

تبیین نقش هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی

علیرضا باقری^۱

از صفحه ۴۱ تا صفحه ۷۴

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۲/۰۲

فصلنامه مطالعات حفاظت و

امنیت انتظامی

چکیده

عصر حاضر، عصر تبادل اطلاعات و انفجار دانش است که در کنار فرصت‌ها، تهدیدهایی را نیز به همراه خواهد داشت و این تهدیدها سازمان‌های اطلاعاتی را نیز در معرض لغزش قرار می‌دهد. پیچیدگی‌های محیطی در عصر حاضر سازمان‌های اطلاعاتی را بر آن داشته تا نگرش‌ها و رویکردهای گوناگونی نسبت به آن داشته باشند. این سازمان‌ها با توجه به کارکردهای ویژه‌ای که دارند، باید بتوانند با ایجاد اعتماد درونی و برای عبور از تهدیدهای فرا رو، با تفکر و اندیشه درست، معنویت‌گرایی را نهادینه نموده و برای توسعه تصمیم‌های اثرگذار به توسعه هوش معنوی بپردازند.

در پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق توصیفی (اسنادی و کتابخانه‌ای) و تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس مبانی نظری، ضمن تبیین مفاهیم هوش معنوی، جایگاه و نقش آن در سازمان، الگوهای متداول هوش معنوی را تشریح نموده، سپس با ارائه ویژگی‌های تصمیم‌گیری اطلاعاتی و رابطه بین هوش معنوی و تصمیم‌گیری اطلاعاتی، به دنبال پاسخ به این سؤال است که هوش معنوی چه نقشی در تصمیم‌گیری اطلاعاتی دارد؟

یافته‌ها نشان می‌دهد که کارکرد سازمان‌های اطلاعاتی از نظر شکل و محتوا با سازمان‌های دیگر متفاوت بوده و تصمیم‌گیری‌ها نیز براساس نوع و چگونگی تحقق هدف‌ها متفاوت می‌باشد. بنابراین مدیران و کارکنان باید از نقش و جایگاه هوش معنوی در فرایند تصمیم‌گیری اطلاعاتی استفاده نمایند.

کلیدواژه‌ها: تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی، معنویت، هوش.

مقدمه

در عصر حاضر روش‌های نوینی به وجود می‌آیند و بسیاری از سازمان‌ها اغلب نیاز دارند که با محیط تطبیق یابند. در چنین محیطی قانون انعطاف‌پذیری و هوشمندی جدید به مدیران کمک می‌کند تا از شیوه‌ها و الگوهای جدید مدیریتی استفاده نموده و با توجه به تغییرهای مداوم محیطی، تغییرهای درونی را قوت بخشیده و متناسب با محیط، سازمان را تغییر داده و تصمیم‌های بهتری را رقم بزنند. خلیل جبران یکی از بهترین فلاسفه و شاعر قرن نوزدهم می‌گوید: «کار سبب می‌شود تا عشق آشکار شود» از این جمله می‌توان استنباط کرد که در آن دوران وی به دنبال زمانی بود که معنویات را با تجارت و کار در هم آمیزد و هوشمندی معنوی، راه خویش را در محیط کار و برنامه جدید پیدا کند (وینگلس ورس، ۲۰۱۲).

هوش معنوی، هوشی است که هر شخص می‌تواند به میزان متفاوت دارا باشد و همچنین می‌تواند «شیوه اداره کردن کارها» و «هدایت کردن دیگران در کار» را بیان کند. از طرفی اطلاعات پایه، اساس تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و سازمانی بوده و بسیاری از تحولات و رویدادهای صورت گرفته ناشی از نقش و جایگاه اطلاعات می‌باشد. در عصر حاضر نیز که عصر اطلاعات و ارتباطات می‌باشد و جهانیان خود را در درون شبکه‌های اطلاعاتی احساس می‌کنند، فعالیت‌های اطلاعاتی اهمیت مضاعفی پیدا کرده و سازمان‌های اطلاعاتی در این گیر و دار و در فضای مجازی با چالش‌ها و فرصت‌های فراوانی روبه‌رو هستند. بنابراین می‌طلبند در چنین مواقعی ضمن انعطاف‌پذیری لازم، مشکلات سازمانی را به درستی تشخیص داده و برای موفقیت در فضای اطلاعاتی و ارتباطی راهبردهای دقیق و روشنی را به کار گیرند تا بتوانند تهدیدهای فرا رو را به فرصت تبدیل نمایند.

سازمان‌های اطلاعاتی باید ضمن دوری از موانع موجود، نقش مثبتی در جهان امروز ایفا نمایند؛ این نقش می‌تواند شامل جمع‌آوری اطلاعات، پردازش حرفه‌ای آن‌ها و ارائه به موقع محصول به سیاستگذاران باشد (عسگری، ۱۳۹۲).

نقش‌آفرینی سازمان‌های اطلاعاتی در محیط غیر قابل پیش‌بینی از طریق تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی حاصل خواهد شد. بهره‌گیری تصمیم‌گیرندگان و تصمیم‌سازان اطلاعاتی از هوش معنوی سبب ارتقای کارآمدی سازمان‌های اطلاعاتی شده و تحقق هدف‌های سازمانی را تسهیل می‌کند.

الف. کلیات

۱/الف. بیان مسئله

در عصر فرا پیچیده و متحول امروز که تمامی اجزای آن به‌طور دائم در حال تغییر و تحول می‌باشند، تنها افراد و سازمان‌هایی می‌توانند مسیر رشد و پیشرفت را با گام‌های محکم و استوار طی نمایند که به‌طور مستمر سازمان خود را مورد بازنگری قرار داده و به‌روز نمایند و بتوانند بر سرعت تحولات اطلاعاتی پیشی بگیرند. سازمان‌ها در چنین محیطی که غیر قابل پیش‌بینی است، مسئولیت سنگینی بر عهده دارند؛ بنابراین چنانچه نتوانند با تشخیص به موقع مشکلات، کاستی‌ها را شناسایی و برای حل آن راهکارهای سودمندی را تدوین نمایند، در معرض خطر و افول قرار می‌گیرند.

یکی از سازمان‌های تأثیرگذار در جوامع فعلی، سازمان‌های اطلاعاتی هستند. سازمان‌های اطلاعاتی به‌عنوان جزئی اساسی از عناصر بنیادین قدرت در هسته مرکزی امنیت قرار دارند و به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های مهم کشور نقش بی‌بدیلی در ارزیابی و پیشگیری از ناامنی و شناخت تهدیدها، کشف فرصت‌ها، مقابله اصولی با عوامل ایجاد ناامنی دارند و چنانچه این

نوع سازمان‌ها نتوانند شرایط پیش رو را به درستی درک نمایند، بسترهای ناامنی و تقویت سلطه‌گری و عقب‌ماندگی اطلاعاتی را رقم می‌زنند. بنابراین سازمان‌های اطلاعاتی برای کشف فرصت‌های محیطی و تحقق هدف‌های خود نیازمند ایجاد و اتخاذ راهبردهای مناسبی هستند تا بتوانند با مدیریت یکپارچه و منسجم برنامه‌های هماهنگی را اجرا نمایند. برای این منظور، تصمیم‌گیری درست و به موقع با رویکرد اطلاعاتی می‌تواند به‌عنوان مؤلفه‌ای مهم برای مدیران در سازمان‌های اطلاعاتی مورد توجه قرار گیرد.

بنابراین باید اذعان نمود که تمام وظایف مدیران اعم از برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی و کنترل بر تصمیم‌گیری دقیق و هوشمند استوار است؛ در واقع تصمیم‌گیری بر تمامی ارکان و متغیرهای مدیریت تأثیرگذار می‌باشد. برای اینکه مدیران سازمان‌های اطلاعاتی بتوانند تصمیم‌هایی متناسب با نوع مأموریت و کارکردهای اطلاعاتی اتخاذ نمایند، باید از درایت، درک شرایط محیطی و هوشمندی بالایی برخوردار باشند؛ براساس شرایط حاکم بر سازمان‌ها، هدف‌های کلان هر سازمان، امیدها، انگیزه‌ها و باورهای مدیران و کارکنان آن، مؤلفه‌های گوناگونی مطرح می‌گردد. یکی از موضوع‌های تأثیرگذار در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی برخوردار بودن از هوش معنوی است. هوش معنوی، توانایی عملکرد هوشمندانه و عاقلانه است، درحالی که آرامش بیرونی را بدون توجه به شرایط حفظ نماید. هوش معنوی را می‌توان همان توانایی، تلاش و کوششی برای کسب رؤیایا دانست. هوشی است که به‌واسطه آن در ارتباط با مسائل اساسی و مهم زندگی می‌توان به سؤال‌سازی پرداخت و بدان‌وسیله در زندگی تغییرهایی را ایجاد نمود (امونز، ۲۰۰۰).

به نظر می‌رسد که هوش معنوی متغیر مهمی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی است. با توجه به مباحث فوق، پژوهش حاضر با طرح سؤال‌های اصلی به دنبال تبیین نقش هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی است.

