

جایگاه نیازهای معنوی در نظریه های انگیزش انسانی

سید علی اکبر احمدی¹، ناصر برخوردار، سید محمود حاج اکبری²

1. استاد گروه مدیریت دولتی، مرکز تحصیلات تکمیلی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
2. دانشیار گروه مدیریت دولتی، مرکز تحصیلات تکمیلی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
3. مشاور مدیریت موسسه مدیریت ارزش آفرینان خلاق کاسپین و پژوهشگر گروه پژوهشی نوآوری اجتماعی مهر پژوهان

چکیده

انگیزش انسانی، به عنوان یکی از محورهای اصلی علوم اجتماعی، تحت تأثیر نیازهای زیستی، روانشناختی و معنوی قرار دارد. این پژوهش با هدف بررسی جایگاه نیازهای معنوی در نظریه های انگیزش انسانی و تلفیق دیدگاه های اسلامی با روانشناسی مدرن انجام شد. روش پژوهش، مرور نظری و تحلیلی منابع اسلامی و روانشناختی بود که از پایگاه های اطلاعاتی مانند SID، Magiran و Google Scholar و کتاب های مرتبط گردآوری شدند. مرور ۶۳ مورد از منابع مذکور نشان داد که نیازهای معنوی، به عنوان بخشی از نیازهای فطری، در نظریه های سنتی مانند مازلو و آلدرفر به صورت ضمنی و در نظریه های جدیدتر مانند مدیریت ترور و مدل پیکنوس به صورت صریح تر مطرح شده اند. معنویت در محیط کار با افزایش انگیزه، خلاقیت و تعهد سازمانی رابطه مثبت دارد و هوش معنوی به عنوان عاملی کلیدی در تقویت انگیزه درونی شناخته می شود. این مطالعه بر ضرورت توجه به نیازهای معنوی در تدوین نظریه های انگیزش تأکید می کند و پیشنهاد می دهد که پژوهش های آینده با روش های تجربی، مانند مطالعات طولی و ترکیبی، تأثیر این نیازها را در رفتارهای انسانی بررسی کنند. کلیدواژه ها: نیازهای معنوی، انگیزش انسانی، نظریه های انگیزش، معنویت در محیط کار، هوش معنوی، دیدگاه اسلامی

¹ sakhaeipour@gmail.com

² smakbari45@gmail.com

مقدمه

انگیزش انسانی، نیرویی درونی است که رفتارها را هدایت و انرژی می بخشد (پراساد³ ۲۰۱۳) از دوران باستان، فیلسوفان و اندیشمندان تلاش کرده اند تا محرک های رفتار انسانی را شناسایی کنند. ارسطو رفتار را نتیجه لذتجویی و اجتناب از درد میدانست، درحالیکه متفکران اسلامی مانند ابن سینا بر نقش فطرت و گرایش انسان به کمال تأکید داشتند (مطهری، ۱۳۸۶). در این پژوهش، نیازهای معنوی به عنوان انگیزه های درونی تعریف می شوند که از سرشت انسان نشئت گرفته و شامل حقیقت جویی، خیرخواهی، زیبایی دوستی و پرستش اند، که در دیدگاه اسلامی با تقرب به خدا و در روانشناسی مدرن با جستجوی معنا و ارزش های متعالی همخوانی دارند (زوهو و مارشال، ۲۰۰۰؛ مقیمی، ۱۴۰۰). این نیازها از نیازهای روانشناختی مانند خودمختاری یا تعلق متمایزند، زیرا بر ارتباط با نیروی متعالی یا ارزش های جهانی تمرکز دارند.

نیازهای معنوی، که در دیدگاه اسلامی به عنوان نیازهای فطری شناخته می شوند، در نظریه های غربی کمتر مورد توجه قرار گرفته اند (اعتباریان و کشتکار رجبی، ۱۳۹۷) در مقابل، متفکران اسلامی مانند غزالی و ابن مسکوبه بر نقش فطرت و تقرب به خدا در انگیزش تأکید دارند (گائینی، ۱۳۹۸). در عصر حاضر، با افزایش استرس های شغلی و جستجوی معنا در زندگی، توجه به نیازهای معنوی ضروری است (چوهان، ۲۰۲۵). این مقاله با تلفیق دیدگاه های اسلامی و روانشناختی، جایگاه نیازهای معنوی را در نظریه های انگیزش بررسی می کند و چارچوبی تلفیقی پیشنهاد می دهد که نیازهای معنوی را با مفاهیم خودمختاری و کمال جویی ترکیب می کند.

