

نقش معنویت در توسعه و کار آفرینی

عباس امینی^۱، دکتر فرهاد امام جمعه^۲، دکتر ژیلما مشهدی^۳

^۱ دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه a.amini95@iau-arak.ac.ir

^۲ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، ایران (نویسنده مسئول) f-emamjomeh@iau-arak.ac.ir

^۳ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی اراک J-mashhadi@iau-arak.ac.ir

چکیده

هدف: بررسی نقش معنویت در کار آفرینی انجام شده است. کشوری که می‌خواهد توسعه یابد، باید کار آفرین داشته باشد. افرادی با علم در یک حوزه تخصصی، قدرت ریسک پذیری بالا و خلاق و نوآور، که تمام این‌ها به ارزش‌های درونی افراد کار آفرین بستگی دارد. زندگی معنوی لزوماً به معنای تعلق به یکی از ادیان نهادینه و تاریخی نیست، بلکه به معنای داشتن نگرشی به عالم و آدم است که به انسان آرامش، شادی و امید بدهد.

روش: روش پژوهش کیفی است و در این پژوهش از روش نظری داده بنیاد استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه ساختاریافته است.

یافته‌ها: جهان زیست‌های مختلف-تکثر گرایی-نسبیت گرایی-هنجاری-فردیت گرایی-التقاط گرایی به عنوان عوامل علی که بر فرآیند معنویت بر کار آفرینی تأثیر دارند، شناسایی شدند. آشنایی با مکاتب فکری و ورز شهای مثل یوگا-تجارب فقر در خانواده، وقوع جنگ تحمیلی، انقلاب اسلامی، سر خوردگی‌های دینی به عنوان عوامل میانجی شناسایی شد. رشد شخصی، رضایت فردی، از خود فراتر رفتن، شناخت خود و خدا، تحلیل هزینه-پاداش، شناخت دیگران، کمک به دیگران به عنوان راهبردها و استقلال، نوآوری، همدلی، مسئولیت اجتماعی، خودنوشت، نوع دوستی به عنوان پیامدها استخراج شدند.

نتایج: پارادایم معنویت در همه افراد وجود دارد، در جامعه سنتی نوع دینی آن مد نظر بود، اما با تحولات در جوامع، افراد تعاریف و برداشت های متفاوتی از معنویت را برای خود قرار داده اند معنویت " امری منحصر به دنیای درون انسان و منزوی کننده ی او از جهان بیرون نیست بلکه موجب افزایش شگرف نیروی زندگی و پیدایش فرآینگیزه و کار آفرینی در انسان می شود.

کلمات کلیدی: معنویت "کار آفرینی" سکولاریسم "توسعه

...الله ولی الذین امنوا یخرجهم من الظلمات الی النور(قرآن کریم)^۴

مقدمه

خاصیت علم، معرفت و فراعلم^۵ آن است که راهی به نور و حل مساله باز کند تا آدمی بتواند با توانایی، آرامش و آسایش، زندگی را تجربه کند و هر روز با عشق و امیدهای تازه و آگاه به خودشکوفایی خویش برسد. انسان آگاه، ایمان دارد که هر گاه به سازوکار علم و معرفت، توجه و تمسک بجوید می تواند از بسیاری سیاهی ها و ظلمت ها به سوی نور و بلندای روشنایی عبور نماید و بر حل بسیاری از مجهولات و مسائل درونی و بیرونی خویش فائق بشود. امید است از رهگذر مباحث این مقاله برخی مسائل مهم ضدتوسعه یافتگی جامعه بازشناسی شده، و با رویکرد معنویت گرای نهفته در موضوع پژوهش، بتوان نظرات و افق های تازه و متناسبی را حول محور کارآفرینی و مقتضای توسعه اجتماعی، اقتصادی و.. گشوده و مطرح نمود.

خوش بختانه در برهه کنونی الگو و پارادایم اثبات گرایی دیگر سلطه غالب و توتال بر ساحت علم اجتماعی ندارد؛ و می توان با بسیاری محققان به این توافق رسید که برخی مقولات و فاکتورها در زندگی هستند که حیثیت مادی ندارند و از هویت فرامادی-معنوی برخوردارند. این امور اگرچه دیدنی نیستند و نیازی به محاسبه کمی ندارند ولی قابل فهم و درک انسانی هستند، و می توان در گستره حیاتی آنها قوانین نسبتا پایداری را کشف و بیان کرد. لذا قوانین علمی لزوما تعمیمی و قطعی مطلق نیستند و بسته به روحیه، جنس و معنای باورها و مقاصد انسان ها ابعاد متفاوتی پیدا می کنند. از این رو بهترین راه شناخت و بیان قواعد علمی پذیرش عدم قطعیت، نسبییت، و کثرت الگوهای سوپژکتیو در ارتباط متقابل با موضوعات حوزه تحقیق می باشد. توجه به نیروی باورها، ارزش های مورد علاقه مردم، و معنویت در این راستا اولویت و وزانت علمی- پژوهشی پیدا می کند. بدین ترتیب هستند انسان هایی که به نیروی اندیشه، نبوغ، هوش خلاق و موفق خویش، عزت و اعتماد به نفس خویش در سیما و آینه ی ارتباطی با دیگران ایمان دارند، دچار تردید، واهمه، ترس و محاسبه چرتکه ای سود و زیان عقل جزیی نمی شوند؛ و از این رو بیش از آن که "بازیچه مناسبات(ماتریکس)" و بازیگران حوزه های سیاست، نگرانی ها و تعلقات سیاسی، و القانات اخبار اقتصادی و... بشوند، در واقع با تجلی اراده ی پویای خویش، "بازیگرند"، و کار خودشان می کنند و پیش می برند. از این رو سر حلقه ی جریان های موثری در خدمت و کارآفرینی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی(هنری، گردشگری، ورزشی، رسانه ای، مشاوره های مددکاری و...) می شوند. اینها همه دلالت بر نقش باورها، و معنویت کاربردی-راهبردی در زندگی جمعی دارد که در بسیاری جوامع بومی- محلی و حتی عرصه نظام جهانی اتفاق افتاده، و پیامدها و آثار وضعی فراوانی نیز داشته است. تا جایی که نقش

^۴ "خداوند، دوست کسانی است که از ظلمت به سوی نور خروج می کنند" .. البته آیه قرآن که در ابتدای این مقدمه مطرح شده، بدین معنا نیست که اجرا و تحقق کار مطالعاتی جامعه شناسی را در قالب پارادایم معرفت دینی اسلام قرار داده ایم؛ و معتقد نیستیم که علم، همان معرفت دینی است. چون کار تحقیق علمی با روح تقدس گرا و ایمان ساز معرفت دینی در تغایر و تباین بوده و به هیچ وجه قابل تقلید و تطبیق نیست. اما هر محقق می تواند بر حسب سلیقه و نگرش باطنی خویش، مضامین گزینشی و عام معرفت شناسی را مطرح نماید؛ لذا این عبارت معنوی دینی را از قسمت جزء سوره بقره(آیت الکرسی) قرآن اسلام برگرفته و سرآغاز رساله قرار داده ایم.

^۵ فراعلم، آن جنسی از آگاهی و معرفت است که نیازی به اثبات و مجادله، سنجش و اندازه گیری ندارد. هر انسان سالم و عقل سلیمی وقتی به خود رجوع کند می تواند از صحت و کیفیت نور و آگاهی با خیر شده و بهره برداری کند مانند این گزاره که "عشق و محبت به رشد و تکامل شعور انسانی، برتر از تکاثر ثروت، و یا قدرتی است که همراه با خشونت و تکبر باشد."

بسیار موثر و با مشروعیت و اعتباری در عرصه های اقتصادی، تجاری، سیاسی، فناوری و علم و... از خود بر جا گذارده، و بسیاری از ساختارها را در مدار سنخ اندیشه و بینش خود قرار داده اند. چنین رویکرد و توجهی به گردونه مسائل توسعه انسانی-اجتماعی در قالب پارادایم اثبات گرایی (پوزیتیویسم) قابل طرح و تایید نیست- مگر از تنگنا و حصار این نگرش خارج شده و بینشی فراکمی، فرامادی و فراتجربی (محض و کلیشه ای)، پیش کار شناخت و خدمت جامعه شناسی قرار داده شود. بر این اساس، فرض شده که معنویت گرایی، فاکتورهای اقتصادی، جغرافیایی، سیاسی و تمدنی تاریخ بشر را تحت تأثیر قرار داده، و خود نیز از این عوامل واقعی تأثیر پذیرفته است. معنویت نیز فراتر از امر دینی (سنتی)^۶، مورد علاقه مردمی است که به بلوغ اجتماعی-کارکردی آن رسیده و از آن به مثابه ابزاری در عرصه های اجرایی، کارآفرینی، هنر و پیشبرد بسیاری مقاصد اجتماعی استفاده می کنند. دنیای امروز بقول ماکس وبر دنیای سازمان ها است؛ و نیروی انسانی به عنوان با ارزش ترین منابع سازمانی، محور رویکردها و فعالیت های سازمانی بوده و در اعتلای اهداف و آرمان سازمان نقش اساسی ایفاء می کند. در چنین دنیای سازمانی، "سرمایه معنوی" نیروی کار که در طول سال های زیادی کسب شده و سپس به جریان می افتد نقش بسیار زیادی در سامان دهی نوسانات اقتصادی یا فرصت ها و تهدیدهای جدید سازمان ها ایجاد می کند. ظهور و بروز چنین پویایی را می توان پدیده ی کارآفرینی به توسط نیروی انسانی خلاق و دارای معنویت عینی در کار و زندگی قلمداد نمود. نکته ای که بر اساس دیدگاه شومپتری^۷، فرایند کارآفرینی یکی از عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی یک کشور یا یک منطقه است. (Schumpeter, 1934)

بیان مسئله

هر جامعه ای که از بحران توسعه نیافتگی رنج می برد درگیر مسائل و آسیب های ریشه دار اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی می شود که روز به روز بر عمق این مسائل افزوده می شود. این گونه جوامع نیاز به الگوها و مجریان مدبر و خلاق دارند که آگاهی ها، ارزش ها و باورهایی را در فرهنگ ارتباط عمومی و خصوصی ترویج نموده و جابیاندازند که مردم به نوعی در حل مسائل جاری جامعه مانند بسیاری صحنه های بیگانگی، بی تفاوتی، فقر، بیکاری، فقدان درآمد، نابرابری ها، تنهایی ها، برخوردهای خشن حذفی، عدم همبستگی و کاهش اعتماد، اعتدال و اخلاق مدنی و انسانی سهیم شده و با آگاهی فرهنگ درونی شان مشارکت منسجم و هماهنگی داشته باشند. کارآفرینان، نیروهای خودجوش و با ابتکاری هستند که نسبت به این گونه مسائل و رنج ها نمی توانند بی تفاوت باشند. جامعه شهری اراک، بزرگترین شهر استان مرکزی از بیشتر مسائل اشاره شده در فوق رنج می برد^۸؛ و نیاز به کارآفرینان خودجوشی دارد که در واقع می توانند بانی و واسطه ی تحولات منجر به توسعه ای بشوند که بسیاری از مسائل و آسیب های مذکور تعدیل شده و کاهش پیدا نماید.

^۶. به خصوص آن هنگامی که ادیان دین سنتی نمی شود پاسخگوی نیازها، شبهات و چالش های ذهنی و تعارض ها و تفاوت های فرهنگی، قومی، گروهی مردمان باشد.

^۷. Schumpeter

^۸. فقط لازم است که برای چند هفته مراجعه مختصری به هفته نامه های رسمی استان بشود تا ببینید که جامعه شهری از مسائل و مشکلاتی رنج می برد. ولی فضای این مقاله دچار حاشیه متن می شود اگر بخواهیم آمارهای رایج طلاق، اختلاف های کارگر و کارفرما، و بسیاری آسیب ها و صدمه هایی که بنگاه های دلالی در شهر به مردم و اقتصاد شهری ایجاد می کنند به آگاهی و اطلاع رسانده شود. کفایت چند مراجعه کوتاه به دادگاه های خانواده، و بررسی جرائم در قوه قضاییه و شورای حل اختلافات بشود تا ببیند که در واقع این جامعه بومی از چه تعارض ها، چالش ها و استرس های بی شمار و پی در پی متاثر است. از این رو حس زندگی، کیفیت زندگی، تعادل اجتماعی و آرامش و سلامت اجتماعی، همگرایی و هماهنگی مدنی در بسیاری از ساختارها و صحنه های جامعه کنونی از روند نزولی و بحران زایی برخوردار می باشد. حتی در سطح مناسبات صوری-شکلی جامعه شهری اراک، شاهد نمودهای بارزی از آشفتگی، بیگانگی، فقر، آسیب های اجتماعی، آلودگی محیط زیست و... نیز خشونت بارز و نهفته در حالات مردم شهر هستیم.

بنا بر تجربه تاریخی تحولات اجتماعی-اقتصادی جوامع انسانی، موتور توسعه، کارآفرینی و یکی از دلایل توسعه-نیافتگی، نبود کارآفرینان است. با نگاهی به کشورهای توسعه یافته و مطالعه تاریخ اقتصادی این کشورها متوجه اهمیت کارآفرینی و نقش عمده آن در اقتصاد این کشورها می شویم. در زمینه به وجود آمدن کارآفرینی دو نظریه عمده مطرح است:

۱. زمینه های اجتماعی و فرهنگی هر جامعه که بستر کارآفرینی را فراهم می کند؛
۲. ویژگی های شخصیتی افراد که آنان را کارآفرین می کند.

باورها و میدان فرهنگی لازم برای توسعه عبارت است از: باور و نگرش مثبت به زندگی، اهمیت دادن به امور دنیوی و سعی در کسب موفقیت در زندگی، باور به قداست کار و فعالیت بشری در زندگی، اعتقاد به استعداد و توانایی خارق العاده انسان در تسلط او بر طبیعت و نیز توانایی اش در اصلاح امور اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه. در شرایط امروز محیط تجاری- رقابتی، روی آوردن به کارآفرینی به عنوان شغلی مورد توجه قرار گرفته است که این معنا و مفهوم را فراهم می کند.

