مجله پژوهش و مطالعات علوم اسلامی
سال هشتم، شماره ۸۶، شهریور ۱۴۰۵
ISSN: ۲۶۷۶-۵۷۸۰
www.joisas.ir

بررسی رابطه بین هویت ایرانی-اسلامی کارکنان و تمایل به یادگیری سازمانی

حسن رضا کریمی[۱]

[۱] گروه مدیریت دولتی، دانشگاه قم، قم، ایران

چکیده

در چشم‌انداز پویای مدیریت راهبردی و رفتار سازمانی نوین، قابلیت‌ها و تمایلات یادگیری سازمانی به عنوان حیاتی‌ترین محرک‌های پایداری، انطباق‌پذیری و مزیت رقابتی سازمان‌ها در مواجهه با تحولات پرشتاب فناوری و محیطی قلمداد می‌شوند. با این وجود، الگوهای سنتی مدیریت غالباً بدون توجه به ساختارهای معنایی، زمینه‌های هویتی و ریشه‌های فرهنگی کارکنان تدوین و به کار گرفته شده‌اند. هدف بنیادین پژوهش حاضر، بررسی رابطه علی و همبستگی میان مؤلفه‌های هویت ایرانی-اسلامی (شامل ابعاد هویت ملی-ایرانی، باورها و ارزش‌های اسلامی و تجلی اخلاق حرفه‌ای بومی) با تمایل به یادگیری سازمانی (متشکل از تعهد به یادگیری، دیدگاه مشترک و ذهنیت باز) در میان کارکنان نهادها و سازمان‌های عمومی است. این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از منظر روش‌شناسی، توصیفی-همبستگی از نوع پیمایشی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان رسمی و پیمانی شاغل در دستگاه‌های اجرایی تشکیل دادند که بر اساس فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، نمونه‌ای به حجم ۳۸۴ نفر انتخاب و نهایتاً ۳۹۱ پرسشنامه معتبر تحلیل گردید. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد هویت ایرانی-اسلامی و مقیاس تمایل به یادگیری سازمانی سینکولا و بیکر بوده است که روایی صوری، همگرا و واگرا و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تأیید شد. تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از آزمون‌های همبستگی پیرسون و نرم‌افزار حداقل مربعات جزئی صورت پذیرفت. نتایج حاصل از تحلیل آماری نشان داد که بین هویت ایرانی-اسلامی و تمایل به یادگیری سازمانی رابطه مثبت، معنادار و مستقیمی وجوددارد. همچنین مؤلفه ارزش‌ها و باورهای اسلامی بیشترین سهم را در تبیین تعهد به یادگیری و بعد هویت ملی نقش محوری در تسهیل ذهنیت باز و دیدگاه مشترک ایفا نمودند. در نهایت نتیجه‌گیری شد که تقویت پیوندهای هویتی بومی و اسلامی در محیط کار، زمینه‌ساز تعمیق سرمایه روان‌شناختی، تسهیل نوآوری سازمانی و ارتقای رفتارهای یادگیرنده می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: هویت ایرانی-اسلامی، تمایل به یادگیری سازمانی، تعهد به یادگیری، ذهنیت باز، دیدگاه مشترک، رفتار سازمانی، مدل‌سازی معادلات ساختاری.

