فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت
Journal of New Research Approaches in Management Science
سال دوم. شماره هشتم. پاییز ۱۳۹۷، صص۸۹-۷۹ Vol 2. No 8. 2018, p 79-89
شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱) ISSN: (2588-5561)

# فرهنگ سازمانی و منابع انسانی در سازمان

**سلیمان خلیل طهماسبی**
**کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش مالی، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد لردگان. ایران**

## چکیده

فرهنگ سازمانی، جو حاکم بر محیط سازمان است که افراد در آن فعالیت می‌کنند و رفتار آنها شکل می‌گیرد که این موضوع خود در عملکرد کارکنان سازمان نقش بسزایی دارد. از آنجایی که نیروی انسانی، کمیاب ترین و گرانترین سرمایه‌های هر نوع سازمان محسوب می‌شوند؛ معمولاً پایین بودن عملکرد کارکنان یکی از مسائل سازمانی می‌باشد. یکی از اهداف اصلی هر سازمان، دستیابی به عملکرد است. برای رسیدن به این هدف، راهی جز توسل به نوعی دیدگاه سیستمی، بومی و کاربردی وجود ندارد. موفقیت‌های چشمگیر دهۀ اخیر سازمان‌هایی با حداقل امکانات از یک طرف و شکست سازمان‌هایی با بهترین توانایی های مادی، ازطرف دیگر، بیانگر نقش قابل توجه عوامل غیرمادی و معنوی در موفقیت آنها بوده است که در این میان، فرهنگ سازمانی و خلاقیت به عنوان عوامل مؤثر در عملکرد سازمان تلقی می‌شوند. با وجود یک فرهنگ قوی و منسجم و وجود خلاقیت افراد، ضمن کسب آگاهی بیشتر پیرامون اهداف و استراتژی‌های سازمان، نسبت به ارزش‌ها و هنجارها احساس مسئولیت و تعهد از کار احساس رضایت می‌کنند که این امر در کنار مدیریت قوی، موجب بهبود روحیه، انگیزش، افزایش عملکرد سازمان و بهره‌وری کارکنان می‌گردد. فرهنگ، واژه‌ای فارسی و مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ» است. «فر» پیشوندی به معنای جلو و بالاست و «هنگ» به معنی کشیدن و تعلیم و تربیت. معادل انگلیسی فرهنگ، واژه کلچر است به معنای کشت‌وکار یا پرورش. در ادبیات عرب، دانشمندان علوم اجتماعی واژه «ثقانه» را معادل فرهنگ قرار داده‌اند که از ریشه‌ی «ثقت» به معنی آموختن و یافتن آمده است.

**واژه های کلیدی:** فرهنگ سازمانی، استراتژی منابع انسانی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

**مقدمه**

(بیانچی، ۲۰۱۵)[1]علوم انسانی ارائه شده که برخی از متداول‌ترین آنها عبارتند از:

۱ – نظامی اعتقادی که بین افراد جامعه مشترک است.

۲ – ارزش‌های قوی که به طوری گسترده میان اکثر افراد جامعه مشترک است.

۳- نمادی همچون داستان‌ها، اسطوره‌ها، تکیه‌کلام‌ها و ضرب‌المثل‌ها که منتقل می‌شود.

۴- مجموعه‌ای از باورهای مشترک و پایدار که از طریق ابزار متنوع نمادی، منتقل شده و در زندگی ایجاد معنی و مفهوم می‌کند. فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از موثرترین عوامل پیشرفت و توسعه کشورها شناخته شده است. به طوری که بسیاری از پژوهشگران معتقدند که موفقیت کشور ژاپن در صنعت و مدیریت یکی از علل مهم توجه آنها به فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه ای از باورها و ارزشهای مشترک بر رفتار و اندیشه اعضای سازمان اثر می‌گذارد و می‌تواند نقطه شروعی برای حرکت و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید. نظر به اینکه فرهنگ سازمانی از اساسی ترین زمینه‌های تغییر و تحول در سازمان است برنامه‌های جدید تحول بیشتر به تحول بنیادی سازمان نگاه می‌کند، از این رو هدف این برنامه‌ها تغییر و تحول فرهنگ سازمانی به عنوان زیر بنای بستر تحول است (چی ون[2]، ۲۰۱۶: ۱۰). ارزش‌های اصلی سازمان که به مقیاس وسیع مورد توجه همگان قرار می‌گیرد معرف فرهنگ قوی آن سازمان خواهد بود. هر قدر اعضای سازمان ارزش‌های اصلی رابیشتر بپذیرند و تعهد بیشتری نسبت به آنها داشته باشند، سازمان مزبور دارای فرهنگ قوی تری خواهد بود.

