

The Pattern of Cultural Navigation in Iran's Cultural Domains

Seyed Mohammad Javad. Tabatabaei Qomi¹, Serajeddin. Mohebbi^{2*}, Mohsen. Ameri Shahrabi³, Ali. Shojaeifard⁴

¹ PhD student, Department of Management and Cultural Planning, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

² Assistant Professor, Department of Business Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

³ Associate Professor, Department of Governmental Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

⁴ Associate Professor, Department of Management and Entrepreneur, Payam Noor University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: mohebi.abcd@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Tabatabaei Qomi, S. M. J., Mohebbi, S., Ameri Shahrabi, M., & Shojaeifard, A. (2024). The Pattern of Cultural Navigation in Iran's Cultural Domains. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 3(1), 211-226.



© 2024 the authors. Published by Iran-Mehr: The Institute for Social Study and Research. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The present study was conducted with the aim of presenting a model of cultural navigation within Iran's cultural domains. The research methodology utilized is qualitative and is based on the grounded theory strategy. For data collection, the tool of in-depth interviews was employed. The target population consisted of academic experts, managers, and senior experts in cultural domains who were involved in cultural processes and decision-making. Using purposive sampling, theoretical saturation was achieved after 15 in-depth interviews. In the grounded theory approach applied in this study, through three stages of open, axial, and selective coding, 20 general categories were identified within a paradigmatic framework, including causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, central categories, strategies, and outcomes. The results showed that cultural navigation in Iran's cultural domains is realized through causal conditions (organizational structure, economic factors, cultural and ideological factors, and laws and policies), contextual conditions (strengthening cultural capital, education, organizational climate, and cultural employment), intervening conditions (cultural rights, media space creation, and governmental and institutional policies), central categories (cultural awareness, cultural communication skills, and cultural conflict management), and outcomes (shaping a new paradigm, value creation on a macro level, and developing organizational culture excellence).

Keywords: Cultural Navigation, Cultural Domains, Grounded Theory.

EXTENDED ABSTRACT

The present study aims to develop a comprehensive model for cultural navigation within Iran's cultural domains, addressing the complexities and dynamic nature of cultural processes in the country. The research adopts a qualitative methodology grounded in the theory strategy, utilizing in-depth interviews as the primary data collection tool. The target population consisted of academic experts, managers, and senior experts involved in cultural processes and decision-making within Iran's cultural domains. Through purposive sampling, theoretical saturation was achieved after conducting 15 in-depth interviews, leading to the identification of 20 general categories within a paradigmatic framework, including causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, central categories, strategies, and outcomes.

The research highlights the importance of understanding the causal conditions that influence cultural navigation in Iran. These conditions include organizational structure, economic factors, cultural and ideological factors, and laws and policies. The study argues that these factors play a crucial role in shaping cultural navigation by either facilitating or hindering the development and implementation of cultural strategies. For instance, the organizational structure can either support or restrict cultural initiatives depending on how well it aligns with the broader cultural goals. Similarly, economic factors, such as resource allocation and financial support, are essential for sustaining cultural activities, while cultural and ideological factors, including religious beliefs and national values, significantly impact cultural identity and continuity.

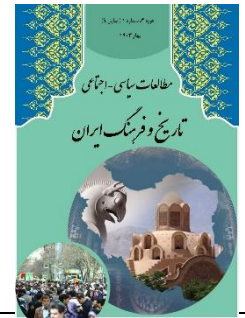
Contextual conditions are another critical component identified in the study, which refers to the specific environmental factors that influence cultural navigation. These include strengthening cultural capital, enhancing education, fostering a positive organizational climate, and promoting cultural employment. The research emphasizes that these conditions are necessary for the successful implementation of cultural strategies, as they provide the foundational support needed for cultural initiatives to thrive. For example, educational programs that promote cultural awareness and understanding can help build a solid foundation for cultural initiatives, while a supportive organizational climate can encourage collaboration and innovation in cultural projects ([Akram et al., 2020](#)).

Intervening conditions, as identified in the research, play a pivotal role in either facilitating or impeding cultural navigation. These conditions include cultural rights, media space creation, and governmental and institutional policies. The study suggests that these factors can either enhance or restrict cultural expression and participation, depending on how they are managed. For instance, media space creation can provide a platform for cultural exchange and dissemination, while governmental policies can either support or limit cultural activities. The research underscores the importance of aligning these intervening conditions with the broader cultural goals to ensure the successful navigation of cultural domains ([Cui & Jiao, 2019](#)).

Central categories identified in the study include cultural awareness, cultural communication skills, and cultural conflict management. These categories are crucial for understanding the core competencies required for effective cultural navigation. The research argues that cultural awareness is essential for recognizing and appreciating cultural diversity, while cultural communication skills are necessary for fostering effective intercultural dialogue. Cultural conflict management is also highlighted

as a critical skill for resolving cultural disputes and promoting harmony within diverse cultural settings. The study suggests that these central categories should be integrated into cultural strategies to enhance their effectiveness and ensure sustainable cultural development (Mpinganjira & Maduku, 2019).

The outcomes of the study demonstrate the potential impact of cultural navigation on shaping a new cultural paradigm, creating value on a macro level, and developing organizational cultural excellence. The research indicates that successful cultural navigation can lead to the emergence of a new cultural paradigm that reflects the evolving cultural dynamics within Iran. This paradigm shift can contribute to the creation of value at both the organizational and societal levels, promoting cultural innovation and excellence. The study concludes by emphasizing the need for a holistic approach to cultural navigation that integrates causal, contextual, and intervening conditions with central categories to achieve the desired cultural outcomes.



الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران

سید محمدجواد طباطبایی قمی^۱، سراج‌الدین محبی^۲، محسن عامری شهرابی^۳، علی شجاعی فرد^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
۳. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۴. دانشیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: mohebi.abcd@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

طباطبایی قمی، سید محمدجواد، محبی، سراج‌الدین، عامری شهرابی، محسن، و شجاعی فرد، علی. (۱۴۰۳). الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۳(۱)، ۲۱۱-۲۲۶.