۲/الف. اهمیت و ضرورت تحقیق

چنانچه از منظر جامعه‌شناسی سازمانی به سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی نگاه کنیم، در ساده‌ترین شکل این سازمان‌ها قرار است نیازی را تأمین نمایند؛ به تعبیر دیگر، سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی کارویژه‌های خاصی دارند. یکی از مهم‌ترین کارویژه‌های سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی تهدیدشناسی و آسیب‌شناسی است تا بتوانند براساس اطلاعات موجود، قدرت پیش‌بینی و پیشگیری خود را افزایش دهند. با توجه به نقش و اهمیت سازمان‌های اطلاعاتی در همه کشورها، موفقیت و یا عدم موفقیت آن‌ها مستلزم توانمندی‌های درون‌سازمانی است. تجهیزات، فناوری‌ها، ساختار سازمانی، کارکنان و... به‌عنوان ابزار قدرت و موفقیت یک سازمان اطلاعاتی تأثیرگذار هستند (باقری، ۱۳۹۲)، اما یک سازمان اطلاعاتی برای انجام تعهدات خود نسبت به جامعه، حکومت و مردم باید رهیافت‌هایی را (علاوه بر موارد فوق)، در درون خود ایجاد نماید که بتواند در شرایط نامساعد محیطی توان مقابله با تهدیدها و مدیریت اطلاعاتی جامعه را بر عهده بگیرد و از این رهگذر پاسخگویی مخاطبین خود باشد؛ در چنین شرایطی، زمانی یک سازمان اطلاعاتی برنامه‌های مدونی را پیش‌بینی می‌کند که در حوزه تصمیم‌گیری‌های سازمانی از راهبردهای لازم استفاده نماید.

با توجه به وظایف سنگین و حساس سازمان‌های اطلاعاتی و نیاز مدیران سازمان به درایت، هوشمندی و عقلانیت، هوش معنوی و برخورداری از هوش و معنویت‌گرایی در سازمان می‌تواند در شرایط غیر قابل پیش‌بینی و محیط‌های متغیر هزاره سوم، چراغ راهی برای کسب موفقیت باشد. با بررسی‌های به عمل آمده تا کنون پژوهشی در حوزه هوش معنوی و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی در سازمان‌های اطلاعاتی به عمل نیامده است و احیاناً کمتر به آن پرداخته شد. بنابراین با توجه به بعد معنوی انسان و نقش آن در

کسب موفقیت، پژوهش حاضر می‌تواند فرا راهی برای کمک به مدیران سازمان‌های اطلاعاتی باشد و زمینه‌ای برای مطالعات بیشتر در حوزه هوش معنوی و تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی را فراهم نماید.

۳/الف. هدف‌های تحقیق

هدف اصلی: بررسی نقش هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی.

هدف‌های فرعی:

- تبیین تعاریف و مفاهیم هوش معنوی و تصمیم‌گیری؛
- تبیین مدل‌های رایج هوش معنوی در سازمان؛
- بررسی شیوه‌های تصمیم‌گیری و ویژگی‌های تصمیم‌گیری اطلاعاتی؛
- شناخت رابطه بین هوش معنوی و تصمیم‌گیری اطلاعاتی.

۴/الف. سؤال‌های تحقیق

سؤال اصلی: هوش معنوی چه نقشی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی دارد؟

سؤال‌های فرعی:

- تعاریف و مفاهیم هوش معنوی و تصمیم‌گیری چه می‌باشد؟
- مدل‌های رایج هوش معنوی در سازمان کدام‌اند؟
- شیوه‌های تصمیم‌گیری و ویژگی‌های تصمیم‌گیری اطلاعاتی کدام‌اند؟
- چه رابطه‌ای بین هوش معنوی و تصمیم‌گیری اطلاعاتی وجود دارد؟

۵/الف. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش انجام کار، توصیفی (اسنادی و کتابخانه‌ای) می‌باشد و تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با بهره‌گیری از مبانی نظری انجام شد.

ب. ادبیات نظری

۱/ب. تعاریف و اصطلاح‌ها

هوش

گاردنر (۱۹۹۹) هوش را شامل مجموعه توانایی‌هایی می‌داند که برای حل مسئله و ایجاد محصولات جدیدی به کار می‌رود که در یک فرهنگ ارزشمند تلقی می‌شوند. از نظر وی، انواع هوش عبارت‌اند از: زبانی^۱، موسیقایی^۲، منطقی-ریاضی^۳، فضایی^۴، جنبشی-بدنی^۵، بین فردی^۶ و درون فردی^۷.

معنویت^۸

معنویت به‌عنوان انرژی، معنا، هدف و آگاهی در زندگی است (شیخی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۸: ۴۹). در تعریف دیگری، معنویت عبارت است از: تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، خدا، یا کندوکاوی در جهت آنچه برای انسان‌شدن مورد نیاز است و جست‌وجویی برای رسیدن به انسانیت کامل (همان: ۵۰).

هوش معنوی

هوش معنوی توانایی به کارگیری و بروز منابع، ارزش‌ها و کیفیت‌های معنوی است؛ به گونه‌ای که بتواند کارکرد روزانه و آسایش (سلامت روحی و جسمی) را ارتقا دهد (آمرام، ۲۰۰۷).

-
1. Linguistic
 2. Musical
 3. Logical-Mathematical
 4. Spatial
 5. Bodily- Kinesthetic
 6. Interpersonal
 7. Intrapersonal
 8. Spirituality

تصمیم

تصمیم یک عمل ذهنی است که انجام دادن یا ندادن کاری از آن نتیجه می‌شود و به معنای قصد برای انجام دادن یا ندادن کاری، انتخاب یک رأی یا یک فکر و کنار گذاشتن تردید و همچنین به معنای اراده کردن، قصد کردن، آهنگ کاری کردن آمده است (زاهدی، ۱۳۹۱).

تصمیم‌گیری

تصمیم‌گیری فرایندی را تشریح می‌کند که از طریق آن، راه حل مسئله معینی انتخاب می‌گردد (رضائیان، ۱۳۸۷: ۶۱ به نقل از استونر، ۱۹۸۳: ۱۵۹).

۲/ب. تاریخچه هوش معنوی

هوش معنوی نظریه جدیدی است که بعد از هوش‌های چندگانه گاردنر^۱ که در سال ۱۹۸۳ در کتاب چارچوب‌های مغز آورده بود، ظاهر شد. شکل‌گیری هوش معنوی را باید بعد از تکامل هوش عاطفی دنبال کرد. هوش عاطفی ابتدا در سال ۱۹۸۵ توسط پاین^۲ معرفی شد، سپس توسط سالووی و مایر به عنوان هوش اجتماعی ارائه شد. استفاده از این هوش در کسب و کار جهانی توسط گلמן در سال ۱۹۹۵ در کتابی با همین عنوان گسترش یافت و به کار گرفته شد. پس از آن هوش معنوی مطرح شد؛ هر چند که زمان دقیق چگونگی پیدایش این اصطلاح و اینکه توسط چه کسی اختراع شده است، مشخص نیست (کدخدا و جهانی، ۱۳۸۹).

به منظور ارزیابی فهم و بیان هوش معنوی هشتاد گویه فهرست ماتریس روانی معنویت توسط ولمن برای تعریف یک الگوی منحصر به فرد و بیان وضعیت هوش معنوی افراد ایجاد شد. این موارد به نحوی طراحی شده بودند که افراد تجربیات،

1. Gardner

2. Payne

فعالیت‌ها و رفتارهایشان را گزارش می‌دهند. این گزارش، نیازمند تفکر انتزاعی و تعبیر و تفسیر رویدادهاست. ضرورتاً فهرست ماتریس روانی معنویت بیشتر به‌جای توجه به هوش معنوی کمتر یا بیشتر، با تمرکز بر الگوهای معنویت مورد توجه قرار گرفت. این فهرست هفت عامل دارد که ابعاد گوناگون تجربیات معنوی را اندازه‌گیری می‌کنند. این هفت عامل عبارت‌اند از:

۱. الوهیت؛ ۲. هوشمندی؛ ۳. روشنفکری؛ ۴. جامعه‌پذیری؛ ۵. ادراک بیرونی؛ ۶. معنویت معصومانه و کودکانه؛ ۷. آسیب روحی.

فهرست ماتریس روانی معنویت به‌طور مستقیم یا به‌طور کلی جوابگوی سنجش ظرفیت‌های معنوی و درجه هوش معنوی نیست و امتیازها، بیشتر از اینکه قابل مقایسه باشند، قابل تشریح و توصیف هستند. با این حال امتیاز بیشتر در فهرست ماتریس روانی معنویت نشان‌دهنده درجه علاقه و افزایش آگاهی معنوی است که به دیدن رفتار و تجربیات زندگی مربوط می‌شود (آمرام، ۲۰۰۹).

معیار دیگر اندازه‌گیری شاخص جامعه هوش معنوی «آمرام» است که از روش‌های قبلی قابل اطمینان‌تر و صحیح‌تر می‌باشد. این شاخص شامل پنج مقیاس مهم و بیست‌ودو زیرمقیاس است که بسیاری از ابعاد هوش معنوی که از تجزیه و تحلیل عمیق مصاحبه‌شناسایی می‌شود را تأیید می‌کند (زارعی متین و دیگران، ۱۳۹۰).