کارآفرینی از محور های اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است. کشوری که می خواهد توسعه یابد، باید به اندازه کافی کارآفرین داشته باشد. منظور از کارآفرین عناصر انسانی هستند که علاوه بر داشتن علم و مهارت کافی در یک حوزه تخصصی، از قدرت ریسک پذیری بالایی برخوردارند، دارای خلاقیت و نوآوری هستند، اهل کار و تلاش فوق العاده بوده و از نفس کار لذت می برند؛ و از این رو نقش کارگزار مهمی در تجربه توسعه و تحولات اقتصادی-اجتماعی جوامع معاصر داشته اند. توسعه در حقیقت، فرایند ارتقاء و اعتلای مادی و غیر مادی جامعه در راستای اهداف و مقاصد مطلوبی است که زمینه های مناسب را برای تعالی همه جانبه انسان ها فراهم می سازد. توسعه یک فرایند مستمر و همیشگی است؛ از این لحاظ جامعه ای که به مرحله نهایی توسعه رسیده باشد وجود خارجی ندارد. توسعه یک جریان چند بعدی است و باید تمامی ابعاد حیات انسانی (اقتصادی-سیاسی-فرهنگی-روانی و...) را در برگیرد (امام جمعه، ۱۳۹۵: ۸۸). با این وصف باید دید در چه میدان فرهنگی- فکری در فهم نقش و کارکرد کارآفرینان قرار داشته و چگونه این امر را در افق مورد نیاز برای توسعه و تحول جامعه می بینیم. معنویت به عنوان سازه ای گسترده به باورها، اعتقادات و اعمال متعالی انسان که کلی و فراگیرند، اشاره دارد؛ و می توان آن را در درون و هم در بیرون از ساختارهای دینی رسمی تجربه کرد و در مقایسه با دین، وسیع تر و شخصی تر است. معنویت با سرمایه گذاری فعالانه مجموعه ای از ارزش های درونی انسان مرتبط بوده و به فرد احساس داشتن معنا، یکپارچگی، وحدت و هماهنگی درونی و ارتباط با دیگران (وحدت با زندگی، طبیعت و جهان) می بخشد. این مفهوم انتزاعی دارای ابعاد مختلفی بوده و اهمیت آن در چگونگی ارتباط آن با سلامت جسمی، روانی و اجتماعی انسان می باشد، و جهت درک باورها، نگرش ها و رفتارهای سلامتی به خصوص در افراد کار آفرین بسیار اهمیت دارد

در دهه های گذشته، علاقه فزاینده ای به مفاهیم توسعه اقتصادی و کارآفرینی وجود داشته است. چندین مطالعه در ادبیات مربوط به این دو مفهوم مهم وجود دارد. (ناده ۲۰۱۱، بارنجلم، ۲۰۱۰، والزر، ۲۰۱۰؛ ونکرز و همکاران، ۲۰۰۹؛ آدرتیشو همکاران ۲۰۰۶؛ ون استل و همکاران، ۲۰۰۵؛ هارپر، ۲۰۰۳؛ دجردین ۲۰۰۰). محققان به این نتیجه رسیده

اند که "اگرچه هنوز می توان استدلال کرد که نظریه توسعه اقتصادی فاقد یک " نظریه عمومی " در مورد کارآفرینی است، نظریه ای که بتواند انواع پیامدهای توسعه را در بر بگیرد. اما در قلمرو مفهوم و درک کارآفرینی در توسعه اقتصادی پیشرفت هایی حاصل شده است (ناده، ۲۰۰۸). کارآفرینی به خودی خود به طور فزاینده ای به عنوان یک کاتالیزور مهم برای اقتصاد شناخته می شود. رشد، بهره وری، نوآوری و اشتغال به عنوان یک جنبه پویای کلیدی اقتصادی پذیرفته شده است (Investment. E. D. C., 2011) و بسیاری کارآفرینان در این گونه عرصه ها مداخله موفقی داشته اند. از این جهت، بسیاری از کشورهای در حال توسعه به عنوان ابزاری موثر برای تسریع رشد اقتصادی به طور فعال، مقوله ی کارآفرینی را ارتقاء می دهند (رامان و همکاران، ۲۰۱۳).

ادبیات کارآفرینی موجود نشان می دهد که با ارزش هایی مانند: فردگرایی، عقلانیت، ریسک پذیری، تولید ثروت، منافع شخصی، خودمختاری، موفقیت، اتکاء به خود، شرکت ها شکوفا می شوند (کاید و حسن، ۲۰۱۰). تحقیق در مورد توسعه کارآفرینان نشان می دهد که تمایل به خودشکوفایی و کار معنادار است و اغلب انگیزه اصلی کسانی است که تصمیم می گیرند کسب و کار خود را راه اندازی کنند (کاتز، ۱۹۹۴، کارتر و همکاران ۲۰۰۴، سگال ۲۰۰۵) بیشتر با تعاریف معنویت مرتبط هستند (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹، آدامو و همکاران ۲۰۱۱). اما به دلیل پیچیدگی ساختارهای دینداری و معنویت، درک رابطه اساسی بین جهت گیری مذهبی، رفتار کارآفرینانه و توسعه اقتصادی با فقدان تحقیقات تجربی در این زمینه دشوار است. لذا تلاش این مقاله آن است که قسمتی از این بحران و معمای مطالعاتی را حل نموده و با ارائه نظرات تخصصی پاسخگو باشد.

پرسش های پژوهش

با این وصف نظر به بررسی های اولیه و اتخاذ روش کیفی داده بنیاد با الهام از الگوی کربین و استراوس، پرسش های ذیل در دستور کار این پژوهش بوده است:

۱. شرایط علی معنویت بر کارآفرینی شامل چه مواردی است؟
 ۲. شرایط زمینه ای معنویت بر کارآفرینی شامل چه مواردی است؟
 ۳. مقوله اصلی معنویت بر کارآفرینی کدام است؟
 ۴. شرایط واسطه ای معنویت بر کارآفرینی شامل چه مواردی است؟
 ۵. راهبردهای معنویت بر کارآفرینی شامل چه مواردی است؟
 ۶. پیامدهای معنویت بر کارآفرینی شامل چه مواردی است؟
- در واقع جواب این پرسش ها که به نحو درون زا از منظر اشخاص کارآفرین جويا شده و بدست می آید، شالوده ی ایده ها و نظرات و نتایج این مقاله را تشکیل می دهد.

اهداف تحقیق

شناسایی شرایط علی، زمینه ای، واسطه ای، راهبردها، و پیامدهای معنویت (کارآفرین و توسعه ساز) در دامن خدمت قابل توسعه جامعه شناسی در ایران، هدف این پژوهش است. جامعه شناسی بومی بلحاظ راهبردی و غنی سازی میراث و

ادبیات تخصصی نیاز به مشارکت مطالعات جدید و تکمیلی دارد که امید است این اثر پژوهشی، چنین هدفی را برآورده نماید.

پیشینه

تحقیقاتی که در ایران در زمینه رشد جنبش های دینی جدید از جمله معنویت گرایی انجام شده است، اغلب به صورت نظری بوده و کمتر پژوهش تجربی (کمی یا کیفی) در این زمینه صورت گرفته است. با این حال برخی نمونه های کار مطالعاتی معرفی می شوند: اعظم نوروزی و همکاران؛ در پژوهشی با عنوان: "بررسی رابطه بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان"، مطرح می نماید: در دانشگاه ها به دلیل رابطه مستقیم با جوانان، شیوه درست رهبری نقش بسیار حیاتی در ایجاد فرهنگ کارآفرینی ایفا می کند (فصلنامه علمی تخصصی مدیریت، ۱۳۹۶: ۹۰). سالاری، اسماعیل؛ با "بررسی ارتباط بین هوش عاطفی و هوش معنوی با کارآفرینی سازمانی، مطالعه موردی: بانک تجارت استان هرمزگان" این گونه بیان می کند: در دنیای پر تلاطم و در حال تغییر امروز ایجاد خلاقیت و نوآوری (کارآفرینی سازمانی) در سازمان ها اولین شرط بقای آن هاست به گونه ای که سازمان ها حاضرند برای بدست آوردن ایده های جدید هزینه های گزافی را بپردازند. برای ایجاد سازمان کارآفرین باید افراد با هوش عاطفی و هوش معنوی را پرورش داد (دانشگاه هرمزگان، ۱۳۹۳).

جان میلمان، جان، فرگوسن. ج و...؛ در پژوهشی با عنوان "معنویت در محل کار و نگرش کارمندان به کار" می گویند یکی از مسائل مهم در محیط کار، فقدان معنویت گرایی و نگرش کارمندان به کار است. معنویت شامل احساس یکپارچگی، وابستگی در کار و ارزش های عمیق تر، تلاش برای پیدا کردن هدف نهایی خود در زندگی است. این پژوهش نشان می دهد که ارتباط معناداری بین معنویت در محل کار و نگرش کارکنان به کار وجود دارد. Journal (Organizational, 2003, 426)

چهارچوب مفهومی-نظری

در ابتدا باید یادآور نمود که قصد و برنامه نگرش اتیک^۹ به معنای تصدیق و تثبیت فراگیر و کلیشه ای نظریه های پیشکسوت را نداشته و رویکرد فرافکنی نظری در این مطالعه مبنای کار پژوهشگر نمی باشد. ولی بلحاظ گشودن فضایی از همناویی جامعه شناختی، نیاز هست که به چندی از دیدگاهها و آراء صاحب نظران توسعه در زمینه موضوع کارآفرینی و گزاره های مربوط آن که اندیشه را به سوی مفهوم و مضمون معنویت با چه ملاک های تخصصی در کارگزاری توسعه اقتصادی-اجتماعی جوامع معاصر سوق می دهد، اشاره و ارجاعی صورت بگیرد. یکی از پارادایم های مهم ادبیات جامعه شناسی، پارادایم "انسجام" است (ریترز، ۱۳۹۴). بدین معنا که چگونه پدیده ای در زندگی جمعی به گونه ای جلوه گر می شود که در واقع خود را پیدا و سررشته ارتباطی اش را با دیگر اجزاء متجانس زندگی برقرار می سازد. به عبارت دیگر نقش و پایگاه، جایگاه و شبکه اجتماعی مربوط به خود را رقم زده و پدیدار می سازد. بینش پدیده ی کارآفرینی از منظر الگوها و مقولات فرامادی (معنوی فرهنگی) در حقیقت، مستلزم چنین پارادایمی است تا جامعه شناس را کمک نموده و افق تحلیل بدهد تا راه اندازی و جاافتادگی کنش های

کارآفرینی را مطرح، تبیین و پیگیری علمی داشته باشد. حال از منظر این پارادایم به چندی از مفاهیم کلیدی و آراء صاحب‌نظرانی مانند مک کله لند، هاگن، ماکس وبر، برگر، هرولویژه، ویلسون، وود هد و.. توجه داشته تا رشته تحلیل انسجامی موضوع را در سطح یک اجماع با اعتبار علمی بشود بیان کرد.

در این راستا **مک کله لند**^{۱۰} «میل و نیاز به پیشرفت» را عامل کلیدی توسعه می‌داند. از لحاظ روانشناسی این میل دو جنبه دارد که یکی از آنها فضیلتی شخصی است، یعنی میل به پیشرفت، و دیگری فضیلتی اجتماعی است، یعنی علاقه به سعادت دیگران (ازکیا، و غفاری، ۱۳۸۸). نظریه‌های جامعه‌شناختی فعالیت‌های کارآفرینانه را از دیدگاه زمینه‌های اجتماعی و فرایندها و تأثیرات مربوط تحلیل می‌کند [Ruef, M, 2007;(8):25].

به نظر **برگر**، چون ادیان سنتی نمی‌توانند انتظارات انسانی را از لحاظ عقیدتی اشباع کنند زمینه روی آوردن به معنویت‌های جدید توسعه یافته است [Burger Peter, 1998]; پدیده‌ای که **هرولویژه**^{۱۱} آن را «مدرنیته دینی» می‌نامد [Hervoljeh D, 2001]. در این زمینه اساس نظریه **وبر**، دین و تغییرات اجتماعی است. این نظریه، نشان می‌دهد که باورهای دینی تأثیر به سزایی در روند توسعه و کارآفرینی دارند [Jackson, m, 1983]. نظریه تغییر اجتماعی وبری نیز در مورد نقش اساسی سرمایه‌داری در روند توسعه ویژگی‌های کارآفرینی صحبت می‌کند [Beetham D, 2018]. وبر نظریه کارآفرینی خود را در خصوص جامعه هند بدین نحو توضیح داد که اعتقادهای مذهبی هندوئیسم، فاقد روحیه سرمایه‌داری است [Lehmann D, 2010]. او بیان می‌کند اگر شخص متعلق به جامعه‌ای باشد که رویکردهای سرمایه‌داری بر آن مسلط است، دارای ویژگی‌های کارآفرینی خواهد بود. بنابراین، این نظریه با قاطعیت نشان می‌دهد خروج از موقعیت اجتماعی موجود به عنوان محرکی عمل می‌کند که بر ویژگی‌های کارآفرینی اشخاص تأثیر می‌گذارد چنانکه آنها را از شخصی معمولی به یک انسان کارآفرین تبدیل می‌کند [Nee V and Young F. W, 1991].

اما فرهنگ؛ که معماها و پیچیدگی‌های قومی، اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی و سیاسی را در هر جامعه‌ای تحلیل نموده و راه حل مسائل را نیز به نحو راهبردی نشان می‌دهد [Shane S.A, 1994; 15:627-642]. بنابراین محیط‌های فرهنگی می‌توانند تفاوت نگرش و نیز تفاوت رفتار کارآفرینانه را ایجاد و فراهم کنند [North D.C. 1990]. برای نمونه: .. سکولاریزم در فرهنگ غرب در معانی و ابعاد مختلفی از قبیل: «جدانگاری دین و دنیا»، «غیرمقدس و غیرروحانی»، «عقلانیت»، «علم‌گرایی»، «نوگرایی» و «مدرنیسم» به کار می‌رود. سکولوم در زبان کلاسیک مسیحیت نقطه مقابل ابدیت و جاودانگی الوهیت، یعنی زمان کنونی که در آن به سر برده و در اصطلاح به معنای هر چیزی است که به این جهان تعلق دارد، و به همان اندازه و به طور غیرمستقیم از خداوند و الوهیت دور است [Gharamaleki, M, 2000]. طرز فکری که دین باید خارج از صحنه فعالیت‌های اجتماعی - مسائل سیاسی و دولتی قرار گرفته و نیز در آنها دخالت نکند. به تعبیر **ویلسون**^{۱۲} مردم برای دادخواهی و درخواست شرایط بهتر، دیگر نه به کلیسا و زندگی اخروی، بلکه به نهادهای اجرایی و سازمانی متوسل می‌شوند؛ و از دولت‌ها انتظار می‌رود که به این نیازها پاسخ بگویند. نگرش سکولاریستی نه به حوزه اجتماعی در برابر حوزه فردی، بلکه معطوف به

^{۱۰} . MacClelland

^{۱۱} . Herulijeh

^{۱۲} . Wilson

حوزه دنیوی است و خود را متعهد به زندگی این جهانی در ساحت فرد و جامعه می‌داند [Dabblers, Karl, 1999].

علاوه بر آنچه بیان شد نیاز هست از افق دیدگاه‌های اگزیستانسیالیستی، زبانشناختی ویتگنشتاینی^{۱۳}، و نمادگرایی تفسیری به ابعاد وجودی، ارادی-عملی، و ادبیات زبانی و مفاهیم انسان کارآفرین، رهیافت نزدیکی را برقرار کرد. انسان کارآفرین با وجود متفاوت خویش است که به کار، کیفیت و تحول، ماهیت یا هویت و معنای ویژه‌ای می‌بخشد که به نوبه‌ی خود، ممتاز و سررشته‌پیوندهای انسجامی نوینی را در زندگی رقم می‌زند. نگرش به چنین فرایندهایی را که در واقعیت به گونه‌ای از سازمان اجتماعی کار، رشد و توسعه اقتصادی و... می‌انجامد تنها از منظر جامعه‌شناسی اگزیستانسیالیستی^{۱۴} می‌توان فهمید و مورد تحلیل قرار داد. به خصوص در آنجا که کارآفرین خواه در ابعاد خرد و یا کلان وارد عمل شده و اراده برای تاسیس یک شرکت و موسسه اقتصادی، صنعتی، کشاورزی و... نموده و علاوه بر اشتغال زایی، می‌تواند تحول ارزنده‌ای در تولید و تجارت و الگوی مصرف و... ایجاد نماید. درک و تمیز این اراده و عمل مبتنی بر ایده‌ها و نظراتی است که از پنجره ادبیات زبان شناختی کارآفرین قابل قرائت و خوانش می‌باشد. واژه‌ها و کلماتی که مردم به کار می‌برند لزوماً یک شکل و یک مدار و یک معنا نمی‌دهند؛ و از انرژی‌ها، حس‌ها، انگیزه‌ها، جنس ارزش‌ها و معانی متفاوتی برخوردارند. کلمات دارای انرژی مهمی هستند که می‌باید با دقت و تعمق، و صبر علمی به درستی شنیده، مقوله‌بندی (محوری، و گزینشی و...)، و فهمیده بشوند تا بدانیم چه پتانسیل بالقوه و بالفعلی در نهاد و حوزه کنش عمومی و خصوصی کارآفرینان در میدان فرهنگی و اقتصادی کار وجود دارد. درک معانی^{۱۵} متفاوت مجموعه مفاهیم و ادبیات زبانی هر انسانی به مثابه کارآفرین در پیوستار مشترک تعاملی-انسجامی با همکاران و دیگران از جمله فضای اقتصادی یک شهر (مانند شهر صنعتی اراک) نکته بسیار مهمی است که باید در دستور کار مطالعه و تحلیل اطلاعات این گونه پژوهش‌ها قرار بگیرد. در چنین پویایی است که می‌شود به مدارهای معنوی، روحی، و کنش‌گری کارآفرین در عاملیت حرفه‌ای و موثر وی پی برد که چگونه با چه مناعت، استقلال طبع خلاق و با جسارتی ضمن سازگاری هوشمندانه با شرایط عینی جامعه می‌تواند طرح‌های نو و ابتکاری بیافریند بدون آن که خود را وابسته به اوهام ذهنی دیگران یا مناسبات اقتصاد رانته و فسادآور دولتی و... کند.