مقوله فرهنگ سازمانی برای اولین بار در مقاله ای تحت عنوان «مطالعه فرهنگ سازمانی» در فصلنامه علوم اداری در سال ۱۹۷۹، در آمریکا مطرح گردید. البته قبل از آن در سال ۱۹۶۴، توسط «بلیک و موتن» از واژه «جو و فضای سازمانی»[3] یاد شده است که در سال ۱۹۷۶ توسط «آلن و سیلور زوئیک»[4] بسط داده شد (رابینز، ۱۳۸۷)[5].

مشبکی، (۱۳۷۷) فرهنگ سازمانی را «مجموعه ای از ارزشهای کلیدی، باورهای راهنما، و تفاوتهایی می‌داند که در اعضای یک سازمان مشترک است. فرهنگ سازمانی چسب اجتماعی است که از راه ارزشهای مشترک، تدبیرهای نمادی، و آرمانهای اجتماعی اعضای سازمان را به هم می پیوندد. بر خلاف آنچه انسان ممکن است بپندارد، یک فرهنگ نیرومند، به ضرورت، فرهنگی خوب به شمار نمی آید. سرشت ارزشهای بنیانی یک فرهنگ از نیرومندی و قوت آن مهم تر است. فرهنگ با توجه به تاثیرپذیری ازمحیط های درون و برون سازمانی، قابل تغییر ودگرگونی است و خاصیت پویایی دارد.

---

1. Bianchi
2. Chih-Wen Wu
3. Blake and Mouton, "the term" barley and organizational climate
4. Allen & Silver Zwick
5. Robbins

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

ادگارشاین[6] پیرامون فرهنگ سازمانی، بر این عقیده است که این فرهنگ دارای سه سطح به شرح زیر است:

**سطح اول:** سطح فوقانی فرهنگ سازمانی را تشکیل می دهد و شامل رفتارها و علائم و نمادهای فیزیکی است.

**سطح دوم:** سطح میانی فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد و شامل هنجارها، باورها، ارزش‌ها و نگرش‌هاست.

**سطح سوم:** سطح تحتانی فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد و شامل مفروضات و اعتقادات بنیانی واساسی است. طبق نظر فلمولتز و راندل[7] فرهنگ سازمانی حداقل در پنج حیطه مختلف می تواند خود را بر روی سازمان آشکار سازد. این حوزه ها عبارت هستند از:

۱- طرز نگرش و برخورد سازمان با کارکنان.

۲- طرز نگرش و برخورد سازمان با مشتریان.

۳- معیارهای عملکرد و مسئولیت پذیری.

۴- کارگروهی بین افراد سازمان.

۵- شیوه عملکرد سازمان به عنوان عضوی از جامعه خود. در یک سازمان، فرهنگ نقش‌های متفاوتی ایفا می‌کند. فرهنگ تعیین کننده مرز سازمانی است؛ نوعی احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق می‌کند؛ در افراد نوعی تعهد نسبت به چیزی به وجود می‌آورد که بسی بیش از منافع شخصی فرد است. فرهنگ موجب ثبات و پایداری سیستم اجتماعی می‌گردد (رابینز، ۱۳۸۷).

عواملی که در ایجاد یک فرهنگ سازمانی نقش اساسی دارند. عبارتند از:

الف) بنیانگذاران سازمان. ب) محیط. ج) کارکنان سازمان. چون عوامل متعددی بر فرهنگ سازمانی موثر است در نتیجه فرهنگ های متعددی در سازمان های امروزی ملاحظه می شود.