یانگ^۱ بیان می‌کند: «هوش معنوی ظرفیت انسان است برای جست‌وجو و پرسیدن سؤال‌های غایی درباره معنای زندگی و به‌طور همزمان تجربه پیوند یکپارچه بین هریک از ما و جهانی است که در آن زندگی می‌کنیم. با هوش معنوی به حل مشکلات با توجه

به جایگاه، معنا و ارزش آن مشکلات می‌پردازیم. هوشی که قادریم توسط آن به کارها و فعالیت‌های مان معنا و مفهوم بخشیده و با استفاده از آن بر معنای عملکردمان آگاه شویم و دریابیم که کدام‌یک از اعمال ما از اعتبار بیشتری برخوردارند و کدام مسیر در زندگی ما بالاتر و عالی‌تر است؛ تا آن را الگو و اسوه زندگی خود سازیم» (بانگ، ۲۰۰۷).

پس از گسترش «مفهوم هوش» به سایر قلمروها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های انسان و به‌خصوص مطرح شدن هوش هیجانی در روان‌شناسی، ایمونز در سال ۱۹۹۹، هوش معنوی را مطرح کرد و آن را «مجموعه‌ای از توانایی‌ها برای بهره‌گیری از منابع دینی و معنوی» دانست.

کینگ^۱ (۲۰۰۸) معتقد است مجموعه‌ای از ظرفیت‌های عقلی به آگاهی کامل و کاربرد انطباقی از جنبه‌های معنوی و جهان مافوق وجودی شخص کمک می‌کند و منجر به خروجی‌هایی مانند تفکر وجودی عمیق، افزایش معنا، شناسایی عالم مافوق و سلطه حالت‌های معنوی می‌شود (کینگ، ۲۰۰۸: ۵۲).

۳/ب. هوش معنوی و شخصیت

تحقیقات نشان داده که بین فرایندهای شخصیتی و هوش ارتباط وجود دارد، بنابراین احتمال دارد که ویژگی‌های شخصیتی افراد، با هوش معنوی آن‌ها مرتبط باشد. در این خصوص مک هووک (۲۰۰۲) ادعا کرده که برخی ویژگی‌های شخصیتی در مقایسه با سایر ویژگی‌ها، ارتباط بیشتری با هوش معنوی دارد. از جمله ویژگی‌هایی که در هوش معنوی رشد یافته، دیده می‌شود، عبارت‌اند از: خلاقیت، بی‌تعصبی، مسئولیت‌پذیری، مهربانی و استواری.

پیدمانت (۱۹۹۹) معتقد است که معنویت ممکن است باعث ایجاد بعد خاصی از شخصیت شود. مک هووک (۲۰۰۲) نیز بیان کرده که هوش معنوی ممکن است به عنوان ویژگی شخصیتی خاصی در نظر گرفته شود که میزان و نحوه بروز آن در افراد متفاوت است (ناسل، ۲۰۰۴).

چنان که گذشت، هوش معنوی مفاهیم معنویت و هوش را در یک سازه جدیدتر باهم ترکیب می‌کند و به انسان این فرصت را می‌دهد که در مقابل واقعیت‌های مادی و معنوی حساس باشد و تعالی را هر روز در لابه‌لای اشیاء، مکان‌ها، ارتباطات و نقش‌ها دنبال کند (سهرابی، ۱۳۸۵).

ادوارد (۲۰۰۳) معتقد است: داشتن هوش معنوی بالا با داشتن اطلاعاتی درخصوص هوش معنوی متفاوت است. این تمایز، فاصله میان دانش عملی و دانش نظری را مطرح می‌کند. از این رو، نباید داشتن دانش وسیع درباره مسائل معنوی و تمرین‌های آن‌ها را هم‌ردیف دستیابی به هوش معنوی از طریق عبادت و تعمق برای حل مسائل اخلاقی دانست، هرچند می‌توان گفت برای بهره‌مندی مؤثر از معنویت، داشتن دانش نظری و عملی امری لازم است (سهرابی، ۱۳۸۵).

هوش معنوی با زندگی درونی ذهن و نفس و ارتباط آن با جهان رابطه دارد و شامل ظرفیت مهم و فهم عمیق سؤال‌های وجودی و بینش نسبت به سطوح چندگانه هشیاری می‌شود. آگاهی از نفس، زمینه و بستر بودن یا نیروی زندگی تکاملی خلاق را دربر می‌گیرد. هوش معنوی به شکل هشیاری ظاهر می‌شود و به شکل آگاهی همیشه در حال رشد ماده، زندگی، بدن، ذهن، نفس و روح درمی‌آید. بنابراین هوش معنوی چیزی بیش از توانایی ذهنی فردی است و فرد را به ماورای فرد و به روح مرتبط می‌کند. علاوه بر این،

هوش معنوی فراتر از رشد روان‌شناختی متعارف است. بدین روی، خودآگاهی شامل آگاهی از رابطه با موجود متعالی، افراد دیگر زمین و همه موجودات می‌شود (وقان، ۲۰۰۳).

هوش معنوی برای حل مشکلات و مسائل مربوط به معنای زندگی و ارزش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و چنانچه افراد در زندگی و یا در مراحل انجام امور سازمانی با مسائل مبهم و سختی مواجه گردند، به کمک هوش معنوی می‌توانند بر مشکلات غلبه کرده و درک بهتری از شرایط پیش رو پیدا نمایند.

در واقع، این هوش بیشتر مربوط به پرسیدن است تا پاسخ دادن؛ بدین معنا که فرد سؤال‌های بیشتری را درباره خود و زندگی و جهان پیرامون خود مطرح نموده و به دنبال کشف ناشناخته‌ها می‌رود. همچنین قابل ذکر است که سؤال‌های جدی درباره اینکه از کجا آمده‌ایم، به کجا می‌رویم و هدف اصلی زندگی چیست، از نموده‌های هوش معنوی می‌باشند (غباری بناب و دیگران، ۱۳۸۶).

به نظر می‌رسد هوش معنوی از روابط فیزیکی و شناختی فرد با محیط پیرامون خود فراتر رفته و وارد حیطه شهودی و متعالی دیدگاه فرد به زندگی خود می‌گردد. این دیدگاه شامل همه رویدادها و تجارب فرد می‌شود که تحت تأثیر یک نگاه کلی قرار گرفته‌اند. فرد می‌تواند از این هوش برای چارچوب‌دهی و تفسیر مجدد تجارب خود بهره‌گیرد. این فرایند قادر است از لحاظ پدیدارشناختی به رویدادها و تجارب فرد، معنا و ارزش شخصی بیشتری بدهد.

آمرام معتقد است: هوش معنوی شامل حس معنا و داشتن مأموریت در زندگی، حس تقدس در زندگی، درک متعادل از ارزش ماده و معتقد به بهتر شدن دنیا می‌شود (همان).

بعضی از ویژگی‌های فردی که برای بهره‌گیری از هوش معنوی مفید است، عبارت‌اند از: خردمندی، تمامیت (کامل بودن)، دل‌سوزی، کل‌نگری، درستی و صحت، ذهن باز داشتن و انعطاف‌پذیری. این ویژگی‌ها روش‌های متفاوتی برای دانستن از طریق روش‌های غیرزبانی و غیرمنطقی مانند رؤیا، شهود و تجربه‌ی عرفانی به‌منظور دستیابی به سطوح عمیق‌تر معنا ارائه می‌کنند.

زوهار^۱ و مارشال^۲ سه نوع هوش عقلانی، هیجانی و معنوی را ذکر کرده‌اند. آن‌ها مشخصات افراد دارای هوش معنوی بالا را این‌گونه ذکر برشمرده‌اند: این افراد انعطاف‌پذیرند؛ درجه‌ی بالایی از هشیاری نسبت به خویشان داشته و توانایی رویارویی با مشکلات و دردها و چیره‌شدن بر آن‌ها را دارند. همچنین الهام از طریق ارزش‌ها و بصیرت‌ها، اجتناب از بد کردن نسبت به دیگران، تفکر وحدت‌گرا (پی‌بردن به روابط میان اشیا و پدیده‌های گوناگون) جست‌وجو برای پاسخ دادن به سؤال‌های اساسی، عدم وابستگی به دیگران و مقاومت در برابر شیوه‌ها و سنت‌های معمول جامعه از ویژگی‌های دیگر آن‌هاست (رجایی، ۱۳۸۷).

۴/ب. مدل هوش معنوی زوهار (۲۰۰۴)

برای عملیاتی ساختن نقش هوش معنوی در سازمان، مدل‌های گوناگونی ارائه گردید و هرکدام به طرح مبانی نظری پرداختند و توانستند راهکارهایی را برای حل مسائل سازمان‌ها ارائه نمایند، صرف‌نظر از تفاوت‌ها و تشابهات آن، مدل هوش معنوی زوهار که می‌تواند برای تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی مفید باشد ارائه می‌گردد.

خودآگاهی^۳

شناختن استعدادها و خواسته‌ها، ارزش‌ها، نیازها و ویژگی‌های منحصر به فرد خودمان.

خودانگیزگی^۱

پیش شرط ضروری خوش حالی، ابتکار و بدیهه گویی، یادگیری از طریق آزمایش و خطا و خلاقیت در سازمان است.

چشم انداز محوری و ارزش محوری^۲

طبق اصول و باورهای عمیق شخصی، تصمیم گیری، رفتار و زندگی کردن است. چنین افرادی با اندیشه‌هایی همچون کمک به دیگران یا خدمت به هدف‌های متعالی برانگیزخته می‌شوند و با آرمان‌هایشان زندگی می‌کنند.

کل‌نگری^۳

توانایی دیدن الگوهای بزرگ‌تر، همراه با روابط و ارتباطات موجود بین اجزای کل است. افراد کل‌نگر توانایی دیدن مشکلات از زوایای گوناگونی را دارند و ارتباط بین عوامل پیرامونی هر چیز را هنگام بررسی آن می‌بینند.