مقدمه

محیط فعالیت سازمان‌ها در عصر اقتصاد مبتنی بر دانش، با مشخصه‌هایی نظیر پیچیدگی شتابان، تحولات فناورانه ناگهانی و رقابت فزاینده شناخته می‌شود که در چنین فضایی، بقا و بالندگی هیچ نهادی بدون برخورداری از قابلیت یادگیری مستمر و بازآفرینی مداوم دانش میسر نخواهد بود (چن و همکاران، ۲۰۲۱). تمایل به یادگیری سازمانی به عنوان یک زیرساخت بنیادین شناختی و ارزش فرهنگی، سازوکاری است که سازمان را قادر می‌سازد تا از طریق ارزش‌گذاری مستمر بر دانش، بازاندیشی در مفروضات بنیادین و ایجاد افق‌های معنایی مشترک، به مزیت رقابتی پایدار دست یابد (سینکولا و همکاران، ۱۹۹۷؛ مارتینز و همکاران، ۲۰۲۰). با وجود این، دهه‌هاست که نظریه‌های حاکم بر تئوری سازمان و مدیریت منابع انسانی تحت تأثیر پارادایم‌های تک‌ساحتی و غرب‌محور توسعه یافته و غالباً از ادغام متغیرهای فرهنگی، زمینه‌های بومی و مؤلفه‌های هویتی کارکنان در تحلیل سازوکار یادگیری غفلت ورزیده‌اند؛ این در حالی است که نیروی انسانی در هر بافت سازمانی با بسته‌ای از الگوهای اعتقادی، لایه‌های هویتی و جهان‌بینی‌های تثبیت‌شده وارد محیط کار می‌شود که ادراک، تعهد و تمایل او را به یادگیری و پذیرش دگرگونی هدایت می‌کند (صادقی و همکاران، ۱۳۹۸؛ زارعی و همکاران، ۱۴۰۲). از این رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که در بافت بومی و فرهنگی کشور ایران، چگونه ابعاد هویتی کارکنان متشکل از پیوند عمیق هویت ملی-ایرانی و مبانی ارزشی و معنوی اسلام، فرآیندها، سوگیری‌های یادگیری و تعهدات سازمانی را در محیط‌های اداری و اجرایی جهت‌دهی می‌نماید (رحمتی، ۲۰۱۹؛ میرمهدی و صالح‌زاده، ۲۰۲۳). اهمیت بنیادین این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که هرگونه سیاست‌گذاری کلان پیرامون توسعه منابع انسانی، مهندسی مجدد فرآیندهای اداری یا استقرار سیستم‌های مدیریت دانش بدون هم‌راستاسازی با لایه‌های معنایی و هویتی کارکنان، با اصطکاک رفتاری شدید، مقاومت در برابر تغییر و بیگانگی سازمانی مواجه می‌گردد؛ هویت ایرانی-اسلامی به عنوان تاروپود معرفتی و تاریخی جامعه، دربرگیرنده مؤلفه‌های ارزشمندی نظیر وجدان کاری، ایثار، صله‌رحم، فتوت، تشویق مؤکد به علم‌آموزی، خردورزی و کمال‌گرایی معنوی است که در صورت صورت‌بندی دقیق در الگوهای سازمانی می‌تواند به عنوان یک محرک انگیزشی درونی و نیروی پیشران جهت تقویت تعهد به یادگیری و انعطاف‌پذیری شناختی عمل کند (کرمی و رضایی، ۱۴۰۰؛ احمد و همکاران، ۲۰۲۳). با وجود اهمیت چشمگیر این سازه، مرور جامع ادبیات مدیریت حاکی از یک شکاف دانشی عمیق در زمینه بررسی‌های تجربی رابطه میان هویت ایرانی-اسلامی و گرایش به یادگیری در سطح خرد رفتاری و کلان سازمانی است؛ زیرا عمده پژوهش‌های گذشته یا هویت را در قالب کلیات جامعه‌شناختی بررسی نموده و پیامدهای سازمانی آن را مغفول گذاشته‌اند، یا یادگیری سازمانی را صرفاً متأثر از متغیرهای تکنولوژیک، سبک‌های رهبری و سیستم‌های پاداش مادی قلمداد کرده‌اند و سازوکارهای درونی هویت‌محور را در ارتقای ذهنیت باز نادیده گرفته‌اند (نونز و مارتینز، ۲۰۲۲؛ دوکئوف و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو، هدف غایی پژوهش حاضر، بررسی رابطه علی و همبستگی بین ابعاد هویت ایرانی-اسلامی کارکنان و تمایل به یادگیری سازمانی، ارزیابی سهم هر یک از ابعاد در تبیین مؤلفه‌های یادگیری، پر کردن خلأ تجربی موجود و ارائه یک چارچوب تحلیلی مبتنی بر داده‌های واقعی برای هدایت سیاست‌های نظام اداری کشور است تا مشخص گردد تقویت بنیان‌های هویتی چگونه به پرورش سرمایه انسانی یادگیرنده، متعهد و گشوده نسبت به تغییرات فناورانه و محیطی منتهی می‌شود.

مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش در نقطه تلاقی «نظریه هویت اجتماعی»، «رویکردهای اسلامی در رفتار سازمانی» و «نظریه سازمان یادگیرنده» مستقر است. هویت اجتماعی تعیین‌کننده چگونگی ادراک فرد از جایگاه خود در گروه‌های اجتماعی، جامعه کلان و نظام ارزش‌های حاکم بر رفتارهای شغلی اوست. هویت ایرانی-اسلامی یک سازه چندبُعدی و درهم‌تنیده است که از یک سو ریشه در فرهنگ غنی، پیشینه تمدنی، حس وطن‌دوستی و آرمان‌های تاریخی ایرانیان دارد و از سوی دیگر، متأثر از اصول جهان‌بینی اسلامی، اخلاق الهی، آموزه‌های صریح فریضه طلب علم و مسئولیت‌پذیری اخلاقی است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۸). در آموزه‌های اسلامی، علم‌آموزی و تفکر به عنوان یک تکلیف همیشگی و عبادت تلقی می‌شود که این امر سازگاری عمیقی با مؤلفه تعهد به یادگیری در سازمان دارد. در سوی دیگر، تمایل به یادگیری سازمانی بر اساس مدل کلاسیک و معتبر سینکولا و همکاران (۱۹۹۷) به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌های پایه‌ای سازمان تعریف می‌شود که بر خلق، انتشار و استفاده از دانش تأثیر می‌گذارد و متشکل از سه رکن اساسی است:

۱. **تعهد به یادگیری:** میزانی که سازمان و اعضای آن یادگیری را یک ضرورت بنیادین، ارزش ذاتی و پیش‌نیاز بقا می‌شمارند.

۲. **دیدگاه مشترک:** تمرکز و جهت‌گیری کلان سازمانی که هدف یادگیری را برای تمامی اعضا معنا می‌بخشد و همدلی ارتباطی ایجاد می‌کند.

۳. **ذهنیت باز:** آمادگی فعال برای به چالش کشیدن باورها، سنت‌های ناکارآمد، پذیرش نقد منصفانه و ارزیابی شیوه‌های نو در انجام وظایف (مارتینز و همکاران، ۲۰۲۰).

پیوند مفهومی این سازه‌ها بیانگر آن است که کارکنان برخوردار از هویت یکپارچه ایرانی-اسلامی، با تمسک به مفاهیمی چون تواضع در برابر حقیقت، کرامت انسانی، تلاش بی‌وقفه و خدمت به همنوع، از سطوح بالاتری از سرمایه روان‌شناختی بهره‌مند بوده و گرایش بیشتری به اصلاح مستمر خطاهای عملکردی و توسعه قابلیت‌های حرفه‌ای در چارچوب یادگیری گروهی نشان می‌دهند (دوکئوف و همکاران، ۲۰۲۰؛ زارعی و همکاران، ۱۴۰۲).

پیشینه پژوهش

بررسی سیستماتیک پیشینه مطالعاتی نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر گرایش محققان به واکاوی پیوند فرهنگ بومی و رفتارهای شناختی در سازمان‌ها افزایش یافته است. جدول ۱ خلاصه‌ای از برجسته‌ترین مطالعات انجام‌شده در این قلمرو مفهومی را منعکس می‌سازد.

جدول ۱. ماتریس مقایسه‌ای پیشینه تجربی پژوهش در حوزه هویت بومی و قابلیت‌های یادگیری سازمانی