**عواملی نظیر:** نفوذهای بیرونی با پایگاه های گسترده، ارزشهای اجتماعی و عامل های ویژه سازمانی جزء عواملی هستند که بر فرهنگ سازمانی موثر بوده وتعدد فرهنگ های سازمانی امروزی را سبب شده است. لذا برای شناخت بیشتر و بهتر آنها صاحب نظران مدیریت برای آن تقسیم بندی های متعددی ارایه کرده اند که بعضی از آنها در زیر آورده شده است (چی ون، ۲۰۱۶:۳۶). کتزدور یسن و میلرفرهنگ را به گونه زیر تقسیم کرده اند:

۱- فرهنگ فرهمند در برابر فرهنگ خودکفا.

۲- فرهنگ پرهیز کننده در برابر فرهنگ کامیابی جو.

۳- فرهنگ سیاسی شده در برابر فرهنگ متمرکز بر هدف.

---

**6. Adgarshayn**
**7. Flmvltz and Randall**
**8. Ktzdvr Y. Miller**

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

۴- فرهنگ دیوانسالارانه در برابر فرهنگ آفریننده.

در نوع دیگر از تقسیم بندی چهار نوع فرهنگ سازمانی توسط دیویس (۱۳۷۳) بشرح ذیل ارائه شده است فرهنگ علمی، ۲- فرهنگ باشگاهی ۳- فرهنگ تیمی ۴، - فرهنگ تدافعی.[9]

تقسیم بندی دیگری که از فرهنگ سازمانی ارایه شده است، فرهنگ غالب و غیر غالب است. معمولاً در سازمان یک فرهنگ وجود دارد که مورد قبول اکثریت افراد سازمان واقع می شود و عموماً توسط افراد و رؤسا سازمان پذیرفته می شود، این فرهنگ، فرهنگ غالب است که شامل ارزش ها، هنجارها و باورهای سازمان است در ابتدای شروع به کار سازمان، ممکن است افراد جداگانه به عضویت چند پاره فرهنگ درآیند. این پاره فرهنگ ها باهم ستیز می کنند تا عنوان فرهنگ غالب را به خود اختصاص دهند. طبیعی است در نهایت فرهنگی که بیش از سایر فرهنگ ها مورد تایید، تاکید و پذیرش اعضای سازمان واقع گردد بعنوان فرهنگ غالب سازمان تلقی می‌شود (چی ون، ۲۰۱۶: ۸).

فرهنگ سازمانی را به گونه دیگر شامل چهار نوع زیر دانسته اند:

الف) فرهنگ انطباق پذیر

ب) فرهنگ رسالت (ماموریت)

ج) فرهنگ مشارکت

د) فرهنگ سازگاری.[10]موسسه مشاوره ای مدیریت فرهنگ[11]سازمان ها را به چهار دسته به شرح زیر تقسیم بندی نموده است (دیویس،[12] ۱۳۷۳: ۲۸). ۱- فرهنگ وظیفه مدار ۲- فرهنگ فرآیند مدار ۳- فرهنگ زمان مدار ۴- فرهنگ شبکه مدار.[13]می توان میزان قدرت و اقتدار فرهنگ سازمانی را براساس دو معیار بسیار مهم یکی تعداد اعضای متعهد به ارزشها و هنجارها و دیگری میزان تعهد آنها تعیین کرد. سه نوع فرهنگ سازمانی حاصل از کنار هم گذاشتن عامل اعضای متعهد و میزان تعهد عبارتند از :

**۱- فرهنگ قوی:** فرهنگ سازمانی است که در آن تعداد اعضای متعهد به ارزشهای غالب، زیاد و میزان تعهد آنها قوی باشد.

**۲- فرهنگ میانه:** این گونه فرهنگ ها حد فاصل دو فرهنگ قوی وضعیف هستند. برخی دارای اعضای متعهد زیاد هستند که میزان تعهد آنها کم است و برخی هم دارای تعداد کمی افراد متعهد اما با میزان تعهد بسیار هستند.

---

**9. scientific culture, team culture - club culture - the culture of self-**

**10. culture adaptable b) culture mission (mission) c) The corporate cultureD) a culture of compliance**

**11. Management Hyfrhng**

**12. Davis**

**13. The task culture Mdar2- process-oriented culture 3. Culture Culture Mdar4- time circuit network**

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

**۳- فرهنگ ضعیف:** افراد دراین سازمانها تعهد اندک و ضعیفی به ارزش های سازمان دارند و افراد دارای این تعهد هم نادر و محدود می باشند. مورهد و گریفین[۱۴] (۱۳۸۰) مشخصات زیر را برای فرهنگ سازمانی قوی برشمرده اند:

۱- تعهد اجتماعی

۲- وجدان کار

۳- مدیریت کیفی

۴- فرهنگ رقابتی

۵- تطبیق فرد با شغل

۶- غنی سازی شغل

۷- توسعه شغلی

۸- گردش کار به وسیله چرخش شغل

۹- علاقه و وفاداری به سازمان

۱۰- اعتماد به نفس[۱۵]

چهار نوع فرهنگ ناشی از تبادلات یا تعامل افراد در درون سازمان و تحت تاثیر ارزش ها و اعتقادات حاکم بر سازمان می باشند. این چهار نوع فرهنگ سازمانی عبارتند از:

۱- فرهنگ اجماعی (مشارکتی).

۲- فرهنگ توسعه ای (ایدئولوژیک)

۳- فرهنگ معقول (عقلانی)

۴- فرهنگ سلسله مراتبی.[۱۶] به منظور بررسی و تشریح فرهنگ سازمانی، شناخت الگوی فرهنگ سازمانی و یا چهار چوب نظری آن ضرورت دارد، به همین منظور الگوهای فرهنگ سازمانی متعددی مطرح گردیده که می توان از الگوی پارسونز، الگوی اوچی، الگوی هافستد وهمکاران، الگوی لیت وین و استرنیگر، الگوی پیترز و واترمن، الگوی هفت **S** شرکت مشاوره، الگوی دیویس، مکنزی الگوی کلب و همکارانش، الگوی کیلمن وسکستن، الگوی رابینز[۱۷] نام برد. فرهنگ سازمانی، چیزی نیست که ناگهان از آسمان نازل شود. آغاز حیات فرهنگ سازمانی به پیدایش سازمان باز می‌گردد. هر سازمانی به محض ایجاد، در همان مراحل آغازین خود نطفه فرهنگ سازمانی را بارور می‌سازد و آن را در سال‌های حیات

**14. Moorhead and Griffin**
**15. conscience - social commitment - management culture - matching people with jobs, job enrichment. career development workflow by rotating - interest and loyalty confidence**
**16. Culture consensus (corporate) culture. Development (ideological). Culture reasonable (rational). hierarchical culture.**
**17. Parsons pattern, pattern Ouchi, Hofstede et al pattern, pattern Litwin and Astrnygr, Peters and Waterman pattern, the pattern of seven S Consulting, pattern Davis, Mackenzie Kolb and his colleagues pattern, pattern Vskstn Kilman, pattern Robbins**

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

خود به شیوه‌ای خاص پرورش می‌دهد. به اعتقاد «رابینز» عادت‌ها و رسوم و شیوه کلی انجام کارها در سازمان، عمدتاً ناشی از آن است که قبلاً چه کاری صورت گرفته و موفقیت آن در چه سطحی بوده است. هر فرهنگی بویژه فرهنگ‌های قوی، بازتابی از ارزش‌های موسس یا موسسان خویش است. ارزش‌ها، از آغاز تکوین سازمان، در ذهن بنیان‌گذاران و کارکنان اولیه حک می‌شوند. سپس، از طریق داستان‌هایی که درباره موسس یا موسسان منتشر می‌شود و تجربه‌هایی که به دست می‌آیند، به دیگران منتقل شده و زنده می‌ماند. به اعتقاد «طوسی»، رهبران سازمانی می‌توانند در پدیدآوری و هدایت فرهنگ سازمانی نقشی کوشا داشته باشند. آنان می‌توانند فرهنگ‌های سازمانی خود را پدید آورند، حفظ و دگرگون سازند و یا آنها را یکپارچه کنند. رهبرانی که به حفظ و پایدارسازی فرهنگ می‌پردازند، رهبرانی نهادی هستند که در جامه قهرمانان کارکنان سازمان درآمده و به حفظ و نیرومندی سازمان دست می‌زنند. با توجه به گفته طوسی، می‌توان نتیجه گرفت که رؤسا سازمان، تنها از فرهنگ سازمانی پیروی نمی‌کنند بلکه یکی از نقش‌های مهم آنها، وضع ارزش‌های فرهنگی مناسب است. در واقع می‌توان گفت آنها فرهنگ سازی می‌کنند و این نقش، امروزه با توجه به اهمیت انسان‌ها در رویارویی با تغییرات محیطی، یکی از مهم‌ترین نقش‌های رهبران سازمانی است (داوری، ۲۰۱۴: ۵)[18]

## شیوهٔ فراگیری فرهنگ

یک فرهنگ به شکل های گوناگون به کارکنان و اعضای سازمان منتقل می‌شود که مهمترین آن ها عبارت‌اند از: داستان. آداب و رسوم. امتیازات ویژه. زبان رمز.