دگرخواهی^۴

وجود ویژگی دگرخواهی در کارکنان یک سازمان موجب می‌شود که با همدلی با یکدیگر کار کنند. هنگام نیاز، به سرعت به کمک یکدیگر می‌شتابند و همکاری بین اعضای یک گروه عمق بیشتری می‌یابد. در چنین سازمانی ارتباط بین سطوح سازمان انسانی‌تر می‌شود، مدیران نگرش و رفتار بهتری با کارکنان دارند و کارکنان انگیزه و عشق بیشتری به کارشان پیدا می‌کنند.

1. Spontaneity
2. Vision and Value Led
3. Holism
4. Compassion

استقبال از تفاوت‌ها^۱

استقبال از تفاوت‌ها، ارزش نهادن به دیگران و عقاید آن‌هاست؛ یعنی تفاوت‌ها را به‌عنوان یک فرصت می‌بیند و به این نکته باور دارند که فقط «یک بهترین راه» وجود ندارد. این ویژگی همچنین کمک می‌کند هنگام صحبت با کسانی که با وی موافق نیستند یا حتی مخالف هستند، توانایی دیدن موضوع را از دیدگاه دیگران نیز به‌دست آورد.

استقلال رأی^۲

می‌دانند چه می‌خواهند و برای رسیدن به آن مناسب‌ترین راه ممکن را انتخاب می‌کنند. کسانی که استقلال رأی دارند، نظر مشورتی دیگران را می‌شنوند و درباره آن‌ها فکر می‌کنند، اما در نهایت، از قالب‌های درونی خود برای تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند و اجازه نمی‌دهند دیگران برایشان تصمیم بگیرند. آن‌ها ذهن تحلیل‌گری دارند و برای تصمیم‌گیری‌های مستقل خود، از تحلیل‌های شخصی‌شان استفاده می‌کنند.

تواضع و فروتنی^۳

مغرور نیستند، ولی عزت نفس، اراده و اعتماد به نفس دارند و محدودیت‌های خود را می‌شناسند و می‌دانند به تنهایی قادر به انجام کاری نیستند، به همه افراد گروه امکان رشد می‌دهند، از اشتباه کردن نمی‌ترسند و امکان اشتباه را برای همه در نظر می‌گیرند.

علاقه به طرح چراهای بنیادی

کارکنانی که هرگز از پرسیدن درباره چراها دست برنمی‌دارند، همیشه به دنبال یافتن روش‌های بهتر کاری، انتخاب مواد اولیه بهتر، دستیابی به مسیرهای بهتر و یافتن علل اصلی موانع پیش‌آمده در کار هستند. چنین کارکنانی خلاقیت بالایی دارند و می‌توانند پیشنهادهایی برای بهینه‌سازی هر یک از عوامل کاری داشته باشند.

1. Celebration of Diversity
2. Field Independence
3. Humility

توانایی تغییر چارچوب‌های ذهنی^۱

افرادی که توانایی تغییر چارچوب‌های ذهنی خود را دارند، می‌توانند به مسائل از زوایای گوناگون نگاه کنند، به خصوص از زاویه دید دیگران. چنین افرادی چارچوب‌های محدود کننده ذهن خود را می‌بینند و برای یافتن نگرش جدید، از آن‌ها می‌گذرند. برای مثال، به عنوان پدر یا مادر، نیازها و نحوه نگرش بچه‌ها را می‌فهمند و با توانایی درک نگرش بچه‌ها، هنگام بروز مشکلات، واکنش‌های بهتری ارائه می‌دهند و راه‌حل‌های مناسب‌تری می‌یابند. در نتیجه، کشمکش کمتری در خانواده‌شان روی می‌دهد.

استفاده مثبت از مشکلات و چالش‌ها^۲

مهارت استفاده مثبت از مشکلات و چالش‌ها در کارکنان یک سازمان موجب می‌شود که افراد از اشتباه کردن نترسند و با اطمینان، کار خود را انجام دهند؛ در چنین سازمانی، شکست معنا ندارد؛ زیرا هر گامی که به موفقیت منجر نگردد، درسی به افراد می‌دهد و سپس افراد را در سازمان برای دستیابی به موفقیت مصمم‌تر می‌کند.

احساس رسالت^۳

به دنبال هدف‌های عمیق شخصی می‌روند. در این مسیر، زندگی برای آن‌ها زیبا می‌شود و می‌توانند تغییر مثبت و زیبایی - هر قدر کوچک - در جهان به وجود آورند. احساس رسالت همیشه به معنای این نیست که رهبر بزرگی در جهان شوند. انسان می‌تواند در شغلی که به نظر دیگران کوچک و معمولی است، با چنان عشقی کار کند که همگان این عشق را احساس کنند، عشقی که انگیزه‌اش نیرویی در درون فرد است که می‌گوید: «باید چنین کنم». احساس رسالت به زندگی انسان آرامش و خوش حالی عمیقی می‌دهد و موجب می‌شود در وی چنان شور زندگی بدرخشد که الهام‌بخش دیگران شود (رجایی، ۱۳۸۹).

1. Ability to reframe

2. The Positive Use of Adversity

3. Sense of Vocation

۵/ب. شیوه‌های تصمیم‌گیری

در تبیین شیوه‌های تصمیم‌گیری دیدگاه‌های گوناگونی مطرح شده که از تشریح آن خودداری می‌گردد، اما به یکی از شیوه‌های متداول به شرح زیر پرداخته می‌شود:

- **تصمیم‌گیری آمرانه:** در موقعیت‌هایی به کار می‌رود که مدیر برای رسیدن به نتیجه، تجربه و اطلاعات لازم را در اختیار دارد و اطمینان ندارد که پیرو در این باره کمکی کند. در این وضعیت مدیر خود تصمیم‌ها را اتخاذ می‌کند و پیروان اطلاعات چندانی ندارند.
- **تصمیم‌گیری مشاوره‌ای:** زمانی که مدیر تشخیص می‌دهد که پیروان در زمینه موضوع تا اندازه‌ای دارای تجربه یا دانش هستند، ولی ضمن داشتن تمایل هنوز توانایی کمک را ندارند؛ در این حالت مدیر پیروانی را که می‌توانند در رسیدن به تصمیم کمک کنند بر می‌انگیزد و از آن‌ها تقاضای کمک می‌کند و پس از شنیدن نظر آن‌ها تصمیم نهایی را می‌گیرد.
- **تصمیم‌گیری تسهیل‌بخش:** یک اقدام همراه با همکاری است که در آن مدیر و پیروان برای رسیدن به یک تصمیم مشترک باهم کار می‌کنند.
- **تصمیم‌گیری تفویضی:** در مورد پیروانی به کار می‌رود که دارای آمادگی حداکثری و دارای تجربه و اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری هستند (حقیقی و دیگران، ۱۳۸۰: ۲۱۵).

هریک از انواع تصمیم‌های فوق می‌تواند در شرایط گوناگون و در سازمان‌های متفاوت مورد استفاده قرار گیرد، زیرا گستردگی و تنوع اقدام در هر سازمانی به اندازه‌ای است که مدیران سازمان باید از سبک‌های گوناگونی بهره ببرند؛ از یک سو و براساس شرایط محیطی و درونی سازمان از سبک مدیریت متمرکز بهره‌جسته و در شرایط و موقعیت دیگر از شیوه‌های غیر متمرکز و تمرکززا استفاده نمایند.

۶/ب. تصمیم‌گیری در سازمان‌های اطلاعاتی

اگر تصمیم‌گیری را انتخابی از میان راه‌ها و گزینه‌های در اختیار تعریف کنیم، تصمیم‌گیری فرایند تشخیص مشکلات و سپس حل آن‌ها از طریق به کارگیری فرصت‌ها تعریف می‌شود. در تعریفی دیگر تصمیم‌گیری طریقه عمل و یا حرکت در مسیر خاصی تعریف نموده‌اند که آگاهانه و با تأمل از میان روش‌های مختلف برای نیل به یک هدف مطلوب انتخاب می‌شود. بر این اساس تصمیم‌گیرنده با دریافت راه‌های ممکن و آگاهی از نتایج ناشی از هر یک آن‌ها در صدد انتخاب بهترین راه از میان آن‌هاست و فردی که بتواند این انتخاب را به نحو درست و مطلوبی انجام دهد، تصمیم‌های مؤثر و سازنده‌ای خواهد داشت.

«ماندی» تصمیم‌گیری را فرایندی برای یافتن شقوق مختلف ارزیابی و انتخاب یکی از میان آن‌ها قلمداد می‌کند، فرایندی که در تمامی وظایف مدیر آشکار می‌شود و مدیر را در انجام همه وظایف کمک می‌کند (قلی‌پور، ۱۳۸۷: ۷).