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران انجام شده است. روش استفاده‌شده در پژوهش، کیفی و مبتنی بر راهبرد نظریه داده‌بنیاد است. برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار مصاحبه عمیق استفاده شده است. جامعه هدف خبرگان دانشگاهی، مدیران و کارشناسان ارشد حوزه‌های فرهنگی که در فرایند و تصمیمات فرهنگی مشارکت داشتند، بوده‌اند با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند پس از ۱۵ مصاحبه عمیق، اشباع نظری حاصل شد. در رویکرد داده‌بنیاد در این پژوهش طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی بیانگر ۲۰ مقوله کلی در قالب پارادیمی شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، مقوله‌های محوری، راهبردها و پیامدها بوده است. نتایج نشان داد که ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران توسط شرایط علی (ختار سازمانی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی و ایدئولوژیک و قوانین و سیاست‌ها)، زمینه‌ای (تحکیم سرمایه‌های فرهنگی، آموزش، جو سازمانی و اشتغال فرهنگی)، مداخله‌گر (حقوق فرهنگی، فضا سازی رسانه‌ای، سیاست‌های دولتی و نهادی)، مقوله‌های محوری (آگاهی فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی فرهنگی و مدیریت تعارض فرهنگی) و پیامدهای (ترسیم پارادیم نوین، ارزش آفرینی در سطح کلان و توسعه تعالی فرهنگ سازمانی) تحقق می‌یابد.

کلیدواژگان: ناوبری فرهنگی، حوزه‌های فرهنگی، نظریه داده بنیاد.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

مقدمه

امروزه وضعیت متغیر و پیچیده محیط بیرونی سازمان‌ها و رقابت‌های فزاینده میان سازمان‌های فرهنگی در فضای کنونی سازمان‌ها، مدیران را وادار می‌سازد تا به صورت لحظه‌ای تصمیمات مدیریتی جدیدی را اتخاذ نمایند. این تصمیمات اغلب تصمیم‌های قبلی را چنان نقض می‌کند که اجرایی شدن تصمیم جدید نیازمند تغییرات عمده فرهنگی در سازمان است (Cui & Jiao, 2019). از جمله موارد مهم این تغییرات می‌توان به بازنگری در برنامه‌های پیش رو، تحول در برنامه‌های مربوط به آینده نگری، بازنگری در ساختار فرهنگی سازمان، باز طراحی مجدد فرهنگ سازمانی و... اشاره نمود؛ اما به تناسب تغییراتی که در سطح تحول و کلان در تصمیمات مدیران رخ می‌دهد، سازمان‌ها اغلب توان تغییر و تطابق لازم را نداشته؛ لذا، مشکلات بسیاری در پیاده سازی و اجرای تصمیمات فرهنگی پیش روی مجریان برنامه‌های آینده قرار می‌گیرد (Akram et al., 2020; Mpinganjira & Maduku, 2019). شاید به جرأت بتوان اظهار نمود که اولین موضوعی که در برنامه‌های تحول فرهنگی در سازمان ذهن‌ها را به خود مشغول می‌کند، موضوع موفقیت یا عدم موفقیت برای آینده در قالب هوش آینده نگری مبتنی بر فرهنگ است. با برخورداری از هوش آینده نگری امکان تحلیل و درک عمیق‌تر روانشناختی از رفتارهای مردم، و نیز پیش بینی رفتارهای ایشان را پیدا می‌کنند که می‌تواند بر تصمیم گیری و پیش بینی خروجی و تبعات تصمیمات کلان بسیار اثرگذار باشد (Arnold & Versluis, 2019; Herr et al., 2018). این در حالی است که امروزه در دنیا بسیاری از سازمان‌های خدماتی و فرهنگی موفق روی این بحث سرمایه‌گذاری‌های وسیعی نموده‌اند. براساس مطالعه‌ای که توسط نشریه معتبر فورچون به عمل آمده است، اکثر سازمان‌های بزرگ دنیا در دست‌یابی به تحولات فرهنگی خود با شکست مواجه می‌شوند. در ایران نیز سازمان‌های متعددی روش‌ها و ابزار برنامه‌ریزی تحول مبتنی بر نوابری فرهنگی را به کار گرفته‌اند ولی اغلب نتوانسته‌اند به عوامل مزیت بخش رقابتی دست یابند. آمارها نشان می‌دهد ۹۰٪ سازمان‌ها در دست‌یابی به اهداف تحول خود ناکامند، که از این میان ۳۰٪ در مرحله تدوین و ۷۰٪ در مرحله پیاده سازی و اجرا ناموفق بوده‌اند (Nouri Nokhandan et al., 2021).

از سوی دیگر، در بکارگیری تفکر هوشمندانه نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی، موانع متعددی وجود دارد که هر کدام بسته به نوع سازمان‌ها از درجه اهمیت و تأثیرات مختلفی برخوردارند اما بخشی از مهمترین این موانع، به موانع رفتاری سازمان و نحوه عملکرد برخی از نظام‌های موجود در سازمان بر می‌گردد (Niazazri & Taqvai Yazdi, 2015). بنابراین از طریق شناسایی این موانع می‌توان فرهنگ حاکم در سازمان‌های دولتی و خدماتی را بهتر اجرا کرد و ظرفیت‌های کاری، تفویض اختیار، مسئولیت پذیری، خودمختاری در تصمیم گیری و احساس خودکار آمدی مبتنی بر نگرش نوابری فرهنگی را افزایش داد و در نتیجه بهره وری و اثربخشی سازمان را در قالب هوش آینده نگری نیز ارتقاء داد (Khanmohammadi Hezave et al., 2020).

علاوه بر این، اغلب انعطاف‌پذیری ناکافی اجزای سازمان و ناتوانی در تطبیق با شرایط جدید فرهنگی و مواجهه با پدیده‌های آینده، تنها مانع پیاده‌سازی و اجرای برنامه‌های فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی نبوده و در واقع عوامل متعددی از اصلی‌ترین موانع بی توجهی به رویکرد نوابری فرهنگی تلقی می‌گردند. با نگاهی به بررسی‌های صورت گرفته در این حوزه اغلب موانع و محدودیت‌های موجود بر سر راه برنامه‌های فرهنگی با اندکی تغییر در سازمان‌های گوناگون تا حدودی مشترک و همسان تلقی می‌گردند؛ که از جمله می‌توان به اولویت‌های متعارض و ارتباطات عمودی ضعیف، عدم پشتیبانی و رهبری مدیران ارشد در اجرای برنامه‌های مبتنی بر مدیریت فرهنگ سازمانی اشاره نمود (Ataran et al., 2017).