اهداف

هدف این پژوهش، تبیین جایگاه نیازهای معنوی در نظریه های انگیزش با تأکید بر دیدگاه اسلامی است. پرسش های اصلی عبارت اند از:

1. نیازهای معنوی چگونه رفتار انسانی را هدایت می کنند؟
2. چگونه می توان این نیازها را در نظریه های انگیزش ادغام کرد؟

نوآوری پژوهش در شناسایی خلأ موجود در نظریه های سنتی، که عمدتاً بر نیازهای مادی و روانشناختی تمرکز دارند، و ارائه چارچوبی تلفیقی است که دیدگاه های اسلامی را با روانشناسی مدرن ترکیب می کند.

روش ها

این پژوهش روش مرور نظری و تحلیلی استفاده کرده است. ۶۳ منبع شامل منابع مکتوب در حوزه روانشناسی انگیزش (مانند کتب و مقالات علمی) و متون اسلامی (مانند آثار ملاصدرا و مطهری) بود. ابزار گردآوری داده ها، بررسی اسنادی در پایگاه های اطلاعاتی SID، Magiran و Google Scholar و کتابخانه های دیجیتال و کتب چاپی بود. معیارهای انتخاب منابع شامل:

- اعتبار علمی (انتشار در مجلات معتبر یا توسط ناشران شناخته شده).

- ارتباط مستقیم با انگیزش و نیازهای معنوی.
- انتشار در ۱۵ سال اخیر (به جز متون کلاسیک اسلامی).

متغیرهای اصلی پژوهش عبارت بودند از:

- متغیر مستقل: نیازهای معنوی (حقیقت جویی، خیرخواهی، پرستش).

- متغیر وابسته: انگیزش انسانی (رفتارهای هدفمند).

برای تحلیل، منابع به صورت هدفمند انتخاب و محتوای آنها بر اساس چارچوب نظریه های انگیزش (محتوایی، فرآیندی و تقویت) و دیدگاه اسلامی (نیازهای فطری) دسته بندی شد. تحلیل کیفی با استفاده از روش مقایسه ای انجام گرفت، جایی که شباهت ها و تفاوت های نظریه های غربی و اسلامی بررسی شدند. از ذکر جزئیات غیرضروری پرهیز شد و اصول کلی با ارجاع به منابع معتبر ارائه گردید (فوربس⁴، ۲۰۱۱؛ مقیمی، ۱۴۰۰).

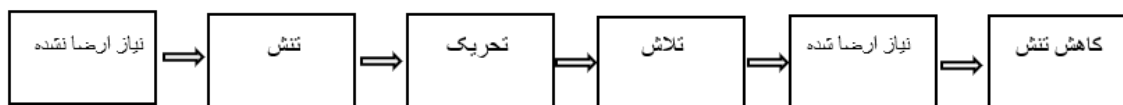
بحث و تحلیل

⁴ Forbes, D

³ prasad

مرور ادبیات

نظریه های انگیزش از اواخر قرن نوزدهم با کارهای فروید و جیمز شکل گرفتند (اعتباریان و کشت کار رجبی، ۱۳۹۷). نظریه دو عاملی هرزبرگ (عوامل انگیزشی و بهداشتی)، نظریه انتظار وروم، و نظریه خودمختاری دسی و رایان (SDT) از جمله مدل های برجسته اند (دسی و رایان، ۱۹۹۵). نظریه ی خودمختاری بر نیازهای روانشناختی بنیادین (خودمختاری، شایستگی، ارتباط) تأکید دارد، اما نیازهای معنوی را به صورت صریح بررسی نمی کند (رایان و دسی، ۲۰۲۰). در دیدگاه اسلامی، غزالی نیازهای معنوی را در قالب تزکیه نفس و تقرب به خدا تبیین می کند (الغزالی، نقل از شریفی، ۱۳۹۹). ابن مسکویه نیز انسان را موجودی می داند شکل 1: فرآیند انگیزش



طبقه بندی نیازهای انسانی

نیازهای انسانی بر اساس دیدگاه اسلامی و روانشناختی به چهار دسته تقسیم میشوند:

1. **نیازهای طبیعی:** شامل نیازهای زیستی مانند غذا، آب و سرپناه. راغب اصفهانی این نیازها را به لذات بدنی ضروری و غیرضروری تقسیم می کند (مقیمی، ۱۴۰۰).
2. **نیازهای مدنی:** مرتبط با زندگی اجتماعی، مانند تعلق و محبت. قطب الدین شیرازی انسان را مدنی بالطبع می داند (مقیمی، ۱۴۰۰).
3. **نیازهای عقلانی:** شامل معرفت، عدالت و فضایل اخلاقی. خواجه نصیر الدین طوسی قوه ناطقه را تمایز دهنده انسان می داند (مقیمی، ۱۴۰۰).

که از طریق فضایل اخلاقی به کمال می رسد (گائینی، ۱۳۹۸) این دیدگاه ها با روانشناسی مثبتگرا، که بر معنا و شادکامی تأکید دارد (سلیگمن، ۲۰۱۱)، شباهت هایی دارند اما تمرکز اسلامی بر خدا به عنوان هدف نهایی آن را متمایز می کند.

