



## Designing and Explaining an Organizational Pride Model in FARAJA

### Omid Qazvini

Department of Management,  
Boj.C., Islamic Azad  
University, Bojnord, Iran.  
[omid.qazvini@iau.ac.ir](mailto:omid.qazvini@iau.ac.ir)

### Vahid Mirzaei

\* Department of  
Management, Boj.C., Islamic  
Azad University, Bojnord,  
Iran.  
[dr\\_mirzaei@iau.ac.ir](mailto:dr_mirzaei@iau.ac.ir)

### Hamed Khorasani

Department of Management,  
Boj.C., Islamic Azad  
University, Bojnord, Iran.  
[khorasani66@iau.ac.ir](mailto:khorasani66@iau.ac.ir)

Received: 2025/11/15

Accepted: 2026/01/20

DOI:

10.22034/jpcs.2026.1285021.1430



### ABSTRACT

Organizational pride, as a powerful catalyst and a strategic asset, plays a decisive role in enhancing human and organizational capabilities. This is doubly important in the mission-oriented environment of FARAJA, where their success depends on the level of commitment, motivation, and solidarity of human resources. The present study was conducted with the aim of designing and explaining an organizational pride model in one of the most sensitive institutions in the country, namely FARAJA. In terms of purpose, the present study is applied-developmental and qualitative. The statistical population of the study consisted of employees and managers with relevant experience. Purposeful and non-random sampling was conducted and 14 people were selected as participants. Their lived experience of the phenomenon of organizational pride was examined using a data-driven strategy and through semi-structured in-depth interviews. The reliability of the research tool was determined through systematic exploration of participants and detailed data analysis using the Strauss and Corbin approach. Data analysis provides a comprehensive model for organizational pride in Faraj, which considers this phenomenon to be multidimensional, that is, emotional and attitudinal. Organizational pride is influenced by individual causal factors, such as attitude, professional values, job and organizational competencies, as well as resources, symbols, leadership, organizational culture, appreciation, and interactions, and is strengthened in the context of the cultural and organizational structure of identity, values, and stability, and is moderated by psychological and managerial challenges. This model led to the individual consequences of psychological and organizational capital of social trust and cohesion, and practical solutions such as cultural development and human resource optimization were proposed to strengthen organizational pride in military and law enforcement institutions.

**Keywords:** Organizational pride, data-based theory, FARAJA, Northern Khorasan Province Law Enforcement Command.

► **Citation (Vancouver):** Qazvini O, Mirzai V, Khorasani Identity and Social Harms in Iran: A Meta-Analysis Study. *Police Cultural Studies*, 2025; 12(3): 41-70.

► **Citation (APA):** Qazvini, O., Mirzai, V., Khorasani, H (2025) Identity and Social Harms in Iran: A Meta-Analysis Study. *Police Cultural Studies*, 12(3), 41-70.

## طراحی و تبیین الگوی غرور سازمانی در فراجا

### چکیده

غرور سازمانی به‌عنوان یک کاتالیزور قدرتمند و یک دارایی استراتژیک، نقشی تعیین‌کننده در ارتقای قابلیت‌های انسانی و سازمانی ایفا می‌کند. این امر در محیط مأموریت‌محور فراجا که موفقیت آن‌ها به میزان تعهد، انگیزه و همبستگی نیروی انسانی وابسته است، اهمیتی دوچندان می‌یابد. پژوهش حاضر با هدف طراحی و تبیین الگوی غرور سازمانی در یکی از حساس‌ترین نهادهای کشور، یعنی فراجا، صورت پذیرفت. از لحاظ نوع هدف، پژوهش حاضر کاربردی-توسعه‌ای و کیفی است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان و مدیران، با تجربه مرتبط با موضوع تشکیل دادند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و غیر تصادفی انجام شد و ۱۴ نفر به‌عنوان مشارکت‌کننده انتخاب گردیدند. تجربه زیسته آنان از پدیده غرور سازمانی با استفاده از استراتژی داده‌بنیاد و از طریق مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بررسی شد. قابلیت اعتماد ابزار پژوهش از طریق کاوش نظام‌مند مشارکت‌کنندگان و تحلیل دقیق داده‌ها با رویکرد استراوس و کوربین تعیین گردید. تحلیل داده‌ها الگویی جامع برای غرور سازمانی در فراجا ارائه می‌دهد که این پدیده را چندبعدی، یعنی هیجانی و نگرشی، می‌داند. غرور سازمانی تحت‌تأثیر عوامل علی فردی، مانند نگرش، ارزش‌های حرفه‌ای، شایستگی‌های شغلی و سازمانی، همانند منابع، نمادها، رهبری، فرهنگ سازمانی، تقدیر و تعاملات شکل گرفته، در بستر شرایط زمینه‌ای فرهنگ و ساختار سازمانی هویت، ارزش‌ها و ثبات تقویت می‌شود و به‌وسیله چالش‌های روان‌شناختی و مدیریتی تعدیل می‌گردد. این الگو به پیامدهای فردی سرمایه روان‌شناختی و سازمانی اعتماد اجتماعی و انسجام منجر شد و راه‌کارهای عملی نظیر توسعه فرهنگی و بهینه‌سازی منابع انسانی را برای تقویت غرور سازمانی در نهادهای نظامی و انتظامی پیشنهاد گردید.

**کلیدواژه‌ها:** غرور سازمانی، نظریه داده‌بنیاد، فراجا، فرماندهی انتظامی استان خراسان شمالی.

#### امید قزوینی

گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.  
[omid.qazvini@iau.ac.ir](mailto:omid.qazvini@iau.ac.ir)

#### وحید میرزایی

\* گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.  
[dr\\_mirzaei@iau.ac.ir](mailto:dr_mirzaei@iau.ac.ir)  
(نویسنده مسئول)

#### حامد خراسانی

گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.  
[khorasani66@iau.ac.ir](mailto:khorasani66@iau.ac.ir)

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۷۰-۴۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۳۰

شناسه دیجیتال (DOI):

10.22034/jpcs.2026.1285021.1430

◀ **استناد (ونکوور):** قزوینی، آ.، میرزایی، و.، خراسانی، ح. طراحی و تبیین الگوی غرور سازمانی در فراجا. *مطالعات فرهنگی پلیس*، ۱۴۰۴، ۱۲(۳): ۷۰-۴۱.

◀ **استناد (APA):** قزوینی، آ.، میرزایی، و.، خراسانی، ح. (۱۴۰۴). طراحی و تبیین الگوی غرور سازمانی در فراجا. *مطالعات فرهنگی پلیس*، ۱۲(۳)، ۷۰-۴۱.

بقای هر سازمانی به کارکنان آن وابسته است. به عبارت دیگر، کارکنان یک سازمان بخش عمده‌ای از عمل کرد یک سازمان را رقم می‌زنند، به همین دلیل در مباحث مدیریتی، عمل کرد کارکنان جایگاه ویژه‌ای دارد و پژوهش‌های بسیاری به این موضوع پرداخته‌اند. پژوهشگران در این راستا در پژوهش‌های خود به عوامل متنوعی دست یافته‌اند که بر عمل کرد کارکنان اثرگذار است؛ عوامل محیطی، انگیزشی، شخصیتی، مدیریتی و روان‌شناسی از جمله این عوامل هستند (لامبرت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند که عمل کرد کارکنان عمدتاً تحت تأثیر عوامل روان‌شناختی است. عوامل روان‌شناختی نوعی احساس درونی هستند که شخص بدون آگاهی و به صورت ناخودآگاه آن را درک می‌کند. این عوامل به نوعی انگیزه‌های درونی برای رضایت و احساس خوش‌آیند نسبت به یک شغل محسوب می‌شوند. برخی از این انگیزه‌ها جنبه‌های مادی را شامل می‌شود و برخی دیگر از انگیزه‌ها نیز بیشتر به جنبه معنوی یک شغل مربوط می‌شود (وانگ و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). یکی از عوامل معنوی، غرور سازمانی<sup>۳</sup> است. غرور سازمانی به عزت نفس فرد مربوط می‌شود و یک منبع روان‌شناختی ارزشمند است که باید پرورش داده شود، زیرا انگیزه درونی را برای کارکنان فراهم می‌آورد (ویدیانته و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰).