آنچه که ذهن پژوهشگر را به خود مشغول نموده است این است که در حوزه سازمان‌های دولتی نیز تصمیمات تحول با چنین بی توجهی نسبت به فرایندهای آینده و عوامل بازدارنده مشابهی مواجه است یا خیر؟ با بررسی پژوهش‌ها در سال‌های اخیر می‌توان به این نتیجه

رسید که تحقیقات و پژوهش‌های چندانی جهت شناسایی اصلی‌ترین عوامل وموانع مرتبط با شکست تصمیمات در سازمان‌های فرهنگی در سازمان‌های ایرانی صورت نگرفته است؛ این بی‌توجهی علی‌الخصوص در بخش دولتی می‌تواند نتایج ناگوار دوجندانی را سبب شود چرا که تصمیماتی که در این حوزه در سطح مدیران ارشد اتخاذ می‌گردد به طور کامل مستقیم با حوزه فرهنگی و همچنین کلیه زوایای زندگی اجتماعی انسان‌ها مرتبط است و چه بسا ادامه‌ی حیات یا مرگ اقتصادی یک فرد، گروه و یا یک سازمان را رقم خواهد زد.

از سوی دیگر، مسئله قابل بحث مهم در سازمان‌های فرهنگی، که اغلب دارای ساختاری با انعطاف کم، وظایف غیرشفاف، بروکراسی دست و پا گیر و... می‌باشند، نیازمند تدابیر خاصی از جمله سازوکارهای مبتنی بر توسعه نوابری فرهنگی در حوزه‌های هنری و واحدهای سازمانی است که براین اساس بتوانند توانایی خود را در کسب اهداف استراتژیک فرهنگی کاهش دهند. بنابراین از آنجاکه بسیاری از سازمان‌ها تعریف محدودی از نوابری فرهنگی دارند، این امکان وجود دارد که مدیران نه تنها در شناسایی ریسک‌های اساسی و بنیادی مربوط به موضوع شکست بخورند، بلکه در درک فرصت‌های بهبود در فرایند پیاده سازی طرح‌های تحولی در بخش فرهنگی نیز ناموفق عمل نمایند. به هر حال، با توجه به اهمیت شناخت و تحلیل نوابری فرهنگی و مدیریت صحیح آن در پیاده سازی طرح‌های فرهنگی در حوزه‌های مربوط، هنوز تلاش‌های در خور توجهی از سوی متخصصان فرهنگی کشور در جهت پیاده سازی این نوع رویکرد ارائه نشده است.

این پژوهش به دنبال آن است که نواقص مربوط به مدل‌های موجود را برطرف کند و با رویکردی جامع و سیستمی، ارائه الگوی نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران را ارزیابی کند. به این ترتیب شناسایی چنین رابطه‌ای به نظریه‌پردازان و مدیران این حوزه کمک می‌کند تا از طریق آگاهی از وضعیت موجود نوابری فرهنگی، برنامه‌ریزی مفید و مؤثری برای بهبود حوزه‌های فرهنگی ایران پیش‌بینی کنند.

ادبیات نظری و پیشینه

سازمان با فرهنگ توانمند، با کمک‌نمودن به اعضای خود برای پی‌بردن به محیط کار خود رفتار آنان را شکل می‌دهد. لذا سازمان‌های موفق زمینه‌ای را فراهم می‌سازند تا کارکنان، برای آشنایی با تمام ابعاد سازمان و مشکلات آن شغل خود را با پایین‌ترین مرتبه و شغل در سازمان آغاز کنند تا به اصول بنیادی کار آشنا شوند. از سوی دیگر افزایش ثبات رفتاری یکی از آثار مهم نوابری فرهنگی است و بدیهی است که این ثبات در سازمان‌های با فرهنگ قوی‌تر بیشتر خود را نشان می‌دهد. بنابراین فرهنگ قوی باید شرایط (داخلی و بیرونی) سازگاری داشته باشد و عدم سازگاری مناسب بین ارزش‌های فرهنگی و اهداف و تعهدات سازمانی و محیطی به کاهش اثربخشی منجر می‌شود. وجود فرهنگ‌های قوی و مثبت در سازمان‌ها برای دستیابی به تعالی و نوآوری یک ضرورت است. لذا، ماهیت و محتوای ارزش‌ها عامل اصلی در تأثیر فرهنگ بر اثربخشی سازمان است. اگر ارزش‌های غالب، هدف و راهبردی‌های سازمانی را حمایت می‌کند، فرهنگ یک سرمایه مهم است و برعکس، ارزش‌های غلط فرهنگ را به یک مانع جدی برای اثربخشی سازمان‌ها تبدیل می‌کند (Kim & Chung, 2019).

نوابری فرهنگی در پی شناسایی عواملی که می‌تواند به ارتقای رضایت شغلی و تعهد سازمانی در میان کارکنان سازمان منجر شود، می‌توان به وجود نوابری فرهنگی قوی اشاره کرد. یکی از نتایج عمده وجود نوابری فرهنگی قوی این است که جابه‌جایی کارکنان را بشدت کاهش می‌دهد. فرهنگ قوی موجب می‌شود اعضای سازمان درباره جایگاه و محل آن اتفاق نظر کامل داشته باشند. چنین اتفاق نظر کاملی باعث انسجام، وفاداری و ایجاد تعهد زیاد نسبت به سازمان می‌شود. در تفکرات سنتی از مدیریت، مدیران سازمان‌ها به اداره و سرپرستی اموری چون نیروی کار، سرمایه، فنآوری، مواد اولیه، تولید، بازار و مهارت مدیریتی مشغول بودند و توجه چندانی به مبانی غیررسمی و نامرئی سازمان که اثراتی به مراتب بیشتر از سایر عوامل ملموس دارند نداشتند، از جمله این پدیده‌های نامرئی نوابری فرهنگی می‌باشد که اثر غیرقابل انکار بر وظایف اصلی مدیریت دارد بنابراین مدیریت و هدایت این مهم امروزه می‌تواند در زمره مهم‌ترین وظایف مدیران در سازمان‌ها باشد. از این

