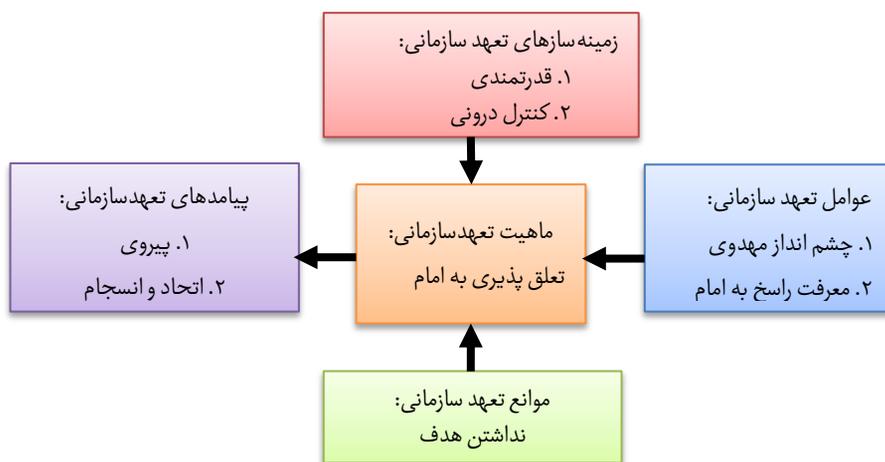
در این پژوهش، با بررسی آموزه‌های مرتبط با اندیشه مهدویت، تلاش شد الگوی «تعهد سازمانی» در یاران حضرت مهدی عَلَيْهِ السَّلَام و وَرَجَاهُ الشَّرِيف مورد تبیین و بررسی قرار گیرد. تعهد سازمانی موجب وابستگی عاطفی و تعصب به ارزش‌ها و اهداف سازمان در یاران مهدی می‌شود. اگرچه در زمینه تعهدسازمانی پژوهش‌هایی با رویکرد اسلامی انجام شده است؛ تعهد سازمانی در مطالعات انجام شده، بیش‌تر به وابستگی عاطفی ناظر است و تمرکز آن بر ارتباط عاطفی افراد با سازمان و اهداف آن است. حتی در برخی از مطالعات انجام شده، تعهد سازمانی در اسلام را در قالب تعهد عاطفی یا هنجاری و یا مستمر مورد بررسی قرار داده‌اند؛ به عنوان مثال، برخی از پژوهش‌ها، راهکارهای افزایش تعهد عاطفی در سازمان از دیدگاه اسلام را شاخص‌های ذیل برمی‌شمارند. نگاه مثبت و محبت‌آمیز به یکدیگر، ابراز و بیان مهر و محبت، رعایت انصاف، چشم‌پوشی و مدارا، عفو و گذشت، حسن خلق، حسن ظن، نرمی در گفتار، احسان به دیگران، ایجاد رابطه



عاطفی، شفافیت در امور، انتصابات مقبولانه، رعایت مساوات و برابری و سعه صدر. اگر چه نتایج این پژوهش در جای خود حائز اهمیت است؛ در واقع، این پژوهش، راهکارهای تعهدسازمانی را در قالب انواع تعهدسازمانی موجود در مطالعات این حوزه مورد بررسی قرار داده است (زارع، ۱۳۹۲). در حالی که آنچه در این پژوهش انجام شد، ارائه الگویی جدید و مبتنی بر اندیشه‌های مهدویت از تعهد سازمانی است. در این الگو حتی تعهد سازمانی صرفاً به معنای ارتباط عاطفی بین افراد با سازمان و اهداف سازمانی نیست، بلکه تعهد سازمانی را نوعی حس تعلق پذیری به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف معرفی می‌کند. به همین دلیل، وقتی سخن از راهکارهای افزایش تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت به میان می‌آید، باید به دنبال آن دسته از راهکارهایی بود که حس تعلق پذیری افراد را به امام گسترش و ارتقا می‌دهد. برخی از مطالعات انجام شده در حوزه تعهد سازمانی با رویکرد اسلامی، فقط به معرفی عوامل ساختاری و رفتاری تعهد سازمانی در اسلام می‌پردازد (حیدری، ۱۳۸۹). برخلاف پژوهش مذکور، در الگوی ارائه شده در این پژوهش، تمام اقتضائات و موانع و پیامدهای تعهدسازمانی مورد توجه و مطالعه قرار گرفته‌اند. در واقع وجه تمایز این پژوهش با سایر مطالعات انجام شده، این است که این پژوهش با رویکرد استقرایی و داده بنیاد، اطلاعات را از منابع اسلامی مرتبط با مهدویت احصا و الگویی بومی و مبتنی بر اندیشه‌های مهدویت برای تعهد سازمانی ارائه کرده است. تصویر شماره (۱) الگوی تعهدسازمانی در یاوران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف را نشان می‌دهد.