کارکنانی که به کار یا سازمان خود افتخار می‌کنند، به سازمان متعهد بوده و رفتارهای فراتر از خود بروز می‌دهند. همچنین، این‌گونه کارکنان احتمال می‌رود که مدت طولانی در سازمان بمانند. به عبارتی، غرور سازمانی مانند چسبی است که کارکنان را در سازمان نگه می‌دارد. این دسته از کارکنان، از سازمان خود نزد همکاران و مشتریان بالقوه تعریف می‌کنند، تمایل زیادی دارند که عضو از این سازمان باشند و تلاش زیادی در جهت کمک به موفقیت سازمان دارند (صفری و همکاران، ۱۳۹۶).

طبق چندین مطالعه مبتنی بر پژوهش‌های روان‌شناختی، غرور به‌طور برجسته به صورت یک احساس مثبت و مرتبط با عمل کرد توصیف می‌شود (موقوفه‌ای و

همکاران، ۱۳۹۵). غرور سازمانی تعهد به خدمات مشتریان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و حتی در نبود پاداش مالی، منجر به رضایت شغلی و تعهد کارکنان می‌شود (صفری و همکاران، ۱۳۹۶). غرور سازمانی از جمله مفاهیمی است که در عمل کرد سازمانی نقش به‌سزایی دارد. عواملی مانند تصمیم به ماندن در سازمان (نیلوواتی و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹)، مقاومت در برابر استرس (کریمر و گوئیتر، ۲۰۱۴)، رضایت شغلی (نیلوواتی و همکاران، ۲۰۱۹) و موفقیت سازمانی (گوئیتر و راین، ۲۰۱۱)، همگی می‌توانند از پیامدهای بالقوه غرور سازمانی باشند.

از سوی دیگر، هرچند که پژوهشگران در مطالعات خود، غرور سازمانی را به‌عنوان مشوق محیط کار سازنده، عامل محرک رفتارهای مثبت در کار و همچنین تعیین‌کننده اصلی موفقیت در کسب‌وکار معرفی نموده‌اند (نیازی، ۲۰۲۴؛ یون<sup>۶</sup>، ۲۰۲۲)، برای افزایش شناخت از پتانسیل‌های آن، نیازمند توجه بیشتری از سوی پژوهشگران بوده است. از منظر نظری، غرور سازمانی در چارچوب "نظریه هویت اجتماعی"<sup>۷</sup> قابل تبیین است. براساس این نظریه، افراد بخشی از هویت خود را از عضویت در گروه‌ها و سازمان‌ها دریافت می‌کنند و زمانی که سازمان دارای اعتبار اجتماعی بالا باشد، افراد نیز احساس ارزشمندی بیشتری از عضویت در آن خواهند داشت (تاجفل و ترنر<sup>۸</sup>، ۱۹۷۹)، به همین دلیل، غرور سازمانی یکی از تجلیات مثبت ادراک هویت اجتماعی است که به رفتارهای مطلوب سازمانی منجر می‌شود (اشفورت<sup>۹</sup> و میل، ۱۹۸۹). بر اساس نظریه هویت اجتماعی، غرور سازمانی در فراجا می‌تواند از طریق تقویت هویت جمعی و اعتبار سازمانی توسعه یابد که این پژوهش به دنبال الگوسازی آن است.

سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، از طریق بندهای راهبردی ۲۰، ۲۴ و ۲۶، بستری کلان و معنادار برای تعمیق و تقویت حس غرور سازمانی در میان نیروهای مسلح و صنایع دفاعی فراهم می‌آورد. این سند با تأکید بر "تقویت امنیت و اقتدار ملی" و ارتقای "جایگاه جهانی ایران"

6- Youn  
7- Social Identity Theory  
8- Tajfel & Turner  
9- Ashforth & Mael

1- Lambert et al  
2- Wang et al  
3- Organizational pride  
4- Widyanti et al  
5- Nilawati et al

(بند ۲۰)، هویت و مأموریت نیروهای مسلح را از یک وظیفه صرفاً نظامی به یک نقش بنیادین در تحقق آرمان‌های ملی ارتقا می‌دهد و به آن‌ها اعتبار و منزلت اجتماعی والایی می‌بخشد. علاوه بر این، اهداف مشخص‌تری چون "ارتقای توان دفاعی برای بازدارندگی و ابتکار عمل" (بند ۲۴) و "تقویت، توسعه و نوسازی صنایع دفاعی با تأکید بر فناوری‌های پیشرفته" (بند ۲۶)، این حس غرور را از یک مفهوم انتزاعی به یک واقعیت ملموس تبدیل می‌کنند. این بندها به طور هم‌زمان بر کارآمدی عملیاتی، نوآوری فناورانه و خودکفایی تأکید دارند و به کارکنان این سازمان‌ها این اطمینان را می‌دهند که نه‌تنها حافظان امنیت کشور، بلکه پیش‌گامان پیشرفت و عامل اصلی دستیابی به جایگاه برتر منطقه‌ای هستند؛ امری که خود هسته مرکزی شکل‌گیری یک غرور سازمانی پایدار و عمیق است.

فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران با مجموعه‌ای از چالش‌های پیچیده و چندلایه مواجه است که ریشه در ساختارهای سازمانی گسترده و درهم‌تنیده، محدودیت‌های منابع انسانی و شرایط محیطی به‌شدت پویا دارد. چنین شرایطی نه‌تنها اجرای موفق مأموریت‌ها را با دشواری روبه‌رو می‌سازد، بلکه ضرورت بهره‌گیری از رویکردها و الگوهای مدیریتی نوین و کارآمد را برای ارتقای عمل‌کرد و افزایش توان عملیاتی بیش‌ازپیش آشکار می‌کند. در این میان، غرور سازمانی به‌عنوان سرمایه‌ای روان‌شناختی، نقشی بنیادین در شکل‌دهی انگیزه، تعهد و انسجام نیروهای انسانی، به‌ویژه در فراجا، ایفا می‌کند. برخورداری کارکنان از سطح بالایی از غرور نسبت به سازمان نه‌تنها موجب افزایش هم‌افزایی و هماهنگی در انجام مأموریت‌ها می‌شود، بلکه بستر لازم را برای تحقق اثربخشی و کارایی پایدار فراهم می‌آورد.

در تبیین مسأله‌ی مربوط به پژوهش حاضر می‌توان گفت که در زمینه‌ی غرور سازمانی در فراجا، مطالعه‌ی جامع و نظام‌مندی با رویکرد بومی و مبتنی بر واقعیت‌های سازمانی و فرهنگی کشور انجام نشده است. هیچ‌یک از پژوهش‌های گذشته، نه‌تنها به بررسی عمقی و ساختاریافته‌ی ابعاد، عوامل تقویت‌کننده و بازدارنده‌ی غرور سازمانی در محیط نظامی نپرداخته‌اند، بلکه به‌طور کلی نادیده‌گرفتن تفاوت ذاتی نهادهای نظامی و انتظامی با سایر سازمان‌های غیرنظامی، الگوهای موجود را غالباً مبتنی بر بافت‌های صنعتی، خدماتی

یا تجاری ارائه کرده‌اند که قابلیت تعمیم به محیط‌های نظامی با ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود، ازجمله انضباط بالا، مأموریت‌های پرخطر، اهداف آرمانی و وابستگی شدید به هویت جمعی را ندارند. به‌طورکلی، ساختار سازمانی خاص، محدودیت‌های قانونی، ملاحظات فرهنگی و اجتماعی و دکترین دفاعی منحصربه‌فرد فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، ایجاب می‌کند تا مفهوم غرور سازمانی باتوجه‌به بستر این سازمان‌ها موردبررسی قرار گیرد. این ویژگی‌ها الگوهای عمومی غرور سازمانی را ناکافی می‌سازد. علاوه بر این، اگرچه تحقیقات داخلی و خارجی متعددی به بررسی غرور سازمانی پرداخته‌اند، اما این مطالعات عموماً در سازمان‌های غیر نظامی و با رویکردهای کمی و تک‌بعدی انجام شده‌اند و به‌جای تولید الگو، صرفاً به تحلیل روابط بین متغیرها محدود شده‌اند. در نتیجه، هیچ‌یک از این پژوهش‌ها به طراحی یک الگوی مفهومی، ساختاریافته و بومی از غرور سازمانی در فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران نپرداخته‌اند و این امر خلأ نظری و عملیاتی جدی در ادبیات مدیریت نظامی ایجاد کرده است. در ادامه، به چند نمونه از پژوهش‌های صورت‌گرفته در حوزه‌ی غرور سازمانی می‌پردازیم.