مفهوم نیاز و انگیزه

بهترین تعریف یک کلمه ای از نیازها «کمبود» است. نیاز، حالتی درونی است که به دلیل کمبود زیستی یا روانشناختی ایجاد می شود و فرد را به فعالیت و امیدارد (بخشی، ۱۳۹۴). انگیزه، نیرویی پویا است که رفتار را به سوی هدف هدایت می کند (پراساد، ۲۰۱۲). در نظریه های محتوایی، فرآیند انگیزش به این صورت است: نیاز ارضا نشده تنش ایجاد می کند، تنش به رفتار منجر می شود.

نیازهای الهی: شامل کمالجویی و ارتباط با خدا. ملاصدرا معتقد است نفس انسانی از طریق جوهری به کمال می رسد (گائینی، ۱۳۹۸).

این طبقه بندی با هرم نیازهای مازلو و مدل ERG آلدرفر همخوانی دارد، اما بعد الهی در دیدگاه اسلامی برجست تر است.

نیازهای معنوی و فطری

نیازهای معنوی، بخشی از نیازهای فطری هستند که از سرشت انسان نشئت می گیرند و شامل حقیقت جویی، خیرخواهی، زیبایی دوستی و پرستش اند (مطهری، ۱۳۸۶). ویلیام جیمز معتقد است که امیال معنوی ریشه در جهانی ماورای مادی دارند (چوهان، ۲۰۲۵). به عنوان مثال، انگیزه یک دانشمند برای کشف حقیقت یا فداکاری یک امدادگر را نمی توان صرفاً با نیازهای زیستی توضیح داد. این نیازها در دیدگاه اسلامی با فطرت الهی انسان مرتبط اند

⁷ James, W

⁵ Deci, E & Ryan, R

⁶ Seligman, M

• **فردی:** یافتن معنا در کار.

• **اجتماعی:** احساس تعلق به جامعه کاری.

• **سازمانی:** همسویی با ارزش های سازمان.

نظریه های انگیزش و نیازهای معنوی

نظریه هایی مانند غرایز فروید، سلسله مراتب نیازهای مازلو، نیازهای سه گانه مک کللند، انتخاب واقع نگر گلاسر، و خودتعیین گری دسی و رایان، تلاش کرده اند ابعاد مختلف انگیزش انسانی را تبیین کنند. با این حال، بررسی این نظریه ها نشان می دهد که بُعد معنوی وجود انسان در بسیاری از آنها مغفول مانده و یا به صورت ضمنی به آن اشاره شده است (مازلو ۱۹۹۸، گلاسر ۲۰۰۷، اسمیت و همکاران ۲۰۲۴).

ویکتور فرانکل در نظریه معناجویی، معنویت را نه تنها یک نیاز روانی، بلکه نیروی محرک های برای زیستن در سخت ترین شرایط معرفی کرد. در نگاه فرانکل، معناجویی یک نیاز فطری است و سه منبع اصلی معنا شامل: تجربه (عشق)، ارتباط، و خلاقیت (کار و تولید)، و نگرش در برابر رنج است. مدل فرانکل که به صورت یک مثلث مفهومی طراحی شده است، «ارزش های خلاق» (آنچه انسان به جهان می بخشد، مانند کار و نوآوری)، «ارزش های تجربی» (آنچه انسان از جهان دریافت می کند، مانند عشق و طبیعت) و «ارزشهای نگرشی» (چگونگی مواجهه با رنج های غیرقابل اجتناب) را نشان می دهد (شکل ۲) این مدل با بسیاری از نیازهای معنوی مطرح در آموزه های اسلامی، همچون ایثار، تقوا و صبر، همراستا است (فرانکل ۱۹۶۳).

که او را به سوی خدا هدایت می کند (قرآن کریم، سوره روم، آیه ۳۰).

معنویت و ابعاد آن

معنویت، جستجوی معنا و هدف در زندگی است که از دین متمایز است (لیو و رابرتسون^۸، ۲۰۱۱). دین به نظام باورها و مناسک رسمی اشاره دارد، درحالیکه معنویت کیفیت های روحی مانند عشق، شفقت و بخشش را دربرمی گیرد (اوبرگون و همکاران^۹، ۲۰۲۱). معنویت در سه بعد تعریف می شود:

• **ارتباط با انسان ها:** ایجاد روابط معنا دار با دیگران.

• **ارتباط با طبیعت:** احساس وحدت با محیط زیست.

• **ارتباط با نیروی برتر:** گرایش به خدا یا وجود متعالی.

از منظر اسلامی، معنویت با تقرب به خدا و عمل به ارزش های الهی محقق می شود (مقیم، ۱۴۰۰).