در این الگو سعی شد هر آنچه بر تحقق تعهدسازمانی در یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تأثیرگذار است، شناسایی شود و هر آنچه می‌تواند مانع این موضوع شود نیز در قالب یک مدل و الگوی چند وجهی ارائه گردد. به همین دلیل، این الگو دارای پنج مؤلفه است که هر یک بر تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف نقش قابل توجهی دارد. عوامل تعهدسازمانی گویای آن دسته از اقتضائاتی است که به طور مستقیم در تحقق تعهدسازمانی در یاران حضرت ایفای نقش می‌کنند. در این الگو، عواملی نیز وجود دارند که اگرچه به طور مستقیم در تحقق تعهدسازمانی نقش آفرین نیستند؛ به طور غیر مستقیم بر تعهدسازمانی یاران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تأثیرگذارند که از آن به «زمینه‌سازهای تعهدسازمانی» در یاران حضرت یاد می‌شود. به عبارت دیگر، این عوامل، ظرفیت‌های لازم را برای عوامل تعهدسازمانی در یاران حضرت فراهم می‌کنند. در الگوی ارائه شده،

موانع تعهدسازمانی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. و البته وجه تمایز الگوی ارائه شده با سایر مطالعات در حوزه تعهد سازمانی، مفهوم و ماهیت تعهدسازمانی در اندیشه مهدویت است. در اندیشه مهدویت، تعهدسازمانی به معنای ایجاد حس تعلق پذیری به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف است که با مبانی، اصول و ارزش‌های اسلامی نیز سازگار است. وقتی تعهد سازمانی در اندیشه مهدویت، بر حس تعلق پذیری مبتنی باشد، بالاترین همانند سازی و دل‌بستگی‌ها را همراه خواهد داشت. بنابراین، وقتی تعهدسازمانی در یاران، بر ایجاد حس تعلق به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف مبتنی باشد، بالاترین روابط عاطفی و بیش‌ترین هنجارمندی را به دنبال خواهد داشت. الگوی ارائه شده در این پژوهش، این قابلیت را دارد که اگر سازمان مهدوی که با ارزش‌ها و تعالی فرهنگ مهدوی، همسو کار می‌کند، توان و فرصت ارائه پاداش مادی را نداشته باشد، همچنان تعهد سازمانی به قوت خود در سازمان‌های اسلامی وجود داشته باشد.



تصویر شماره ۱. الگوی تعهدسازمانی در یاوران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف

پیشنهادهای پژوهش:

- پژوهشگر پس از بررسی، مطالعه و تدوین الگوی تعهدسازمانی در یاوران حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف؛ به مسائلی در این حوزه پی می برد که هر یک به پژوهشی مستقل نیازمند می باشد. از این رو، برخی از موضوعاتی که قابلیت پژوهش و بررسی دارند، در قالب پیشنهاد در ذیل ارائه می شوند:
۱. تحلیل ساختاری الگوی تعهدسازمانی در اندیشه مهدویت؛
 ۲. تبیین شاخص های تعهدسازمانی در اندیشه مهدویت؛
 ۳. بررسی تطبیقی تعهدسازمانی در عصر معصومان علیهم السلام با دوران معاصر.



منابع

قرآن کریم.