معقولی و رودگرزاد (۱۴۰۳) اظهار دارند که تحصیلات و سابقه‌ی کار ارتباط بین بدبینی سازمانی بر غرور سازمانی ادراک‌شده را تعدیل می‌کند؛ اما، شواهدی دال بر تأیید نقش تعدیل‌گری جنسیت در ارتباط بین این دو متغیر یافت نشد. همچنین، ابعاد بدبینی بر ابعاد غرور سازمانی تأثیر معناداری دارد. همچنین، احمدی و همکاران (۱۴۰۲) می‌نویسند که تأثیر غرور سازمانی بر تعهد عاطفی به‌وسیله‌ی متغیر میانجی سازگاری شغلی تبیین می‌شود و همچنین وجدان کاری در تأثیر غیر مستقیم غرور سازمانی و تعهد عاطفی از طریق سازگاری شغلی در بین معلمان ابتدایی شهر تبریز نقش تعدیل‌گری دارد و غرور سازمانی می‌تواند یک محرک درونی قوی برای معلمان باشد تا تلاش زیادی در جهت کمک به موفقیت سازمان انجام دهند. به‌علاوه، ظفر و سوزنوا (۲۰۲۴) نشان دادند که روان‌شناختی سبز رابطه‌ی بین شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز و غرور سازمانی را واسطه می‌کند. همچنین، جو روانی سبز و غرور سازمانی به‌طور متوالی رابطه‌ی بین شیوه‌های مدیریت منابع انسانی

در عمل نیز فرماندهان و مدیران انتظامی در پاسخ‌گویی به سؤالاتی در زمینه چگونگی شکل‌گیری غرور سازمانی، عوامل مؤثر بر آن و راه‌کارهای تقویت آن در فراجا دچار ابهام هستند. این ابهام، ناشی از فقدان یک چارچوب مفهومی روشن و قابل اجرا است که بتواند راهنمای عملیاتی برای سیاست‌گذاران حوزه منابع انسانی در نیروهای انتظامی جهت برنامه‌ریزی منابع انسانی، فرهنگ‌سازی سازمانی و توسعه رهبری در نیروهای انتظامی باشد. این عدم قطعیت موجب مشکلات عدیده‌ای در فرایند تقویت تعهد، ارتقای روحیه، کاهش بی‌انضباطی و تضمین اثربخشی مأموریت‌ها شده است؛ زیرا، بدون درک از سازکارهای درونی غرور سازمانی، مدیریت منابع انسانی به‌صورت تجربی و واکنشی انجام می‌شود و نبود یک الگوی جامع از غرور سازمانی در نیروهای انتظامی باعث تداوم این پیامدهای منفی و عدم امکان بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های پنهان در نیروهای انتظامی می‌شود.

اهمیت مطالعه غرور سازمانی در بافت نیروهای انتظامی که ماهیتی مبتنی بر انضباط، سلسله‌مراتب و فشارهای عملیاتی دارد، در این است که غرور سازمانی می‌تواند هویت سازمانی را تقویت کند که به نوبه خود با رفاه روان‌شناختی کارکنان مرتبط است (حمید، ۲۰۲۱). همچنین، می‌تواند به کاهش فرسودگی شغلی کمک کند (کرامر، ۲۰۱۴) و به‌عنوان یک سازکار واسطه‌ای عمل می‌کند که می‌تواند هویت سازمانی را تقویت کند (اقبال، ۲۰۱۹). غرور سازمانی می‌تواند بر تعهد عاطفی کارکنان تأثیر مثبت بگذارد (ششیکالا، ۲۰۲۰). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که احساس غرور نسبت به سازمان، به‌ویژه زمانی که با درک از موفقیت‌های جمعی و افتخار به تعلق سازمانی همراه شود، نقشی کلیدی در وفاداری بلندمدت و ارتقای عمل‌کرد کارکنان دارد (ناداتین، ۲۰۲۰).

ضرورت وجود کارکنان متعهد برای هر سازمانی، اعم از نظامی و غیر نظامی، امری انکارناپذیر است. با این‌همه نیروهای انتظامی به‌دلیل ماهیت فعالیت خود و جایگاه ویژه‌ای که در ساختار هر کشوری دارند، بیش از دیگران نیازمند وجود کارکنان متعهد و علاقه‌مند در بدنه خود هستند (چاربونیو و وود، ۲۰۱۸). این تعهد باید به‌گونه‌ای

سبز و رفتارداوطلبانه طرف‌دار محیط‌زیست کارکنان را واسطه می‌کند. دورا، اللیل و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) نیز دریافته‌اند که غرور سازمانی است که تأثیر مثبت مستقیم بر خلاقیت دارد، درحالی‌که غرور عاطفی بر خلاقیت تأثیری ندارد.

پژوهش حاضر که باهدف «طراحی و تبیین الگو غرور سازمانی در فراجا» انجام شده، از چهار منظر کلیدی خود را از مطالعات پیشین متمایز می‌سازد. تمایز اصلی در جامعه آماری و بستر پژوهش نهفته است. برخلاف مطالعات متمرکز بر صنایع خدماتی و بخش خصوصی، این پژوهش در بستر منحصربه‌فرد نظامی و انتظامی با ویژگی‌هایی چون ساختار انضباطی، سلسله‌مراتب ویژه و هویت اسلامی- انقلابی انجام شده است. این بستر خاص، اتخاذ رویکردی متفاوت را ایجاب می‌کند؛ بنابراین، به‌جای روش‌های کمی رایج، از روش کیفی داده‌بنیاد بهره برده شده است. این روش‌شناسی امکان کشف و استنتاج یک الگوی بومی و متناسب با واقعیت‌های سازمانی را فراهم می‌آورد، نه صرفاً تأیید الگوهای موجود. در سطح مفهومی نیز، این پژوهش فراتر از ابعاد فردی و رایج غرور نگرشی و عاطفی رفته و به بررسی ابعاد بومی و فرهنگی کم‌تر مورد توجهی چون «غرور به هویت اسلامی»، «افتخار به ایجاد نظم و عدالت» و «پیوند غرور سازمانی با غرور ملی» می‌پردازد. این تمرکز مفهومی، هدف‌گایی پژوهش را که طراحی یک الگوی جامع و نظام-مند است، شکل می‌دهد. این الگو، برخلاف پژوهش‌های پیشین که به بررسی چند پیامد محدود می‌شدند، شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، کنش‌ها و پیامدها بوده و به درک پویایی و یک‌پارچگی این پدیده کمک می‌کند. در مجموع، پژوهش حاضر با ترکیب بستر نظامی و انتظامی منحصربه‌فرد، روش‌شناسی داده‌بنیاد، تمرکز بر ابعاد فرهنگی-بومی و هدف طراحی الگوی یک‌پارچه، شکاف مهمی در ادبیات غرور سازمانی در نیروهای انتظامی را پر می‌کند. این پژوهش صرفاً یک توصیف کیفی نیست، بلکه با ارائه یک نظریه بنیادین و بومی، چارچوبی نظری و کاربردی برای مدیران و پژوهشگران این حوزه فراهم می‌آورد.