معنویت در محیط کار

معنویت در محیط کار به تلاش برای یافتن معنا در فعالیت های شغلی، تقویت روابط با همکاران و همسویی ارزش های فردی با سازمانی اشاره دارد (کاظم پوریان و همکاران، ۱۴۰۰). گارگ^{۱۰} (۲۰۱۷)، نشان داد که معنویت استرس را کاهش و خلاقیت را افزایش می دهد. (حسام و سنبال^{۱۱}، ۲۰۲۱) گزارش کردند که برنامه های معنوی در یک شرکت ایرانی (جلسات دعا، کارگاه های اخلاق) رضایت کارکنان را بهبود بخشید. مطالعات جهانی، مانند پژوهش در هند (شریواستاوا^{۱۲}، ۲۰۲۳)، نشان می دهند که معنویت با کاهش فرسودگی شغلی و افزایش نوآوری مرتبط است. میلیمن^{۱۳} (۲۰۰۳) معنویت در محیط کار را در سه سطح بررسی می کند:

¹¹ Hossam, M & Senyal

¹² Shrivastava, S

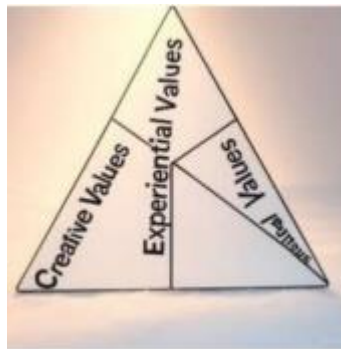
¹³ Milliman, J

⁸ Liu, J & Robertson

⁹ S. L. Obregon et al.

¹⁰ Garg, N

شکل 2: مثلث منابع معنا در نظریه معناجویی فرانکل



فوربس (۲۰۱۱)، عوامل انگیزش را بر اساس شباهت ها و تفاوت های بین انواع نیازها دسته بندی می کند. او معتقد است که تمام انگیزه ها با «خواستہ^{۱۶}» هدایت می شوند. در اینجا «خواستہ» به معنای تمایل به ایجاد نوعی تغییر مثبت در وضعیت و شرایط فرد است. او ابتدا تلاش برای تغییری که معطوف به درون است را از تلاشی که معطوف به بیرون است متمایز می کند. سپس، در میان تغییرات معطوف به بیرون، تغییری را که بر جهان مادی متمرکز است از تغییری که معطوف به جهان اجتماعی است، جدا می کند. مدل پیشنهادی فوربس بر اساس چارچوب زمانی که در آن فرد تغییر را تجربه می کند، تغییرات را به سه دسته تقسیم کرده است (شکل 2)

دیدگاه های معاصر مانند نظریه «کار معنادار» نیز با تأکید بر معنویت در بسترهای حرفه ای، افق های جدیدی در تحلیل انگیزش گشوده اند. داویلا و کرافورد^{۱۴} (۲۰۱۸)، بر این باورند که معنا در کار، عاملی کلیدی برای رضایت شغلی، وفاداری و رشد شخصی است. آنان سه بُعد معنوی کار را معرفی میکنند: ۱. جهت مندی الهی در کار، ۲. انسجام اخلاقی، و ۳. ارتباط عمیق با دیگران. این رویکرد، معنویت را از حوزه فردی به سطح سازمانی و اجتماعی منتقل می کند.

نظریه مدیریت ترور (گرینبرگ و آرت^{۱۵}، ۲۰۱۲) پیشنهاد می کند که ترس از مرگ انسان را به جستجوی معنا و جاودانگی سوق می دهد که با نیازهای معنوی همخوانی ندارد.

جدول 2: مدل نیازهای نه گانه فوربس

جهت گیری خواسته ها			
درونی روانی (خود)	ابزاری (منابع جهان)	بین فردی (جهان اجتماعی)	
امنیت	توانمندسازی	تعلق	سطوح خواسته ها
هویت	مشارکت	مراقبت	
تسلط	موفقیت (دستاورد)	احترام	

نظریه پردازان انگیزشی اصلی در یک مدل ساختاریافته پاسخ می دهد» (فوربس ۲۰۱۴؛ ۹۴)
شیوه تمایز فوربس، بین خود، جهان مادی و جهان اجتماعی با کار دسی و رایان (۱۹۹۵، ۱۹۹۱) در خصوص پیشنهاد سه

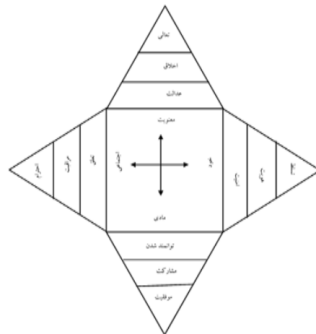
فوربس ادعا می کند: ماتریس ما به هدف پیشنهادی خود یعنی گردآوری تقریباً تمام انگیزه های فردی پیشنهاد شده توسط