بنابراین در مجموع از دیدگاه‌های جامعه‌شناختی اگزیستانسیالیستی، نمادشناسی تفسیری، و رویکرد زبان‌شناسی ویتگنشتاینی در اتصال تلفیقی با پارادیم انسجامی، اقتضای استفاده و بهره‌برداری وجود دارد.

^{۱۳}. ویتگنشتاین (Wittgenstein) بر این نظر پای فشرده که این ساخت زبان ماست که چگونگی تفکر ما را درباره جهان واقعی تعیین می‌کند. یعنی ممکن نیست بتوانیم راجع به جهان بحث کنیم و حتی درباره آن بیندیشیم، بدون آنکه از دستگاهی از مفاهیم که زبان در اختیارمان می‌گذارد استفاده کنیم. (کوشی، ۱۳۹۴) به علاوه هر انسانی بر حسب کلمات، معانی اعتباری در ساخت زبانی خویش، درک و کشش و گرایش متفاوتی به جهان هستی و دیگران دارد. بنابراین تدقیق و تدبر در مفاهیم زبانی اشخاص از مهم‌ترین راه‌های تخصصی در علم انسانی است..

^{۱۴}. Existentialist sociology

^{۱۵}. درک معنای زندگی در ادبیات زبانی اشخاص از مهم‌ترین زمینه‌ها و پنجره‌های شناخت معنویت در کنش‌گران عاملی چون کارآفرینان می‌باشد. زیرا این نوع و جنس معنای زندگی است که به انسان‌ها انگیزش رفتاری می‌دهد. از این رو بسیاری از محققان در علوم انسانی، فرهنگی و جامعه‌شناسی تفسیری به شناخت درک معنای زندگی در انسان‌ها اهمیت زیادی قائل می‌شوند.

از منظر دینی سه فراز اصلی پدیدار شده و از هویت وجودی برخوردار: (۱) طیفی که به سخن "پالمر"^{۱۶} به مقولاتی مانند ایمان، امر قدسی، عشق الهی و مخلوقات او ورود پیدا نموده اند. برخی ممکن است در این حوزه، ذهنیت خام، مبهم و یا ابزارگرا و کاذبی داشته باشند. اما هستند انسان هایی مومن که به حریم مقدس خداوند و نشانه های او در پیوستار زندگی در جهان سه بعدی و فراتر از آن (مانند خلوص، نجابت، جاودانگی، درک قلبی، شرافت، نیکویی در کردار و اخلاق و...) نیازمندند، توجه و ممارست وجودی و حیاتی دارند. بعید نیست که از بین این گونه انسان های مومن، کنش گران قاطع، موثر و مفیدی به ظهور برسند حتی در حوزه کارآفرینی اجتماعی و.. که از خدمت برای صلح، امور خیریه، انفاق مال از آنچه دوست دارند می گذرند زیرا این امر را مقدس و مورد رضای خداوند خویش می انگارند. اگر در جوامع سنتی و حتی مدرن جستجو کنیم شاید بشود قشری اجتماعی را در این راستا در برخی شهرها و کشورها پیدا نمود که حتی به نوعی اورژانس اجتماعی مدنی خودجوش و یا رسمی راه انداخته و خدمات بدون منت عیدیه ای برای مردم آسیب پذیر اجتماعی، اقتصادی، زنان بی سرپرست، مردم آواره از سرزمین های شان و.. انجام می دهند. زیرا در باور و اعتقادات دینی شان، احساس قوت و ایمان سرشار می کنند که دارند فعالیت نیک و صالح با ارزش و ماندگاری را انجام می دهند؛ و در این راستا از انرژی سرشار و خستگی ناپذیر و بدون توقعی هم برخوردارند. ولی هستند جوامع دینی یا شاید شبه دینی که ادعای دیانت و مقولات ایمان الهی و.. را تظاهر فرهنگی- رسانه ای دارند اما خدمات خیریه عادلانه و آگاهانه ای را انجام نمی دهند و معمولا در این گونه کشورها شاهد اقسام رنج ها، دردها، و آسیب های اجتماعی و روانی (فقر در ابعاد گوناگون) هستیم. (۲) با چنین تجربیاتی، فراز و موج دوم در جوامع بشری اتفاق افتاده که به روایت "راستر و رایت"^{۱۷}، فراغت از دین بوجود آمده. اگر چه این فراغت منجر به بسته شدن معنویت گرایی در مناسبات اجتماعی و فرهنگی نشده است. زیرا که نمونه های عیدیه ای از درایت و حکمت های اخلاقی- انسانی را می بینیم که حتی منجر به برخی جنبش ها، جریان ها، و همگرایی های اجتماعی-ارتباطی نیز می شود. این گونه جنبش ها در مواردی توانسته است الگوهای کارآفرین و دارای کارکردی را رقم برند مانند جریان حمایت از کودکان کار، یا مبارزه برای تبعیض نژادی، یا جنسیتی و.. (۳) اما نوع سوم جریان فراغ از تمایلات دینی، تبدیل به موج سکولاریسم شد. اگر در این موج نیز شعله معنویت گرایی به معنای یافتن دانش و مهارت هایی برای تنظیم ارتباطات انسانی خاموش نشد- هر چند که از ادبیات تقدس نمای دینی برخوردار نیست مانند تمیز و تفویض عزت انسانی، حق مدنی و شهروندی، آزادی بیان و اندیشه، آزادی ذوق و هنر برای اقشار اجتماعی از جمله قشر جوان، حقوق فرهنگی اقلیت ها و... اجرای این ایده ها در سازوکار مدیریت اجتماعی- فرهنگی شهرهای معاصر در واقع طیف گسترده ای از مشاغل و علایق کارآفرین را رقم زده و گسترش می دهد مانند روزنامه نگاران فعال، احزاب سیاسی فعال، انجمن های فعال و پویای هنرمندان، نویسندگان و.. فعالیت های متنوع از برنامه های عمومی و.. هنری (موسیقی، تئاتر، شهر و فیلم و...) در محیط های گوناگون شهر و.. آنچه بیان شد از منظر دین شناختی، جریان ها و پیامدهای حاصله از آن بر صفحه زندگی مردم بود. اما از دیدگاه ویژه جامعه شناسی نیز باید به فراز ها و جریان های مهم و عمده ای توجه داشت از جمله: پدیده عمومی گسست های نسلی، کثرت گرایی (و به تعبیر برگر، جیمز، دابلیو و..) موج عرفی شدن^{۱۸} و.. بدین معنا که گسست

^{۱۶} Palmer

^{۱۷} . Raster and Wright

^{۱۸} . becoming customary

نسلی، به روایت صاحب‌نظرانی مانند/ینگله‌هارت^{۱۹}، مانهایم^{۲۰} و... واقعیت جاقفاده و بنیادی شده است به گونه ای که فرزندان با زبان نسل قبل خود(والدین، و حتی همالان- نه همسالان) هم‌زبان و هم رای نیستند. از این رو تجربیات مورد علاقه و زیسته خودشان را دارند که می‌خواهند آن را دامن داده، رشد و گسترش بدهند. چنانکه با زبان اینترنت و شبکه های اجتماعی جهانی همساز و هماهنگ اند؛ خواسته ناخواسته از الگوها، نمادهای مصرف فرهنگی و ارتباطی نظام فعال و غالب جهانی شدن، و یکنواخت انگاری(هژمونی^{۲۱}) جهانی متاثرند، و دست تمایل و تمسک بسوی آن جسته و بدان متصل اند. به همین دلیل، موج گسترده مشاغل اینترنتی، مدیریت بدن و لباس مدرن، بسیاری جابجایی ها و مهاجرت های بین قاره ای را برای استقرار در مشاغل نوین تخصصی، و عبور از مرزهای مقید به مکان و سنت های محلی را شاهد هستیم. همه این علائم و مصادیق در واقع از بستر و زمینه گسست نسلی است که نقش پذیرفته و در حال اشاعه می باشد. بنابراین در بحث تحلیل فرایند و گسترش کارآفرینی تحت تاثیر گرایش های نوین فرهنگی متکثر جهان معاصر نباید واقعیت گسست های بین نسلی نادیده گرفت. بسیاری از روش ها، الگوها و آموزه های نسل های گذشته را نمی شود به نسل نو تحمیل کرد. این گونه تحمیل ها بازخورد منفی و بازدارندگی بیش از پیشی را به بار می آورد.

از منظر ساختار اجتماعی معرفت مردم از آن جایی که بسیاری در زیست جهان های گونه گون، و نیز مناسبات متعدد ثانوی با ذهنیت های متکثر بسر می برند؛ از این رو به روایت "برگر و هیروولیره" در فضای ذهنی بسامان، آرام و منسجمی بسر نمی برند. بر این مبنا زمان امپراطوری توتالیترا ادیان کهن و باستانی به پایان رسیده؛ و مشاغل دینی شان نیز در حال تغییر و تبدیل کارکرد می باشد به فعالیت های متنوع معنوی در زیست جهان مدرن از مشاوره فردی- روانی تا معنوی، مددکاری اجتماعی، و مصرف شخصی و جمعی(سینمایی) فیلم های متعدد معنوی-هنری که توسط شرکت های عظیم فیلم سازی ساخته می شوند. این موج گسترده ی مشاغل و نقش های خلاق حرفه ای را نه تنها نمی شود انکار نمود بویژه در کلان شهرهای جهان امروز بلکه ناگزیر باید به اثبات، تقویت و حمایت از خدمات حرفه ای آنها پرداخته شود. اگر به واقع قصد و هدف توسعه ی پویا و موفق در جامعه شهری کنونی وجود دارد. با توجه به این که اصحاب این گونه مشاغل از ویژگی های استقلال از ایدئولوژی حاکمان، مناعت و آزادی با حمایت قانونی و خلافت فکری- مهارتی برخوردارند. شاید از جهتی بشود مطرح نمود که چون از سیطره ادیان و الوهیت گرایی آنها کاسته شده، روحیه با جسارت و شجاعت بسیاری از مردمان افزایش و ارتقاء پیدا نموده نسبت به دوره قبل که تحت حاکمیت ذهنی- روانی ادیان بسر می بردند و دچار بسیاری ترس ها و نگرانی ها از خشم خداوند تلقین شده از بیرون بودند و دچار عذاب وجدان می شدند. تجربه نشان داده است که انسان ترسو و دچار عارضه مداوم احساس گناه و ندامت وجدان، نمی تواند اندیشه فعال و خلاق کارآمدی داشته باشد. از این روست که در جهان مدرن بیشتر شاهد پدیده ی عرفی شدن دین، ارزش ها و هنجارهای دینی می باشیم؛ زیرا آن اسطوره گرایی و جاذبه های احساسی و بسیاری تابوانگاری های فرهنگ دینی سنتی از عرش به فرش افتاده، و چون بسیاری از مردم، کار زندگی این جهانی را در چالش تعبیر تقدس مآب و نگران از معصیت ها و گناهان پریشان کننده ی دینی نمی دیدند لذا می توانستند در بسیاری از عرصه های حرفه ای

^{۱۹}. Inglehart

^{۲۰}. Mannheim

^{۲۱}. Hegemony

پیش‌تاز شده و در رقابت‌ها موفق بشوند؛ و از این لحاظ بسیاری از دگرگونی‌های صنعتی، اقتصادی، تجاری و... را رقم بزنند. از این رو شاید به این ضرورت اجتماعی-تاریخی است که انسان نوظهور کارآفرین و مولد مطرح می‌شود که به تعبیر صاحب‌نظرانی چون هونارد^{۲۲}، آبرد^{۲۳}، مک‌گران^{۲۴}، هیسترچ^{۲۵}، دراگر^{۲۶} و... اعتقادی به سرنوشت ندارند، ایمان بخود(خودنوشت) دارند و کنترل نمودن خود با خطرپذیری(ریسک) در راه کار و زندگی؛ فرهنگ و ویژگی شخصیتی‌شان بیشتر قرین ایده پردازی و خلاقیت است تا وابستگی و دنباله روی از دیگران و گذشتگان. بنابر این به نظر می‌رسد برای نهادن به راه موفق توسعه چاره‌ای جز این نیست که حامی و قدر دان کارآفرینان خلاق و ایده پرداز باشیم. انسان کارآفرینی که همسو با ارزش‌ها و معنای هویت ساخته‌ای است چون خدمت محسوس و بارز، اعتماد به زندگی و هر آنچه در اختیار او هست، عدم ترس، وا همه و تردید نسبت به هموعان، جسارت و شجاعت منطقی همراه با ریسک لازم، مسئولیت‌پذیری از ایده و طراحی و عمل خویش و... تا همواره فضای تازه‌ای هویت و حس معنای زندگی خلق و آفریده بشود.

روش تحقیق

از منظر هدف، انجام پژوهش بنیادی مد نظر است. پارادایم مسلط بر این مطالعه، با مبنایی فرابپوزیتیویستی، و تفسیرگرایی است.

اما از لحاظ شیوه انجام تحقیق، روش کیفی در این رساله دستور کار می‌باشد. باور بر این است که معنا در اثر فرایند کنش متقابل کنشگران در جهان اجتماعی خودشان ساخته می‌شود و بنا براین معنا دارای ساخت اجتماعی است(Merriam,2002:3).

جامعه‌ی تحقیق

با توجه به هدف پژوهش که بررسی معنویت بر کار آفرینی می‌باشد با رویکرد داده بنیاد می‌باشد. جامعه‌ی تحقیق حاضر شامل جامعه آماری تحقیق، شامل تمام کار آفرین‌های بخش صنعتی- کشاورزی و خدمات شهرستان اراک در سال ۱۴۰۱ باشد. شامل تمام کار آفرین‌های بخش صنعتی- کشاورزی و خدمات شهرستان اراک بنا بر آمار ثبت شده در اداره کل صنایع استان مرکزی بالغ بر 620 نفر بوده است. با توجه به هدف و مساله پژوهش (معنویت در بین کار آفرینان) از میان کار آفرینانی که تجربه معنویت‌گرایی دارند، جامعه آماری در سه بخش کشاورزی-صنعت و خدمات در استان مرکزی به عنوان پایتخت صنعتی کشور انتخاب شده است.

تعریف و الگوی مفهومی

از آن جایی که مفاهیم اصلی تحقیق بسیار مهم اند قبل از معرفی ابزار و فن مطالعاتی لازم است تعریف و الگوی مفهومی بحث را به شرح مختصر زیر بیان نماییم:

^{۲۲}. Honard

^{۲۳}. Abord

^{۲۴}. McGrann

^{۲۵}. Hysterge

^{۲۶}. Drucker

کارآفرینی، فعالیتی هدفمند برای شروع، حفظ و توسعه کسب و کار سودمند است. کارآفرینی با ارزش‌هایی مانند: فردگرایی، عقلانیت، ریسک‌پذیری، تولید ثروت، منافع شخصی، خودمختاری، موفقیت، اتکاء به خود شکوفا می‌شود (کاید).