5- Shashikala  
6- Nadatien  
7- Charbonneau & Wood

1- Durrah, Allil, Gharib & Hannawi  
2- Hameed  
3- Kraemer  
4- Iqbal

باشد که در برخی مواقع رفتار آنان بیشتر شبیه ایثارگری نمود کند، زیرا عموماً بخش زیادی از وظایف نیروهای انتظامی در شرایط بروز بحران‌هاست. در چنین شرایطی هزینه جابه‌جایی و ترک شغل در نیروهای انتظامی بسیار گزاف خواهد بود و حتی برخی مواقع معضلات و مشکلاتی را در بدنه چنین سازمان‌هایی از خود بر جای می‌گذارد که به‌راحتی قابل جبران نیست. بدون تردید، در این زمینه عوامل انگیزشی و روان‌شناختی تأثیر زیادی بر رفتار و نگرش کارکنان خواهد داشت. درواقع، نگاه به نیروهای انتظامی نباید تنها نگاه تجهیزاتی و سخت‌افزاری باشد، بلکه بخش مهمی از بازدارندگی و توانایی نیروهای انتظامی، در روحیه کارکنان آن نهفته است که موجب می‌شود تا شهامت‌ها و وقایع ایثارگرانه‌ای به‌وقوع بپیوندد که با نگاه عمومی مدیریت مبتنی بر سود و زیان مادی و سخت‌افزاری قابل توجیه نیست (دالوند، ۱۴۰۰).

افزون بر این، موقعیت ژئوپلیتیکی، تهدیدات منطقه‌ای و چالش‌های ناشی از جنگ ترکیبی ایجاب می‌کند که سازمان‌های نظامی کشور نه‌تنها از لحاظ تجهیزات و توان رزمی، بلکه از منظر روان‌شناختی نیز به سطح بالایی از آمادگی برسند. در این راستا، تقویت غرور سازمانی می‌تواند به‌عنوان سپری در برابر جنگ نرم و تضعیف روانی نیروها ایفای نقش نماید. غرور سازمانی هم بر نحوه ادراک فرد از خود در بستر سازمان اثرگذار است، هم می‌تواند به‌عنوان منبعی انگیزشی، زمینه‌ساز رفتارهای داوطلبانه، فداکارانه و حتی ایثارگرانه شود که در نیروهای انتظامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های منابع انسانی در نیروهای انتظامی باشد. این برنامه‌ها می‌توانند با تقویت غرور سازمانی، به افزایش تعهد، رضایت شغلی و عمل‌کرد کارکنان منجر شوند. همچنین، نتایج این مطالعه می‌تواند سیاست‌گذاران نظامی و انتظامی را در تدوین راهبردهای مدیریت منابع انسانی و ارتقای اثربخشی عملیاتی یاری کند.

در سازمان‌های نظامی که نقش حیاتی در حفظ امنیت ملی ایفا می‌کنند، سرمایه انسانی توانمند، متعهد و بالنگیزه از اهمیت بالایی برخوردار است (کاناپکائیت<sup>۱</sup>، ۲۰۲۴).

یکی از عوامل روان‌شناختی مهم که می‌تواند نقشی اساسی در انسجام سازمانی، افزایش تعهد شغلی و تاب‌آوری روانی کارکنان نظامی ایفا کند، مفهوم غرور سازمانی است. درک رفتار سازمانی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن در جهان امروز از اهمیت بالایی برخوردار است. این ضرورت ناشی از تأثیر رفتار سازمانی بر تعاملات کارکنان، فرهنگ سازمانی و عمل‌کرد کلی سازمان است (خان<sup>۲</sup>، ۲۰۲۴). غرور یکی از مهم‌ترین تجربیات زندگی روزمره است. بسیاری از مطالعات روان‌شناختی بر دستاوردهای خودمحور و مبتنی بر رویداد، به‌عنوان منابع اصلی غرور تأکید می‌کند (لو و روتو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). به‌طور کلی، غرور هیجان مثبتی است که از موفقیت ناشی می‌شود و پرورش‌دهنده ادراک از خود فرد به‌عنوان نیاز اصلی انسان است (کرامر و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). غرور از احساس شوق، لذت یا رضایت از توانایی یا دستاوردهای شخص نشأت می‌گیرد (ولندر و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷).

در پژوهش‌های معاصر، مفهوم غرور در محیط کار نیز به‌طور گسترده‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. غرور در محیط کار به‌عنوان رضایت از دستاوردها و هویت فردی، دستاوردهای دیگران یا گروه‌هایی تعریف می‌شود که فرد با آن‌ها ارتباط نزدیکی دارد مانند یک سازمان، یا داشتن ویژگی‌هایی که از نظر اجتماعی ارزشمند هستند. این مفهوم با دستاوردهای محل کار، خودکارآمدی، جایگاه و رتبه، هویت و تعلق جمعی مرتبط است (شیلپزاند<sup>۶</sup>، ۲۰۲۵). به‌طور کلی، غرور سازمانی یک مفهوم چندوجهی است که نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان در سازمان ایفا می‌کند و تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، مسؤلیت اجتماعی شرکت و حمایت رهبری قرار دارد (دپیا<sup>۷</sup>، ۲۰۲۵).

غرور حالت ذهنی قدرتمندی است که می‌تواند منجر به موفقیت فردی و سازمانی شود، غرور سازمانی نشان‌دهنده احساس غرور افراد از حضور در گروه بزرگ‌تر و متضمن شناسایی فرد در سازمان است (دادخواه<sup>۸</sup>، ۲۰۲۱). غرور سازمانی به دو شکل مثبت و منفی بروز می‌کند و بر رفتار کارکنان و فرهنگ سازمانی تأثیر می‌گذارد (بروسی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸).

6- Schilpzand  
7- Deepa  
8- Dadkhah  
9- Brosi

1- Kanapeckaitė  
2- Khan  
3- Lu & Roto  
4- Kraemer et al  
5- Welander et al

- غرور در سازمان: غرور کارکنان در یک سازمان، سازمان را به‌عنوان بخشی قابل توجه، معنادار، مؤثر و باارزش از جامعه شناسایی می‌کند (هی<sup>۲</sup>، ۲۰۲۵). غرور می‌تواند با ایجاد آگاهی و رضایت خاطر جامعه نسبت به سازمان برانگیخته شود؛ زیرا، کارکنان ممکن است که موفقیت و جایگاه اجتماعی سازمان را بخشی از دستاوردها و موفقیت‌های فردی خود در جامعه بدانند (هلم<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳).
- غرور از عضویت در یک بخش: غرور از عضویت در یک بخش به احساس لذت‌بخشی اشاره دارد که کارکنان در مورد اعضای گروه و دستاوردها و توانایی‌ها آن‌ها دارند. با توجه به افتخار کارکنان از عضویت در یک بخش ویژه و تخصصی که به‌صورت کار گروهی است، ممکن است منبع غرور برای آن‌ها باشد. ناظران، همکاران و زیردستان از تمام اعضای گروه مانند یک تیم عمل می‌کنند. موفقیت این گروه با عضویت در یک گروه برای خدمت به‌عنوان وسیله‌ای برای انگیزه بخشیدن و ایجاد غرور برای اعضای یک گروه ضروری است (گوتیر و راین<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱).
- غرور فردی: غرور، کارکردی فردی و اجتماعی دارد و تمرکز آن هم بر خود به‌عنوان عامل و به‌عنوان هدف است. از نظر فردی، غرور به حفظ عزت‌نفس، نشان‌دادن استانداردهای مهم خود و تسهیل دست‌یابی به اطلاعات در مورد خود فرد به‌عنوان هدف و عامل کمک می‌کند. از نظر اجتماعی، غرور دیگران نشان می‌دهد که یک فرد نتایج ارزشمندی را به‌دست آورده است و تلاش می‌کند تا تسلط و برتری خود نسبت به دیگران را ترویج کند (ویکور و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰).