¹⁶ aspiration

¹⁴ Davila & Crawford

¹⁵ Greenberg, J & Arndt, J

شکل 3: مدل نیازهای فوربس



برای تحلیل تطبیقی نظریه های انگیزش با تمرکز بر جایگاه نیازهای معنوی، می توان این نظریه ها را در سه گروه اصلی دسته بندی کرد: ۱. نظریه های محتوایی، ۲. نظریه های فرآیندی، و ۳. نظریه های معناگرا و نوین. ارزیابی تطبیقی نشان می دهد که اگرچه برخی نظریه ها به صورت محدود به ابعاد متعالی انسان توجه داشته اند، اما به طور کلی جایگاه منسجم و بنیادینی برای نیازهای معنوی در اغلب آن ها تعریف نشده است.

در نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو، اگرچه خودشکوفایی در رأس هرم قرار دارد، اما در تفسیرهای اولیه، معنویت به عنوان هدف نهایی رشد انسان دیده نشده بود. بعدها، مازلو مفهوم «خودفراروی»^{۱۸} را مطرح کرد که به تجربه های عرفانی، تعالی شخصی و ارتباط با امر قدسی اشاره داشت (مازلو ۱۹۹۸) با این حال، این مفهوم در قالب نظریه ای ساختاریافته توسعه نیافت و بیشتر به عنوان مکملی ضمنی باقی ماند.

در نظریه نیازهای سه گانه مک کلند نیز تمرکز بر قدرت، پیشرفت و تعلق اجتماعی است و نیازی به معنا، تعالی یا ارتباط با امر متعالی در ساختار نظری دیده نمی شود (پیکنوس ۲۰۲۴) نظریه های فرآیندی مانند نظریه انتظار وروم یا نظریه برابری آدامز نیز بر ارزیابی پیامدهای عمل و درک عدالت فردی تمرکز دارند. در این مدل ها، پاداش ها معمولاً مادی، بیرونی یا عملکرد محور هستند و مفاهیمی

دسته نیازهایی که افراد را به انجام عمل برمی انگیزند، مطابقت دارد. دسی و رایان (۱۹۹۵)، این سه دسته نیاز را ذاتی و همگانی می دانند. آنها با تأکید بر خودمختاری و ارتباط، به طور غیرمستقیم به معنویت اشاره دارد. در دیدگاه اسلامی، این مدل با فطرت و کمالجویی همخوان است (شریفی، ۱۳۹۹)

پیکنوس^{۱۷} (۲۰۲۴) می گوید، علیرغم ادعای فوربس در خصوص پوشش همه ابعاد نیازها و انگیزه های انسان در ماتریس پیشنهاد شده، انگیزه های انسانی غیرقابل انکار وجود دارد که ما نمی توانیم به اندازه کافی با استفاده از سه حوزه زندگی پیشنهاد شده توسط فوربس آن ها را توضیح دهیم. اینها از جمله مجموعه ای از نیازهای جهانی هستند که منجر به استقرار نظام های معنوی رسمی در هر فرهنگ شناخته شده روی زمین شده است. به عنوان مثال نیاز به عدالت، انصاف و اخلاق که در قواعد، قوانین و نظام های اخلاقی مطرح شده اند، در چارچوب پیشنهادی فوربس نمیگنجد. همچنین انگیزه جستجوی معنوی مبتنی بر اصول، که انگیزه ی رفتار نوع دوستانه واقعی به ویژه از خودگذشتگی در مفاهیم ماتریس او لحاظ نشده است پیکنوس مدل چهارگانه ای ارائه می دهد که انگیزه های معنوی را در سه سطح عدالت، اخلاق و تعالی بررسی می کند:

- عدالت: نیاز به انصاف و دنیای عادلانه.
 - اخلاق: عمل بر اساس اصول خیرخواهانه.
 - تعالی: ارتباط با امر الهی و فراتر رفتن از مادیات.
- این مدل با دیدگاه اسلامی، که انسان را موجودی در جستجوی کمال الهی میداند، سازگار است.

