

معنادار شدن کار

مقدمه

یکی از عمده‌ترین منابعی که می‌تواند نقش کلیدی در انگیزش افراد و کارمندان داشته باشد، کار است. اینکه کار به خودی خود و سوای از متصدی و مدیر مربوط بتواند انگیزاننده یا ضد انگیزه باشد، در معناداری آن نهفته است. بنابراین کار اگر به درستی طراحی شده باشد و اصول معناداری آن رعایت شود، می‌تواند سهم زیادی در انگیزش متصدی مربوط به خود داشته باشد.



مواردی برای ارائه نکات پیرامون ویژگی‌هایی از کار که سبب معناداری آن می‌شود، پرداخته شده است:

(۱) تایید اجتماعی

انسان به طور طبیعی میل به کارهایی دارد که علاوه بر خود او، برای دیگران نیز معنادار باشد. بنابراین کار معنادار باید تایید اجتماعی را نیز به همراه داشته باشد و علاوه بر خود، مورد تایید دیگران نیز باشد. نقشی که دیگران می‌توانند در معناداری کار داشته باشند حاصل تعاملات و نظرات آنها در مورد آن کار بوده که می‌تواند نگرش صاحب کار نسبت به معناداری آن را شکل بدهد.



(۲) هیجان‌ات ترکیبی

انسان کاری را معنادار می‌پندارد که صرفاً به یک بعد هیجانی خلاصه نشود و بلکه ترکیبی از هیجان‌ات مختلف باشد. بنابراین معناداری در کار صرفاً به معنای شادی ناشی از کار نیست و کار باید ترکیبی از هیجان‌ات مختلف و هر دوی هیجان‌ات مثبت و منفی را باهم داشته باشد تا بتواند حس معناداری داشته باشد.

(۳) چند بعدی و غیر یکنواخت

انسان زمانی معنای بیشتری در کار خود می‌یابد که کار او از ابعاد مختلفی تشکیل شده باشد و سیری یکنواخت و تکراری نداشته باشد. انجام کارهای تکراری و یکنواخت سبب کاهش معناداری در کار شده و سبب کسب تجربه ناخوشایند از انجام کار می‌شود. این بعد از معناداری به خصوص در بلند مدت نقش مهم‌تری یافته و ابعاد تنوع و ایجاد کار می‌تواند باعث معناداری پایدار کارها در گذر زمان شود.

(۴) بازتاب و بازخورد

انسان زمانی می‌تواند معنای بیشتری از کار خود کسب کند که تاثیر نقش خود در کار را دیده و بتواند در آن تاثیرگذار باشد. هنگامی که انسان بین خود و دستاوردهای ناشی از خود در کار رابطه‌ای شفاف یافت کند، معنای بیشتری حس خواهد نمود و کار خود را به عنوان پیشرانی در موفقیت خود خواهد دید که سبب معنای زندگی شخصی وی نیز می‌شود.

(۵) شخصی و غیر کاری

انسان زمانی معناداری کار خود را بیشتر درک نموده و به آن اعتقاد پیدا خواهد نمود که کار او نقشی مثبت در زندگی شخصی وی نیز داشته باشد و از سازگاری لازم با زندگی غیر کاری او نیز برخوردار باشد. کار معنادار، معنای خود را صرفاً از بعد کاری نگرفته و بعد شخصی و غیر کاری نیز نقش مهمی در معناداری کار دارد.

سخن آخر

بیشتر رهبران کسب و کارها این موضوع را می‌دانند و به سختی می‌کوشند تا کارکنان از استراتژی‌های شرکت اطلاع پیدا کنند. آنها واقعا می‌خواهند که کارکنان به این موضوع واقف باشند که سازمان آنها یک هدف والاتر از کارهای روتین دارد. با این حال، بسیاری از همین مدیران نمی‌توانند پیام‌های خود را به خوبی به گوش کارکنان برسانند به خاطر همین تنها ۳۸ درصد از رهبران سازمانی عنوان کردند که کارکنانشان درکی واضح از هدف سازمان و ارزش‌ها و باورهای بنیادین آن دارند.

سینجمن