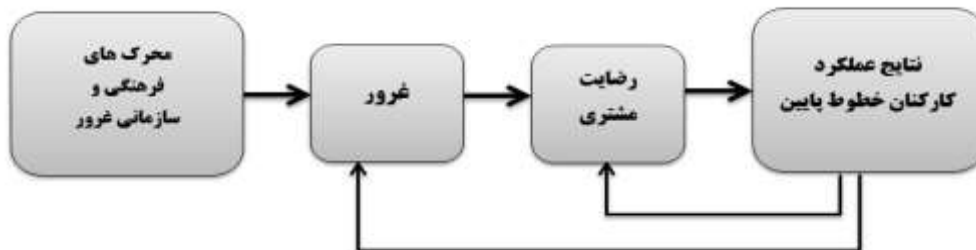
رابطه بین غرور و متغیرهای نتیجه مانند رضایت شغلی و نتایج عمل‌کرد کارکنان سطح پایین، یک چرخه خودتقویت‌کننده (حلقه بازخورد) می‌سازد. در این چرخه درجه بالای غرور منجر به عمل‌کرد بهتر کارکنان و عمل‌کرد

غرور سازمانی مثبت، یک احساس مثبت مبتنی بر عمل‌کرد است و نوع آن به‌واسطه رویدادهای خاصی مانند موفقیت درک‌شده یک اقدام خاص تعیین می‌شود. محرک احساس غرور می‌تواند ارزیابی عمل‌کرد و پیشرفت یک فرد (اسناد داخلی) یا نزدیکی به افراد یا اشیا و عمل‌کرد آن‌ها باشد. کارمندان می‌توانند احساس غرور ایجاد شده به‌وسیله رویدادهایی مانند پیشرفت‌های موفق سازمان را تجربه کنند که جدا از رشد شخصی است (اسناد خارجی) (دادخواه، ۲۰۲۱). از طرفی، غرور سازمانی منفی نوعی غرور سازمانی است که از خودشیفتگی، تکبر و نادیده‌گرفتن حقایق ناشی می‌شود و وجود آن مشکلات زیادی را برای سازمان و کارکنان آن ایجاد می‌کند. بوفورد<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) اظهار می‌دارد که مرز باریکی بین غرور سازمانی خوب و بد وجود دارد که تشخیص بین آن‌ها را دشوار می‌کند و اگر مدیران به آن و علائم هشداردهنده توجه نکنند، آسیب‌های زیادی در انتظار سازمان است (بوفورد، ۲۰۱۲).

غرور، یک احساس پیچیده است که در محیط‌های مختلف، از جمله سازمان‌ها، می‌تواند به اشکال گوناگونی بروز کند. در محیط‌های سازمانی، غرور اغلب به‌عنوان یک عامل انگیزشی مثبت در نظر گرفته می‌شود، اما اگر به‌صورت افراطی و نامناسب بروز کند، می‌تواند به عمل‌کرد سازمان آسیب برساند. در ادامه، به برخی از ابعاد غرور در محیط‌های سازمانی می‌پردازیم که شامل غرور در کار، غرور در سازمان، غرور در عضویت در یک بخش و غرور فردی می‌شود.

- غرور در کار: غرور یکی از سخت‌ترین تجربیات زندگی کاری است و نفس کار، منبع غرور است. کاتزنباخ ایجاد غرور در نهادسازی که مبتنی بر ارزش نامشهود و منافع جمعی است را از غرور خود خدمتی که توسط قدرت و مادی‌گرایی هدایت می‌شود، متمایز می‌کند. کارمندان می‌توانند در کاری که انجام می‌دهند، چگونه کار می‌کنند و با چه کسی کار می‌کنند، غرور ذاتی بگیرند. تجربه غرور در موفقیت می‌تواند منجر به تعامل اجتماعی در محل کار شود و در نتیجه منجر به توانمندسازی روان‌شناختی و ارتقای موفقیت‌های آینده گردد (لو و روتو، ۲۰۱۶).

و رضایت پایین‌تر مشتری و نتایج بدتر عمل‌کرد کارکنان خطوط پایین می‌گردد، به غرور پایین‌تر هم برسد (میشکاند<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸). این چرخه در زیر آمده است:



نمودار ۱- چرخه غرور سازمانی (میشکاند، ۱۹۹۸)

قضاوت‌ها و تصمیمات مناسب، درونی می‌شوند که منعکس‌کننده انتظارات در مورد «چه کاری باید انجام شود» و «آنچه نباید انجام شود» است (اوبرمیر و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱).

- **نظریه اسناد<sup>۴</sup>:** این نظریه فرایند نسبت‌دادن علل و انگیزه‌ها به رفتارهای مختلف مشاهده‌شده در یک فرد را مشخص می‌کند. نظریه اسناد به وسیله عوامل داخلی و خارجی شکل می‌گیرد. در زمینه اسناد داخلی، با اشاره به عناصر روان‌شناختی قبل از رفتار، ادعا می‌کند که رفتار یک فرد تحت تأثیر نیروها یا تمایلات درونی است؛ بنابراین، اسناد درونی دلالت بر این دارد که رفتار یک فرد از درون هدایت می‌شود و جنبه‌هایی مانند ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌ها و آگاهی را دربر می‌گیرد. نظریه اسناد خارجی معتقد است که نیروهای خارجی بر رفتار یک فرد تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، اسناد خارجی رفتار یک فرد را به عوامل بیرونی، مانند تأثیر موقعیت‌ها یا شرایط خاص نسبت می‌دهد (ایشابیتا<sup>۵</sup>، ۲۰۲۲).

- **تئوری نگرش<sup>۶</sup>:** غرور سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک نگرش جمعی در نظر گرفته شود که از فعالیت‌های متمرکز بر دیگران نشأت گرفته و با حس تعلق

در ادامه، به تعدادی نظریه‌های مرتبط با غرور سازمانی به‌خصوص طی چند دهه اخیر پرداخته شده است. هررمزام از این نظریه‌ها کمک می‌کند تا جوانب غرور سازمانی شناخته شود. بنیان‌های نظری در واقع ستون‌های اصلی یک پژوهش هستند. این‌ها مجموعه‌ای از مفاهیم، نظریه‌ها و الگوهایی هستند که پژوهشگر برای توضیح پدیده مورد مطالعه خود به آن‌ها استناد می‌کند. به عبارت ساده‌تر، بنیان‌های نظری به ما می‌گویند که چرا و چگونه یک پدیده خاص رخ می‌دهد.

- **نظریه هویت اجتماعی<sup>۱</sup>:** یکی از مهم‌ترین نظریات در روان‌شناسی اجتماعی که در تحلیل گروه‌های اجتماعی، استفاده می‌شود، نظریه هویت اجتماعی است. این نظریه بیان می‌کند که مردم خود را به‌عنوان افراد و همچنین به‌عنوان اعضای گروه تعریف می‌کنند. احساس خود شخص شامل اعضای داخلی درون‌گروهی می‌شود (تعریف خود با توجه به گروه‌هایی که تصور می‌کند متعلق به آن‌هاست) و عضویت در گروه‌های دیگر (تعریف خود با توجه به گروه‌هایی که تصور می‌کنند متعلق به آن‌ها نیست). با شناسایی یک گروه، اعتقادات آن گروه با توجه به

1- Social Identity Theory

2- Mischkind

3- Obermire et al

4- Attribution Theory

5- Ischabita

6- Attitude Theory

تبیین پدیده غرور سازمانی در بستر نظامی و انتظامی دارد، بنابراین این روش امکان کشف و استنتاج الگوی بومی و متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و سازمانی این نهاد را فراهم می‌آورد.

داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارکنان منتخب گردآوری شده است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان فرماندهی انتظامی استان خراسان شمالی است. با توجه به این‌که پاسخ به سؤالات پژوهش نیازمند تجربه، تخصص و شناخت عمیق از محیط سازمانی است، نمونه‌های پژوهش با روش نمونه‌برداری هدفمند انتخاب شدند. دلیل به‌کارگیری این رویکرد، لزوم گردآوری داده‌های دست اول از طریق تعامل مستقیم با صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران بود تا بتوان معنای پدیده را از دیدگاه آنان کشف نمود. معیارهای ورود به مطالعه به‌گونه‌ای تعیین شد که مشارکت‌کنندگان واجد حداکثر تجربه و تنوع نقش در سازمان باشند. به‌این‌ترتیب، افراد منتخب علاوه بر داشتن حداقل ۱۰ سال سابقه خدمت رسمی و تجربه کافی در سازمان، از سابقه کار در پست‌ها و نقش‌های مختلف (ستادی، عملیاتی و مدیریتی) برخوردار بودند. همچنین، این افراد علاقه به مشارکت در مطالعه و بیان صریح دیدگاه‌ها و تجربیات شخصی خود نشان دادند و در بازه زمانی انجام پژوهش در دسترس و قادر به حضور در جلسات مصاحبه بودند. این معیارها تضمین کرد که داده‌های به‌دست‌آمده از غنای تجربی بالا و تنوع دیدگاه برخوردار باشد و در عین حال، مشارکت‌کنندگان به‌دلیل امنیت شغلی و تجربه طولانی، بتوانند بدون نگرانی نظرات واقعی و عمیق خود را بیان کنند. در نهایت، ۱۴ نفر از کارکنان که تمامی معیارهای فوق را دارا بودند، به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند. برای درک چندبعدی پدیده، تلاش شد تا نمونه‌ها از حیث رشته تحصیلی، سطح تحصیلی، واحدهای سازمانی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی دارای حداکثر تنوع باشند که مشخصات آنان در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

تقویت می‌شود (لو و روتو، ۲۰۱۶). براساس نظریه نگرش، سازمان‌ها می‌توانند به‌عنوان موضوعات بالقوه نگرش در نظر گرفته شوند. در نگرش مربوط به غرور سازمانی، فرد درجه بالایی از مطلوبیت نسبت به شرکت دارد. نگرش‌ها معمولاً ناشی از تجربیات هستند، قابل یادگیری‌اند و در مقایسه با احساسات ثابت، نسبتاً پایدارترند (گوتیر و راین، ۲۰۱۱).

باتوجه به اهمیت حیاتی غرور سازمانی در حفظ انسجام، تقویت تعهد معنوی و افزایش آمادگی عملیاتی و همچنین تأکید ضمنی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بر لزوم ارتقای روحیه و احساس ارزشمندی در نیروهای مسلح، بررسی و طراحی یک الگوی بومی و جامع از غرور سازمانی در نیروهای مسلح، منطقی، ضروری و به‌جا به نظر می‌رسد. بر همین اساس، پژوهشگران بر آن شدند تا طرح تحقیق حاضر را در این راستا تدوین کنند و در پی یافتن الگویی باشند که به شناسایی نظام‌مند ابعاد، عوامل تأثیرگذار و پیامدهای رفتاری و سازمانی غرور سازمانی بپردازد. انتظار می‌رود که با ارائه یک الگوی بومی و مبتنی بر داده‌های واقعی، بستری برای افزایش آگاهی نظری و عملیاتی در حوزه مدیریت منابع انسانی نیروهای مسلح فراهم شود و شناخت صحیحی از عوامل مؤثر بر غرور سازمانی حاصل گردد و همچنین راه‌کارهای عملیاتی و مبتنی بر واقعیت‌های نیروهای مسلح را فراهم آورد. در همین راستا، پژوهش حاضر به‌دنبال پاسخ به این پرسش است که «الگوی غرور سازمانی در فراجا چگونه است؟»

## روش پژوهش

این پژوهش با هدف طراحی و تبیین الگو غرور سازمانی در فراجا، در چارچوب رهیافت پراگماتیسم و از نوع پژوهش داده‌بنیاد با رویکرد نظام‌مند استراوس و کوربین انجام شده است. از لحاظ هدف، این پژوهش اکتشافی-توسعه‌ای محسوب می‌شود؛ جنبه اکتشافی آن ناشی از خلأ نظری و نبود الگوی منسجم در این حوزه خاص است و جنبه توسعه‌ای آن به کاربردی بودن نتایج برای بهبود وضعیت در نیروهای انتظامی مربوط می‌گردد. دلیل به‌کارگیری روش داده‌بنیاد، به ماهیت ظهورگرایانه آن برای تولید نظریه‌های نوین از میان داده‌های واقعی بازمی‌گردد؛ از آن‌جا که مرور پژوهش‌های پیشین حکایت از ضعف نظریه‌های موجود در

جدول ۱- مشخصات مشارکت‌کنندگان

ردیف	رشته تحصیلی	سطح تحصیلات	درجه نظامی	جنسیت	واحدسازمانی	سابقه خدمت (سال)	سن
۱	مدیریت	کارشناسی	سروان	مرد	اداره اماکن	۲۰	۴۲
۲	مدیریت برنامه ریزی	کارشناسی ارشد	سرهنگ	مرد	یگان حفاظت	۲۴	۴۶
۳	حسابداری	دکترای تخصصی	سرهنگ	مرد	واحد تحقیقات	۲۵	۴۷
۴	حقوق	لیسانس	معاون (ستادی)	مرد	واحد تحقیقات	۲۵	۴۴
۵	علوم ارتباطات اجتماعی	کارشناسی ارشد	سرهنگ دوم	مرد	امور دانشی	۲۴	۴۴
۶	حقوق خصوصی	کارشناسی ارشد	سروان	مرد	گزینش	۱۰	۳۳
۷	جغرافیا	لیسانس	سرگرد	مرد	مرزبانی	۱۳	۳۸
۸	حقوق الهیات	کارشناسی ارشد	سرهنگ دوم	زن	امور زنان	۱۷	۴۴
۹	روان‌شناسی	لیسانس	سرگرد	مرد	واحد فرهنگی و اجتماعی	۱۵	۴۰
۱۰	مهندسی نرم‌افزار	کارشناسی ارشد	سرهنگ	مرد	پلیس فتا	۲۷	۴۶
۱۱	مدیریت	لیسانس	سروان	مرد	یگان ویژه	۱۲	۳۵
۱۲	فنی و حرفه‌ای	دیپلم	ستوان سوم	مرد	گذرنامه	۱۵	۴۱
۱۳	علوم سیاسی	کارشناسی	سرهنگ دوم	مرد	ستاد فراجا	۲۱	۴۵
۱۴	علوم انسانی	دیپلم	ستوان سوم	مرد	پلیس راهور	۱۶	۳۸

هدایت شده، تعداد مصاحبه‌شوندگان بیشتر از ۲۰ نخواهد شد. به‌طور کلی عنوان شده که با توجه به زمان و منابع قابل به این ترتیب، به منظور دستیابی به داده‌هایی که بتواند

دسترس، تعداد (۱۵ ± ۵) نمونه برای انجام مصاحبه کافی خواهد بود (کواله<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹).

اکثر روش‌شناسان کیفی به‌جای استفاده از واژگان روایی و پایایی که اساساً و از لحاظ مبانی فلسفی ریشه در پارادایم کمی دارند، از معیار اعتماد‌پذیری یا قابلیت اعتماد جهت ارجاع به ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده می‌کنند (توینینگ<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). قابلیت اعتماد، شامل چهار معیار قابل قبول بودن، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری است (سینکویس و همکاران<sup>۳</sup> ۲۰۰۸). آن‌ها معیارها را با چهار معیار پژوهش کمی متعارف، یعنی روایی درونی و بیرونی و پایایی و عینیت پیوند داده‌اند. در این پژوهش، معیارهای فوق با اقدامات مختلف تأمین شده است که در جدول شماره (۲) به آن‌ها اشاره شده است.