¹⁸ transcendence

¹⁷ Piconus, M

جدول ۴: تطبیق نظریه های انگیزش از نظر توجه به نیازهای معنوی

نظریه	توجه به نیازهای معنوی
مازلو	غیر مستقیم (خود شکوفایی)
مک کلند	عدم توجه
خود تعیینی	غیر مستقیم (ارتباط)
هرزبرگ	عدم توجه
اسلامی	محوری (معنا، عبادت)
روانشناسی مثبت	محوری (جستجوی معنا)

شواهد تجربی

مطالعات تجربی نقش نیازهای معنوی در انگیزش را تأیید می کنند. حسام و سنپال (۲۰۲۱) در مطالعه ای در ایران نشان دادند که برنامه های معنوی، مانند جلسات دعا و کارگاه های اخلاق، تعهد سازمانی را ۲۱٪ افزایش داده و فرسودگی شغلی را کاهش داده است. در سطح جهانی، رودریگر و همکاران^{۱۹} (۲۰۲۲) در اروپا گزارش کردند که معنویت در محیط کار با تاب آوری کارکنان در شرایط بحران (مانند همه گیری کووید-۱۹) رابطه مثبت دارد، به طوری که کارکنانی با برنامه های معنوی ۱۵٪ تاب آوری بیشتری نشان دادند. همچنین، یک متا-تحلیل توسط گوپتا و همکاران (۲۰۲۳) در ۱۲ کشور نشان داد که برنامه های معنویت در محیط کار، مانند جلسات ذهن آگاهی و فعالیت های خیرخواهانه، انگیزه درونی و نوآوری را به طور متوسط ۲۵٪ افزایش می دهند. در مالزی، بانک اسلام با اجرای کارگاه های اخلاق اسلامی، رضایت کارکنان را ۱۸٪ بهبود بخشید (احمد و عمر، ۲۰۲۲). این شواهد نشان می دهند که نیازهای معنوی، از طریق تقویت حس معنا و ارتباط، انگیزه و عملکرد را در محیط های کاری متنوع ارتقا می دهند. با این حال، چالش هایی مانند دشواری در اندازه گیری عینی معنویت و مقاومت در محیط های سکولار وجود دارد که نیازمند ابزارهای سنجش معتبرتر است (کاظم پوریان و همکاران، ۱۴۰۰)

هوش معنوی و انگیزش

مانند رضایت معنوی، قرب الهی یا نیت اخلاقی جایی در ارزیابی مؤلفه های انگیزشی ندارد (فوربس ۲۰۱۱).

در نقطه مقابل، نظریه معنایوی ویکتور فرانکل به عنوان نمونه ای برجسته از نظریه های معناگرا، نیاز به یافتن معنا در زندگی را نیروی محرک اصلی انسان می داند. این نظریه مستقیماً به جنبه های معنوی، اخلاقی و اگزیستانسیال انگیزش می پردازد.

همچنین نظریه خودتعیین گری دسی و رایان، اگرچه به معنویت به صورت مستقیم اشاره نمی کند، اما سه مؤلفه آن یعنی خودمختاری، شایستگی و ارتباط می توانند بسترهای مناسبی برای درونی سازی ارزش های معنوی و تعالی محور فراهم کنند (اسمیت و همکاران ۲۰۲۴) از منظر اسلامی، نیاز به عبادت، بندگی، قرب الهی، جهاد در راه خدا، ایثار، صدق، تقوا و خدمت به خلق، در شمار نیازهای بنیادین انسان جای می گیرند. این مفاهیم نه تنها به عنوان ارزش های اخلاقی، بلکه به عنوان انگیزاننده هایی اصیل و فطری در متون دینی معرفی شده اند (مطهری، ۱۳۸۶، ص. ۳۲؛ بشیری، ۱۳۹۳، ص. ۴۴).

در مجموع، تحلیل تطبیقی نشان می دهد که بیشتر نظریه های غربی انگیزش، ساختار مشخصی برای تبیین نیازهای معنوی ارائه نمی دهند و این امر منجر به نوعی نقصان نظری در تبیین رفتارهای مبتنی بر معنا، ایمان، ایثار و تعالی شده است. ضرورت دارد نظریه های انگیزش با الهام از منابع اسلامی و نیز یافته های روانشناسی مثبت نگر و معناگرا بازبینی شوند تا مدلی جامع، انسان محور و مبتنی بر فطرت طراحی شود که در آن، نیاز به معنا، تعالی، ارتباط با خداوند و تحقق ارزش های معنوی به عنوان عناصر بنیادین انگیزش انسانی در نظر گرفته شوند.

میزان توجه نظریه های کلاس انگیزش به حوزه نیازهای معنوی را می توان به صورت جدول (۴) خلاصه کرد.

¹⁹ Rodrigue, M & et al

(کاظم پوریان و همکاران، ۱۴۰۰). پیشنهاد می شود سازمان ها برنامه های آموزشی منابع انسانی را با دوره های تاب آوری معنوی و حمایت از سیاست های تعادل کار-زندگی غنی کنند. در سطح آموزشی توسعه برنامه های درسی مبتنی بر هوش معنوی، مشابه مدل های پیشنهادی شریفی (۱۳۹۹)، می تواند انگیزه دانش جویان را تقویت کند. در سطح فردی تقویت هوش معنوی از طریق تمرینات خود-تاملی می تواند تاب آوری و رضایت شغلی را افزایش دهد (زهر و مارشال، ۲۰۰۷). یک مدل پیشنهادی تلفیقی، ترکیب هرم مازلو با مفهوم تزکیه نفس اسلامی است که کارکنان را به همسویی رشد شخصی با تهذیب معنوی تشویق می کند، و منجر به بهبود سلامت سازمانی می شود.