در شرایط کنونی سازمان‌های اطلاعاتی می‌توانند کارکردهای متنوعی داشته باشند و براساس مبانی فلسفی و نظریه‌های اطلاعاتی حوادث، چالش‌ها و تغییرات را مورد بازبینی قرار داده و براساس هدف‌ها و الگوهای سازمانی به ظرفیت‌سازی درونی بپردازند؛ بنابراین فلسفه مدیریت یک سازمان اطلاعاتی از طریق بهبود مستمر فرایندها، مستلزم درک صحیح و روشنی از واقعیات محیطی و با بهره‌گیری از اصول و باورهای نظری و تخصص‌گرایی می‌باشد. یک سازمان اطلاعاتی باید بتواند با استفاده از امکانات و توانمندی‌های درونی چالش‌ها و تغییرات مستمر را پیش‌بینی نموده و با نگاه راهبردی، سیستمی برای کسب موفقیت در سازمان برنامه‌ریزی نماید. انجام این فرایند مهم و راهبردی با تفکر و اندیشه

راهبردی رهبران آن ارتباط وثیق داشته و در این موفقیت تفکر جمعی و دانش سازمانی تأثیر گذار می‌باشد. به عبارتی، تصمیم‌گیری در سازمان‌های اطلاعاتی در واقع تجمیع عقل و دانش سازمانی بوده که در مسیر دشوار و پر پیچ و خم فعالیت‌های سازمانی به کمک مدیران و متخصصان سازمان می‌آید؛ زیرا در دنیای پرتلاطم امروز، هر لحظه شاهد انواع خطرها، تنازع و وضعیت بحرانی هستیم که مدیران باید علاوه بر تصمیم‌های برنامه‌ریزی شده، در شرایط ریسک نیز براساس شهود و اشراق و با تجمیع علم و عقل به گونه‌ای اقدام نمایند که سازمان را از تهدیدهای فرا رو مصون نگه داشته و وظیفه سنگین مأموریتی خود را محقق نمایند.

۷/ب. ویژگی تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی

اساساً نوع کار و ارائه خدمات در سازمان‌های اطلاعاتی با سازمان‌های غیر اطلاعاتی متفاوت بوده و مخاطبان این سازمان‌ها نیز بعضاً گروه و یا قشر خاصی می‌باشند. بر همین اساس تصمیم‌گیری‌ها هم در این گونه سازمان‌ها با سازمان‌های دیگر از نظر شکل و محتوا تفاوت‌هایی دارد، زیرا سازمان‌های غیر اطلاعاتی براساس منافع و سود و زیان تلاش می‌کنند و در صورت شکست در تولید کالا یا خدمات، با برنامه‌ریزی دقیق‌تر می‌توانند شکست‌ها را جبران نمایند، اما شکست و عدم تحقق هدف‌های کلان و خرد در سازمان‌های اطلاعاتی هزینه‌های سنگینی را نه تنها بر آن سازمان، بلکه بر جامعه نیز تحمیل می‌نماید که جبران آن بعضاً غیر ممکن خواهد بود. از این رهگذر بین سازمان‌های اطلاعاتی با نهادهای غیر اطلاعاتی تفاوت‌های فراوانی مشهود است که تصمیم‌گیری‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برخی از تفاوت‌ها و تصمیم‌های مرتبط با آن بدین شرح می‌باشد:

۱. نهادهای اطلاعاتی با نهادهای همسان در حال مبارزه و رقابت می‌باشند و محیطی که نهادهای اطلاعاتی در آن حضور داشته و فعالیت می‌نمایند، عرصه استفاده از ظرفیت‌ها و منابع بسیار محدود است که در اختیار بازیگران و رقبای حاضر در صحنه قرار دارد که در صورت هر گونه غفلت در دستیابی به منابع اعم از نیروی انسانی، زمان، منابع مالی، تجهیزات و ابزارآلات و...، همچنین استفاده نابجا و اتلاف این منابع، فرصت کسب برتری از سازمان مدنظر سلب و به رقبا واگذار می‌گردد (ازدر، ۱۳۸۸: ۲۸).

باتوجه به محدودیت منابع و فرصت‌های اندک محیطی، تصمیم‌گیرندگان اطلاعاتی باید توانایی درک شرایط ناپایدار و کسب برتری اطلاعاتی را در درون سازمان تقویت نمایند؛ بخش قابل توجهی از منابع مورد نیاز یک سازمان اطلاعاتی در درون آن موجود است. مدیران تصمیم‌گیر اطلاعاتی باید از امکانات درونی مزیت‌آفرینی نموده و با هدف‌گذاری درست به نتایج سودمندی برسند.

۲. تمام نهادهای اطلاعاتی، در صدد ارتقای توانمندی‌ها و رفع نقاط ضعف خود هستند تا از گردونه رقابت حذف نگردند؛ در این عرصه نهاد و یا سازمانی موفق‌تر خواهد بود که بتواند از تمام امکانات، فناوری‌ها، علوم و فرایندهای مورد نیاز بهره‌ببرد. تصمیم‌گیرندگان اطلاعاتی درواقع دارای شایستگی‌ها و قوت‌هایی هستند که می‌توانند چرخه فعالیت و موقعیت را با شیوه‌های مناسب اطلاعاتی و اصلاح خطاها و ضعف‌ها که مانعی برای تحقق هدف‌های اطلاعاتی می‌باشند، به حرکت درآورده و از امکانات و فناوری‌های موجود به بهترین شیوه استفاده نمایند. در حقیقت یک سازمان اطلاعاتی چیزی شبیه به یک شرکت است، اما با آن تفاوت دارد. خوبی یک شرکت به «محصول» آن بستگی دارد، اما خوبی یک سازمان اطلاعاتی به کیفیت اعضای آن بستگی دارد و نه فقط به ارزش محصول آن (تاپاک، ۱۳۸۸: ۲۰).

یکی از مؤلفه‌های مهم یک سازمان اطلاعاتی در فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی اطلاعاتی، نیروی انسانی توانمند و بالفعل آن است؛ در این گونه سازمان‌ها نیروی انسانی از ارزش‌ها، آداب و اصول سازمانی بسیاری برخوردار است که در طول حیات سازمانی‌اش کسب نموده و برای تبدیل تجربه‌های بالقوه به اقدام‌های بالفعل باید در فرایند تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی مشارکت همه‌جانبه داشته باشد؛ مشارکت کارکنان عقل‌گرا و دانش‌مدار در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی سبب کاهش ریسک اطلاعاتی شده و به تقویت مبانی اطلاعاتی در حوزه نظری و کاهش خطاهای سازمان در رفتارهای اطلاعاتی می‌گردد؛ بنابراین تصمیم‌گیری مشارکت‌محور اساس فعالیت‌های اطلاعاتی بوده و در کارآمد نمودن آن سازمان اثربخش خواهد بود.

۳. یک سازمان اطلاعاتی در گستره حقایق سخت و دشوار عمل می‌کند. امکان ندارد که اعتقاد به یک نظریه امنیتی در سازمان، بدون درک شخصی عمیق از طبیعت انسان همراه با محدودیت‌های منفی آن ادامه یابد و اهمیت کاربرد قوانین به اندازه درک موقعیت‌هایی است که موارد استثنا را توجیه می‌کند (اژدر، ۱۳۸۸: ۳۱)، اما سازمان‌های غیر اطلاعاتی همواره در گستره سخت و غیر قابل پیش‌بینی فعال نمی‌باشند، بلکه براساس شرایط و فلسفه وجودی آن سازمان، نیازمندی‌های مشتریان از قبل تعریف و بازخوانی می‌شود و سازمان‌ها (یا شرکت تولیدی) براساس نیاز بازار و مشتریان به تولید کالا و خدمات می‌پردازند و نظریه‌های مدیریتی نیز به شکل از قبل طراحی شده تعریف و تبیین می‌گردد.

تصمیم‌گیری نیز در یک سازمان اطلاعاتی در شرایط سخت و غیر قابل پیش‌بینی و از نوع برنامه‌ریزی نشده می‌باشد و تصمیم‌گیرندگان اطلاعاتی باید این قابلیت را در خود ایجاد نمایند که محدودیت‌ها و کاستی‌های محیطی را مورد توجه قرار داده و

درک روشنی از طبیعت انسانی داشته باشند. از سوی دیگر، یک عنصر اطلاعاتی براساس شرایط گوناگون خدمتی و نیازهای درونی و مأموریتی ممکن است با مباحث، موانع، متغیرها و عوامل تأثیرگذاری مواجه گردد که در همان شرایط غیر قابل کنترل بتواند تصمیم‌هایی اتخاذ نماید که پاسخگوی مطالبات سازمانی باشد؛ در چنین شرایط دشواری، یک عنصر اطلاعاتی هم تصمیم‌گیرنده است و هم تصمیم‌ساز؛ او باید بتواند مسائل و نیازمندی‌ها را با انعطاف لازم به خوبی تشخیص داده و با کمترین خطا به روند فعالیت‌ها کمک نماید.

۴. گرچه ساختار سازمانی یک سازمان اطلاعاتی همواره متمرکز و نفوذ در آن تقریباً غیر ممکن است، اما این سازمان در عین تمرکز باید حالت غیر متمرکز نیز داشته باشد تا بتواند از ظرفیت‌های موجود بهره‌برداری نماید، اما یک سازمان غیر اطلاعاتی ممکن است تمرکزگرا و یا تمرکززدا بوده و از یک شیوه ساختاری ثابت و غیر انعطاف استفاده نماید.