رو است که در نوشته‌های چستر بارنارد، فیلیپ سلزینک، پیترز و واترمن تأکید خاصی بر شکل دهی و هدایت ارزشهای اساسی سازمان و یا به عبارت دیگر نوابری فرهنگی شده است. البته نوابری فرهنگی و مدیریت ارتباطی متقابل و دو سویه با یکدیگر دارند همان گونه که در نوابری فرهنگی بر شیوه‌های مدیریتی تأثیر داشته و سبک مدیران را در سازمان‌ها تعیین می‌کند، از طرفی مدیران نیز می‌توانند با بررسی نوابری فرهنگی تغییرات یا تعدیل‌هایی در آن بوجود آورند و یا آن را تقویت نمایند که این امر باز هم نهایتاً منجر به بهبود وضع سازمان و تحت الشعاع قرار دادن شیوه‌های رهبری و مدیریت می‌گردد، بنابراین مدیریت نوابری فرهنگی را می‌توان شناخت و استفاده بهینه از فرهنگ موجود، تغییر یا تضعیف باورها و هنجارهای ناخواسته، تقویت باورها، ارزش‌ها و هنجارهای خواسته و تثبیت فرهنگ مطلوب دانست. به عبارت دیگر مدیریت نوابری فرهنگی فرایندی است که به طور مداوم به شناسایی فرهنگ موجود و مطلوب سازمانی پرداخته و به منظور تغییر فرهنگ موجود و توسعه و پرورش ارزشها و الگوهای مطلوب اقدام می‌کند. البته این فرایند تحت تأثیر فرهنگ محیط بیرونی نیز می‌باشد و مراحل آن به شرح زیر میباشد: (رانر، ۲۰۱۸). همین‌طور نوابری فرهنگی به طور قابل توجهی بر برونداد کارکنان مثل بهره‌وری، غیبت کاری و رضایت شغلی نیز تأثیر می‌گذارد. نوابری فرهنگی این توان را دارد که فعالیت‌های روزانه کارکنان را به منظور رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی شده ادغام و یکپارچه کند و به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به خوبی با محیط خارجی به منظور پاسخ سریع و مناسب، انطباق و سازگاری پیدا کنند (Nouri Nokhandan et al., 2021).

نوابری فرهنگی در زمره مهمترین عامل‌های وحدت‌بخش و انسجام‌آفرین در عرصه فعالیت‌های سازمانی به شمار می‌رود. بنابراین وجود نوابری فرهنگی ضعیف، جو بسته و ناسالم به آشفتگی و فشار روانی منجر می‌شود که نشانه‌های آن احساس درماندگی، انزوا، ناامیدی، سرخوردگی و بدبینی نسبت به خود و دیگران است و آثار آن به صورت کاهش بهره‌وری و نارضایتی شغلی ظاهر می‌شود. در همین راستا، صادقی و همکاران (۱۴۰۰) به ارائه مدل توسعه فرهنگ سازمانی اسلامی برای آموزش و پرورش در شهرستان‌های استان تهران پرداخته است. نتایج نشان داد، پنج بعد (ارزشی، تشکیلاتی، توسعه‌ای، انسانی و چشم‌انداز) از برآش مطلوبی برخوردارند و هم‌چنین مشخص گردید بعد انسانی و بعد ارزشی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند (Sadeghi et al., 2022). با بررسی ادبیات تحقیق و مبانی نظری چنین مشخص می‌شود که به رغم وجود الگوهای مختلف نوابری فرهنگی، یک الگوی جامع که بتواند تمام نیازمندی‌های موفقیت فرایندهای نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران را مهیا کند، وجود ندارد، بنابراین ضرورت شناخت الگوی نوابری فرهنگی در این زمینه به صورت جامع غیرقابل انکار است. از طرفی، ادبیات نظری برای رفع این خلأ در پژوهش حاضر با رویکرد داده بنیاد و به کارگیری روش کدگذاری ضمن تحلیل و سنجش به ارزیابی ارائه الگوی نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران پرداخته است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی به حساب می‌آید. با توجه به خلا نظری موجود، در پژوهش حاضر از رویکرد نظام‌مند استراوس و کوربین^۱ (۱۹۹۸) برای نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (گراندد تئوری^۲) در حوزه نوابری فرهنگی، به عنوان رویکرد اصلی پژوهش کیفی بهره‌گیری شده است، که به دنبال ارائه الگویی برای درک و فهم عمیق نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران می‌باشد. رویکرد نظریه داده‌بنیاد یک نوع روش پژوهش کیفی است که به‌طور استقرایی یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد کند.

¹ Strauss & Corbin

² Grounded Theory

جامعه آماری، خبرگان دانشگاهی و متخصصین حوزه‌های فرهنگی بوده‌اند که تعداد نمونه براساس روش هدفمند از نوع گلوله برفی ۱۵ نفر انتخاب شده است. از افراد مورد مصاحبه خواسته شد تا خبره‌های دیگری که در این زمینه صاحب‌نظر هستند را معرفی نمایند که اشاره به نمونه‌گیری گلوله برفی در پژوهش‌های کیفی دارد. مفهوم نمونه‌گیری هدفمند که در پژوهش‌های کیفی به کار می‌رود به این معناست که پژوهشگر، افراد مورد مطالعه را از این رو برای مطالعه انتخاب می‌کند که بتواند در فهم مسئله پژوهش و پدیده محوری مطالعه مؤثر باشند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شده و قبل از شروع مصاحبه، خلاصه‌ای از طرح پژوهش، معانی لغات کلیدی بکار رفته در پژوهش توسط ایمیل یا تلگرام یا با مراجع حضوری پژوهشگر به همراه اهداف و سؤالات اصلی پژوهش جهت مطالعه و آمادگی اولیه برای مصاحبه شونده‌گان ارسال می‌شود و در ابتدای جلسه مصاحبه نیز در مورد کارهای انجام‌شده به‌طور مختصر توضیح داده شد. مشخصات مشارکت کنندگان در فرایند پژوهش در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱

مشخصات مشارکت کنندگان در فرایند پژوهش

ردیف	تخصص	رشته تحصیلی	سطح تحصیلات
۱	رئیس کمیسیون فرهنگی شورای شهر	مدیریت منابع انسانی	دکتری
۲	نایب رئیس کمیسیون فرهنگی شورای شهر	مدیریت	دکتری
۳	مدیرعامل سازمان فرهنگی	حوزوی	سطح ۶
۴	استاد حوزه	حوزوی	سطح ۶
۵	مدیرکل روابط عمومی شهرداری	مردم شناسی	دکتری
۶	کارمند فرهنگی	عمران سازه	کارشناسی ارشد
۷	کارمند	مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی	دکتری
۸	استاد دانشگاه	مدیریت رفتار سازمانی	دکتری
۹	استاد دانشگاه	مدیریت فرهنگی	دکتری
۱۰	عضو کمیسیون فرهنگی شورای شهر	فناوری اطلاعات	کارشناسی ارشد
۱۱	کارمند دانشگاه	روانشناسی	دکتری
۱۲	کارمند فرهنگی	مدیریت رسانه	دکتری
۱۳	کارمند فرهنگی	علوم سیاسی	دکتری
۱۴	گروه جهادی	مدیریت	کارشناسی ارشد
۱۵	امام جماعت	حوزوی	سطح ۴

از سوی دیگر، طبق نظر کرسول و کرسول^۱ (۲۰۱۸) پژوهشگران کیفی در هرپژوهش از راهبردهای جهت اعتبار بخشی به پژوهش خود استفاده کنند. اعتبارسنجی پژوهش از طریق کدگذاری توسط دو پژوهشگر بررسی همکار و تدبیر اعضا صورت پذیرفته است. کدگذاری توسط دو نفر (پژوهشگر و یک همکار) به صورت جداگانه انجام شد و کدهای استخراج شده در مقایسه با هم قرار گرفتند. ضریب کاپای کوهن ۸۶٫۹٪ و عدد معناداری ۰/۰۰۱ به دست آمد که نشان از توافق تقریباً کامل بین دو کدگذاری دارد. از سوی دیگر علاوه بر خود پژوهشگر، اساتید راهنما و مشاور مقوله‌ها و مدل توسط سه تن از پژوهشگران حوزه فرهنگی بررسی و نظرات آن‌ها جهت غنی سازی و بهبود مدل بهره گرفته شد. جهت تطبیق اعضا با توجه به تحصیلات مرتبط سه نفر از مصاحبه شونده‌گان نتایج فرآیند کدگذاری تحلیل و مقوله پردازی و مدلسازی با آن‌ها به اشتراک گذاشته شد و مطابق نظر آن‌ها بازبینی و اصلاح شد.

¹ Creswell & Creswell

یافته‌ها

در این پژوهش داده‌ها هم‌زمان با جمع‌آوری مصاحبه‌ها، بر مبنای فرآیند استراوس و کوربین (۱۹۹۸) توسط ضبط صوت و به صورت یادداشت‌برداری هم‌زمان، مستندسازی شده‌اند. البته با پیاده‌سازی محتوای مصاحبه‌ها بصورت فایل متنی، تجزیه و تحلیل و کدگذاری داده‌ها صورت پذیرفت. پس از بررسی داده‌های به دست آمده از متن ۱۵ مورد مصاحبه انجام شده، ۳۲ مقوله، طبق جدول ۳ تا ۸ استخراج گردید.

شرایط علی

در این مدل شرایط علی رویدادهایی هستند که موقعیت‌ها و مسائل مرتبط با یک پدیده را خلق کرده و تشریح می‌کنند که افراد و گروه‌ها، چرا و چگونه به روش‌های خاصی پاسخ می‌دهند. شرایط علی شامل مواردی از مقولات است که به طور مستقیم بر الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران تأثیر می‌گذارد یا این عوامل به گونه‌ای ایجادکننده و توسعه دهنده پدیده هستند. در این پژوهش مقوله‌های ساختار سازمانی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی و ایدئولوژیک و قوانین و سیاست‌ها عوامل تجربی هستند که می‌توانند ایجادکننده شرایط علی الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران باشند. مقوله‌های مربوط به شرایط علی در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲

مقوله‌های علی (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۱	شرایط علی	ساختار سازمانی	سخگویی در قبال وظایف و مسئولیت‌ها پاسخگویی سازمانی توانایی دسترسی به منابع مالی و آموزشی تطابق پذیری با شرایط تأثیر شکاف‌های طبقاتی بر تجربیات فرهنگی رویکرد کارکردگرایانه اقتصادی به حوزه‌های فرهنگی به اشتراک گذاشتن سود نقدی مشارکت در طرح‌های اقتصادی- فرهنگی توسعه حاکمیت فرهنگی نابرابری‌های اقتصادی در دسترسی به فرصت‌ها اهمیت زبان در حفظ و انتقال فرهنگ و هویت نقش باورهای دینی در شکل‌دهی به فرهنگ. نقش ارزش‌های ملی در شکل‌دهی به فرهنگ. احترام به قوانین فرهنگی محدودیت‌ها سیستم‌های حکومتی برای بیان فرهنگی فرصت‌هایی سیستم‌های حکومتی برای بیان فرهنگی
		عوامل اقتصادی	
		عوامل فرهنگی و ایدئولوژیک	
		قوانین و سیاست‌ها	

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای بیانگر مجموعه خاصی از ویژگی‌های مربوط به پدیده است که به شکل عمومی به مکان رویدادها و وقایع مربوطه اشاره دارد. ویژگی‌های زمینه‌ای شامل عواملی می‌شوند که بدون آن‌ها تحقق الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران امکانپذیر نیست و زمینه شرایط خاصی را، که در آن راهبردها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد، فراهم می‌کنند. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. در این پژوهش تحکیم سرمایه‌های فرهنگی، آموزش، جو سازمانی و اشتغال فرهنگی عوامل اصلی زمینه‌ای الگوی ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران هستند که در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳

مقوله‌های زمینه‌ای (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۲	شرایط زمینه‌ای	تحکیم فرهنگی	ارتقای کار تیمی در حوزه فرهنگی مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های فرهنگی ایجاد بستر فرهنگ سازمانی پویا کاهش شرایط ناعادلانه در زمینه‌های فرهنگی
		آموزش	تدوین خط مشی‌های مناسب آموزشی شرکت در فعالیتهای فرهنگی برای تجربه و یادگیری سیاستگذاری مناسب در حوزه ایجاد فرهنگ شرکت در فستیوال‌ها برای تجربه و یادگیری
		جو سازمانی	محیط حمایتی در حوزه‌های فرهنگی محیط انگیزشی برای مدیران فرهنگی پویایی محیط سازمانی سیاستهای مطلوب منابع انسانی
		اشتغال فرهنگی	اشتغال زنان در صنایع فرهنگی سهم اشتغال صنایع فرهنگی از کل اشتغال کشور توسعه کسب و کارهای فرهنگی در کشور