**۱-داستان:** داستان های نقل شده از گذشته سازمان برای کاهش نیروی کار، واکنش نسبت به خطاهای گذشته و خو گرفتن با سازمان است. داستان ها می توانند زمان حال را به گذشته پیوند بزنند و کارهای کنونی را توجیه کنند.

**۲-آداب و رسوم:** آداب و رسوم یعنی کارهایی که مرتب تکرار می‌شوند، ارزش‌های اصولی سازمان را تقویت و تأیید و مهم ترین هدف ها را مشخص می کنند و سرانجام این که معرف افراد مهم هستند. به عنوان مثال: برپایی مراسمی جهت تقدیر از افراد موفق سازمان

**۳- امتیازات ویژه:** امتیازات ویژه می توانند معرف مقام و اهمیت مدیران عالی سازمان باشند و همچنین این امتیازات می توانند چنین پیامی را به دیگران مخابره کنند که سازمان مزبور طرفدار چه نوع رفتاری است (یعنی خطرپذیر، خودکامه یا فرد گراست). به عنوان مثال: در اختیار قرار گذاشتن هواپیماهای اختصاصی یا اتومبیل های بسیار مجلل با رانند برای مدیران عامل ارشد سازمان.

**٤- زبان رمز:** در بسیاری از شرکت ها و واحدهای سازمانی، زبان رمز معرف فرهنگی است که اعضا به آن تعلق دارند. اعضای سازمان با یادگیری زبان مزبور می توانند بر عضویت و مورد قبول واقع شدن مهر

18. Davari

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

تأیید بزنند. در بیشتر موارد زبان رمز یا کاربرد اصطلاحات خاص موجب همبستگی و اتحاد اعضای یک واحد سازمانی می شود. آیا فرهنگ سازمانی می تواند فرهنگ ملی را تحت الشعاع قرار دهد؟ فرهنگ ملی (درمقایسه با فرهنگ سازمانی) اثرات بیشتری بر کارکنان دارد. فرهنگ سازمانی نمی تواند اثرات زیادی بر رفتار افراد به هنگام کار داشته باشد ولی فرهنگ ملی از این بابت اثرات بیشتری دارد (علی پور وهمکاران، ۲۰۱۳: ۳۹).

## جمع بندی ونتیجه گیری

یکی از مشکلاتی که مدیران سازمان های با آن روبرو هستند: جمعه پذیری یا توجیه کارکنان تازه استخدام که دارای نژادها، گروه های قومی یا جنسیت های مختلف هستند و همگون ساختن آنان با اکثریت اعضای سازمان می‌باشد، و این مشکل مسأله ای را به وجود می‌آورد که ما آن را معمای گوناگونی کارکنان می‌نامیم. مشکل یا معمایی که مدیریت از این نظر با آن رو به روست این است که باید بین هدف های متضاد نوعی توازن و تعادل برقرار کند. از سوی دیگر تأکید بر استخدام افراد از قومیت‌ها، نژادها و توانایی‌های گوناگون باعث می‌شود که سازمان نتواند به صورت یک قدرت واحد درآید، چون در آن صورت هر عضوی به اصطلاح ساز خود را می زند (بیانچی وهمکاران، ۲۰۱۵).

## نکات کاربردی برای مدیران

تحت شرایط زیر امکان دارد فرهنگ سازمانی تغییر کند:

**بحران شدید:** وجود چنین ضربه ای می تواند وضع موجود را دگرگون سازد و جنبه های معقول یا ذی ربط فرهنگ حاکم را مورد پرسش قرار دهد. نمونه های آن وخیم شدن وضع مالی شرکت، خسارت سنگینی که یکی از مشتریان عمده متحمل شده یا تغییرات تکنولوژیک است که شرکت رقیب به آن دست یافته است.