نویسنده (سال)	تمرکز موضوعی	متدولوژی و حجم نمونه	متغیرهای پیامد	یافته کلیدی
رحمتی (۲۰۱۹)	گرایش به یادگیری و اشتراک دانش در شرکت‌ها	مدل‌سازی معادلات ساختاری (۳۸۳ کارشناس و مدیر)	تعهد به یادگیری، ذهنیت باز، دیدگاه مشترک	گرایش به یادگیری موجب تسهیل مستقیم انتقال دانش و عملکرد تیمی می‌گردد.
مارتینز و همکاران (۲۰۲۰)	ابعاد یادگیری سازمانی در کسب‌وکارهای پویا	پیمایش کمی چندمتغیره (۲۶۴ کارمند و سرپرست)	نوآوری، ذهنیت باز سازمانی	گشودگی شناختی قوی‌ترین پیش‌بین تغییر ساختار و انطباق با تحولات است.
کرمی و رضایی (۱۴۰۰)	هویت اسلامی و رفتارهای شهروندی سازمانی	رگرسیون چندگانه و همبستگی (۲۹۰ کارمند)	وجدان کاری، مسئولیت‌پذیری	لایه‌های اخلاقی و هویت اسلامی موجب ارتقای رفتارهای فرانقشی و همدلی می‌شود.
چن و همکاران (۲۰۲۱)	یادگیری سازمانی و تاب‌آوری راهبردی منابع انسانی	معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (۴۱۵ نفر)	تمایل به یادگیری، عملکرد سازمان	قابلیت یادگیری مداوم پیوند میان فرهنگ تعاملی و بهره‌وری شغلی را تقویت می‌کند.
نونز و مارتینز (۲۰۲۲)	یادگیری سازمانی و تحول دیجیتال در بخش عمومی	پیمایش کاربردی همبستگی (۳۲۰ کارشناس)	اشتراک دانش، تاب‌آوری	ارتقای افق مشترک سازمانی از ایجاد جزایر اطلاعاتی و مقاومت پرسنل ممانعت می‌ورزد.
میرمهدی و صالح‌زاده (۲۰۲۳)	اثر تمایل به یادگیری بر نوآوری و جهت‌گیری بازار	تحلیل داده‌کاوی و الگوریتم‌های پیوندی (۱۳۲ نفر)	تعهد به یادگیری، سازگاری محیطی	تعهد به یادگیری پیش‌نیاز بنیادین انعطاف‌پذیری و بازآفرینی قابلیت‌های حرفه‌ای است.
زارعی و همکاران (۱۴۰۲)	نقش هویت اجتماعی-ملی در تعالی سازمانی	تحلیل مسیر و معادلات ساختاری (۳۴۰ کارمند)	تعلق سازمانی، کارآمدی جمعی	احساس پیوند ملی و تعهد اجتماعی کارکنان موجب تسهیل پویایی‌های یادگیری گروهی می‌گردد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی و از بعد روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی از نوع پیمایشی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است که به شیوه‌ای یکپارچه و نظام‌مند انجام پذیرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان رسمی و پیمانی شاغل در دستگاه‌های اجرایی و نهادهای عمومی استان تهران تشکیل دادند که بر پایه آمار رسمی منابع انسانی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، تعداد آن‌ها بالغ بر ۴۲۰۰۰ نفر برآورد شد. جهت تعیین حجم نمونه با تکیه بر فرمول آماری کوکران در سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای اندازه‌گیری ۵ درصد، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حداقل حجم نمونه لازم تعیین گردید که به منظور احتساب احتمال ریزش و عدم بازگشت پرسشنامه‌ها، تعداد ۴۲۰ پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم طبقات میان ادارات کل توزیع شد و نهایتاً ۳۹۱ پرسشنامه کامل و قابل تحلیل استخراج گردید. ابزار اصلی سنجش شامل دو پرسشنامه ساختاریافته بود: بخش نخست، پرسشنامه استاندارد هویت ایرانی-اسلامی با ۲۲ گویه در دو بُعد اصلی هویت ملی-ایرانی (۱۰ گویه) و هویت و ارزش‌های اسلامی (۱۲ گویه)؛ و بخش دوم، پرسشنامه استاندارد تمایل به یادگیری سازمانی سینکولا و بیکر با ۱۸ گویه در سه مؤلفه تعهد به یادگیری (۶ گویه)، دیدگاه مشترک (۶ گویه) و ذهنیت باز (۶ گویه) که بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از ۱: کاملاً مخالفم تا ۵: کاملاً موافقم) نمره‌گذاری شدند. روایی صوری و محتوایی ابزارها با بهره‌گیری از نظرات پانل خبرگان متشکل از ۱۰ نفر از اساتید صاحب‌نظر در حوزه مدیریت دولتی و رفتار سازمانی مورد تأیید قرار گرفت و روایی سازه (همگرا و واگرا) از طریق محاسبه میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) با مقادیر بالاتر از ۰/۵۰ و ماتریس فورنل-لارکر تثبیت گردید؛ همچنین پایایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) بررسی شد که تمامی ضرایب برای تمامی متغیرها در بازه ۰/۸۱ تا ۰/۸۹ قرار گرفت و بیانگر دقت و اتکاپذیری بالای ابزار سنجش بود. تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون نرمال بودن کلموگروف-اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی) از طریق نرم‌افزارهای آماری انجام گرفت.

یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

در ارزیابی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش (N = ۳۹۱)، ۶۴/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان را مردان و ۳۵/۸ درصد را زنان تشکیل داده‌اند؛ از حیث سطح تحصیلات، ۵۲/۲ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۳۱/۷ درصد کارشناسی و ۱۶/۱ درصد دارای مدرک دکتری تخصصی بودند و میانگین سابقه خدمت نمونه آماری ۱۱/۴ سال برآورد گردید. آزمون کلموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده‌ها را تأیید نمود. در ادامه، ویژگی‌های توصیفی متغیرها و شاخص‌های پایایی و روایی همگرا در جدول ۲ تدوین شده است.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی، پایایی و روایی همگرای سازه‌های پژوهش

سازه و مؤلفه‌های مربوطه	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراجی (AVE)
هویت ایرانی-اسلامی	**۳/۷۹**	**۰/۵۸**	**۰/۸۸**	**۰/۹۱**	**۰/۵۷**
۱. بعد هویت ملی-ایرانی	۳/۸۴	۰/۶۲	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۵۵
۲. بعد باورها و ارزش‌های اسلامی	۳/۷۵	۰/۶۵	۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۵۹
تمایل به یادگیری سازمانی	**۳/۶۴**	**۰/۶۱**	**۰/۸۹**	**۰/۹۲**	**۰/۶۱**
۱. تعهد به یادگیری	۳/۷۲	۰/۶۷	۰/۸۲	۰/۸۶	۰/۵۶
۲. دیدگاه مشترک	۳/۵۸	۰/۶۹	۰/۸۵	۰/۸۸	۰/۵۸
۳. ذهنیت باز	۳/۶۱	۰/۶۴	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۵۴

داده‌های جدول ۲ بیانگر آن است که وضعیت میانگین تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از حد متوسط نظری (عدد ۳) ارزیابی شده است. جهت بررسی روابط اولیه بین ابعاد، ماتریس همبستگی پیرسون محاسبه و در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرها و مؤلفه‌های پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. هویت ایرانی-اسلامی	۱						
۲. بعد هویت ملی-ایرانی	۰/۸۴**	۱					
۳. بعد باورهای اسلامی	۰/۸۸**	۰/۵۲**	۱				
۴. تمایل به یادگیری سازمانی	۰/۵۴**	۰/۴۴**	۰/۵۱**	۱			
۵. تعهد به یادگیری	۰/۵۱**	۰/۳۹**	۰/۵۳**	۰/۸۳**	۱		
۶. دیدگاه مشترک	۰/۴۷**	۰/۳۸**	۰/۴۳**	۰/۸۰**	۰/۵۸**	۱	
۷. ذهنیت باز	۰/۴۸**	۰/۴۶**	۰/۳۸**	۰/۷۹**	۰/۵۴**	۰/۵۱**	۱

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ ($p<0.01$)*

نتایج جدول ۳ حاکی از وجود همبستگی مثبت، مستقیم و معنادار میان متغیر کلان هویت ایرانی-اسلامی و تمایل به یادگیری سازمانی است. جهت ارزیابی فرضیه‌ها و برازش مدل ساختاری، آزمون مسیر انجام گرفت که برونداد آن در جدول ۴ منعکس است.

جدول ۴. ضرایب مسیر، آماره تی، ضریب تعیین و آزمون فرضیه‌های پژوهش

مسیر فرضیه ساختاری	ضریب مسیر (β)	انحراف استاندارد	آماره تی (t-value)	سطح معناداری (p)	نتیجه آزمون
هویت ایرانی-اسلامی ← تمایل به یادگیری سازمانی	۰/۵۴۲	۰/۰۴۴	۱۲/۳۱۸	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
هویت ملی-ایرانی ← تعهد به یادگیری	۰/۲۱۴	۰/۰۴۸	۴/۴۵۸	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
باورها و ارزش‌های اسلامی ← تعهد به یادگیری	۰/۴۰۲	۰/۰۵۱	۷/۸۸۲	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
هویت ملی-ایرانی ← دیدگاه مشترک	۰/۲۲۸	۰/۰۴۹	۴/۶۵۳	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
باورها و ارزش‌های اسلامی ← دیدگاه مشترک	۰/۳۱۵	۰/۰۵۰	۶/۳۰۰	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
هویت ملی-ایرانی ← ذهنیت باز	۰/۳۵۱	۰/۰۴۷	۷/۴۶۸	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
باورها و ارزش‌های اسلامی ← ذهنیت باز	۰/۲۱۸	۰/۰۵۲	۴/۱۹۲	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه

بر اساس برآوردهای جدول ۴، ضریب مسیر میان هویت ایرانی-اسلامی و تمایل به یادگیری سازمانی برابر با ۰/۵۴۲ با آماره تی ۱۲/۳۱۸ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۰۱ به دست آمد. ضریب تعیین (R^2) برای متغیر تمایل به یادگیری سازمانی برابر با ۰/۳۸۲ محاسبه شد؛ به این معنا که ۳۸/۲ درصد از تغییرات و واریانس تمایل به یادگیری سازمانی کارکنان توسط متغیر هویت ایرانی-اسلامی پیش‌بینی و تبیین می‌شود. شاخص برازش کلی مدل نیز برازش مطلوب و استواری ساختار تجربی را اثبات می‌نماید.