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر شامل شرایط عام تری همچون زمان، فضا و فرهنگ می‌شود که به عنوان تسهیلگر یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کنند. این شرایط در راستای تسهیل یا محدودیت‌کنشی / کنشی متقابل در زمینه خاصی عمل می‌کنند. هر یک از این شرایط، طیفی را تشکیل می‌دهند که تأثیر آن‌ها از بسیار دور تا بسیار نزدیک متغیر است. در این پژوهش مقوله‌های حقوق فرهنگی، فضا سازی رسانه‌ای، سیاست‌های دولتی و نهادی به عنوان مقوله‌های شرایط مداخله‌گر بر مبنای عوامل ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران در نظر گرفته شده است که در **جدول ۴** نشان داده شده است.

جدول ۴

مقوله‌های مداخله‌گر (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۳	شرایط مداخله‌گر	حقوق فرهنگی	دسترسی به کالاها و خدمات فرهنگی همبستگی و همراهی با نهادهای نظارتی آزادی در بیان و اندیشه حقوق برابر اقلیت‌های مذهبی دسترسی به امکانات فرهنگی قدرت رسانه‌ای در تبلیغات فرهنگی قدرت رسانه‌ای در ترویج فرهنگ مطلوب توجه به گروههای هدف نمایش تنوع فرهنگی
		فضاسازی رسانه‌ای	

سیاست‌های دولتی و کاهش تعاملات فرهنگی
 نهادی محدودیت‌های مهاجرتی
 کاهش سرمایه‌گذاری در برنامه‌های فرهنگی.

مقوله محوری

پدیده مد نظر باید محوریت داشته باشد، یعنی همه مقوله‌های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند و به تکرار در داده‌ها ظاهر شود. به این معنا که در همه یا تقریباً همه موارد، نشانه‌هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می‌کنند. پدیده محوری، به ایده یا پدیده‌ای اطلاق می‌شود که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده می‌شود. در این پژوهش سه مقوله آگاهی فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی فرهنگی و مدیریت تعارض فرهنگی به عنوان مقوله‌های محوری عوامل ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران در نظر گرفته شده است که در **جدول ۵** نشان داده شده است.

جدول ۵

مقوله‌های محوری (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۴	مقوله‌های محوری	آگاهی فرهنگی	شناخت و درک عمیق از فرهنگ و هویت فردی شناخت و درک عمیق از هویت فردی دانش و آگاهی از تفاوت‌های فرهنگی دانش و آگاهی از شباهت‌های فرهنگی
	مهارت‌های فرهنگی	ارتباطی	ارتقای سیستم ارتباطات سازمانی تعامل مطلوب با ذینفعان توانایی گوش دادن به دیگران و ابراز همدلی
	مدیریت تعارض فرهنگی		توانایی شناسایی و درک تفاوت‌های فرهنگی تقویت تفاهم متقابل بین فرهنگ‌ها تعهد به یادگیری مستمر در مورد فرهنگ‌های مختلف احترام گذاشتن به تفاوت‌های فرهنگی توانایی تطبیق دادن رفتارهای بر اساس فرهنگ‌های مختلف

راهبردها

راهبردها در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می‌شوند. راهبردها، مجموعه تدابیری هستند که برای مدیریت، اداره یا پاسخ به پدیده تحت بررسی اتخاذ می‌شوند. در این پژوهش مقوله‌های توسعه هویت فرهنگی مثبت، انعطاف‌پذیری و سازگاری فرهنگی، مشارکت در تبادل‌های فرهنگی به عنوان راهبردها بر مبنای مقوله‌های محوری عوامل ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران در نظر گرفته شده است که در **جدول ۶** نشان داده شده است.

جدول ۶

مقوله راهبردها (کنش/واکنش، اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۵	راهبردها	توسعه هویت فرهنگی مثبت	شناخت و ارزش‌گذاری بر فرهنگ خودی ارزشیابی معیارهای فرهنگی متمایز توانایی مقاومت در برابر تبعیض فرهنگ خودی. فعال شدن در جامعه و شرکت در فعالیت‌های فرهنگی تشویق کنجکاو و تلاش برای یادگیری در مورد فرهنگ‌های دیگر انعطاف‌پذیری و سازگاری افزایش شبکه تعاملات و سرمایه فرهنگی جامعه توسعه فعالیت‌های داوطلبانه توسعه تعهدات فرهنگی در حوزه‌های مختلف قابلیت تطبیق‌پذیری رفتارها و انتظارات بر اساس زمینه‌های فرهنگی مختلف. مشارکت در تبادل‌های فرهنگی بازدید از نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری شرکت در فعالیت‌های داوطلبانه فرهنگی مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و ارائه راهکار عضویت در انجمن‌ها و شبکه‌های بین‌المللی سفر به کشورهای مختلف با هدف فرهنگی و شرکت در تورهای آموزشی شرکت در برنامه‌های تبادل دانشجویی

پیامدها

پیامدها همان برون دادها یا نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. بخش آخر مدل پیامدهای مسئولیت‌های اجتماعی مبتنی بر دیدگاه پست مدرنیسم است که به حوزه‌های فرهنگی مرتبط است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده اند، سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم‌ها و مفاهیم مقوله‌های اصلی استخراج و نامگذاری شده‌اند و بر همین اساس پیامدها در سه بخش مربوط به ترسیم پارادایم نوین، ارزش‌آفرینی در سطح کلان و توسعه تعالی فرهنگ سازمانی به عنوان پیامدهای عوامل نوابری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران بر طبقه بندی شده است. **جدول ۷** به مقوله‌ها و مفاهیم مربوط به پیامدها می‌پردازد.