**جابجای رهبر:** هنگامی که مقام ارشد یا بالاترین مقام سازمانی تغییر کند می تواند مجموعه ای از ارزش‌های اصولی به سازمان بیاورد که این نیز گونه ای تحول یا دگرگونی شدید به حساب می آید.

**سازمان تازه تأسیس و کوچک:** اگر سازمان تازه تأسیس و کوچک باشد دارای فرهنگ پابرجا نخواهد بود. به همین شیوه اگر سازمان کوچک باشد مدیریت می‌تواند به صورتی راحت تر ارزش های جدید ارائه کند.

**فرهنگ ضعیف:** اگر فرهنگ فراگیر باشد همه اعضا در مورد ارزش های آن توافق نظر داشته باشند ایجاد تغییر با مشکلات زیادی رو به رو می‌شود. فرهنگ ضعیف (در مقایسه با فرهنگ قوی) راحت تر تغییر می‌کند. لازم به یادآوری است که اگر همهٔ این شرایط وجود داشته باشد، بازهم نمی توان مدعی شد که به طور حتم فرهنگ سازمان تغییر می‌کند. گذشته از این ایجاد تغییرات عمده نیاز به دوره های زمانی بلند

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

مدت دارد. بنابراین باید توجه کرد که فرهنگ سازمانی اثرات شدید بر رفتار اعضا دارد، به ویژه در کوتاه مدت و میان مدت، و به ندرت امکان دارد مدیریت بتواند از این بابت اعمال نفوذ نماید (بیانچی وهمکاران، ۲۰۱۵).

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

## فهرست منابع و مآخذ

ـ اویسی، جمیله، (۱۳۸۷)، سه وجهی کردن مدیریت عملکرد اثربخش، ماهنامه تدبیر، سال شانزدهم، شماره ۱۲۳

ـ آزاد، ناصر و ایمان ارشدی؛ (۱۳۹۳) بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری، مجله بررسی‌های بازرگانی، شماره ۳۶.

ـ ابوالعلایی، بهزاد، (۱۳۹۲)، مدیریت عملکرد (راهنمای رؤسا برای ارزیابی و بهبود عملکرد کارکنان)، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول

ـ احمدپور، مریم و قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵: ۷۵-۹۹.

ـ اسلوین، جیمز (۱۳۸۰)، اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.

ـ اورت، ام. راجرز و شومیکر، فلوید (۱۳۷۶)، رسانش نوآوری‌ها: رهیافتی میان‌فرهنگی، ترجمه عزت‌اله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.

ـ بوربورحسین بیگی، مریم (۱۳۸۳)، بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

ـ پاستر، مارک (۱۳۷۷)، عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: مؤسسه ایران.

ـ پای، لوسین و دیگران (۱۳۸۰)، بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی، ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

ـ تورن، آلن (۱۳۸۰)، نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.

ـ جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.

ـ حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

ـ خلقتی، مرضیه (۱۳۸۷)، بحران‌های هویت‌های مجازی در گمنامی چت، درس مدیریت بحران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

ـ ربیعی، علی (۱۳۸۷)، «رسانه‌های نوین و بحران هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، شماره ۴ : ۱۴۹-۱۷۶.

ـ رفعت جاه، مریم و علی شکوری (۱۳۸۷)، «اینترنت و هویت اجتماعی»، فصلنامه جهانی رسانه، شماره ۵ : ۱-۱۷.

ـ دبیری، افشین، (۱۳۸۶)، مدیریت عملکرد و تأثیر آن برافزایش بهروری، سایت مقالات علمی ایران

ـ رفیع زاده. علاءالدین، عفتی. محمد علی، رونق. مریم، ۱۳۸۸، کتاب مدیریت عملکرد با نگاهی به ارزیابی ـ عملکرد دستگاه‌های اجرایی، تهران، موسسه توسعه و بهبود مدیریت، چاپ سوم

ـ زارعی متین، حسن؛ (۱۳۹۳) فرهنگ و عملکرد سازمان، مجله دانش مدیریت، شماره ۲۳.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

ـ سلطانی، ایرج، (۱۳۸۵) مراحل پیاده سازی نظام مدیریت عملکرد، ماهنامه تدبیر، سال پانزدهم، شماره ۱۴۵

ـ سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، (۱۳۸۲)، ارزیابی عملکرد منابع انسانی، دفتر بهبود مدیریت و ارزیابی عملکرد، معاونت امور مدیریت و منابع انسانی

ـ سرمد. زهره، بازرگان. عباس، حجازی. الهه، (۱۳۸۵)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه، چاپ سیزدهم

ـ ساروخانی، باقر و رضایی‌قادی (۱۳۹۱)، «اینترنت و هویت ملی در میان کاربران»، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، سال دوم، شماره ۵: ۵۱-۷۰.