پرسش پژوهش را پاسخ دهد، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با کارکنان منتخب انجام شد. در این مصاحبه‌ها محورهای گفت‌وگو و سؤالات از قبل در اختیار مصاحبه‌شونده قرار می‌گرفت تا با آمادگی مطلوب در جلسه شرکت کند. سؤالات مصاحبه به‌گونه‌ای طراحی شدند که ضمن هدایت پژوهشگر به سمت درک عمیق رخداد و پدیده مورد نظر، به ابعاد نظری مستخرج از پیشینه پژوهش و الگوی تحلیلی نیز بپردازند.

کفایت نمونه‌گیری با روش نمونه‌گیری نظری انجام شده است؛ یعنی، نمونه‌گیری تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. در این پژوهش، از مصاحبه چهاردهم رمز جدیدی استخراج نشد و چون داده‌های جدیدی به‌دست نیامد و داده‌های جمع‌آوری شده تکرار داده‌های قبلی بود؛ بنابراین، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که از لحاظ نظری، در مصاحبه چهاردهم به اشباع نظری رسیده‌اند. مطالعات نشان می‌دهد که در یک پژوهش که با دقت

1- Kvale  
2- Twining  
3- Sinkovics et al

## جدول ۲- اقدامات معیار اعتمادپذیری پژوهش

معیارهای اعتمادپذیری در مرحله کیفی پژوهش	تعاریف	اقدامات صورت گرفته در این پژوهش
قابل قبول بودن	قابل باور بودن یا قانع کننده بودن یک پژوهش، میزان معقول بودن و معنی داشتن یافته‌ها (ورودی‌های مطمئن، تحلیل‌های باورپذیر و یافته‌های قابل قبول) «معادل اعتبار درونی در پژوهش کمی»	باورپذیری ورودی‌های پژوهش (در زمینه ورودی‌ها، لازم است خبرگانی که داده‌های ورودی از آنان گردآوری می‌شود، از سطح دانش و تخصص لازم برخوردار باشند). انتخاب مصاحبه‌شوندگان به صورت هدفمند از هر واحد فرماندهی انتظامی انجام شده است. باورپذیری تحلیل‌های انجام شده در طول پژوهش باید مشخص شود که آیا محقق توانسته است رویدادها را از منظر مشارکت‌کنندگان (و نه از منظر خودش) به درستی تفسیر کند یا خیر. بازخورد مشارکت‌کنندگان از طریق ارائه رمزهای توصیفی به مصاحبه‌شونده و دریافت نظرات اصلاحی باورپذیری یافته‌های پژوهش برای افزایش باورپذیری یافته‌ها، مفاهیم و نظریه ظهور یافته از تحلیل‌ها با ادبیات موضوعی مقایسه گردید. این مقایسه به پژوهشگران اطمینان بیشتری از انسجام و صحت فرایند نظریه‌پردازی حاصل نموده است.
انتقال پذیری	درجه‌ای که نتایج یک مطالعه کیفی می‌تواند به یک محیط دیگر نیز منتقل شده و برای یک زمینه متفاوت به کار رود. (قابلیت تعمیم نتایج به سایر حوزه‌ها و زمینه‌ها) «معادل اعتبار بیرونی در پژوهش‌های کمی» _ در پژوهش‌های کیفی به جای هدف‌گیری برای نمونه‌گیری تصادفی و استدلال احتمالی جهت تعمیم، پژوهشگران کیفی به ارائه یک تصویر مفصل از زمینه‌ای که پژوهش در آن انجام شده است ترغیب می‌شود.	ارائه یک تصویر مفصل از زمینه‌ای که پژوهش در آن انجام شده است. در این جا هدف دادن اطلاعات کافی به خواننده جت قضاوت درباره کاربردپذیری یافته‌ها در محیط‌های دیگر است.
قابلیت اطمینان	هدف آن است که فرایند گردآوری داده‌ها در صورت تکرار به نتایج مشابه بینجامد «معادل پایایی در پژوهش‌های کمی» پژوهشگران را ترغیب می‌کند تا با مستندسازی داده‌ها، انتخاب هدفمند و منطقی روش‌ها و تصمیمات مربوط به پژوهش امکان بازبینی و مرور مجدد فرایند پژوهش را حاصل کند.	در این پژوهش به منظور ایجاد اطمینان‌پذیری، همه مراحل کار و جزئیات پژوهش، باهدف در اختیار گذاشتن داده‌ها به منظور بازبینی توسط هر پژوهشگر دیگری، یادداشت‌برداری و ثبت و ضبط شد.
تأییدپذیری	به میزانی اطلاق می‌شود که یافته‌ها محصول پژوهش هستند تا پیش‌فرض‌های تحقیق و محقق باید نشان دهد که یافته‌های وی واقعاً مبتنی بر داده‌ها هستند.	ارائه گزیده مصاحبه‌ها و نیز توضیح روند تحلیل داده‌ها تا دست‌یابی به نتایج پژوهش

## یافته‌ها

در این پژوهش، به منظور تحلیل داده‌ها بر اساس نظریه داده‌بنیاد کلیه مصاحبه‌های انجام شده ضبط و متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و هریک از مصاحبه‌ها بلافاصله مورد تحلیل قرار گرفت. بر اساس رمزگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی، داده‌ها به‌طور متناوب و مستمر مورد بازبینی و پالایش قرار گرفتند و بر اساس تشابهات و سنخیت داده‌ها، در فرایندی استقرایی، مجموعه‌ای از داده‌های مشابه حول یک مفهوم گرد آمدند. مفاهیمی که معانی مشترکی را در خود داشتند، در قالب مقوله‌ها که سطحی انتزاعی‌تر نسبت به مفاهیم دارند، سازماندهی شدند و در نهایت، مقوله‌هایی که بار معنایی و محتوایی آن‌ها از قرابت بیشتری برخوردار بود،

ذیل طبقه‌بندی ویژه‌ای قرار داده شدند. در نظریه داده‌بنیاد، تجزیه و تحلیل داده‌ها به معنای مقایسه مستمر داده‌ها باهدف مفهوم‌سازی است و همه مراحل از رمزگذاری تا طبقه‌بندی را دربر می‌گیرد. به این ترتیب، در نهایت ۵۷۱ رمز باز و اولیه استخراج شد که در ۱۹ رمز محوری و ۹ رمز انتخابی طبقه‌بندی شدند و هر رمز زیرمقوله‌های الگوی نظام‌مند (شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، اقدامات و پیامدها) را تشکیل می‌دهند. جدول (۳)، حاوی مثال‌هایی از مفاهیم شناسایی شده در متن پیاده‌شده یک نمونه مصاحبه و رمزهای استخراج شده از آن است.