بنا به گفته شیرر^{۳۷} و همکاران (Scheier, 1994) **معنویت** تجربه تلاش آگاهانه برای "وحدت بخشی" به زندگی فرد است، البته نه با جدایی از دیگران بلکه از راه تعالی بخشیدن خود به سمت ارزشهای نهایی قابل مشاهده است. الکینز^{۳۸} معنویت را پدیده‌ای انسانی می‌داند که به صورت قابلیت و ظرفیت در همه مردم وجود دارد، و دارای ساختار نه بعدی است:

۱. بعد فرامادی؛
۲. معنا و هدف در زندگی؛
۳. داشتن سلامت؛
۴. تقدس زندگی؛
۵. اهمیت ندادن به ارزش‌های مادی؛
۶. نوع دوستی؛
۷. آگاهی از تراژدی؛
۸. آرمان‌گرایی؛
۹. ثمره معنویت؛ معنویت اصیل از نظر او عشق، محبت و مهرورزی به همه موجودات است.. (Elkins, 1998)

نمونه کدهای باز... (مفاهیم پایه)

ردیف	جملات مستخرج از مصاحبه‌ها (گزاره‌های معنا دار)	کدهای باز
۱-	دین یا شریعت خوب است، باید انسان کسی را به عنوان خداوند داشته باشد. ولی این دین‌های که می‌بینیم به گونه‌ای تحریف شده‌اند. من با دینی که وجود دارد مشکوکم و فکر می‌کنم دستکاری شده..	خوب بودن دین دستکاری شدن دین، عدم اعتماد به دین موجود
۲-	در مورد معنویت، آن را هم به عبارتی داریم از هم کپی می‌کنیم. من حقیقت خودم را دارم و معنویت خودم را دارم. که هر کدام وابسته به درون خودمان هستیم معنویت من می‌گوید زندگی کردن با خودم دیگری نوعی دیگر می‌گوید..	اقتباس معنویت از همدیگر درون همه چیز است..
۳	حقیقت من همین لایه‌های زندگی است در لایه‌های زندگی شما خدا رانمی‌توانید ببینید. حقیقت نادیدنی است، باید حقیقت را زندگی کرد	اختصاصی بودن حقیقت
۴-	این حقیقتی که به ما معرفی شده راهگشا نیست.. هیچ دردی را دوا نمی‌کند..	شک به حقیقت موجود

^{۳۷}. Shearer

^{۳۸}. Elkins

اهمیت اوقات فراغت	۵- برای آدمها پرکردن اوقات فراغت اهمیت دارد و در این مسیر سعی دارم که بطور همزمان به پرورش خود و سرگرم شدن بپردازم. دلمشغولی اولیه در این میان خود پروری و رسیدن به معنویت درون است و اگر از تحقق این امر در جامعه‌ای دست شسته شود، بسیاری دچار نارسایی درونی و معنوی می‌شوند.
تکثر گرایی	۶- تنوع عقاید در جامعه ما هنوز پذیرفته نیست. اگر جامعه در پی آن باشد که پیشرفت کند نباید عقاید و سلايق ديگر را نادیده بگیرد.

در سیر و تامل در این یافته‌ها و نظرات چه می‌بینید؟ در واقع مفاهیم و مضامینی را که با موضوع و مساله ما در این مطالعه تناسب داشته و زمینه مستعدی برای پاسخ‌گویی و اظهار نظر فراهم می‌نمایند. نظامی منطقی و درونی بدین معنا که با انسان‌های فرامعمول و خلاق و پویایی مواجهیم که هم برای زندگی ارج و ارزش قائلند و هم از بند بسیاری توهم‌ها رهیده و پاک‌باخته و رهاوند برای این که جس مثبت و موفقی برای زندگی، کار، خدمت، تولید، مفید بودن و... دارند. نه نیاز و تمایل دارند که با ادبیات دینی، لفاظی و اغواگری و تظاهر نمایند و نه در بند ظواهر و قالب‌های جهان مادی خود را درگیر و محدود و بسته می‌بینند. توان و بینش‌شان فراتر و بالاتر از آداب ظاهری و فرمی و کلیشه‌ای است و با رویکردی وسیع و به نوعی معنویت‌گرا می‌خواهند در عمل، شرایط و فضای توفیق را برای خود و هم‌نوعان محیط زندگی و کارشان بیافرینند. بنابراین با کارآفرینان خودآگاه و و بلحاظ وجودی، شکوفاشده‌ای مواجهیم. شاید بشود بیان نمود تا زمانی که از چنین انسان‌های فرزانه، با عزم و اراده، نوآور و با اعتقادی در کار و فناوری و... برخوردار نباشیم طی نمودن راه توسعه در ابعاد گوناگون مقدور نمی‌باشد. انسان‌هایی که کار و خدمت و کمک به هم‌نوع را در متن باور و عبادت معنوی‌شان می‌دانند بی‌آن که بخواهند تظاهر (مناسک دینی و...) و ریا نمایند. یا وسوسه دخالت در حریم‌های شخصی و خصوصی دیگران (همکاران، کارکنان و...) را داشته باشند. تفاوت‌های اعتقادی - روحی همه را می‌پذیرند و در پی تحمیل خود بر دیگران نیستند. لازم به ذکر و اشاره است که قصد بر آن نیست که این گونه کارآفرینان را "قدیس و سوپرمن" جلوه بدهیم - چون در واقع قدیس بودن را قائل نبوده، مدعی نیستند و با هر گونه استفاده ابزاری از دین و ارزش‌های معنوی، کنش و واکنش انتقادی دارند. اما برای آن که تجربه توسعه به سبک و سیاق بومی و انسانی خودمان را مرور و طی نماییم به نظر می‌رسد که نیاز به پوشش هر چه بیشتر و گسترده‌تر نمودن انسان‌های کارآفرین بدان قرار که در جدول مزبور ارائه نظر مورد باورهاشان معرفی شدند، وجود دارد. تا این که مبدا توسط عده‌ای اشخاص نادان و یا مسئولان کم‌اطلاع و ظاهرین تحت عناوین کاذبی از توسعه و رشد صنعتی - اقتصادی، شاهد تضادهای فاحش اجتماعی - طبقاتی، آلودگی محیط زیست شهری و... باشیم. امروزه در برخی کشورهای خاورمیانه از جمله کشور ما داعیه‌های متغیر توسعه، سازندگی اسلامی، اصلاحات با رویکرد گفتگو و مردم‌سالاری، عدالت، مهرورزی عادلانه و ولایی، تدبیر و اعتدال، طرفداران ایران آباد اسلامی، تجلی پیشرفت در دامن تمدن اسلامی، مردم‌سالاری دینی در سایه ولایت‌مداری اسلامی، اولویت دادن به حل مسائل اقتصادی - معیشتی جامعه و... زده شده؛ هزینه‌های عظیم و نجومی هم در حیطه‌های مختلف صنایع ساختمانی، فولاد و آلومینیوم، خودروسازی، نظامی - دفاعی و... ایجاد تسهیلات آموزشی، و مصرفی در سایه گسترش جمعیت برخی کلان‌شهرها صورت گرفته ولی در عمل عینی و محسوس جامعه‌های شهری مانند شهر اراک، شاهد تجربه توسعه در ابعاد گوناگون (اجتماعی، اقتصادی و...) به معنای رونق سلامت اجتماعی، همبستگی و اعتماد برای خدمات به جا و مورد نیاز مدنی، کاهش بارز آسیب‌های اجتماعی مانند تکدی‌گری، آوارگی قشر محروم و آسیب دیده در سطح شهر، احساس رضایت و امید بزندگی در سطح عموم و خصوص مردم، اعتماد برای خدمت‌سالم، کار قانون‌مند و کیفی و... نیستیم. چرا؟ برای این که هنوز از تجربه و حضور انسان‌های کارآفرین و توانای موثر و مفید در سطح کلان منطقه و بومی شهری برخوردار نیستیم. آنچه که هست نیز در سطحی خرد و در واقع آزمایشی است که احوالات کیفی (زبان و ادبیات خاص گفتاری، فکری، و معنای زندگی) و کنش‌گری‌شان را در این رساله مورد تحلیل و تبیین قرار می‌دهیم. حال، تصور نمایید اگر تعداد این گونه نیروهای موفق کارآفرین در سطح کلان شهر و منطقه (استانی و...) گسترش و توسعه پیدا کند چه اتفاقی خواهد افتاد.

جدول ۱-۲-۴) کدهای محوری

ردیف	کد های محوری	ردیف	کد های محوری	کد های محوری	ردیف
۱-	خشنودی در کار رضایت باطنی	۱۵-	عدم احساس برتری	۲۹-	فردی بودن
۲-	معنای زندگی و رسیدن به خود واقعی	۱۶-	احساس مهربانی و سپاسگزاری	۳۰	دوستی غیر مشروط و تاکید بر انسانیت
۳-	نگرش مثبت داشتن و احساس عمیق	۱۷-	رسیدن به اهداف	۳۱-	عشق و خدمت به دیگران
۴-	ارزشمند بودن افزایش اعتماد به نفس	۱۸-	آرامش و آرامش درونی	۳۲-	از خود فراتر رفتن
۵-	سر خوردگی های دینی و جنگ	۱۹-	پاسخ به رمز و رازهای زندگی	۳۳-	عفو کردن تحمل فقدان
۶-	روابط پایدار با مردم و محیط زیست	۲۰-	رشد در زندگی	۳۴-	احساس شفقت
۷-	نفی مناسک دینی و تکثرگرایی رد حجت و سنت و تقلید صرف	۲۱-	احترام به طبیعت	۳۵-	همبستگی متقابل
۸-	تکثر گرایی	۲۲-	زیبایی در زندگی	۳۶-	استقلال
۹-	مطالعه کتب زندگی و سایت ها	۲۳-	برآورده کردن نیاز های روحی	۳۷-	نو آوری و خود شکوفایی
۱۰-	محیط های متفاوت زندگی و فقر و شرایط کودکی	۲۴-	تزلزل دین سستی	۳۸-	کنجکاوی داشتن
۱۱-	جایگزینی امر قدسی	۲۵-	نوع دوستی	۳۹-	خلق معنای جدید زندگی

بر اساس داده های حاصل از مصاحبه های انجام شده، نقش محتوایی معنویت بر کار آفرینی شامل ۳ بعد قابل تحلیل است:

۱- فردی ۲- اجتماعی ۳- اهمیت اعتقادات معنوی در زندگی که در جداول جداگانه آورده شده اند.

کدهای نمونه محوری: بعد فردی

مقوله محوری	مقوله های ثانوی	خرده مقوله ها
رضایت فردی	رضایت درونی	ارزشمندی کار، لذت از کار کردن، لذت از تأثیرگذاری بر زندگی دیگران، ارضای نیازهای وجودی، لذت از کمک به دیگران، رضایت درونی
	رضایت بیرونی	لذت از آرامش کارگران، لذت از پیشرفت کارگران، لذت از پیشرفت افراد
	برکت و گشایش	برکت در زندگی شخصی، بازگشت نیکی به خود

آرامش درونی	لذت های درونی	انجام کار نه بدلیل عقاب بلکه برای شادی درونم، پرکردن اوقات فراغت، گوش دادن به موسیقی، استفاده از طبیعت
	اهمیت درون	درون منبع الهام، جذب نیروهای طبیعت

رضایت اولین مقوله در بعد فردی بود. این مقوله بدان معناست که «رضایت درونی» برای کار آفرینان بسیار مهم تلقی شده است و رضایت دیگران از اقدامات آن ها تشدید کننده این رضایت درونی است. نمونه ای از سخنان مصاحبه شوندهگان: برای من، وقتی کسانی که برای من کار می کنند احساس رضایت می کنند، این بزرگ ترین پاداش برای من است. دیگری (کد ۴) درباره رضایت گفت: رضایت کارگران و احساس خشنودی کارگران باعث سربلندی من نزد خداوند می شود. و احساس می کنم وجود خداوند را حس می کنم.

دومین مقوله در بعد فردی، آرامش فردی است. کار کردن، گوش دادن به موسیقی، ارتباط با طبیعت، اهمیت اوقات فراغت از جمله کدهای بود که مقوله آرامش را به وجود آورد. یکی از مصاحبه شوندهگان گفت: هر گاه احساس بوجی و بی هدفی بهم دست داده است با گوش کردن به موسیقی و نگاه کردن به یک جویبار آب جوشیده شده از کوه آرامم می کند. سکوت حاکم بر طبیعت را دوست دارم. و زیبایی خاصی بر زندگی را در این آرامش مشاهده می کنم. به قول شاعر این جهان کوه است و فعل ما ندا.

سومین مقوله کدگذاری شده در بعد فردی بودن از خود فراتر رفتن بود. از خود فراتر رفتن شامل بسیاری از مفاهیم ارزشمند مانند فداکاری، ایثار، از خودگذشتگی، توجه به دیگران و ... است و بدان معناست که کار آفرینان در کار ابتدا کار گران را می بینند و نیازهای کار گران را مقدم بر نیازهای خود دانسته و بیشتر از ظرفیت و توان خویش استفاده میکنند تا گاهی شده است با گرفتن وام و بهره های زیاد از بانک بابت سر پا نگه داشتن واحد تولیدی و حقوق کارگران بابت مشکل مراجع را حل و بتوانند به او کمک کنند. (کد 1) در این باره گفت: که کارگری را دیدم که در تایم کاری خود بسیار آشفته بود و از او در مورد مشکلش پرسیدم و عدم توانایی تهیه جهیزیه دخترش را مطرح کرد؛ دست به کار شدم و با هزار مشکل توانستم مبالغی را جهت فراهم کردن جهیزیه درست کنم؛ در این مورد مسلماً باید شخص از خودش بگذرد...

استقلال و نو آوری چهارمین مقوله در بعد فردی بود. این مقوله بیانگر آن بود که اراده و منش ثابت آنان منبعث از دیدگاه های آنان در عمل به آنان چیزی را می دهد که ما از آن به عنوان استقلال و یا قدرت تصمیم گیری و اجرای مستقل تصمیمات و خلاقیت و نو آوری نام می بریم. نوع نگاه آنان در مورد تقدیر گرایی و باز تعریف آنان از این مفهوم سر منشاء استقلال کاری و نو آوری آنان است که در بسیاری از نظریه های کار آفرینی از ویژگی های خاص کار آفرینان نام برده شده است. یکی از مصاحبه شوندهگان (کد ۵) در این زمینه اظهار داشت: هیچ موقع نا کامی های و شکست های زندگی و کارم را به پای سرنوشت محتوم خود نگذاشته ام بلکه بدنبال دلایل شکست برنامه بودم و برای برخی از کار

ها بارها شکست خوردم اما از پا ننشستم تا توانستم از شکست ها درس آموخته و نقاط ضعف را بر طرف کنم. باز یکی از کار آفرینان در مورد نگاه دیگران به بعضی مفاهیم از جمله مفهوم رزق و روزی بیان داشت: می بینم افراد با یک نگاه بسته می گویند که خداوند به هر کسی بخواهد روزی می دهد و تلاش زیاد ما ثمره ای ندارد، در حالی که این افراد مفهوم روزی را بد متوجه شده اند و تعریف اینان مبتنی بر کاهلی و تنبلی است، خودم به عینه مشاهده کرده ام و اثبات کرده ام اگر بهر میزان تلاش همراه توکل داشته باشید از روزی بر خوردار خواهید شد و در عمل من این را اثبات کرده ام.

بنابراین بسیار مهم است که از منظر پارادایم انسجامی با رشته ای از عناصر ارزشی، باورمندی و فکری متفاوتی مواجه هستیم که دارد در واقع یک سیستم کارگزار و کنش گر فردی-ارتباطی را در زیست جهان زندگی امروزی پدید می آورد که همان منبع و نیروی انسانی کارآفرین می باشد. از دیدگاه زبان شناختی، تک تک مفاهیم کلیدی بیان شده مهم و ممتازند؛ و پیام آور این معنا هستند که ویژگی های مستقل و غیر کلیشه ای بودن کارآفرین را باید تصدیق و تایید کرد، و حتی در مواردی می توان اقتباس الگوی رفتاری در حیطه ی فرهنگ کار نمود.