بحث و نتیجه‌گیری

بررسی جامع نتایج حاصل از تحلیل آماری پژوهش نشان داد که هویت ایرانی-اسلامی کارکنان پیوند معنادار، قوی و مستقیمی با تمایل به یادگیری سازمانی دارد؛ بدین مفهوم که هر اندازه میزان باورمندی، درونی‌سازی ارزش‌های دینی و تعلق خاطر به مواریث هویتی و فرهنگی ملی در بین پرسنل عمیق‌تر باشد، آمادگی ذهنی و رفتاری آن‌ها برای پذیرش الگوهای یادگیرنده، اشتراک دانش و ارتقای سازمانی افزایش می‌یابد؛ این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین هم‌راستاست (صادقی و همکاران، ۱۳۹۸؛ کرمی و رضایی، ۱۴۰۰؛ زارعی و همکاران، ۱۴۰۲). در تبیین نظری این همگرایی می‌توان استدلال نمود که مؤلفه ارزش‌ها و باورهای اسلامی به عنوان یک نظام اخلاقی-معرفتی والا، یادگیری و تفکر مستمر را نه صرفاً یک وظیفه بروکراتیک و اداری، بلکه یک مسئولیت وجدانی، ارزش متعالی و فریضه عبادی ترسیم می‌کند؛ از این رو کارکنانی که از سطح بالاتری از این بعد هویتی برخوردارند، دارای تعهد درونی عمیق‌تری به یادگیری بوده و در برابر کاستی‌های مهارتی خود از شجاعت اعتراف به نادانی و انگیزه برای بهبود مداوم بهره می‌برند که این امر با یافته‌های مطالعات بین‌المللی پیرامون اخلاق‌مداری و یادگیری سازمانی مطابقت کامل دارد (رحمتی، ۲۰۱۹؛ میرمهدی و صالح‌زاده، ۲۰۲۳). از سوی دیگر، بعد هویت ملی-ایرانی با تکیه بر حس وطن‌دوستی، میراث تمدنی و مسئولیت جمعی نسبت به پیشرفت کشور، بسترساز تقویت ذهنیت باز و دیدگاه مشترک در سازمان می‌گردد؛ کارکنانی که دارای حس هویت ملی قدرتمندی هستند، در تعاملات تیمی انعطاف بیشتری از خود بروز داده، از تعصبات بی‌پایه سازمانی دوری گزیده و در راستای سربلندی کشور، پذیرای رویه‌های کاری نوآورانه و تحولات مثبت علمی می‌شوند؛ این موضوع با شواهد تجربی ارائه‌شده در زمینه گشودگی شناختی همخوانی ساختاری دارد (مارتینز و همکاران، ۲۰۲۰؛ نونز و مارتینز، ۲۰۲۲). در نتیجه‌گیری نهایی، می‌توان تصریح کرد که هویت ایرانی-اسلامی یک سرمایه راهبردی نمادین در مدیریت دولتی ایران است که قادر است رخوت سازمانی را زائل کرده و فضای دیالوگ، نقد سازنده، هم‌افزایی و خلق دانش بومی را بارور سازد؛ با این وجود، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است که از جمله آن‌ها می‌توان به اتکای صرف به ابزار خودگزارش‌دهی پرسشنامه‌ای، دشواری کنترل کامل متغیرهای تعدیل‌گر ساختاری و اقلیمی و عدم پیگیری طولی تغییرات رفتاری اشاره کرد؛ بر این اساس، به مدیران و خط‌مشی‌گذاران نظام اداری پیشنهاد می‌شود که در برنامه‌های آموزشی و تحول فرهنگ سازمانی، از تقابل‌های ساختگی میان مبانی بومی و مفاهیم نوین مدیریتی پرهیز نموده و با طراحی دوره‌های یادگیری مبتنی بر الگوهای اخلاق اسلامی و فرهنگ جهادی، بستر روانی را برای استقرار سازمان یادگیرنده مهیا سازند؛ همچنین به پژوهشگران آتی توصیه می‌گردد که رابطه این سازه را با میانجی‌گری متغیرهایی نظیر رهبری تحول‌آفرین و هوش فرهنگی، در قالب روش‌شناسی ترکیبی (کیفی-کمی) در صنایع پیشرفته و شرکت‌های دانش‌بنیان نیز به بوته آزمایش گذارند (چن و همکاران، ۲۰۲۱؛ دوکئوف و همکاران، ۲۰۲۰).