یک گروه اطلاعاتی بر مبنای خصلت عمیق و نیرومند تمرکزگرایی عمل می‌کند، اما با این وجود، تمرکززدایی نیز به همان اندازه حائز اهمیت است، زیرا این یک فرد یا گروه کوچک است که برای انجام یک وظیفه محوله یا اجرای یک فعالیت خاص، مسئول شناخته می‌شود. در واقع به دلیل «نیاز به دانستن» یک سازمان اطلاعاتی مانند یک موجود زنده است. این امر، شایستگی واقعی افراد پایین رتبه سازمان را نشان می‌دهد و همچنین لزوم مسئولیت نظارت بر بهره‌وری و نتایج را کاملاً آشکار می‌کند. محول‌سازی وظایف، شناسایی استعداد ویژه و شایستگی حتی در پایین‌ترین درجه به سلسله‌مراتب کمک می‌کند و سازمان‌های اطلاعاتی که به‌طور مناسب بدین نحو مدیریت می‌شوند، از این موضوع بهره می‌برند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۴۸). به همین دلیل است که تصمیم‌گیری

اطلاعاتی دارای فرایندی دشوار و سنگین می‌باشد، زیرا در شرایطی که یک سازمان اطلاعاتی رویکردی ساختارمند داشته و نفوذ در آن بسیار دشوار و بعضاً غیر ممکن تعریف می‌شود، باید ضمن تمرکزگرایی، حالت انعطاف و چابکی نیز داشته باشد و از ظرفیت‌های موجود، به خصوص نیروی انسانی توانمند خود که در لایه‌های مأموریتی خدمت می‌کنند، استفاده نماید و علاوه بر تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی متمرکز، از تصمیم‌های غیر متمرکز نیز استفاده نماید.

۵. در یک سازمان اطلاعاتی تصمیم‌گیری یک خصلت ذاتی نیست، بلکه بیشتر ریشه در تجربه و شناخت دارد. مهم‌ترین مقوله در تصمیم‌گیری اطلاعاتی خطرپذیری و ریسک بالای تصمیم‌ها در اقدام‌های سازمانی است که تبعات آن بر امنیت ملی و نظام حاکم تأثیرگذار است. از این رو داشتن اطلاعات جامع و شناخت از موضوع موجبات بصیرت در تصمیم‌گیری خواهد شد و میزان خطرپذیری به حداقل کاهش خواهد یافت. حتی یک تصمیم کوچک نیز نتیجه تفکر و ارزشیابی جامع و همه‌جانبه است، اما با این وجود، باید به سرعت اتخاذ شود (اسدپور، ۱۳۸۹). به عبارتی دیگر، مدیران در سازمان‌های اطلاعاتی از تجربه‌هایی بهره می‌گیرند که نشان‌دهنده هوش و درک عمیق از مسائل و موضوع‌های گوناگون می‌باشد.

از طرفی تمام تصمیم‌ها در یک سازمان اطلاعاتی دارای بعد آینده‌نگری هستند و این ویژگی، رهبری، کارکنان و مدیران ارشد را همواره در مسیر رشد و ترقی مورد آزمون قرار می‌دهد. یک کارمند ارشد در سازمان‌های اطلاعاتی، هم یک مدیر است و هم یک رهبر، زیرا او هم باید در تصمیم‌گیری ماهر باشد و هم در اجرای آن تصمیم؛ و حاصل این گونه تصمیم‌ها بیشترین فعالیت‌ها را با کمترین هزینه‌ها به ارمغان خواهد آورد (تا پاک، ۱۳۸۸: ۲۳).

ویژگی تصمیم‌گیری اطلاعاتی آن است که تصمیم‌گیرندگان آن باید رویکرد آینده‌پژوهی و با نگاه به آینده‌های پیش رو به اتخاذ تصمیم پردازند و دارای قابلیت پیش‌بینی شرایط گوناگون، تحولات و تغییرات احتمالی آینده بوده و هرگونه احتمال تأثیرگذار را بر هدف‌های اطلاعاتی پیش‌بینی نمایند.

۸/ب. جایگاه هوش معنوی در سازمان

با وجود آنکه بسیاری از افراد تصور می‌کنند هیچ چیز معنوی در کار یا محیط کاری وجود ندارد، حوزه‌های بسیاری در زندگی کاری وجود دارند که می‌توان هوش معنوی را در آن‌ها به کار گرفت. از نظر جورج (۲۰۰۶) سه حوزه مهم وجود دارد که عبارت‌اند از:

- امنیت شخصی و تأثیر آن بر اثربخشی شخصی: هوش معنوی کمک می‌کند که ثبات و اعتماد به نفس افراد افزایش یابد و راحت‌تر با مسائل کاری کنار بیایند؛
- ایجاد روابط و ادراک بین افراد: به بهبود ارتباطات و درک دیگران در محیط کار کمک می‌کند؛
- مدیریت تغییر و از میان برداشتن موانع: به غلبه بر ترس‌های ناشی از تغییر کمک می‌کند (جورج، ۱۳۸۵: ۱۷).

باتوجه به آنچه گذشت، درمی‌یابیم که هوش معنوی زمینه‌ساز انسان برای دستیابی به معنای زندگی و هدف‌های متعالی است. در نتیجه می‌توان دو نقش عمده زیر را برای هوش معنوی در نظر گرفت:

ترویج مفهوم کار با معنا و درک معنای زندگی: یکی از ابعاد اساسی و بنیادین هوش معنوی در سازمان، احساس معنادار بودن و داشتن هدف در کار است. از منظر این بُعد،

معنویت در سازمان تنها این نیست که کار مورد علاقه و چالش‌برانگیز باشد، بلکه باید در جست‌وجوی معنا و هدفی عمیق‌تر در کار بود (آشومز و داجن، ۲۰۰۱: ۳۵۱).

از عوامل بسیار مهمی که می‌تواند به توسعه کار و افزایش کارآمدی در جامعه کمک کند، احیای فرهنگ غنی کار و تلاش و توجه به آموزه‌های دینی و ارزش‌های معنوی کار است. هر قدر تلاش و کار با انگیزه معنوی درآمیزد و رنگ و لعاب الهی به خود گیرد، موجب احیای این فرهنگ غنی خواهد شد. بر این اساس، چنانچه آموزه‌های دینی و فرهنگ دین‌باوری در جامعه ورود پیدا کند، در آن صورت جامعه آن‌ها را به‌عنوان «هنجار» و «ارزش» می‌پذیرد؛ زیرا هنجاری که از نظر جامعه در تمام ابعاد زندگی فردی، اجتماعی، دنیوی و اخروی دخالت یابد، به‌عنوان الگوی رفتاری مورد پذیرش قرار خواهد گرفت.

علاوه بر این موارد، در فرهنگ اسلامی از کار به‌عنوان «عمل صالح» یاد می‌شود. حضرت علی^(ع) در این باره می‌فرماید: «از کسانی مباش که بدون عمل صالح، به آخرت امیدوارند» (نهج‌البلاغه: حکمت ۱۵۰).

آن حضرت درباره توجه به لطف الهی در کار و فعالیت می‌فرماید: «کمک الهی به اندازه نیاز فرود می‌آید» (همان: حکمت ۱۳۹). آن امام درباره ضرورت انجام کارها از روی میل و انگیزه می‌فرماید: «کار اندک که با اشتیاق تداوم یابد، بهتر از کار فراوانی است که رنج آور باشد» (همان: حکمت ۴۴۴).

گسترش هدف‌های متعالی: امروزه کارکنان در هر جا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش‌های مادی در کار جست‌وجو می‌کنند. آن‌ها در پی کاری با معنا، امیدبخش و خواستار هدف‌های متعالی در زندگی‌شان هستند. سازمان‌ها با کارکنان رشدیافته و بالنده‌ای مواجه هستند که در پی یافتن کاری با معنا، هدفمند، پرورش‌دهنده و پیشرو هستند (عسگری‌وزیری، ۱۳۹۰).

در فرهنگ اسلامی، از روش‌های متنوعی برای توسعه هدف‌های متعالی انسان‌ها بهره گرفته می‌شود. نمونه‌ای از این موارد با توجه به کلام گهربار حضرت علی^(ع) در نهج‌البلاغه، عبارت است از:

- **تقویت خوش‌بینی:** «چون کسی به تو گمان نیک برد، خوش‌بینی او را تصدیق کن» (نهج‌البلاغه: حکمت ۲۴۸). «آن‌قدر بکوش تا به وفاداری رعیت، خوش‌بین شوی؛ که این خوش‌بینی بار سنگین رنج‌آور مشکلات را از تو برمی‌دارد» (همان: نامه ۵۳).
- **تشویق نیروهای خلاق:** «پس آرزوهای سپاهیان را برآور و همواره از آن‌ها ستایش کن و کارهای مهمی را که انجام داده‌اند بر شمار؛ زیرا یادآوری کارهای ارزشمند آن‌ها، شجاعان را برمی‌انگیزاند و ترسوها را به تلاش وامی‌دارد» (همان).
- **تقویت امیدواری:** «بر بدترین افراد این امت از رحمت خدا نومید نباشید؛ زیرا خدای بزرگ فرمود: همانا از رحمت خدا نومید نباشند، جز کافران» (همان: حکمت ۳۷۷).
- **تعقل و دوراندیشی در امور:** «هیچ سرمایه‌ای از عقل سودمندتر نیست و هیچ تنهایی ترسناک‌تر از خودبینی وجود ندارد و عقلی همچون دوراندیشی نیست» (همان: ۱۱۳).
- **کسب بصیرت در امور مهم:** «و این پرچم مبارزه را جز افراد آگاه و بااستقامت و عالم به جایگاه حق به دوش نمی‌کشند» (همان: خطبه ۱۷۲).