ـ سنجقی، احمد(۱۳۹۰) خرده فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری مدیران، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزادتهران

ـ علی احمدی، علیرضا (۱۳۹۳) شناخت فرهنگ، فرهنگ سازمانی و مدیریت بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزادتهران

ـ علی رضا، علیرضا (۱۳۹۲) بررسی فرهنگ سازمانی، رضایت شغلی و رهبری تحول آفرین، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزادتهران

ـ علی احمدی، علیرضا (۱۳۹۳) شناخت فرهنگ، فرهنگ سازمانی و مدیریت بر آن، چ اول، تهران: بی نا.

ـ عابدی، متین و آغاز، لیلا (۱۳۹۰)، بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن با نفوذ آرمانی در اداره آموزش و پرورش میان فرهنگ سازمانی و رفتارهای رهبری و رضایت شغلی، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزادتهران

ـ عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲)، «دو جهانی‌شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۱: ۱۴۳-۱۷۴.

ـ عباسی‌قادی، مجتبی؛ خلیلی‌کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

ـ عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۱)، تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.

ـ فخر زاده. محمد باقر، جعفری هرندی. سعید، (۱۳۸۹)، توانمند سازی کارکنان از منظرشفافیت نقش سازمانی، چهارمین کنفرانس توانمند سازی منابع انسانی

ـ قلی پور، جواد، (۱۳۹۰)۱۰، بررسی عوامل مؤثر بر توانمندی منابع انسانی، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد واحد مهاباد.

ـ قنبری، لیلا (۱۳۹۰)، بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد واحد تهران.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

ـ کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصراطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاووشیان، جلد۲، تهران: طرح نو.

ـ کوهی، کمال و حسنی، محمدرضا (۱۳۹۱)، «رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره : ۱۰۹-۱۳۰.

ـ گزارش راهبردی (۱۳۸۵)، بررسی بحران هویت در ایران، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک، معاونت پژوهش‌های فرهنگی.

ـ گودرزی، حسین (۱۳۸۴)، گفتارهایی درباره جامعه‌شناسی هویت در ایران، تهران: موسسه مطالعات ملی.

ـ گیبینز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۸)، سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.

ـ گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

ـ میرسپاسی، ناصر، ۱۳۸۱، مدیریت عملکرد تدبیری در توانمندسازی وتقویت سرمایه های اجتماعی، سایت مقالات علمی ایران

ـ محمدی، علیرضا(۱۳۹۰) فرهنگ سازمانی و ابعاد آن با انگیزش الهام بخش در اداره آموزش و پرورش، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزادتهران

ـ مارکروات. مایکل، ترجمه: زالی. محمد رضا، ۱۳۸۵، ایجاد سازمانهای یاد گیرنده، انتشارات دانشگاه تهران، مرکز کار آفرینی

ـ مامیزاده، ج (۱۳۹۳) تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد، مجله تدبیر، شماره ۶۱.

ـ محمدی. محمد، (۱۳۸۱)، توانمند سازی کارکنان (رویکردها و فرایندها) فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۳-۳۴.

ـ موغلی. علیرضا، حسن پور. اکبر، حسن پور، (۱۳۸۸)، ارتباط توانمند سازی و تعهد سازمانی کارکنان، نشریه مدیریت دولتی، دوره یک، شماره دو از صفحه ۱۱۹ تا ۱۳۲

ـ معینی‌علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴)، «هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنتی»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۴ : ۱۰۷-۱۲۴.

ـ مهدی‌زاده، شراره و عنبرین، زینب (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۷ : ۲-۲۸.

ـ نصیریپور، امیراشکان و نیکو هانیه، (۱۳۹۴) رابطهٔ فرهنگ سازمانی با عملکرد ایمنی و محیط زیست کارکنان، پایان نامه

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19 ]