نمونه کدهای محوری: بعداجتماعی

مقوله محوری	مقوله های ثانوی	خرده مقوله ها
نوع دوستی	کمک به دیگران	دوست داشتن همه،و حتی طبیعت
	عشق و خدمت به دیگران	کمک به هم نوع، غمخوار دیگران بودن
التقاط گرایی	علاقه به اندیشه نو جهت خودشناسی	مطالعه کتب مختلف (زمینی نو)یوگا و مراقبه وذن
جهان زیست های متفاوت	زمینه های جامعه پذیری	مشکلات خانوادگی(فقر اقتصادی) مشاهده رنج دیگران

باری آنچه در باره خصائل فردی کارآفرینان در ابعاد نگرشی، اعتقادی، انسانی، و اخلاقی بیان شد در گزاره های جدول فوق می بینیم که به یک نوع تجمیع و نظم انسجامی رسیده و از هویت وجودی جامعه شناختی برخوردار بوده تا جایی که می تواند در فرهنگ کار محیط های حرفه ای و در مسیر توسعه نقش موثر و جریان سازی را ایفاء کند. از جمله فرازاها و گزاره های این حیطه به شرح ذیل می باشند:

نوع دوستی اولین مقوله در بعد اجتماعی است بدین معنا که کار آفرینان، دیگران را به خاطر انسان بودن دوست دارند و درد دیگران موجب ناراحتی واقعی آنان می شود. این مقوله در واقع پدیده ی بدیعی است به ویژه در برهه معاصر که روحیه بیگانگی و رقابت جوئی انتفاعی نرخ افزایشی عمده ای دارد نوع دوستی به عنوان یک الگو و ارزش اجتماعی، پدیده ی نادر و کمیابی است که کارآفرینان مورد تحقیق اظهار نموده اند.. تا جایی که آنان معتقد بودند بدون این ویژگی "کمک به هم نوع" در اهداف خود موفق نخواهند شد. این باور در میان تمام کار آفرینان مشترک بود و به صورت نیرویی درونی و ارزشمند به آن ها کمک میکند تا در فرآیند کار آفرینی وارد شده و برای کمک به رفاه و اشتغال دیگران اقدام کنند. تعبیر یکی از مصاحبه شوندگان این بود که: "ما به صرف عبادت، انسان نخواهیم شد، بزرگترین عبادت به

نظر من این است که دیگران را دوست داشته باشی و برای کمک به آن‌ها از هیچ تلاشی فرو گزار نکنی". شاید بشود گفت یک نوع پویایی در شخصیت اجتماعی کارآفرین با نگرش عاقبت بین اخلاقی-انسانی شکل گرفته فراتر از هنجارهای آسیب یافته غیراخلاقی که در جامعه شبه مدرن امروز به صورت‌های مختلف دیده می‌شود. اگر این گونه روحیات، تقویت و حمایت بشوند بسیاری از علائم بی تفاوتی، عدم مسئولیت پذیری، بیگانگی و میل گریز از جامعه بومی کاهش یافته و طیفی از سلامت اجتماعی در زندگی شهری هویت می‌یابد.

دومین مقوله که از آن تحت عنوانی از *جذب/اشاعه فرهنگی* (فرهنگ جهانی) خوانده می‌شود به موجی اشاره دارد که انسان امروزی با آن روبرو است. از این رو مسیرهایی که مردم با دین و جریان‌های معنویت گرا بر خلاف گذشته تنها از کانال قشر در اصطلاح روحانی به معنای ملاحای مدعی در نقش ترویج مذهب نیست. زیرا که مردم در خانواده‌هایی با نگرش‌های متفاوت، و فضای مجازی که اکثر اشخاص در آن مشارکت دارند، ماهواره‌ها و کانال‌هایی در زمینه مثبت اندیشی، انرژی کیهانی، مراقبت از ذهن و... افکاری را آموخته و مانوس می‌شوند که بازتاب آن سست شدن و یا تعدیل تعصب در نحله سنتی دینی است. در این ارتباط مصاحبه‌شوندگان بیان داشتند که از پیام‌های مثبت اندیشی و روانشناسی در پیام رسان تلگرام استفاده می‌کنند از جمله با اندیشه‌های "پائلو" آشنا هستند، و کتاب "زمینی نو" اکهارت توله (که مبلغ معنویت است) را مطالعه کرده‌اند. در امور معنوی باید ظرفیت‌های وجودی و سنخ‌های روانی تک تک افراد مورد توجه قرار بگیرد. برآوردن نیازهای متفاوت هر فرد، خوشه‌چینی از سنت و ایده‌های مختلف شده که نتیجه‌ی آن تبدیل به انواع گرایش‌های معنوی جدید گردیده که گاهی برای نام‌گذاری آن با مشکل روبه‌رو می‌شویم. ولی به نظر می‌رسد چاره‌ای هم جز تبادل و این سیر تبدیل‌ها نیست تا روح‌ها و نیازهای روانی، ذهنی و پرسش‌گراشان پاسخ داده بشود. از این رو با نگرش‌های بی ادعا اما پویا و هماهنگی با زبان کثرت‌گرایی و دیدگاه آزاد فکری-فرهنگی در میان کارآفرینان مواجه می‌شویم. از دیدگاه هر انسانی به اعتبار عقیده و جنس باورهایش، محدود یا برچسب نمی‌خورد تا احساس امنیت نموده و بتواند نقش حرفه‌ای و مهارتی‌اش را به درستی انجام بدهد بدون نگرانی و استرس زائد که مبدا محل اتهام و یا برچسب قرار بگیرد... این بینش و نظر از مهم‌ترین نگرش‌های توسعه‌انسانی است که در آراء برخی صاحب‌نظران توسعه به صراحت مطرح و تاکید شده است. البته این نکته به نظر محقق بر ساختار فرهنگ رسمی و اداری ایران بر نمی‌تابد. اکثر مردم در بیان عقیده و باورهای شان، احساس ایمنی و آزادی ندارند، و باید اقرار به الگوهای اعتقادی رسمی نمایند و الا می‌ترسند که شرایط هویت شغلی و مدنی شان در معرض تهدید و تضییع قرار می‌گیرد. بنابراین این رویکرد و دیدگاه کارآفرینان در اقلیت بسیار خاص خودشان ممکن است تجربه و اجرا بگردد.

سومین مقوله تجربه محیط‌های جامعه‌پذیری^{۲۹} متفاوت است، که عزم و همت کارآفرینی را در آینده برای آن‌ها رقم زده است. اکثر کارآفرینان طعم فقر و سختی‌های دوران زندگی خود را در آینده خود و نگرشی که به کارآفرینی داشته‌اند با تجربیاتی متفاوت بیان کرده‌اند.

^{۲۹}. تعابیر و مفاهیمی از این دست مانند جامعه‌پذیری، اشاعه فرهنگی جهانی، درک تفاوت‌ها در دامن کثرت‌گرایی مدرن و... به قلم و استنباط محقق است؛ و لزوماً در ادبیات کلامی مصاحبه‌شوندگان نبوده. ولی در پیوند عمیق و ناظر بر مضامینی است که به قرار فوق‌تقریر شده است.

چهارمین مقوله در بعد اجتماعی، تکثر گرایی است. کثرت گرایی بر سلسله ای از معانی، مسائل و اولویت هایی دلالت می کند که می توان آنها را در گستره ای از نظریه ها و علائق نظری که از جهات دیگر بسیار متفاوت اند، جای داد یا پیدا کرد. در این معنا، کثرت گرایی مفهومی «صوری» است و نه یک نظریه بنیادی «نهایی»؛ کثرت گرایی در واقع حاکی از آن است که ما (از منظر کارآفرینان) کثرت و تفاوت را درون حوزه ها یا گفتمان های خاص اجتماعی و در بیرون آنها به رسمیت می شناسیم. هر چند وارد شرح تفصیلی این بحث نشده ولی منظور جذب هر نوع روش، نوآوری، ایده های جدید متفاوت فرهنگی است که دارای ارزش حرفه ای و کاربرد باشد حتی اگر فرضاً مربوط به یک لائیک و یا ارمنی و.. باشد. در این باره در عرصه مقوله دوم (جذب اشاعه فرهنگی نظام جهانی) اشاره تحلیلی مختصری بیان نمودیم.

پنجمین مقوله استخراجی، معنویت جدیدی است که در مقابل معنویت سنتی مبتنی بر دین شکل گرفته است. در این نوع جدید، انتقاد از مطلق گرایی و تعبد صرف دینی، افراد قرب الهی را فقط در مناسک دینی جستجو نمی کنند و دایره وسیع تری را برای رسیدن به خدا و امر قدسی در نظر گرفته اند. نمونه ای از این افکار در یکی از مصاحبه ها به شرح زیر است: برای نمونه یکی از آنها درباره تفاوت میان دین و معنویت گرایی می گوید:

..تفاوت میان دین و معنویت هست؛ دین جزیی تر از معنویت است. شالوده دین معنویت است و معنویت اخلاق را هم در برمی گیرد. معنویت توی ذهن من به وجود می آید... به عبارتی درون من است. من خود را معنویت گرا قلمداد می کنم. به نظر من دین احکام و قاعده های خاصی دارد و تقویم اجرایی دارد مثل روزه گرفتن اما معنویت خیلی فراتر است و نمی تواند در یک چار چوب قرار بگیرد (مصاحبه شونده شماره ۸).

با توجه به این توضیحات این سوال مطرح شد که آیا خدا هم در معنویتی که نام بردید وجود دارد.. جواب و نظرش بدین قرار بود:

...مسئله خدا وجود دارد حتی قرآن هم صحبت از خلیفه الهی انسان می کند، ولی نکته این است احکام و دستورات دینی در یک چار چوب هزاران سال پیش و سنتی وضع شده اند و برای محیط امروز نمی تواند جوابگو باشد ولی معنویت ریشه در درون فرد یا همان ذات افراد دارد که خدا آن را در ما قرار داده است. اگر من آزارم به محیط زیست نرسد این مساله ممکن است در دینی تصریح شده باشد اما یقین دارم برخی ادیان آن را در چارچوب دستور العمل های خود ندارند اما معنویت من آن را الزامی می کند و تفاوتی بین من و یک انسان دوستدار طبیعت به عنوان مثال اروپایی ندارد (مصاحبه ۸).

ششمین مقوله در بعد اجتماعی "مسئولیت پذیری" بوده (با زیرساختی معنوی) که می تواند بخش عمده ای از مشکلات بشری را حل کند؛ چرا که با احساس مسئولیت پذیری است انسان متوجه وظائفش در قبال خداوند، خویش و دیگران می گردد و اگر همه افراد مسولیت اجتماعی خود را بپذیرند خیلی از مشکلات حل می شود. یکی از مصاحبه شونده گان بر اساس تجارب معنوی خود بیان می دارد: "ما همه مسئول هستیم در مقابل خودمان و دیگران، بیکاری دیگران و فقر و فحشاء از سویی نشانه بی مسولیتی من و شما هست. من با معنویتم به این نتیجه رسیده ام که هر کس در عمل می تواند گوشه ای از مشکلات دیگران را با مسئول دانستن خود حل کند.."

منظورشان از معنویت در واقع آن روحیه و باوریست که هر چه حس مسئولیت بیشتر و عملی بگردد زیرساختی است برای حل مسائل توسعه. انجام مسئولیت ها جامعه را به سوی هماهنگی، پاسخگوی بموقع برای تامین نیازها، بازسازی احساس رضایت و امید اجتماعی، تعادل و حرکت موفق بسوی رشد و توسعه هدایت می کند. از این روست که فاکتور شناسایی و تقویت حس مسئولیت یکی از عناصر مهم و کارآمد سرمایه اجتماعی است.

مقوله بعدی ارتباطاتی است که اشخاص، معنویتی را در درون خود تعریف کرده اند. یکی از مصاحبه شوندگان می گوید: "من خدا را در درون خودم دیده ام و سعی در شناخت او دارم. و براین اساس می توان نتیجه گرفت این مهم با شناخت، رابطه ای مستقیم دارد و نباید از نظر دور داشت که اختلال در رابطه انسان با خداوند موجب اختلال در دو رابطه دیگر یعنی ارتباط انسان با خویشتن و ارتباط انسان با دیگران خواهد شد."

هشتمین مقوله استخراجی در مورد معنویت در بعد اهمیت و نیاز های معنوی، تفکر نسبی و عدم احساس مطلق انگاری در زندگی است. این نکته را در لابلای سخنان مصاحبه شوندگان می توان دریافت. مصاحبه کننده شماره ۵ در این رابطه می گوید: "...قرار نیست من دیگران را قضاوت کنم که چه اعتقادی دارند چه می خورند و چه می پوشند. مهم این است که من بتوانم گونه ایی زندگی کنم که آرام به دیگران نرسد حالا ممکن است به طور مثال از یک دستور دینی تخطی کنم، واقعا مهم نیست.."

این که شخص به چنین مرحله ای از فهم برسد که در حریم اخلاقی و حتی هنجاری دیگران دخالت نکرده، وارد نگیرد بلوغ و فراز معنوی عمده ای است که به نظر می رسد در تجربه زیسته کارآفرینان پژوهش اتفاق افتاده است. کلمات مانند نشانه های کلیدی هستند به عنوان پنجره ای جهت شناخت فکر و بینش و نگرش انسان ها. لذا وقتی شخص بیان می کند: قرار نیست که من قضاوت بکنم که دیگران چه اعتقادی دارند و چه می پوشند و... معرف و شاخصی است برای درک سطح گرایش معنوی که در او شکل گرفته است. براین اساس مفاهیم از جنس معنوی که در ادبیات ارتباطی کارآفرینان بیان شده را در جدول بعدی مرور می کنیم:

نمونه کدهای محوری: بعد اهمیت و نیاز اعتقادات معنوی در زندگی

مقوله محوری	مقوله های ثانوی	خرده مقوله ها
جایگزینی امر قدسی	درونی بودن خدا، معنویت سکولار	لزوم دین، دستکاری شدن دین، خدا درونی است.. اختصاصی بودن معنویت و حقیقت
اعتلای فرد	درمان نفس، تحقق و رشد استعدادهای درون و رسیدن به خودحقیقی	رضایت درون، شناخت خود، شناخت خالق

جالب است که لزوم دین و اعتقادات در همه مصاحبه شوندگان ضروری قلمداد شده بود اما تعریفی که از دین داشتند تفاوت قابل ملاحظه ای داشت. کد ۳ در این ارتباط می گوید:

"..بدون دین اداره کردن جامعه محال است اما آن قدر حواشی به دین اضافه کرده اند که حقیقت دین بر من پوشیده است به قول حافظ: /جنگ هفتاد و دو ملت همه را عذر بنه / چون ندیدند حقیقت ره افسانه زدند.../ من اعتقاد اینست خدا در درون ماست. حقیقت مطلق نیست بلکه در میان افراد متفاوت است."