۹/ب. رابطه هوش معنوی و تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی

رالف کینی (۱۹۹۴) بیان می‌دارد: در دنیای پیچیده امروز که به عصر تغییرات سریع و عدم قطعیت شناخته می‌شود، دو دانش از اهمیت کلیدی برخوردار شده‌اند. نخست دانش آینده‌پژوهی است که از آن به دانش مقصدشناسی تعبیر می‌شود و دوم، دانش تصمیم‌گیری است که با مقوله حساس راه‌یابی و مشتقات آن سروکار دارد. این دانش‌ها

هستند که کارآمدی یک جامعه را رقم می‌زنند. بدون شک مهم است که دست‌کم از دیدگاه ذهنی و نظری قادر به خلق آینده شکوهمند و معنادار باشیم و آن را به مثابه مقصد خود در سفر توسعه ملی در نظر بگیریم، اما مهم‌تر از آن توانایی و شایستگی‌ها در یافتن راه‌هایی است که می‌توانند این آینده را به واقعیت تبدیل کنند (وحیدی‌مطلق، ۱۳۸۱).

از نظر مایک جورج (۲۰۰۶) هوش معنوی یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها برای بهبود مدیریت و رهبری است، زیرا:

- موجب یافتن و به کارگیری عمیق‌ترین منابع درونی می‌شود که قابلیت توجه و قدرت تحمل و تطابق با سایرین را به ما می‌دهد؛
- احساس هویت فردی روشن و باثبات در محیط روابط کاری متغیر ایجاد می‌کند؛
- توانایی درک معنای واقعی رویدادها و حوادث و قابلیت معنادار کردن کار را به ما می‌دهد؛
- ارزش‌ها را شناسایی می‌کند و آن‌ها را با احساس هدفی روشن همسو می‌کند؛
- زندگی کردن با این ارزش‌ها و بدون سازش‌پذیری منجر به حس انسجام می‌شود؛
- ایجاد آرامش می‌کند و در مواجهه با بحران و آشوب، تمرکز به وجود می‌آورد (مایک جورج، ۲۰۰۶).

از طرفی یکی از مهم‌ترین نقش‌های مدیران و رهبران در سازمان‌ها، تصمیم‌گیری می‌باشد. جایگاه تصمیم‌گیری به اندازه‌ای در سازمان‌ها اهمیت دارد که چنانچه مدیری از فرایندها و شیوه‌های آن آگاهی نداشته باشد، درواقع ابزار مناسب مدیریتی را در اختیار ندارد. با توجه به نقش هوش معنوی در بهبود رفتارهای مدیریتی از یک سو و نقش تصمیم‌گیری در مهارت‌های مدیریتی، فرض اصلی این است که مکانیزم تصمیم‌گیری با منابع معنوی ارتباط دارد، پس برای گرفتن تصمیمی درست نیازمند شناختی از این نوع هستیم. بر این اساس تصمیم‌گیری یک فعالیت چند بعدی - معنوی است، بنابراین ارائه

راه‌حل‌هایی که بر مبنای راهبردهای هوش شناختی و یا عاطفی باشند (به تجربه ثابت شده است) از کاستی‌هایی برخوردار است و نوعی نقص شناختی دارند. به‌طور مثال رفتار مدیر یک سازمان را برای تصمیم‌گیری‌های کلان در نظر بگیرید، مدیری که فقط بهره‌مند از هوش شناختی است، خود را سرگرم مطالعه گزارش‌های متداول و جست‌وجوی راه‌حل بهینه مناسبی خواهد کرد که سازمانش را در برابر ضعف‌های داخلی نگه‌دارنده باشد. چنین مدیری هیچ‌گاه نمی‌تواند با نگرش محدود و حداقلی خود یک جهش را در سازمان ایجاد کند. مدیری که بهره‌مند از هوش عاطفی باشد و در مواردی ثابت و بقای سازمان را فدای تأمین ثبات روحی و عاطفی کارکنانش (که مزیت رقابتی سازمان به حساب می‌آیند) کند، در آینده‌ای نزدیک سرمایه‌ای مطمئن برای تصمیم‌گیری‌های مهم‌تر در اختیار خواهد داشت، که علاوه بر ضعف‌های داخلی در برابر تهدیدهای خارجی نیز نگه‌دارنده است.

مدیری که از هوش معنوی بالفعل برخوردار است، هیچ‌گاه منافع سازمان و کارکنانش را فدای یکدیگر نخواهد کرد و عملاً این کار برای او بی‌معنا یا کم‌ارزش خواهد بود، زیرا چنین مدیری به سازمان و کارکنانش نگاه یکپارچه داشته و توانایی استفاده از منابع معنوی و ایجاد موقعیت‌های معنوی را دارد و هیچ‌گونه مرزبندی بین آن‌ها قائل نیست و قوت‌های داخلی و فرصت‌های خارجی را علاوه بر موارد قبلی در نظر می‌گیرد (کدخدا و جهانی، ۱۳۸۹).

تصمیم‌گیری اطلاعاتی یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران در سازمان‌های اطلاعاتی بوده که می‌تواند به ایجاد راهکارهای مناسب در فرایند اقدام‌های اطلاعاتی منجر شود و به فرجام کار اطلاعاتی که پاسخ مناسب به نیازهای مخاطبین آن است، کمک نماید؛ در این رهیافت مدیران باید از درک درست، بینش و هوشمندی مناسبی برخوردار باشند. یکی از انواع

هوش‌ها که در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی کاربرد فراوان دارد، هوش معنوی و معنویت‌گرایی بوده و در صورتی که تصمیم‌گیرندگان اطلاعاتی ویژگی‌های مربوط به هوش معنوی را در خود نهادینه نمایند، تصمیم‌های آن‌ها با اقبال بهتری مواجه شده و ظرفیت پذیرش در نتایج آن افزایش می‌یابد. مدیرانی که دیدگاه معنوی دارند، نسبت به تغییر، پذیراتر و به دنبال هدف و معنا برای سازمان خود بوده و از ذهنیت فراوانی برخوردارند. در چنین فضای ذهنی افراد به یکدیگر اعتماد نموده، اطلاعات و کارشان را به مشارکت می‌گذارند و با همکاران و اعضای گروهشان هماهنگ می‌شوند تا به هدف‌های نهایی خود برسند. افراد در سلسله‌مراتب سازمانی برای توانمندسازی یکدیگر تلاش می‌کنند. در موقعیت‌های تعارض از راهبردهای همکاری برد استفاده می‌کنند؛ مدیران معنوی در برخورد با موقعیت‌ها به جای مداخله در امور، به ایجاد بصیرت می‌پردازند؛ به جای کنترل، اعتماد می‌کنند و به جای مطرح کردن خود، فروتنی نشان می‌دهند.

مدیران معنوی بر ارزش‌های اخلاقی مثل صداقت، درستی، آزادی و عدالت تأکید دارند. آن‌ها هویت اخلاقی کارکنان خود را بهبود داده و تعهد عمیقی در آن‌ها ایجاد می‌کنند و بین آن‌ها روابط سازنده را حاکم می‌سازند؛ تمامی الگوها و ویژگی‌های یادشده در فرایند تصمیم‌گیری تحقق می‌یابد. مدیران برخوردار از هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی به توسعه فردی، تصمیم‌گیری مشترک و کمک به خودشکوفایی تأکید دارند. اگر ارزش‌های اصلی سازمان مورد تهدید قرار گیرند، به جای تطبیق با عقاید و افکار دیگران، آن‌ها را به چالش می‌کشند تا به نتیجه والا برسند.

مدیران معنوی اجازه نمی‌دهند مقام و موقعیت، ذهن آن‌ها را درگیر سازد، زیرا ذهن همواره با این تهدید روبه‌روست که توسط موقعیت‌ها و حاشیه‌های به ظاهر مهم به

گروگان گرفته شود. مدیران معنوی به جای هدایت شدن توسط موقعیت، خود، موقعیت را خلق و هدایت می کنند. تمامی مؤلفه‌های شخصی و سازمانی فوق با تصمیم‌گیری همراه بوده و با یک تصمیم درست و بهنگام عملی خواهد شد.

تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

امروزه بسیاری از روان‌شناسان و مدیران سازمان‌ها و نظریه‌پردازان حوزه رفتار سازمانی بر این باورند که موفقیت نهایی یک سازمان بزرگ به هوش معنوی مدیران و کارکنان آن بستگی دارد. آن‌ها معتقدند تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به افزایش خلاقیت، صداقت و اعتماد، حس تکامل شخصی، تعهد سازمانی، رضایت شغلی، مشارکت شغلی، اخلاق و وجدان کاری، انگیزش، عملکرد و بهره‌وری بالا شود. در نظر گرفتن معنویت به‌عنوان یک هوش، ادراک مدیران و کارکنان را از معنویت و هوش گسترش می‌دهد. هوش معنوی سازه‌های معنویت و هوش را درون یک سازه جدیدتر ترکیب می‌کند. این هوش که در اواخر قرن بیستم به ادبیات علمی روان‌شناسی و مدیریت وارد شد، قادر است کارکرد و سازگاری فرد را نسبت به محیط اطراف پیش‌بینی کند و منجر به افزایش کارایی و اثربخشی در سطح درون‌سازمانی و محیط پیرامونی گردد. این هوش به افراد فرصت سازنده‌ای می‌دهد تا در مقابل واقعیت‌های مادی و معنوی حساس باشند و تعالی خویش را هر روز در لابه‌لای اشیاء، مکان‌ها، ارتباطات و نقش‌ها جست‌وجو کنند.