جدول ۷

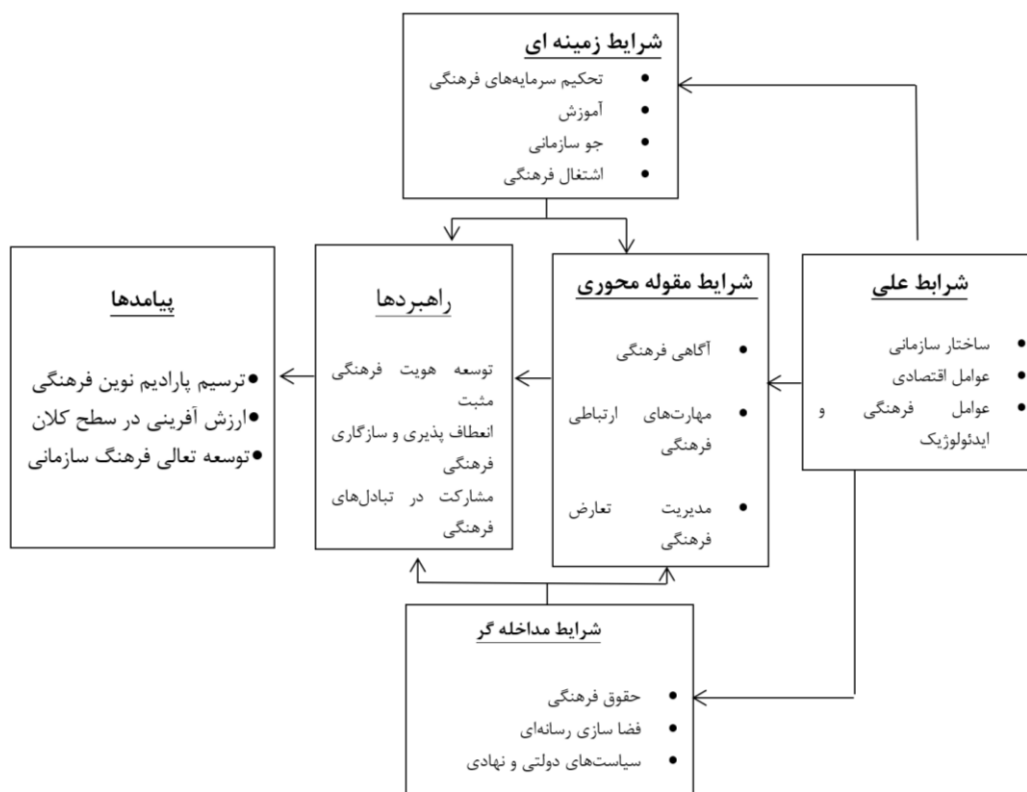
مقوله پیامد (اصلی، فرعی)

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	نمونه مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها
۶	پیامدها	ترسیم پارادایم نوین فرهنگی ارزش‌آفرینی در سطح کلان	شناسایی و ارزش‌های جهان شمول فرهنگی ارائه نظم نوینی به ساختار فرهنگی ترویج تفکر انتقادی در حوزه‌های فرهنگی توجه به گفتمان‌های جدید فرهنگی ارتقای استانداردهای فرهنگی حفظ و ارتقاء میراث فرهنگی ترویج تنوع و احترام متقابل افزایش درک متقابل و همکاری

بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال برای اشتراک‌گذاری و ترویج محتوای فرهنگی استفاده از هنر و فرهنگ به عنوان ابزاری برای آموزش مسائل بهداشتی و اجتماعی ترویج ارزش‌های مشترک (صداقت، احترام، نوآوری، و همکاری) توسعه تعالی فرهنگ سازمانی پاسخگویی اجتماعی در مقابل ذینفعان ارتقای نگرش‌ها و رفتارهای سازنده تقویت ارتباطات باز و صادقانه توسعه رهبران الهام‌بخش

شکل ۱

مدل پارادایمی پژوهش



مدل پارادایمی

مدل پارادایمی این تحقیق بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین طراحی شد. با وجود این عوامل و شرایط، مدل و فرایند الگوی ناوربری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران طراحی شد. تبیین عوامل ایجادکننده این موضوع نیز دغدغه اصلی این پژوهش بوده است. شکل ۱ روابط میان مقوله‌ها را بر اساس مدل پارادایمی پس از ارزیابی و تأیید توسط مشارکت‌کنندگان پژوهش را نشان می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

الگوی نهایی به دست آمده نشان می‌دهد که در حوزه‌های فرهنگی، دیدگاه کل‌نگر و توجه به جنبه‌های مختلف حوزه ناوربری فرهنگی با در نظر گرفتن شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر ضروری است. پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل بازا ناوربری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی

ایران با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام پذیرفت نتایج پژوهش مشتمل بر ارائه عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، مقوله محوری، پیامدها و تدوین راهبردها در جهت توسعه ناوربری فرهنگی است که در قالب مدل پارادایمی منطبق بر نظریه داده بنیاد ارائه شده است. اغلب مطالعات انجام شده در زمینه ناوربری فرهنگی از نوع نظری هستند تا تجربی و میدانی، اما در این پژوهش علاوه بر آنکه به مرور نسبتاً گسترده‌ای از مطالعات داخلی و خارج از کشور در موضوع پدیده مورد مطالعه پرداخته شده است، یک مطالعه بر شواهد عملی از دیدگاه خبرگان و مناظر مختلف به پدیده مورد مطالعه انجام شده است. از سوی دیگر، در بین مطالعات پیشین، پژوهشی که مسئله و هدف اصلی آن شناسایی مجموعه گسترده‌ای از ناوربری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران، پیامدهای آن و ارائه به صورت یک نظریه، مدل یا الگوی مستخرج از آن باشد یافت نشد. به عبارت دیگر، در پژوهش‌های پیشین صرفاً تعداد محدودی از عوامل به شکل نظری و یا تجربی مورد طرح و بحث (نه تبیین) قرار گرفته است. با این حال، در این پژوهش به طور گسترده و عمیق به شناسایی، توصیف و تبیین پدیده ناوربری فرهنگی پرداخته شده است و یک مدل و الگوی جامع برای پیاده سازی موفق آن ارائه شده است، به طوری که برخی از مقالات و مفاهیم استخراج شده در پژوهش حاضر در مطالعات پیشین مدنظر قرار نگرفته است؛ بنابراین پژوهش پیش رو توانسته جزئیات بیشتری که در الگوی ناوربری فرهنگی می‌توانند به حوزه‌های فرهنگی ایران کمک کنند را معرفی نماید. در این مدل برخلاف مدل‌های شناسایی شده محدود به ناوربری فرهنگی نبوده و نگرش‌های همراه با ناوربری فرهنگی را نیز شامل می‌رود. بعلاوه مدل پژوهش محدودیت خاصی را برای شمول انواع ناوربری فرهنگی که ممکن است در پژوهش‌های بعدی شناسایی شوند را ایجاد نمی‌کند.