نیاز به ایمان دینی هست در تنظیم پیوندها و رابطه های اجتماعی، ولی دیانت و ایمانی که از دل و درون اشخاص انسانی برآید؛ و حالت دستوری-کلیشه ای نداشته باشد که قابل تحلیل و تحمیل بر عموم مردم باشد؛ چون در این حالت وارد فضایی از تظاهر، مناسک و آدابی می شویم که ممکن است با درک، شرایط و نیازهای متغیر اشخاص متفاوت درآمده و منطبق نشود. همین عدم انطباق است که جاذبه دیانت و معنویت صوری را که برسمیت و مناسبات ظاهری تقلیل می یابد، بشدت کاهش داده و دافعه ایجاد می کند..اما این که علائق ایمانی از درون دل و جان اشخاص برآید در هر سطح و مرتبه ای که باشد چون نیازی به ریا و نفاق و تظاهرات پوچ و بی هوده نیست، در نتیجه مردم همانی هستند که هستند، خود واقعی شان، در واقعیتی که خودشان را معتبر دیده و دارند رشد و توسعه می دهند چون از هموعان شان که بی ریا و بدون تظاهر باورهای شان را بروز و ظهور می دهند همواره و غیرمستقیم نکته های تازه می آموزند. بحران هنگامی است که همه مقید باشند مثل هم باشند!! در این صورت هویت فردی انسان ها لغو و تحقیر می شود. انسانی که تحقیر و لغو می شود دستاوردی از خود ندارد که بر اساس بتواند جاذبه، احساس مسئولیت کارآمد و کارآفرینی را رقم بزند. لاجرم تبدیل به مهره تابع و عبد بی درایتی می شود که فقط باید با منویات و نظرات مردان بزرگ تر از خود هماهنگ بشود. شاید یکی از دلایل ضروری تاریخی-اجتماعی که باعث پدیدار شدن سکولاریزم شد به معنای جدایی دیانت رسمی از امور سیاسی و دنیوی همه مردم جامعه بشری، همین نکته ای باشد که توضیح داده شد. نمی شود ما شاهد بروز و ظهور انسان کنش گر کارآفرین با مناعت و مستقل و پیشتاز و پویا باشیم و در عین حال از او متوقع آن بشویم که تبدیل به عنصر و مهره ای تابع کورکورانه از نظم سنتی هنجارها و باورهای دینی باشد که مردم را وادار به تقید، تبعیت محض، عبدیت اجتماعی کلیشه ای در پاره ای از آداب و مناسکی نماید که ممکن است بدرجه درک و نیاز و فهم آن نرسیده باشند.

نسل جدید با انتقاد و نفی این پندار که دینداری فقط از راه عضویت و حضور در مراکز مذهبی نهادینه (مثل کعبه و مسجد) به دست می آید بدنبال خدا در همه جاست به خصوص در وجود خود افراد بهره ور از ایمان دینی. کارآفرین امروزی بر این باور است که دینداری دارای چارچوب است دست و پا گیر، ولی معنویت گرایی این مشکل را ندارد، در خدمت اکثریت مردم هست و هر کس می تواند به قدر خود از آن بهره ببرد.

دوم در بعد نیاز معنوی مقوله ی رضایت درون، شناخت خود، شناخت خالق و اعتلای فرد است که یکی از مهمترین محتواهای معنویت و تعالی رشد شخصی است. منظور از رشد شخصی، رشد کار آفرین در تمام زمینه های ممکن است که به واسطه معنویت بدست می آورند. یکی از کار آفرینان گفت: معنویت و نوع نگرشی که از بابت معنویت برایم ایجاد شده است باعث شده یک وقت هایی بزرگتر شوم ... الان که نگاه میکنم پختگی لازم را به دست آورده ام. یک جورایی

بزرگ شدم و این را معنویت به من داده. خودشناسی راهی است برای خداشناسی و چیزی است که واقعاً هدف انسانی هم در این راستا است و فکر میکنم معنویت من به این شناخت کمک میکند. رشد متعالی شیوه زندگی است که در آن شخص برای بهبود شخصیت خود و یافتن هدف و معنای زندگی اش در طی اهداف بلندمدت تلاش می کند؛ درحالی که با دیگران، جهان هستی و خداوند رابطه دارد. این سبک زندگی منجر به شناخت خداوند، رشد شخصی می شود که درنهایت به رضایت فرد می انجامد.

مقوله استخراجی بعدی، بحث "معنای زندگی" است، که تمام مصاحبه شوندگان به نوعی گرایش به معنویت را با آن پیوند زده اند. یکی از مصاحبه شوندگان در این رابطه می گوید: هر روز این سوال را از خودم می پرسم که هدف از زندگی و خلقت من چیست، آیا من بیهوده خلق شده ام؟ آیا در پس این همه شگفتی های زندگی چگونه من را خداوند قرار داده است تا این پازل را تکمیل کنم. مردم ما سرخورده هستند من هم زمانی داشتم به ناامیدی مطلق می رسیدم، با خودم فکر می کردم من بهر چه چیزی باید زندگی کنم؟ آیا هدف از زندگی، مسافرت و خرید از بوتیک ها و مالکیت کارگاه و غیره است، بعد متوجه شدم که خیر، دوستی و عشق به زندگی از همه چیز بالاتر است. مادیات و پول مهم هستند، اما با تاکید زیاد بر آن ها به پوچی و نیستی خواهید رسید. اما با معنویت و نگاه جدید به زندگی مفهوم زندگی برای من آشکار شد. ایمان و اعتقادات خاص من توانست مرا از این ورطه نجات بدهد. ما در زندگی به چیزی احتیاج داریم که به خاطر آن زندگی کنیم، هر عاملی که احساس کنم در فرایند زندگی به من کمک کند تا بتوانم راحت تر با چالش های فکری کنار آیم از آن استقبال می کنم و اعتقاداتی که در بالا به آن اشاره کردم از این زمره هستند. به این نکته رسیده ام تا زمان مرگ باید تلاش کنم و در غیر این صورت زندگی بی معنا می شود. انسان باید هدف، چرایی و چستی زندگی را برای خویش مشخص و معلوم نماید. به عبارتی دیگر، بداند برای چه هدفی آفریده شده؟ البته نباید اهمیت سیر و سلوک معنوی را در شناخت نقش و تعیین نوع رابطه آدمی با آن نادیده گرفت و حتی می توان گفت بدون این مهم انسان نمی تواند خویشتن را بشناسد.

توضیح این که با دیدگاهی به شرح فوق، انسان معنویت گرا سعی می کند با استفاده از حکمت معنوی خویش، به ایجاد معنا در زندگی روزمره و این جهانی خود مبادرت کند (Sutcliffe, 2003; 221) گفتمان مبتنی بر معنویت، انسان را بیش از آنچه خود گمان می کند که در رنج و ناامیدی شده و یا خود را در فضای نامطلوب تلقی می کند وضع انسان را درمان پذیر نشان می دهد. تکیه این گفتمان بر درمان این جهانی یا درمان سکولار است. مقصود ما از سکولار در اینجا یعنی این که روش توصیه شده، آزمون و نتیجه این جهانی دارد. آرامش اینجا و اکنون (واقعی نه ذهنی- وهمی) انسان مهم است. به همین دلیل آرامش و نجاتی که از طریق معنویت گرای طلب می شود یک نجات کاملاً اینجایی و اکنونی است؛ که همه می توانند به آن برسند.

مقوله بعدی، سلامتی، رفاه، نشاط و زیبایی است. کار آفرینانی که نگاه و بینش معنوی داشتند آن را برای سلامتی و نشاط خود ضروری و یک نیاز مهم تلقی می کردند. مردم شادمانی و آرامش روانی را نیز از راه فرهنگ و باور درونی شان جستجو می کنند.

پنجمین مقوله استنباطی محقق، توجه به زندگی اکنونی است که به عنوان یکی از پایه های سکولاریسم مطرح می شود. مصاحبه شوندگان نظراتی در این باره داشتند به معنای تکیه معنویت بر درمان این جهانی. مقصود از سکولار در

اینجا یعنی این که روش مذکور، آزمون این جهانی دارد. چنان که اشاره شد: آرامش اینجا و اکنونی انسان مهم است؛ یعنی نتیجه قابل بررسی اش در همین دنیا معلوم باشد. به همین دلیل نجات یا حس رهایی و رستگاری که از طریق معنویت‌گرایی طلب می‌شود یک نجات کاملاً اینجایی و اکنونی است. اینها اهدافی هستند که همه می‌توانند به آن برسند. سلامتی، رفاه، نشاط و زیبایی و.. مهم هست تا مردم در این دنیا شاد باشند و بتوانند از مواهب زندگی بر خوردار بشوند. و آخرین مقوله استخراجی، درمان معنوی می باشد. مصاحبه شنوندگان، بیان نموده که از طریق اعتقادات معنوی بر مشکلات خود چیره می شوند. یکی از مصاحبه شنوندگان در این مورد بیان داشت :

"...زمانی که بیماری، ناتوانی و رویدادهای منفی که سبب ضعف روانی و جسمی می شوند؛ بر من غلبه می کند این معنویت است که مرا آرام می کند و احساس های بد را از من دور می کند"...

۳-۴ گذاری انتخابی، مقوله مرکزی

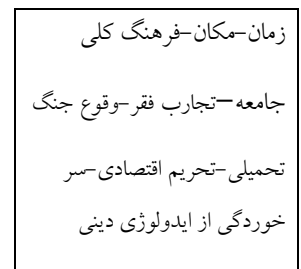
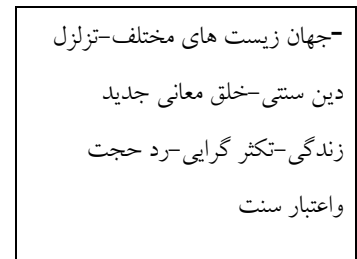
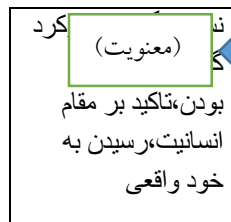
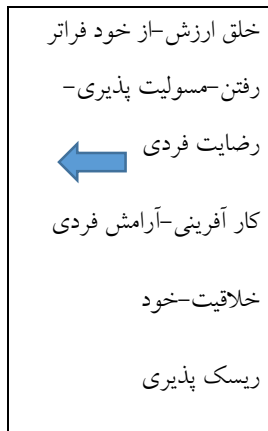
پس از مرحله کدگذاری باز و... نوبت به چینش مقوله های به دست آمده در قالب یک الگو یا پارادایم حاصله، حول محور مقوله مرکزی مد نظر(معنای زندگی) می رسد. در الگوی قاعده مند و روش شناختی استراوس و کربین(که در فصل اول در دستور کار قرار داده شد)، عوامل یا شرایط به سه دسته متغیرهای(شرایط)علی، متغیرهای(شرایط)زمینه ساز و متغیرهای(شرایط)میانجی تقسیم می شوند. شرایط علی همان عوامل مؤثر مستقیم بوده؛ شرایط زمینه ساز عواملی است که بستر مورد نیاز برای مقوله محوری را فراهم آورده؛ و شرایط مداخله گر عواملی است که در ایجاد مقوله محوری به صورت عمومی و غیرمستقیم دخالت دارد. لطفاً به جدول مربوط در ادامه دقت نمایید..

*پیامد

*عوامل علی

*راهبردهای کنش/کنش متقابل

*پدیده



این بسیار مهم هست که در فضای درونی و معنوی کارآفرینان مورد تحقیق چه نوع دیدگاه، بینش و قضایای پایه ای برای زیستن اجتماعی در تعاملات انسانی و فرهنگی نهفته و حاتی نظرشان می باشد زیرا بر این اساس مدارهای کار و خدمت و توسعه یافتگی حرفه ای خود را رقم زده و مدیریت نموده و ترویج می دهند. ممکن است در سیر کار و زندگی تخصصی و... با مشقت ها و زحمت هایی مواجه شده و بجالش بیافتند اما دلیل تاب آوری پویا و مفید و خلاق شان همین نحوه معنا سازی زندگی است. با معانی، ارزش ها و الگوهایی که در زندگی برای خود ملاک قرار داده اند توانسته و می توانند به قوام و دوام و رونق خود ادامه بدهند؛ و در این راستا هر چه بیشتر مورد عنایت و تشویق فرهنگی و مدیریتی - اجرایی قرار بگیرند طبیعی است هر چه بیشتر تکثیر شده و نمونه های متنوع و آفرینش گر بیشتر و تواناتری را به فرایند توسعه یافتگی جامعه شهری منطقه (اراک به عنوان یکی از مراکز مهم صنعتی کشور) همقطار و همراه می کنند. با این وصف، مختصات این تعبیر و معنای زندگی از منظر (اشباع پذیر نظری) کارآفرینان چیست و از چه فرازهای مهمی برخوردار می باشد:

معنویت و زندگی برای کارآفرینان یک امر بدیهی، عینی و عملیاتی است در متن کار- و نه امر ذهنی- انتزاعی دور از حس و تجربه ای این جهانی. بر این پایه ضمن استقلال و پویای هویت فردی خویش، برای زیرساخت ارتباط دوستانه و مشفقانه با همکاران شان در زیست جهان زندگی، وزن و اهمیت فوق العاده ای قائلند. این ارتباط دوستانه و مشفقانه است که ایشان را به کار و خدمت، گرم و پایدار نموده و مانع از بسیاری بیگانگی ها و تنهایی زیان بار می شود. در این راستا روحیه نسبی گرایی هنجاری - فرهنگی را لحاظ نظر دارند بدین معنا که به حریم های فردی و اعتقادی اشخاص، تجسس و دخالتی ندارند و موضعی آزادمنشانه ای را برخوردارند. لذا بسیاری از نیروها و منابع انسانی پیرامونی را نزد خود آشنا و صمیمی می کنند و از مشارکت خلاق و ایده پرداز و نوگرایی ایشان در هر گونه ارتباط های پویا مجازی و غیرمجازی بهره مند می شوند. این نکته در واقع به مثابه زیرساختی علی گرا در گستره کنش گری شان عمل می کند؛ و ایشان را در متن و مسیر کار و زندگی پشتیبانی کرده، ثبات و پایداری پویا می بخشد.

در این گردونه از شواهد، گفته ها و ناگفته های میدان مصاحبه ها و اشخاص کارآفرین پیداست شرایط واسطه ای و زمینه ای نیز به کارند، و مقتضای کارکردی خود را کمابیش دخالت داده و بروز می دهند. بنابراین از فضای میانجی یا واسطه ای و عناصر زمینه ای نباید غافل ماند. از جمله مهم ترین آنها باید اشاره نمود به: امواج جهانی شدن و عملکردهای رسانه ای، سن، سطح تکنولوژی و تحصیلات و... هر چه پیوند و آگاهی از بینش ها، روش ها و مهارت های نو و کارآمد در دامن مناسبات دانشی، علمی و فناوری با اطلاعات جهانی بیشتر می شود، هوش اجتماعی و هوش حرفه ای کارآفرین ارتقاء می یابد. امروزه بوضوح دیده می شود چگونه افزایش ارتباط فکری و تجربی با اطلاعات در حال اشاعه ی جهانی، روح پویایی و جسارت تجول و نوآوری رو هر چه بیشتر برخوردار هست؛ و بسیاری نگرش ها و اندیشه ها را بلحاظ راهبردی و روش کار و زندگی اقتباس و گاه مونتاژ می کند تا عرصه های نوینی را در کار و خدمت فنی و تکنیکی و مهارتی بیافریند، و با زبان روز جهانی هماهنگ شده و انسجام پیونده ای داشته باشد. این بحث را از منظر پارادایم انسجامی- و نیز نمادشناسی زبان شناختی ویتگنشتاینی بهتر می توان فهمید و مورد تحلیل قرار داد که در فصل دوم بسیار مختصر مطرح شده است). به علاوه باید برخی حس بن بست های فرهنگ و ایدئولوژیهای درونی نیز باید مدنظر داشت. انسان بیدار وقتی با بن بست و برخوردهای منفی و سرکوب های فرهنگی و بحران عدم ارائه راه حل های کارآمد مواجه می شود بدیهی است به فکر چاره های تازه افتاده، راه ها و ایده های نو و نسبی که به گشایش اندیشه و مهارت بدهد را انتخاب می کند و بدین سان خود را تقویت و پایدار می کند. در این خصوص می توانید این گونه مفاهیم و اشارات را در بیان بسیاری اشخاص ناظر و فعال جامعه کار و اقتصاد پیدا نمایید: آشنایی با مکاتب فکری و ورزشهای مثل یوگا- تجارب فقر در خانواده، وقوع جنگ تحمیلی، خاطره انقلاب و فراگیر شدن ایدئولوژی اسلامی در دهه های بعد از انقلاب، سر خوردگی های دینی!...