منابع

- زارعی، عظیم؛ دانایی، ابوالفضل؛ و کاظمی، رسول. (۱۴۰۲). تبیین نقش هویت اجتماعی و تعهد سازمانی در ارتقای کارآمدی جمعی کارکنان. *فصلنامه علمی مدیریت دولتی*، ۱۵(۳)، ۴۵۱–۴۷۴.
- صادقی، توران؛ محمدی، مهدی؛ و سلیمی، قاسم. (۱۳۹۸). واکاوی مؤلفه‌های هویت ایرانی-اسلامی و نقش آن در توسعه سرمایه اجتماعی در نظام اداری. *پژوهشنامه مدیریت اسلامی*، ۲۷(۲)، ۷۹–۱۰۴.
- کرمی، فریبا؛ و رضایی، بیژن. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین اخلاق کار اسلامی، هویت سازمانی و رفتارهای فرانقشی کارکنان. *فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی*، ۹(۱)، ۱۱۵–۱۳۸.
- Ahmed, R., Chen, L., & Tariq, M. (۲۰۲۳). Cultural values and organizational learning capabilities: The mediating role of psychological safety. *Journal of Knowledge Management*, ۲۷(۵), ۱۳٤۲–۱۳٦٥. https://doi.org/۱۰,۱۱۰۸/JKM-۰٤-۲۰۲۲-۰۲۸۷
- Chen, Y., Liu, X., & Zhang, H. (۲۰۲۱). Organizational learning orientation and strategic resilience in public sector institutions. *Public Management Review*, ۲۳(۸), ۱۱۸۹–۱۲۱۱. https://doi.org/۱۰,۱۰۸۰/۱٤۷۱۹۰۳۷,۲۰۲۰,۱۷٥۱۲٥۳
- Dukeov, I., Bergman, J., Heilmann, P., & Nasledov, A. (۲۰۲۰). Impact of a firm's commitment to learning and open-mindedness on organizational agility. *Baltic Journal of Management*, ۱٥(٤), ٥٥۱–٥۷۰. https://doi.org/۱۰,۱۱۰۸/BJM-۰٤-۲۰۱۹-۰۱۱٥
- Martinez, J. E. V., Peñalver, A. J. B., & Cegarra-Navarro, J. G. (۲۰۲۰). Dimensions of learning orientation and innovation capacity in knowledge-intensive firms. *Journal of Business Economics and Management*, ۲۱(٥), ۱۳۲٤–۱۳٤۳. https://doi.org/۱۰,۳۸٤٦/jbem.۲۰۲۰,۱۱۸۰۱
- Mirmehdi, S. M., & Salehzadeh, R. (۲۰۲۳). Investigating the impact of learning orientation on market orientation based on data mining and association rules. *Journal of Advertising and Sales Management*, ٤(۳), ۳۷۰–۳۹۰.
- Nunez, A. M., & Martinez, C. F. (۲۰۲۲). Building dynamic organizational learning capabilities during technological transitions. *International Journal of Information Management*, ٦٤, ۱۰۲٤۸۲. https://doi.org/۱۰,۱۰۱٦/j.ijinfomgt.۲۰۲۲,۱۰۲٤۸۲
- Rahmati, M. (۲۰۱۹). Marketing team excellence as a function of entrepreneurial orientation, learning orientation and knowledge sharing: An empirical research in SMEs. *International Journal of Business Excellence*, ۱۸(٤), ٤۸۸–٥۰۷. https://doi.org/۱۰,۱٥۰٤/IJBEX.۲۰۱۹,۱۰۱٥۳۰
- Sinkula, J. M., Baker, W. E., & Noordewier, T. (۱۹۹۷). A framework for market-based organizational learning: Linking values, knowledge, and behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, ۲٥(٤), ۳۰٥–۳۱۸. https://doi.org/۱۰,۱۱۷۷/۰۰۹۲۰۷۰۳۹۷۲٥٤۰۰۳