محدودیت ها

این مطالعه به تحلیل نظری وابسته است و فاقد داده های تجربی است. دیدگاه های اسلامی ممکن است در محیط های سکولار کمتر قابل تعمیم باشند. اندازه گیری عینی معنویت چالش برانگیز است و نیازمند ابزارهای روانسنجی پیشرفته است.

نتیجه گیری

نیازهای معنوی، به عنوان بخشی از فطرت انسانی، نقش محوری در انگیزش ایفا می کنند. این مطالعه نشان داد که نظریه های سنتی مانند مازلو و آلدرفر به طور ضمنی و نظریه های جدیدتر مانند مدیریت ترور و مدل چهارگانه پیکنوس (جدول ۳) به صورت صریح تر به این نیازها پرداخته اند. مدل پیکنوس (۲۰۲۴) با تأکید بر عدالت، اخلاق و تعالی، نیازهای معنوی را به عنوان محرک های جهانی رفتار برجسته می کند که با دیدگاه اسلامی هم خوانی دارد. معنویت در محیط کار، با تقویت انگیزه، خلاقیت و تعهد، به بهبود عملکرد سازمانی کمک می کند. دیدگاه اسلامی، با تأکید بر فطرت و تقرب به خدا، چارچوبی غنی برای درک انگیزش ارائه می دهد که با روانشناسی مثبتگرا

هوش معنوی، توانایی یافتن معنا و ارزش در زندگی، افراد را خلاق، صادق و متعهد می سازد (زهر و ایان ۲۰۰۷). پژوهش ادریانی^{۲۱} (۲۰۲۳) نشان داد که هوش معنوی با انگیزه پیشرفت در دانشجویان رابطه مثبت دارد. در محیط کار، کارکنانی با هوش معنوی بالا ارزش های خود را با اهداف سازمانی همسو می کنند و انگیزه درونی قوی تری نشان می دهند (سروری و همکاران، ۲۰۲۴).

دیدگاه روانشناسی اسلامی

روانشناسی اسلامی، با تأکید بر فطرت، نیازهای معنوی را محور رفتار انسانی می داند. ابن مسکویه و ملاصدرا معتقدند که انسان از طریق تهذیب نفس به کمال می رسد (گائینی، ۱۳۹۸). این دیدگاه با نظریه های غربی مانند روانشناسی مثبت گرا، که بر معنا و شادکامی تأکید دارد، شباهت هایی دارد (سلیگمن^{۲۲}، ۲۰۱۱). تفاوت کلیدی در این است که روانشناسی اسلامی، خدا را هدف نهایی می داند، درحالیکه نظریه های غربی اغلب سکولارند.

کاربردهای عملی

توجه به نیازهای معنوی در سازمان ها می تواند به طراحی برنامه های آموزشی، مانند کارگاه های معنویت و اخلاق، منجر شود. در ایران، سازمان هایی که برنامه های معنوی را اجرا کرده اند، شاهد بهبود فرهنگ سازمانی و کاهش فرسودگی شغلی بوده اند (مقیم، ۱۴۰۰). در مالزی، بانک اسلام برنامه های آموزشی مبتنی بر ارزش های اسلامی را اجرا کرد که رضایت کارکنان را افزایش داد (احمد و عمر، ۲۰۲۲). شرکت های چند ملیتی مانند گوگل برنامه های ذهن آگاهی را اجرا کرده اند که رضایت کارکنان را افزایش داده است (تان ۲۰۱۲۳).

طراحی مشاغل معنادار، مانند پروژه های خیرخواهانه، انگیزه درونی را تقویت می کند. برای مثال، شرکت های ایرانی که پروژه های خیریه را در برنامه های خود گنجانده اند، شاهد افزایش ۱۵٪ در تعهد سازمانی بودند

²² Seligman, M

²³ Tan, C

²⁰ Zohar, D & Ian, M

²¹ Adriani, N

سروری، س. و پیشقدم، ر. و شایسته، م. (۱۴۰۳). هوش معنوی و انگیزه پیشرفت. فصلنامه روانشناسی مثبت، ۵(۲) و ۱۵۲.

شریفی، ا. (۱۳۹۹). روانشناسی اسلامی و انگیزش. تهران: انتشارات رشد.