به این ترتیب با چنین پوشش ها و چالش هایی می رسیم به داستان راهبردهایی که خواسته ناخواسته اشخاص فعال و کارآفرین اختیار نموده و در پیشه و سبک زندگی خود عملی نموده و از آن برخوردارند من جمله: -رشد شخصی-رضایت فردی-از خود فراتر رفتن-شناخت خود و خدا- تحلیل هزینه -پاداش-شناخت دیگران-کمک به دیگران... بدین معنا که نیاز الزام آور خود می دارند که دست از طلب برای رشد و توسعه خود برندارند، فضاهای درونی و معنوی درون شان را وسعت داده و گشوده کنند تا بیش از آن آلت دست و بازیچه بشوند در حقیقت، بازیگر کار و زندگی خود باشند، از بسیاری کم دانی ها، توهمات، توقعات یاوه از دیگران، معاشرت با افراد ضعیف و عاجز و ناکارآمد را قطع می کنند و فراتر رفته تا توان گری معنوی و مهارتی هر روزه و تازه به تازه ای پیدا کنند تا تاب آوری ویژه و خلاقیتی بدست آورند. از آن رو توانا شده و با تحلیلی که از هزینه های شان دارند می توانند موفقیت ها و پاداش ها بیشتر و نشانه های جدیدی برای توسعه کار و زندگی اجتماعی و ارتباطی شان پیدا نمایند تا ضمن ارتقاء دانش و بینش نوآور و مستقل خویش به بسیاری از همکاران و هموعان خویش، قدرت کمک و دستگیری نیز پیدا می کنند.

باری در نهایت به چه برآوردی و الگوی مهمی می شود رسید. در قسمت پیامدها به ظرافت و صرافت اشاره نموده اند که تنها می توان با اتخاذ چنین مانیفست روحی و معنوی- خلقی به نتیجه رسید و آن را اشاعه بی ادعا داد که آراسته و مزین به این گونه خصائل باشد:

-استقلال- نوآوری - همزبانی و همدلی- مسئولیت اجتماعی- خود نوشت-

به عبارت دیگر، کارآفرین اگر به طبع و روحیه استقلال نرسد، عاجز و وابسته باشد ناتوان شده و ضعیف؛ و لذا نمی تواند کارآفرین بشود.

کارآفرین اگر سنتی و دنباله رو محض باشد، روح خلاق و ابتکار عمل نداشته باشد نمی تواند کارآفرین شده و در تجربه توسعه حرفه خود موفق باشد؛ لذا راکد شده و فرسوده، و در فضای رقابتی از بین می رود...

کارآفرین اگر زبان ارتباطی متناسب را نداشته و به این عنصر بسیار مهم در تنظیم و تحکیم و انسجام مناسبات حرفه ای با مخاطبان، همکاران و مشتریان اولویت اساسی ندارد منزوی شده و در یک فضای بسیار بسته و یک جانبه گرایی قرار می گیرد؛ با انسداد ارتباطی نمی توان اعتبار و مشروعیت لازم و قابل توسعه بدست آورد. از دست رفتن مشروعیت اجتماعی و انسانی مساوی است با امحاء و از میان رفتن کارآفرین. از این رو مهم ترین زمینه برای رونق کارآفرینی، همزیانی با نیروهای قلمرو کار هست بویژه همزیانی که در مواردی به همدلی منجر گردد عرصه را برای انسجام و وحدت پویا با ارزش افزوده بالا فراهم می کند. به این ترتیب عنایت نظر به همزیانی - همدلی، اصلی است که کارآفرینان در واقع پیشه کار و زندگی خود قرار می دهند. تجربه نشان داده است هر قدر همزیانی در روابط متقابل محیط کار، کاهش بیابد در نتیجه تفاهم و اعتماد و همگرایی و قدردانی از منابع انسانی به شدت تنزل می یابد، تفرقه، پراکندگی، تعارض ها و سوء ظن و منفی گرایی افزایش می یابد؛ و لذا پایگاهی برای رشد و توسعه بهره وری باقی نمی ماند. از این کارآفرینان، فوق العاده به احیاء و ترویج همزیانی اهمیت قائل می شوند...

کارآفرین اگر خود را در کار و نوع کارکرد و خدمتش، خودآگاه مسئول نداند با شکست و بی بست های کاری مواجه می شود. از این جهت، روحیه و اخلاق کارآفرین تقید وافر به مسئولیت پذیری اجتماعی و تخصصی است. حس مسئولیت در واقع اشخاص را هوشیار و متعهد می کند بدانچه هدف گذاری و ادعا نموده اند پایبند باشند؛ زیرا اگر این پایداری نباشد سررشته بسیاری از طرح ها و برنامه ها از کف و دست شان درآمده و دچار بحران های گاه غیرقابل جبران می شوند. بنابراین حس مسئولیت برای کارآفرین همواره همان مقوله استقلال طبع و کار خلاق و جسورانه اوست بی آن که نیازی به اتکاء و وابستگی به دیگران داشته باشد. با این وصف با اطمینان می توان بیان نمود کارآفرین، انسان خودآگاهی است که با حرف های کلی خواه عامیانه و یا دینی مانند مثل تقدیر و سرنوشت و... خویشتن را تله های کاری منجر به بحران و ابهام و احتمال زیاد شکست نمی کند. او کنشگری است که مسئولیت طرح و برنامه، ایده و روش خود را با میزان بینش و دانایی که دارد در دامن ارتباطات پویای درونی و فرا گروهی و جهانی، همواره می پذیرد و هوشمندانه از آنها دفاع می کند تا طبق پیمان و میثاق های معنوی و اعتقادی و ادعایی خویش به نتیجه برسد، و موفق بشود.

بحث و نتیجه گیری

یک فراز و نتیجه بسیار مهم آن است که در فضای درونی و معنوی کارآفرینان مورد تحقیق چه نوع دیدگاه، بینش و قضایای پایه ای برای زیستن اجتماعی در تعاملات انسانی و فرهنگی نهفته و حاق نظرشان می باشد زیرا بر این پایه، مدارهای کار و خدمت و توسعه یافتگی حرفه ای خود را رقم زده و مدیریت نموده و ترویج می دهند. کارآفرینان در سیر کار و زندگی تخصصی و... با مشقت ها و زحمت هایی مواجه شده و بجالش می افتند اما دلیل تاب آوری پویا و مفید و خلاق شان، همین نحوه معناسازی زندگی است؛ در حقیقت با معانی، ارزش ها و الگوهایی که در زندگی برای خود ملاک قرار داده اند توانسته و می توانند به قوام و دوام و رونق خود ادامه بدهند؛ و در این راستا هر چه بیشتر مورد عنایت و تشویق فرهنگی و مدیریتی - اجرایی قرار بگیرند طبیعی است بیشتر تکثیر شده و نمونه های متنوع و آفرینشگر و توان گری را به فرایند توسعه یافتگی جامعه شهری منطقه (اراک به عنوان یکی از مراکز مهم صنعتی کشور) همقطار و همراه می کنند. بدین سان مختصات معنای زندگی از منظر (اشباع پذیر نظری) کارآفرینان از فرازهای مهم راهبردی

برخوردار می باشد چنانکه: معنویت و زندگی برای کارآفرینان یک امر بدیهی، عینی و عملیاتی است در متن کار- و نه امر ذهنی- انتزاعی دور از حس و تجربه ی این جهانی. بر این پایه ضمن استقلال و پویای هویت فردی خویش، برای زیرساخت ارتباط دوستانه و مشفقانه با همکاران شان در زیست جهان زندگی، وزن و اهمیت فوق العاده ای قائلند. این ارتباط دوستانه و مشفقانه است که ایشان را به کار و خدمت، گرم و پایدار نموده و مانع از بسیاری بیگانه گی ها و تهایی زیان بار می شود. در این راستا روحیه نسبی گرایی هنجاری - فرهنگی را لحاظ نظر دارند بدین معنا که به حریم های فردی و اعتقادی اشخاص، تجسس و دخالتی ندارند و موضعی آزادمنشانه ای را برخوردارند. لذا بسیاری از نیروها و منابع انسانی پیرامونی را نزد خود آشنا و صمیمی می کنند و از مشارکت خلاق و ایده پرداز و نوگرایی ایشان در هر گونه ارتباط های پویا مجازی و غیرمجازی بهره مند می شوند. این نکته در واقع به مثابه زیرساختی علی گرا در گستره کنش گری شان عمل می کند؛ و ایشان را در متن و مسیر کار و زندگی پشتیبانی کرده، ثبات و پایداری پویا می بخشد.

از شواهد، گفته ها و ناگفته های میدان مصاحبه ها و اشخاص کارآفرین پیداست شرایط واسطه ای و زمینه ای نیز به کارند، و مقتضای کارکردی خود را کمابیش دخالت داده و بروز می دهند. بنابراین از فضای میانجی یا واسطه ای و عناصر زمینه ای نباید غافل ماند. از جمله مهم ترین آنها باید اشاره نمود به: امواج جهانی شدن و عملکردهای رسانه ای، سن، سطح تکنولوژی و تحصیلات و.. هر چه پیوند و آگاهی از پیش ها، روش ها و مهارت های نو و کارآمد در دامن مناسبات دانشی، علمی و فناوری با اطلاعات جهانی بیشتر می شود، هوش اجتماعی و هوش حرفه ای کارآفرین ارتقاء می یابد.. امروزه بوضوح دیده می شود چگونه افزایش ارتباط فکری و تجربی با اطلاعات در حال اشاعه ی جهانی، روح پویایی و جسارت تجول و نوآوری رو هر چه بیشتر برخوردار هست؛ و بسیاری نگرش ها و اندیشه ها را بلحاظ راهبردی و روش کار و زندگی اقتباس و گاه مونتاژ می کند تا عرصه های نوینی را در کار و خدمت فنی و تکنیکی و مهارتی بیافریند، و با زبان روز جهانی هماهنگ شده و انسجام پویانده ای داشته باشد. این بحث را از منظر پارادایم انسجامی- و نیز نمادشناسی زبان شناختی ویتگنشتاینی بهتر می توان فهمید و مورد تحلیل قرار داد(که در فصل دوم بسیار مختصر مطرح شده است). به علاوه باید برخی حس بن بست های فرهنگ و ایدئولوژیهای درونی را نیز باید مدنظر داشت. انسان بیدار وقتی با بن بست و برخوردهای منفی و سرکوب های فرهنگی و بحران عدم ارائه راه حل های کارآمد مواجه می شود بدیهی است به فکر چاره های تازه افتاده، راه ها و ایده های نو و نسبی که به گشایش اندیشه و مهارت بدهد را انتخاب می کند و بدین سان خود را تقویت و پایدار می کند. در این خصوص می توانید این گونه مفاهیم و اشارات را در بیان بسیاری اشخاص ناظر و فعال جامعه کار و اقتصاد پیدا نمایید: آشنایی با مکاتب فکری و ورزشهای مثل یوگا- تجارب فقر در خانواده، وقوع جنگ تحمیلی، خاطره انقلاب و فراگیر شدن ایدئولوژی اسلامی در دهه های بعد از انقلاب، سر خوردگی های دینی!...

به این ترتیب با چنین پویای ها و چالش هایی می رسیم به داستان راهبردهایی که خواسته ناخواسته اشخاص فعال و کارآفرین اختیار نموده و در پیشه و سبک زندگی خود عملی نموده و از آن برخوردارند من جمله: -رشد شخصی-رضایت فردی-از خود فراتر رفتن-شناخت خود و خدا- تحلیل هزینه -پاداش-شناخت دیگران-کمک به دیگران...

بدین معنا که نیاز الزام آور خود می دارند که دست از طلب برای رشد و توسعه خود برندارند، فضاهای درونی و معنوی درون شان را وسعت داده و گشوده کنند تا بیش از آن آلت دست و بازیچه بشوند در حقیقت، بازیگر کار و زندگی خود باشند، از بسیاری کم دانی ها، توهمات، توقعات یاوه از دیگران، معاشرت با افراد ضعیف و عاجز و ناکارآمد را قطع می کنند و فراتر رفته تا توان گری معنوی و مهارتی هر روزه و تازه به تازه ای پیدا کنند تا تاب آوری ویژه و خلاق بدست

آورند. از آن رو توانا شده و با تحلیلی که از هزینه های شان دارند می توانند موفقیت ها و پاداش ها بیشتر و نشانه های جدیدی برای توسعه کار و زندگی اجتماعی و ارتباطی شان پیدا نمایند تا ضمن ارتقاء دانش و بینش نوآور و مستقل خویش به بسیاری از همکاران و هموعان خویش، قدرت کمک و دستگیری نیز پیدا می کنند.

باری در نهایت به چه برآوردی و الگوی مهمی می شود رسید. در قسمت پیامدها به ظرافت و صرافت اشاره نموده اند که تنها می توان با اتخاذ چنین مانیفست روحی و معنوی - خلقی به نتیجه رسید و آن را اشاعه بی ادعا داد که آراسته و مزین به این گونه خصائل باشد: استقلال - نو آوری - همزبانی و همدلی - مسئولیت اجتماعی - خود نوشت..

به عبارت دیگر، کارآفرین اگر به طبع و روحیه استقلال نرسد، عاجز و وابسته باشد ناتوان شده و ضعیف؛ و لذا نمی تواند کارآفرین بشود.

کارآفرین اگر سنتی و دنباله رو محض باشد، روح خلاق و ابتکار عمل نداشته باشد نمی تواند کارآفرین شده و در تجربه توسعه حرفه خود موفق باشد؛ لذا راکد شده و فرسوده، و در فضای رقابتی از بین می رود..

کارآفرین اگر زبان ارتباطی متناسب را نداشته و به این عنصر بسیار مهم در تنظیم و تحکیم و انسجام مناسبات حرفه ای با مخاطبان، همکاران و مشتریان اولویت اساسی ندارد منزوی شده و در یک فضای بسیار بسته و یک جانبه گرای قرار می گیرد؛ با انسداد ارتباطی نمی توان اعتبار و مشروعیت لازم و قابل توسعه بدست آورد. از دست رفتن مشروعیت اجتماعی و انسانی مساوی است با امحاء و از میان رفتن کارآفرین. از این رو مهم ترین زمینه برای رونق کارآفرینی، همزبانی با نیروهای قلمرو کار هست بویژه همزبانی که در مواردی به همدلی منجر بگردد عرصه را برای انسجام و وحدت پویا با ارزش افزوده بالا فراهم می کند. به این ترتیب عنایت نظر به همزبانی - همدلی، اصلی است که کارآفرینان در واقع پیشه کار و زندگی خود قرار می دهند. تجربه نشان داده است هر قدر همزبانی در روابط متقابل محیط کار، کاهش بیابد در نتیجه تفاهم و اعتماد و همگرایی و قدردانی از منابع انسانی به شدت تنزل می یابد، تفرقه، پراکندگی، تعارض ها و سوء ظن و منفی گرایی افزایش می یابد؛ و لذا پایگاهی برای رشد و توسعه بهره وری باقی نمی ماند. از این کارآفرینان، فوق العاده به احیاء و ترویج همزبانی اهمیت قائل می شوند..

کارآفرین اگر خود را در کار و نوع کارکرد و خدمتش، خودآگاه مسئول نداند با شکست و بی بست های کاری مواجه می شود. از این جهت، روحیه و اخلاق کارآفرین تقید وافر به مسئولیت پذیری اجتماعی و تخصصی است. حس مسئولیت در واقع اشخاص را هوشیار و متعهد می کند بدانچه هدف گذاری و ادعا نموده اند پایبند باشند؛ زیرا اگر این پایداری نباشد سررشته بسیاری از طرح ها و برنامه ها از کف و دست شان درآمده و دچار بحران های گاه غیرقابل جبران می شوند. بنابراین حس مسئولیت برای کارآفرین همان مقوله استقلال طبع و کار خلاق و جسورانه اوست بی آن که نیازی به اتکاء و وابستگی به دیگران داشته باشد. با این وصف با اطمینان می توان بیان نمود کارآفرین، انسان خودآگاهی است که با حرف های کلی خواه عامیانه و یا دینی مانند مثل تقدیر و سرنوشت و... خویشتن را تله های کاری منجر به بحران و ابهام و احتمال زیاد شکست نمی کند. او کنشگری است که مسئولیت طرح و برنامه، ایده و روش خود را با میزان بینش و دانایی که دارد در دامن ارتباطات پویای درونی و فرا گروهی و جهانی، همواره می پذیرد و هوشمندانه از آنها دفاع می کند تا طبق پیمان و میثاق های معنوی و اعتقادی و ادعایی خویش به نتیجه برسد، و موفق بشود.