در زیر پیشنهاد کاربردی برای ناوربری فرهنگی در حوزه‌های مختلف فرهنگی ارائه شده است:

آموزش فرهنگی و آگاهی

- برگزاری دوره‌های آموزشی فرهنگی: سازمان‌ها باید دوره‌های آموزشی را برای کارکنان خود ترتیب دهند تا درک بهتری از فرهنگ‌های مختلف پیدا کنند و یاد بگیرند چگونه به طور موثر با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.
- فراهم کردن منابع آموزشی: توزیع کتاب‌ها، مقالات، و ویدیوهای آموزشی مرتبط با فرهنگ‌های مختلف به کارکنان.

توسعه تیم‌های چندفرهنگی

- ایجاد تیم‌های متنوع: استخدام افراد از پس‌زمینه‌های فرهنگی مختلف به منظور ایجاد یک محیط کاری چندفرهنگی که امکان یادگیری و تبادل فرهنگی را فراهم می‌آورد.
- برگزاری جلسات مشترک فرهنگی: ترتیب دیدارهای منظم بین تیم‌ها و بخش‌های مختلف برای افزایش درک متقابل و همکاری.

احترام به تفاوت‌ها

- توجه به تقویم‌های فرهنگی: در نظر گرفتن تعطیلات و مناسبت‌های خاص فرهنگی در هنگام برنامه‌ریزی جلسات و مراسم.
- تنظیم ارتباطات: استفاده از زبان و اصطلاحاتی که فرهنگ‌های مختلف با آن احساس راحتی می‌کنند و اجتناب از اصطلاحات و عباراتی که ممکن است توهین‌آمیز تلقی شوند.

مذاکره فرهنگی

- مذاکره فرهنگی: درک اصول مذاکره فرهنگی: یادگیری چگونگی انجام مذاکرات در فرهنگ‌های مختلف، مانند تفاوت‌ها در بیان مستقیم یا غیرمستقیم، استفاده از سکوت به عنوان یک تاکتیک مذاکره، و اهمیت برقراری روابط شخصی.
- استفاده از میانجی‌ها: به کارگیری افرادی که تجربه و دانش خوبی از هر دو فرهنگ دارند تا به عنوان میانجی عمل کنند.

توجه به مشتریان چندفرهنگی

- بازاریابی فرهنگی متناسب، توسعه کمپین‌های بازاریابی که با فرهنگ‌های مختلف همخوانی داشته باشد و پیام‌های تبلیغاتی را به زبان‌های مختلف و با توجه به ارزش‌های فرهنگی مرتبط ارائه دهد.
- در راستای پیشنهادات به پژوهشگران آتی توصیه می‌رود که با استفاده از تکنیک دلفی فازی به شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های ناوبری فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی ایران مبادرت شود همچنین پیشنهاد می‌شود تأثیرات ناوبری فرهنگی بر مفاهیم با مقاربت معنایی مقتضی سنجیده شود.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2020). The impact of organizational justice on employee innovative work behavior: Mediating role of knowledge sharing. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 117-129. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.10.001>
- Arnold, I. J. M., & Versluis, I. (2019). The influence of cultural values and nationality on student evaluation of teaching. *International Journal of Educational Research*, 98, 13-24. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2019.08.009>
- Ataran, J., Alvani, S. M., Amiri, A. N., & Shoostari, M. (2017). Components of Islamic Organizational Culture Regarding the Principal Beliefs from the Holy Quran. <https://www.magiran.com/paper/1734661/components-of-islamic-organizational-culture-regarding-the-principal-beliefs-from-the-holy-quran?lang=en>
- Cui, Y., & Jiao, H. (2019). Organizational justice and management trustworthiness during organizational Change: Interactions of Benevolence, Integrity, and managerial approaches. *Information Processing & Management*, 56(4), 1526-1542. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.008>
- Herr, R. M., Bosch, J. A., Loerbroks, A., Genser, B., Almer, C., van Vianen, A. E. M., & Fischer, J. E. (2018). Organizational justice, justice climate, and somatic complaints: A multilevel investigation. *Journal of Psychosomatic Research*, 111, 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2018.05.003>
- Khanmohammadi Hezave, H., Zarei Matin, H., Mirehei, M., Akhavan Alavi, S. H., & Faraji, A. (2020). Designing a Model of the Islamic-Iranian Citizenship Culture Based on the Metasynthesis Method along with Suggestions for its Development. *Organizational Culture Management*, 18(2), 351-377. <https://doi.org/10.22059/jomc.2019.207184.1007586>

- Kim, S. J., & Chung, E. K. (2019). The effect of organizational justice as perceived by occupational drivers on traffic accidents: Mediating effects of job satisfaction. *Journal of Safety Research*, 68, 27-32. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2018.11.001>
- Mpinganjira, M., & Maduku, D. K. (2019). Ethics of mobile behavioral advertising: Antecedents and outcomes of perceived ethical value of advertised brands. *Journal of Business Research*, 95, 464-478. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.037>
- Niazazri, K., & Taqvai Yazdi, M. (2015). *Organizational culture in the 3rd millennium*. Shivul Publications.
- Nouri Nokhandan, M., Karimi, M., & Ghorbani, M. (2021). Provide a Model of Cultural-Ethical Values in Order to Identify the Dimensions and Components of Increasing Justice and Organizational Ethics. *Islamic lifestyle with a focus on health*, 5(5), -. https://www.islamiilife.com/article_187819_688c81540e6276effb2eea47db944a6e.pdf
- Sadeghi, A., Moradi, S., Faghih, A., Araghi, a., & Sharifian, L. (2022). Presenting a model for developing Islamic organizational culture for education (Case study: cities of Tehran province). *Journal of Cultural Management*, 54(15), 11-31. <https://doi.org/10.30495/jcm.2022.19677>