- Adriani, N. (2023). The relationship between spiritual intelligence and achievement motivation. *Indonesian Journal of Psychology*, 227–235.
- Ahmad, A., & Omar, Z. (2022). Islamic ethics and employee satisfaction. *Journal of Islamic Management*, 10(2), 50–60.
- Chohan, S. (2025). Spirituality in the workplace. *Journal of Organizational Behavior*, 2(1), 1–5.
- Deci, E., & Ryan, R. (1995). Human autonomy: The basis for true self-esteem. In M. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem* (pp. 31–49). New York: Plenum.
- Forbes, D. (2011). The role of motivation in human behavior. *Journal of Psychology*, 85(2), 80–90.
- Frankl, V. E. (1963). *Man's Search for Meaning: An Introduction to Logotherapy*. Boston: Beacon Press.
- Garg, N. (2017). Workplace spirituality and employee well-being. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 14(4), 289–306.
- Glasser, W. (2007). *Choice Theory: A New Psychology of Personal Freedom*. New York: HarperCollins.
- Greenberg, J., & Arndt, J. (2012). Terror management theory. *Handbook of Social Psychology*, 399–405.
- Gupta, R., et al. (2023). Meta-analysis of workplace spirituality programs. *Journal of Organizational Behavior*, 44(5), 300–315.
- Hossam, M., & Senyal, S. (2021). Workplace spirituality and employee engagement. *International Journal of Management*, 988–995.
- James, W. (1902). *The Varieties of Religious Experience*. New York: Longmans, Green & Co.
- Liu, J., & Robertson, P. (2011). Spirituality in the workplace. *Journal of Management*, 36(1), 212–218.
- Maslow, A. H. (1998). *Toward a Psychology of Being*. New York: Wiley.
- Milliman, J. (2003). Workplace spirituality and employee performance. *Journal of Organizational Change Management*, 16(4), 426–447.

همخوانی دارد، اما هدف الهی آن را متمایز میکند (شریفی، ۱۳۹۹).

این پژوهش نشان می دهد که نیازهای معنوی بخش جدایی ناپذیری از نیازهای انگیزش انسانی هستند. و نظریه هایی که به نیازهای معنوی را نیز در گیرد می تواند درک جامع تری از رفتار انسان ها ارائه دهد. با توجه به یافته های پژوهش های پیشین (گارگ، ۲۰۱۷؛ چوهان، ۲۰۲۴)، و این پژوهش پیشنهاد می شود:

1. پژوهش های آینده با روش های ترکیبی (کیفی و کمی)، مانند مصاحبه های عمیق و نظرسنجی های طولی، تأثیر نیازهای معنوی را در گروه های جمعیتی مختلف بررسی کنند.

2. سازمان ها برنامه های معنوی، مانند کارگاه های اخلاق و ذهن آگاهی، را در برنامه های آموزشی خود بگنجانند.

3. چارچوب های نظری تلفیقی، مانند ترکیب تزکیه نفس با خودمختاری دسی و رایان، تدوین شوند.

منابع

- بخشی، م. (۱۳۹۴). روانشناسی انگیزش. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- اعتباریان، ا. و کشت کار رجبی، م. (۱۳۹۷). نظریه های انگیزش در مدیریت. تهران: انتشارات سمت.
- بشیری، م. (۱۳۹۳). روانشناسی انگیزش و ارزش های اسلامی. تهران: انتشارات علم.
- گائینی، م. (۱۳۹۸). فلسفه ملاصدرا و انسانشناسی. تهران: انتشارات حکمت.
- کاظم پوریان، س. و محمدی، م. و توکلی، ع. (۱۴۰۰). تأثیر معنویت بر تعهد سازمانی. فصلنامه مدیریت اسلامی، ۱۲(۳) و ۴۵-۶۰.
- مقیم، م. (۱۴۰۰). مدیریت رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی. تهران: انتشارات راه دان.
- مطهری، م. (۱۳۸۶). فطرت. تهران: انتشارات صدرا.

- Oubregon, A., et al. (2021). Spirituality vs. religion in organizational contexts. *Journal of Business Ethics*, 594–600.
- Piconus, M. (2024). A four-domain model of human motivation. *Psychological Review*, 732–745.
- Prasad, L. (2012). *Organizational Behavior*. New Delhi: Sultan Chand & Sons.
- Rodriguez, M., et al. (2022). Spirituality and resilience in the workplace. *European Journal of Management*, 45(3), 123–135.
- Ryan, R., & Deci, E. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101860.
- Seligman, M. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness*. New York: Free Press.
- Shrivastava, S. (2023). Spirituality and innovation in Indian workplaces. *Journal of Organizational Change Management*, 36(2), 145–160.
- Tan, C. (2012). *Search inside yourself: The unexpected path to achieving success*. New York: HarperOne.
- Zohar, D., & Ian, M. (2007). *Spiritual Intelligence*. London: Bloomsbury Publishing