باری این رساله جهت توسعه دانش و شناخت تخصصی مشارکت و نقش دارد. زیرا که سالیان زیادی اندیشمندان توسعه بر نقش متغیرهای کلان همچون استراتژی های پولی و بانکی تاکید داشتند، ولی از متغیرهای انگیرشی همچون اعتقادات، باورها، روحیات اخلاقی - ارتباطی منش گران در زمینه توسعه غافل بوده اند. اندک پژوهشگرانی که به متغیرهای خرد، و

فرهنگ افراد در زمینه توسعه مطالعه کرده اند نقش معنویت را به عنوان یکی از جنبه های مهم راهبردی در این زمینه در نظر گرفته اند. عمده ترین سهم این تحقیق معطوف به ارائه تحلیل جامعه شناختی در ابعاد معنویت و اثرات آن بر کار آفرینان به مثابه یک پارادایم مطالعاتی می باشد. در این عرصه تجربه نشان می دهد که معنویت نقش عمده ای در ساختن و رشد کار آفرینی دارد، زیرا ارزش های جدیدی در مفهوم معنویت ساخته و پرداخته می شود که معنای ذاتی و واقعی کار آفرینی از آن مستفاد می گردد ارزش هایی همچون: خلاقیت، ریسک پذیری، نو آوری، کسب ثروت، پشتکار، و کاهش تقدیر و سرنوشت انسان ها.

پایان سخن آن که به ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان سازمانی اشاره شود. یک کارآفرین سازمانی خواستار آزادی و دسترسی به منابع است، از کار خسته نمی شود، در مورد خود، پژوهش و ارزیابی می کند، در حوزه سیستم های جبری اداری (ماتریکس) غیروابسته، و در تعامل ضمن استقلال (ونه چندان خوش باور)، اما در مورد قدرت خود برای غلبه بر سیستم، خوش بین است؛ علاقه مند به ریسک متوسط دارد، و نشانه ها و علائم موفقیت فعلی را به بازی می گیرد، به آزادی ارج می نهد تا مشتری و سرپرست خود را راضی نگه می دارد.

منابع

- از کیا مصطفی، غفاری غلامرضا (۱۳۸۸) "جامعه شناسی توسعه، چاپ چهارم، انتشارات کیهان، تهران
- امام جمعه فرهاد (۱۳۹۵) "جامعه شناسی فرهنگی" نشر بهمن برنا، چاپ پنجم، تهران.
- امام جمعه فرهاد (۱۴۰۰) "روش شناسی مطالعات میان فرهنگی"، نشر بهمن برنا، تهران.
- امام جمعه، فرهاد (۱۳۸۶) موانع جامعه شناختی توسعه صنعتی در ایران"، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، اراک.
- بی، ارل (۱۳۸۱) ترجمه رضا فاضل، انتشارات سمت، تهران
- برگر. پیتر؛ برگر، بریجیت و کلنر، هانسفرید (۱۳۸۱)، ذهن بی خانمان، نوسازی و آگاهی، ترجمه محمد ساوجی، تهران: نی.
- برگر، پیتر (۱۳۸۰)، افول سکولاریسم، ترجمه افشار امیری، تهران: نشر پنگان
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴)، طراحی پژوهش های اجتماعی، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- دیلن، میشل و پل وینک (۲۰۰۳). دینداری و معنویت. مهدی عیوضی. فصلنامه هفت آسمان. سال یازدهم. شماره ۴۳. سال ۱۳۸۸. ص. ۱۶۹-۱۹۰
- سالاری اسمعیل (۱۳۹۳) بررسی ارتباط بین هوش عاطفی و هوش معنوی با کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: بانک تجارت استان هرمزگان، پایان نامه روانشناسی، دانشگاه هرمزگان
- قراملکی، محمد حسن (۱۳۷۹) سکولاریزم در مسیحیت و اسلام، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی، چاپ اول، قم

-ویر ماکس (۱۳۷۳) اخلاق پروتستانی و روح سرمایه داری. عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی. انتشارات علمی و

فرهنگی. تهران

-ویلسون برایان (۱۳۷۷) عرفی شدن، مجموعه، دین، اینجا، اکنون، نشر قطره، تهران،

-هریولوزه، دانیل (۱۳۸۰)، «انتقال و شکل گیری هویت های اجتماعی دینی در مدرنیته»، ترجمه محمود نجاتی حسینی، فصلنامه پژوهش،

شماره ۵: ۲۰-۲۱.

منابع انگلیسی

- 1- Adamu, I.M., Kedah, Z., and Osman-Gani, A.A., 2011. Entrepreneurial motivation, and commitment to social responsibility: a conceptual analysis on the influence of Islamic religio sity. Paper presented at the 10th international conference of the academy of HRD (Asia chapter) , Kuala Lumpur, Malaysia
- 2-Audretsch, D. B., 2007. The Entrepreneurial Society, Oxford University Press, New York.
- 3-Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., Lehman, E., 2006. Entrepreneurship and Economic Growth“, Oxford University Press, Oxford, p. 227.
- 4-Balog, Angela M. Baker, LaKami T, Walker, Alan G. Journal of Management, Spirituality & Religion ,Volume 11, Number 2, 3 April 2014, pp. 159-186(28).
- 5-Baskerville, R.F. (2003), “Hofstede Never Studied Culture”, *Accounting, Organizations and Society*, 28(1), 1-14.
- 6-Burack, E.H., 1999. Spirituality in the workplace. *Journal of organizational chang management e*, 12 (4), 280–292.
- 7- Beetham, D. (2018) Max Weber and the Theory of Modern Politics. John Wiley & Sons. Available. at: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Hd1jDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=max+weber%27s+theory+of+social+change&ots=flYjW7IoSs&sig=aiJ38dhopdtD-1Fld2iag-wIq2g>
- 8-Braunerhjelm, P., 2010. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Working Paper 2010:02, pp. 1-79.
- 9-Birx, H. and Fogelson, B. J. (2012) ‘Modal Personality’, in *Encyclopedia of Anthropology*. SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952453.n606.
- 10-Brockhaus, R.H., 1980. Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of management journal*, 23 (3), 509–520.
- 11-Brockhaus, R.H. & P.S. Horwitz. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger Publishing Company, Pensacola, FL, 25-48.
- 12-Brotheridge, C.M., and Lee, R.T., 2007. Hands to work, heart to god: religiosity and organ izational behavior. *Journal of management, spirituality & religion*, 4 (3), 287–309.

- 13-Carter, N.M., Gartner, W.B., and Shaver, K.G., 2004. Career reasons. In: W.B. Gartner, K.G. Shaver, N.M. Carter and P.D. Reynolds, eds. Handbook of entrepreneurial dynamics: the process of business creation. Thousand Oaks, CA: Sage, 142–152.
- 14-Chin, S. T. S., Raman, K., Yeow, J. A., & Eze, U. C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57(3), 261-7.
- 15-Dabbler, Karl (1999) "Toward an Integrated Perspective of the processes Related to the Descriptive Concept of secularization , "sociology of religion ,No 15:229-248.**
- 16-Dejardin, M., 2000. Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction?, ISSN 00-8, <http://www.spea.indiana.edu/ids/pdfholder/IDSissn00-8.pdf>.
- 17- Fairholm, G.W., 1996. Spiritual leadership: fulfilling whole-self needs at work. *Leadership and organization development journal*, 17 (5), 11–17.
- 18-Elkins, D. N. (1998). Beyond religion: A personal program for building a spiritual life outside the walls of traditional religion. Wheaton, IL: The Theosophical Publishing house.
- 19-Fernando, M., and Jackson, B., 2006. The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision making: an inter-faith study. *Journal of management and organization*, 12 (1), 23–39.
- 20-Freshman, B, (1999), An exploratory analysis of definitions and applications of spirituality in the workplace, *journal of organizational change management*, Vol. 12, No. 4, PP 318-327
- 21-Fernando, M., and Jackson, B., 2006. The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision making: an inter-faith study. *Journal of management and organization*, 12 (1), 23–39.
- 23-Fort, T.L., 1996. Religious belief, corporate leadership, and business ethics. *American business law journal*, 33 (3), 451–472
- Freshman, B, (1999), An exploratory analysis of definitions and applications of spirituality in the workplace, *journal of organizational change management*, Vol. 12, No. 4, PP 318-327
- 24-Hall, T. W., & Edwards, K. J. (2002). The Spiritual Assessment Inventory: A theistic model and measure for assessing spiritual development. *Journal for the scientific study of religion*, 41(2), 341-357.
- 25- Hagen, E. E. (1963) 'How economic growth begins: A theory of social change', *Journal of Social Issues*, 19(1). Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1505877
- 26- Harper, D. A., 2003. Foundations of Entrepreneurship and Economic Development, Routledge, London, p. 280.**
- 29-Hinnells, John R: A Handbook of Ancient Religions 1st Edition by R. (Editor) Cambridge University Press; 1st edition (March 26, 2007)
- 30-Jackson, M. (1983) 'AN ANALYSIS OF MAX WEBER'S THEORY OF ETHNICITY', *Humboldt Journal of Social Relations*. Department of Sociology, Humboldt State University, pp. 4–18. doi: 10.2307/23261855.

- 31-Kale, S. H. and Shrivastava, S. (2003), The enneagram system for enhancing workplace spirituality, *Journal of Management Development*, Vol. 22, No. 4, PP 308-328
- 32-Katz, J.A., 1992. A psychological cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship theory and practice*, 17 (1), 29–37.
- 33-Kayed, R.N., and Hassan, M.K., 2010. Islamic entrepreneurship: a case study of Saudi Arabia. *Journal of developmental entrepreneurship*, 15 (4), 379–413
- 34-King, J.E., and Williamson, I.O., 2005. Workplace religious expression, religiosity and job satisfaction: clarifying a relationship. *Journal of management, spirituality & religion*, 2 (2), 173–198.
- 35-King-Kauanui, S., Thomas, K.D., and Waters, G.R., 2005. Entrepreneurship and spirituality: integration- of spirituality into the workplace. *Journal of management, spirituality & religion*, 2 (2), 255–274.
- 36-King-Kauanui, S.K., et al., 2010. An exploration of entrepreneurship and play. *Journal of organizational change management*, 23 (1), 51–70.
- 37- Kressel, H., Lento, T. V., 2012. “*Entrepreneurship in the Global Economy: Engine for Economic Growth*”, Cambridge University Press, Cambridge, p. 266.
- 38-Kruger, M.P., and Hanson, B.J., 1999. A value-based paradigm for creating truly healthy organizations. *Journal of organizational change management*, 12 (4), 302–317.
- 39-Krishna Kumars, S. and Neck, C. D. (2002), The what, why, and how of spirituality in the workplace. *Journal of managerial psychology*, Vol. 17, No. 3, PP 153-164.
- 40- Lehmann, D. (2010) *Development theory: four critical studies*. Routledge. at: Available. //content.taylorfrancis.com/books/download?dac=C2010-0-38509- <https://doi.org/10.1080/00140139.2010.501167> & format=googlePreviewPdf
- 41-Mbhele, P 2012, ‘The study of venture capital finance and investment behaviour in small and medium-sized enterprises’, *South African Journal of Economic and Management Sciences*, vol. 15, no. 1, pp. 94-111. Web.
- 42-Milliman, J.; Czaplewski, A. J. & Ferguson, J. (2003). “Workplace spirituality and employee work attitudes :an exploratory empirical assessment”. *Journal of change management*, 16(4), 426-447.
- 43-Mitroff, I. & Denton, E. (1999). *A spiritual Audit of Corporate: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the workplace*. Jossey-Bass San Francisco.CA.
- 44- Mitroff, I.I., 2003. Do not promote religion under the guise of spirituality. *Organization*, 10 (2), 375–382.
- 45-Mitroff, I. I., & Denton, E. A. (1999). A study of spirituality in the workplace. *Sloan Management Review*, 40, 83-92.
- 46- Mueller, S.L., and Thomas, A.S., 2001. Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of business venturing*, 16 (1), 51–75

- 47-Mueller, S.L. & A.S. Thomas. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- 48-Naudé, W., 2013. Entrepreneurship and Economic Development: Theory, Evidence and Policy, IZA DP no. 7507, <http://ftp.iza.org/dp7507.pdf>.
- 49-Naudé, W. (ed.), 2011. *Entrepreneurship and Economic Development*, Palgrave Macmillan, New York, p. 304.
- 50-Naudé, W., 2008. *Entrepreneurship in Economic Development*, UNU-WIDER, Research Paper No. 2008/20, p. 47
- 51-Neal, J.A., 1997. Spirituality in management education: a guide to resources. *Journal of management education*, 21 (1), 121–139.
- 52-Nee, V. and Young, F. W. (1991) ‘Peasant entrepreneurs in China’s “second economy”’: an institutional analysis”, *Economic Development & Cultural Change*. University of Chicago Press , 39(2), pp. 293–310. doi: 10.1086/451871.
- 53-Neck, C.P. and Milliman, J.F. (1994). Thought self-leadership: finding spiritual fulfillment in organizational life, *Journal of Managerial Psychology*, . 9, No. 6, pp. 9-16
- 54-North, D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. New York: Norton.
- Wilson and J.Crosswell (eds) *New Religious*. Glock , Charles and Rodney Stark, *Religion and Society in tension-*, Rand McNelly, Chicago.(1965)
- 55- Pawar, P. (2013) ‘Social Sciences Perspectives on Entrepreneurship’, *Developing Country Studies*, 3(9). Available <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.895.7530&rep=rep1&type=pdf>(Accessed: 24 February 2020).
- 56-Quatro, S., 2002. *Organizational spiritual normality as an influence on organizational culture and performance in Fortune 500 firms*. Iowa State University Doctoral Dissertation.
- 57-Segal, G., Borgia, D., and Schoenfeld, J., 2005. The motivation to become an entrepreneur. *International journal of entrepreneurial behaviour & research*, 11 (1), 42–57
- 58-Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): a reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of personality and social psychology*, 67(6), 1063-78.
- 59-Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: vard University Press.
- 60-Shane, S.A (1994), “The Effect of National Culture on the Choice between Licensing and Direct Foreign Investment”, *Strategic Management Journal* 15,627-642.
- 61-Shane, S.A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar.
- 62-Shaw, E., and Carter, S., 2007. *Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes*

Journal of small business and enterprise development, 14 (3), 418–434.

63- Silk, M., 2007. Defining religious pluralism in America: a regional analysis. The ANNALS of the American academy of political and social science, 612 (1), 62–81.

64-Shaw, E., and Carter, S., 2007. Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. Journal of small business and enterprise development, 14 (3), 418–434.

65-Sutcliffe, Steven J., (۲۰۰۳), Children of New Age, A History of Spiritual Practices, Routledge

66-Ruef, M. and Lounsbury, M. (2007) 'The Sociology of Entrepreneurship', Research in the Sociology of Organizations, 25. Available.

https://www.researchgateat.net/publication/241708497_The_Sociology_of_Entrepreneurship

67- Wennekers, S., van Stel, A., Carree, M., Thurik, R., 2009. The relationship between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped SCALES, <http://www.icesstudy?>

68-Wennekers, S., van Stel, A., Carree, M., Thurik, R., 2009. The relationship between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped?, SCALES, <http://www.icesstudy>.