۱. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۰۳ق). *خصال*، قم، انتشارات جامعه مدرسین.
۲. _____ (۱۴۰۴ق). *عیون الاخبار الرضا*، بیروت، موسسه الاعلمی للمطبوعات.
۳. ابن طاووس، علی بن موسی (۱۳۸۱). *الملاحم و الفتن*، محقق: محمدجواد نجفی، تهران، اسلامیة.
۴. ابن مشهدی، محمد بن جعفر (۱۴۱۹ق). *المزار الکبیر*، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۵. حائری، علی بن زین العابدین (۱۴۲۲ق). *الزام الناصب فی اثبات الحجج الغائب*، بیروت، موسسه الاعلمی.
۶. دانائی فرد، حسن و اسلامی، آرزو (۱۳۹۰). *کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده بنیاد در عمل ساخت نظریه بی تفاوتی سازمانی*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۷. رایبیز، استیفن پی (۱۳۷۸). *مبانی رفتار سازمانی*، مترجم: پارسائیان و اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۸. شریف الرضی، محمد بن حسین (۱۴۱۴ق). *نهج البلاغه*، مترجم: صبحی صالح، قم، دار الهجره.
۹. صادقی فر، جعفر (۱۳۸۶). *ارزش فردی و تعهد سازمانی*، شیراز، انتشارات نوید.
۱۰. طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۷ق). *إعلام الوری بأعلام الهدی*، قم، آل البيت علیهم السلام.
۱۱. فرهنگیان، محمد (آذر ۱۳۸۱). «نیاز به احساس تعلق داشتن»، مجله پیوند، شماره ۲۷۸، ص ۴۸-۵۰.
۱۲. فلیک، اووه (۱۳۸۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، مترجم: هادی جلیلی، تهران، نشر نی.
۱۳. قمی، علی بن ابراهیم (۱۳۶۷). *تفسیر قمی*، قم، دارالکتاب.
۱۴. قندوزی، سلیمان بن ابراهیم (۱۴۱۶ق). *ینابیع الموده*، محقق: علی جمال اشرف الحسینی، قم، دار الأسوة للطباعة والنشر.
۱۵. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق). *الکافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۱۶. گوردون، کریستوفر و ماندی، سایمون (۱۳۸۳). *دیدگاه های اروپایی سیاست فرهنگی*، مترجم: هادی غبرائی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۱۷. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق). *بحار الأنوار*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۱۸. محمد پور، احمد (۱۳۹۲). *روش تحقیق کیفی ضد روش*، تهران، انتشارات جامعه شناسان.



۱۹. منصوریان، یزدان (۱۳۸۶). *گراندد تئوری چیست و چه کاربردی دارد، ویژه نامه همایش علم اطلاعات و جامعه اطلاعاتی*، اصفهان، دانشگاه اصفهان.
۲۰. مهربانی، امیر حمزه؛ خنیفر، حسین؛ امیری، علی نقی؛ زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا (بهار و تابستان ۱۳۹۰). «*معرفی روش شناسی نظریه داده بنیاد برای تحقیقات اسلامی (ارائه یک نمونه)*»، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، سال نهم، شماره ۲۳، ص ۵-۳۰.
۲۱. موسوی اصفهانی، محمدتقی (۱۳۸۱). *مکیال المکارم*، قم، ایران نگین.
۲۲. نعمانی، محمد بن ابراهیم (۱۳۹۷ق). *الغیبه نعمانی*، مصحح: علی اکبر غفاری، تهران، نشر صدوق.

23. Charmaz, Kathy (2006). *Constructing Grounded Theory A Practical Guide Through Qualitative Analysis*, London, SAGE Publications.
24. Meyer , john p. Allen Natalie J (1990). " The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization" *Journal of Occupational Psychology*.
25. Schermerhorn. John R (2004). *Core Concepts of Management*, USA, john Wiley.
26. Powell, R. (1999). "Recent trends in research: a methodological essay", *Library and Information Science Research*, Vol. 21 No. 1, pp. 91-119.
27. Wortman, M. (1982). Strategic management and changing leader-follower roles. *The Journal of Applied Behavioural Science*, 18(3), 371-383.