از طرفی نقش و جایگاه سازمان‌های اطلاعاتی در ساختار امنیتی حکومت بی‌بدیل بوده و چگونگی اجرای مأموریت در این سازمان بر تصمیم‌های کلان نظام تأثیرگذار می‌باشد و به همین منظور تصمیم‌گیری اطلاعاتی نیز دارای ویژگی‌ها و سبک‌های

خاصی است که با مشارکت تمامی نقش‌آفرینان سازمان و باتوجه به رویکردهای ساختارمند و بعضاً تمرکززدا و منعطف شکل می‌گیرد. مدیران در این‌گونه سازمان‌ها باید با شناخت مناسب از ظرفیت‌های درونی و تهدیدها و فرصت‌های بیرونی در فرایند اقدام‌های سازمانی تصمیم‌های راهبردی را اتخاذ نمایند و با بهره‌گیری از مدل‌های مناسب هوش معنوی براساس شرایط درونی و محیطی در یک سیستم اطلاعاتی به روند تصمیم‌ها قوت بخشیده و با بهره‌برداری از جایگاه ارزشمند هوش معنوی، از همه ظرفیت‌ها در تصمیم‌گیری اطلاعاتی استفاده نمایند.

پیشنهادها

- ایجاد زیرساخت‌های مناسب سازمانی برای شناسایی افراد مستعد، توانمند، معنویت‌گرا که قدرت مقابله با سختی‌ها و شکست‌ها را داشته و ضمن برخورداری بودن از انعطاف، از سجایای اخلاقی خوبی در مشاغل سازمانی برخوردار باشند؛
- برنامه‌ریزی کلان در حوزه‌های ستادی سازمان برای بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و استعدادهای معنوی کارکنان و تعمیم آن در لایه‌های گوناگون سازمانی در جهت فرهنگ‌سازی؛
- بسط و توسعه ارزش‌های سازمانی و آموزش منشور اخلاقی در بین مدیران و کارکنان به‌منظور بهره‌برداری هدفمند در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی؛
- نهادینه‌سازی الگوهای ذهنی و رفتاری مرتبط با مأموریت‌ها در فرایند تصمیم‌گیری‌ها از طریق بازبینی و بازخوانی اقدام‌ها و تصمیم‌های گذشته با رویکرد هوش معنوی و معنویت‌گرایی در سازمان؛

- شناسایی افراد خلاق و نوآور و یادگیرنده و استفاده از الگوهای تغییر و مدیریت تغییرات در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی؛
- پذیرش و نهادینه کردن فرهنگ تغییر در سازمان و حمایت از تغییرات درونی برای همسوسدن با تغییرات بیرونی و همچنین استفاده از الگوهای تغییر و مدیریت تغییرات در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی؛
- استفاده از مدل‌های هوش معنوی در تصمیم‌گیری‌های اطلاعاتی و به‌کارگیری تصمیم‌های مشارکتی، تمرکززدا و منعطف، و توجه به تصمیم‌های برنامه‌ریزی نشده در کنار تصمیم‌های از قبل طراحی شده.

منابع

- «قرآن کریم».
- دشتی، محمد (۱۳۷۹)، «ترجمه نهج البلاغه»، قم: عهد.
- ازدر، محمد (۱۳۸۸)، «نهادهای اطلاعاتی و اصلاح الگوی مصرف»، فصلنامه آموزشی و پژوهشی و اطلاعات نظامی نگاه ۲، سال دوم، شماره ۳، انتشارات مرکز آموزش اطلاعات آجا.
- اسدپور، غلامرضا (۱۳۸۹)، «نقش مدیریت و اصلاح الگوی مصرف در سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی»، فصلنامه اطلاعاتی و حفاظتی جامعه اطلاعاتی، سال سوم، شماره اول.
- باقری، علیرضا (۱۳۹۲)، «راهکارهای افزایش بهره‌وری در سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی»، فصلنامه مطالعات حفاظت و امنیت نظامی، سال هشتم، شماره ۲۷.
- حقیقی، محمدعلی و همکاران (۱۳۸۰)، «مدیریت رفتار سازمانی»، چاپ اول، تهران: ترمه.
- دی‌سی، تاپاک (۱۳۸۸)، «اطلاعات راهی به سوی آینده»، ترجمه سید مجید نوری، تهران: نشر معاونت پژوهشی دانشگاه امام باقر(ع).
- رالف، کینی (۱۳۸۱)، «تفکر ارزشی راهی به سوی تصمیم‌گیری خلاق»، ترجمه وحید وحیدی مطلق، تهران: مؤسسه فرهنگی انتشارات کرانه علم.
- رجایی، علیرضا (۱۳۸۷)، «درمان‌شناختی هیجانی دینی»، همایش منطقه‌ای شیوه‌های نوین ارتقای سلامت روانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام.
- رجایی، علیرضا (۱۳۸۹)، «هوش معنوی: دیدگاه‌ها و چالش‌ها»، پژوهش‌نامه تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام، شماره ۲۲.
- رضائیان، علی (۱۳۸۷)، اصول مدیریت، چاپ بیستم، تهران: سمت.
- زارعی‌متین، حسن، خیراندیش، مهدی و حوریه جهانی (۱۳۹۰)، «شناسایی و سنجش مؤلفه‌های هوش معنوی در محیط کار؛ مطالعه موردی در بیمارستان لبافی‌نژاد، سال چهارم، شماره ۱۲، تهران: پژوهش‌های مدیریت عمومی.
- سهرابی، فرامرز (۱۳۸۵)، «درآمدی بر هوش معنوی»، ویژه‌نامه روان‌شناسی دین، شماره ۲.
- شیخی‌نژاد، فاطمه، احمدی، گلنار (۱۳۸۸)، «مدیریت در پرتوی معنویت»، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۰۲.
- عسکری وزیری، علی (۱۳۹۰)، «بررسی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با رویکرد اسلامی و با تأکید بر نهج البلاغه» پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی قم.
- عسگری، شاداب (۱۳۹۲)، «نیم‌نگاهی به راهبردهای پیشران در سازمان‌های اطلاعاتی»، فصلنامه اطلاعاتی حفاظتی جامعه اطلاعاتی، سال پنجم، شماره ۲.
- غباری بناب و همکاران (۱۳۸۶)، «هوش معنوی»، اندیشه نوین دینی، سال سوم، شماره ۱۰.
- قلی‌پور، رحمت‌اله (۱۳۸۷)، «تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی»، تهران: سمت.

- کدخدا، محمد، جهانی، حوریه (۱۳۸۹)، «منطق پذیری هوش معنوی در فرایند تصمیم و مهندسی و مدیریت TRIZ گیری»، سومین کنفرانس ملی خلاقیت‌شناسی، تبریز: نوآوری ایران.
- مایک، جورج (۱۳۸۵)، «۱۰۰۱ روش برای آرامش»، ترجمه گروه مترجمین شادان، تهران: شادان.
- مهدی‌زاده، مرتضی (۱۳۸۷)، «بایسته‌های آموزش اطلاعاتی»، فصلنامه جامعه اطلاعاتی حفاظتی، سال اول، شماره ۲.
- Amram, J. (2009), "The contribution of emotional & spiritual intelligence to effective business leadership", for the degree of doctor of philosophy in clinical psychology. Institute of transpersonal psychology pal alto, California.
- Amram, Y. (2007). The Seven Dimensions of Spiritual Intelligence: An Ecumenical Grounded Theory. Paper presented at the 115th Annual (August 2007) Conference of the American Psychological Association, San Francisco.
- Ashom & Duchon, (2000), Spirituality at work: A conceptualization & Measure, P.351.
- Crichton, J. C. (2008), "A Qualitative Study of Spiritual Intelligence in Changing Minds. The art and science of changing our own and other people's minds. Boston MA: Harvard Business School Press.
- George Mike, (2006), How intelligent are you...really? From IQ to EQ to SQ with a little intuition along the way, Training and development methods, Vol 20, pp 425-436.
- King, D.B. (2008), "Rethinking claims of spiritual intelligence: A definition, model, & measure", Unpublished master's thesis. Trent University. Peterborough, Ontario, Canada.
- Nasel, D.D. (2004), "Spiritual orientation in relation to spiritual intelligence", A consideration of traditional Christianity and new age/individualistic spirituality; unpublished thesis. Australia.
- Organizational Leader, "Presented to the Faculty of the Marshall Goldsmith School of Management at San Francisco Bay Campus Alliant International University In Partial Fulfillment of the Requirements of the Degree Doctor of Philosophy.
- Robert A. Emmons (2000), The Psychology of Ultimate Concerns: Motivation and Spirituality in Personality, Guilford Publications.
- Vaughan, F. (1998), spiritual development: outcomes and indicators, Retrieved on May 10, 2003 from <http://www.csp.org/development/docs/vaughan-spiritual>.
- Wingleswors, Cindy (2012), sQ21: The 21 Skills of Spiritual Intelligence (New York: Select Book, p.7).
- Yang, K., & Mao, X. (2007), "A study of nurses spiritual intelligence: A cross sectional questionnaire survey", International journal of nursing study, 44, p:999-1010.
- Zohar, Danah (2004) "Spiritual Capital: Wealth We Can Live By" (ISBN 1576751384).