جدول ۳- نمونه‌ای از رمزگذاری باز

رمزهای باز	نمونه پاسخ مصاحبه	ردیف
احساس غرور و افتخار	اولین روزی که یونیفرم رو پوشیدم و رفتم سرکار، به حس خاصی از غرور و تعلق بهم دست داد، حس می‌کنم عضوی از یه مجموعه مهم هستم و این باعث میشه به خودم و کارم افتخار کنم.	۱
ایجاد احساس ناامنی در مجرمان	همیشه برام جالب بوده که وقتی افراد خلافکار یا اون‌هایی که ظلم و ستم می‌کنن ما رو می‌بینن، واقعاً احساس ناامنی بهشون دست میده و همین که باعث میشم خلافکارها امنیت نداشته باشن و از مون حساب ببرن، به کار خودم افتخار می‌کنم.	۲
احساس ناامنی مجرمان در جامعه	یکی از چیزایی که خیلی برای من مهمه اینه که افرادی که قانون رو زیر پا می‌ذارن و نظم رو به هم می‌زنن، توی جامعه با دیدن ما احساس ناامنی می‌کنن و این موضوع برام افتخارآمیزه.	۳
دلگرمی از حضور فرمانده	واقعاً وقتی فرمانده خودمون تو بعضی از عملیات‌ها کنارمون هست و حضور داره، یه حس دلگرمی بهم میده و باعث می‌شه به سازمان و کارم بیشتر افتخار کنم.	۴
اقتدار فرمانده	بادمه یه بار توی یه ماموریتی که دو تا خانواده با هم دعوا داشتن، حضور فرمانده و اقتدار ایشون باعث شد من حس غرور پیدا کنم و به مجموعه‌مون افتخار کنم.	۵
تقدیر و پاداش	واقعیتش اینه که وقتی به خاطر عمل کرد خوب، تقدیر یا پاداش می‌گیرم یا حتی یه نشان تشویقی به پرسنل داده میشه، واقعاً احساس ارزشمند بودن بهم دست میده.	۶
آموزش‌های تخصصی	آموزش‌هایی که تو سازمان می‌بینیم، مثلاً تیراندازی با انواع سلاح‌ها، دوره‌های رزمی یا دفاع شخصی، همیشه حس می‌کنم بخاطرشون نسبت به بقیه برترم و این باعث میشه به کارم افتخار کنم.	۷
احساس ارزشمندی در کار	حس ارزشمندی تو کارم دارم چون می‌بینم پرسنل فراجا باعث نظم و امنیت و اجرای قانون میشن و همین برای من خیلی مهمه.	۸
تجهیزات و امکانات	وقتی تجهیزات و امکانات مثل سلاح‌ها یا خودروهای مجهز رو در اختیار داریم، واقعاً یه حس قدرت و غرور نسبت به کار بهم دست می‌ده و فکر می‌کنم کارمون ارزش زیادی داره.	۹
کار تیمی	راستش توی عملیات‌ها و ماموریت‌ها، وقتی می‌بینم تیمی کار می‌کنیم و همه با هم هماهنگ و هالگو هستیم، واقعاً یه پشت گرمی و دل‌گرمی خاصی حس می‌کنم و در نهایت به کارم توی فراجا افتخار می‌کنم.	۱۰
انعکاس اخبار مثبت	وقتی اخبار موفقیت‌های عملیات‌هامون تو رسانه‌ها و تلویزیون منتشر میشه، مثل جمع‌آوری اوباش یا موادفروش‌ها، واقعاً حس غرور سازمانی بهم دست می‌ده و خوشحال میشم.	۱۱
خدمت در شرایط سخت	خیلی وقتا تو شرایط سخت مثل مناطق مرزی یا وقتی اوضاع آب و هوا بده یا حتی وقتی تو مناطق اقلیت‌های دینی خدمت می‌کنم، همین سختی‌ها باعث میشه بیشتر به کارم افتخار کنم و حس کنم کار من اهمیت داره.	۱۲

## ادامه جدول ۳- نمونه‌ای از رمزگذاری باز

ردیف	نمونه پاسخ مصاحبه	رمزهای باز
۱۳	این‌که تو بعضی ماموریت‌ها مثل دستگیری سارقین یا اشرار جلوی جمعیت مردم حضور داریم و می‌دونم کار من اجرا و حفظ قانون و امنیت جان مردم هست و مردم خودشون نمی‌تونن این کار رو بکنن واقعاً بهم حس افتخار می‌ده.	هویت نظامی
۱۴	جذابیت و تنوع تو کار ما خیلی زیاده؛ هر روز به ماموریت جدید یا جا به جایی به محل جدید (کلانتری یا گشت شهری و...) دارم و همین باعث میشه کار جذاب باشه.	جذابیت و تنوع کاری
۱۵	وقتی فرمانده‌ها توی ماموریت به پیشنهادات و انتقادات ما گوش میدن و مشکلات رو برطرف می‌کنن، واقعاً حس می‌کنم دیده شدم و به کارم افتخار می‌کنم.	شنیده شدن پیشنهادات
۱۶	حمایت‌های سازمانی مثل بیمه‌های مختلف، معافیت مالیاتی یا حتی رفاهیات مثل اینکه هر دو سال یک بار به ما ویلا تو شهرهای ساحلی بدن، باعث میشه احساس تعلقم به کار بیشتر بشه.	حمایت‌های سازمانی
۱۷	اخلاق کاری برام این‌طوره که خیلی وقتاً مردم به خاطر کاری که کردیم برامون هدیه یا شیرینی میارن اما ما چون باید در حین خدمت اینا رو قبول نکنیم، با لبخند جواب می‌دیم که نمی‌تونم قبول کنم و خود همین حس غرور و افتخار می‌ده.	اخلاق کاری
۱۸	ثبات شغلی برام خیلی مهمه؛ حس می‌کنم چون از اول رسمی استخدام شدم به پشتوانه خوبی دارم و اگه قراردادی یا شرکتی بودم همیشه بابت آینده استرس داشتم اما حالا حس تعلق به کارم بیشتره.	ثبات شغلی
۱۹	راستش حقوقی که می‌گیرم کافی نیست و مشکلات مالی و معیشتی زیادی دارم و بعضی وقتاً واقعاً مجبور می‌شم به فکر یه شغل دوم بیفتم.	حقوق ناکافی
۲۰	مسیر ارتقای شغلی تو سازمان واقعاً طولانیه و کلی زمان می‌بره و همین یه کم دل‌سردکننده است.	طولانی بودن فرایند ارتقا
۲۱	متأسفانه بعضی وقتاً بعد از عملیات‌های موفق به جای این‌که از کل تیم تقدیر کنن فقط یک نفر رو تقدیر می‌کنن و این باعث ناراحتی بقیه می‌شه.	عدم تجلیل از کل تیم

گردیدند تا ساختار اولیه پارادایم پژوهش شکل گیرد. این فرایند استقرایی که قلب تپنده روش داده‌بنیاد است، به پژوهشگر امکان می‌دهد تا از جزئیات داده‌ها فراتر رفته و به الگوها و روابط مفهومی عمیق‌تر دست یابد. نمونه نتایج حاصل از این فرایند مقوله‌بندی که نشان‌دهنده گذار از داده‌های پراکنده به ساختاری مفهومی و منسجم است، در جدول شماره (۴) ارائه و شده است.

در ادامه فرایند تحلیل داده‌ها بر اساس نظریه داده‌بنیاد و پس از استخراج رمزهای اولیه یا باز، مرحله مقوله‌بندی آغاز می‌گردد. در این مرحله، رمزهای اولیه که حاصل از تحلیل دقیق متن مصاحبه‌ها بودند، به‌طور مداوم با یک رمز دیگر مقایسه شده و بر اساس تشابه و سنخیت معنایی، در قالب مفاهیم هم‌سان دسته‌بندی شدند. سپس، این مفاهیم با درجه انتزاعی بالاتر، در مقوله‌های اصلی‌تر سازماندهی

## جدول ۴- نمونه مقوله‌های مأخوذ از رمزهای اولیه

ردیف	رمزهای اولیه	مقوله‌ها
۱	موفقیت‌های ورزشی سازمان، درخشش پرسنل در عملیات و مسابقات، احساس غرور از دستاوردهای همکاران در رویدادهای ورزشی و علمی، موفقیت‌های همکاران، دستاوردهای همکاران، وابستگی غرور به دستاوردهای سازمان، دریافت تقدیرنامه، قدردانی و تقدیرنامه، نمایش هویت سازمانی، احساس غرور از معرفی شغلی، روایت-گری و انتقال افتخارات سازمانی، بازگویی خاطرات و ترویج موفقیت‌ها، غرور ناشی از حضور فعال در برنامه‌های سازمانی	هویت، دستاورد و مشارکت سازمانی
۲	تعلق به سازمان معتبر (فراجا)، تعلق به خانواده بزرگ فراجا، افزایش تعلق سازمانی در این لباس، احساس مثبت به غرور سازمانی، احساس غرور و افتخار، ابهت شغلی در فراجا، انجام وظیفه ذاتی یعنی حس غرور، ذاتی بودن غرور سازمانی، کارآمدی سازمان، شایستگی و کارآمدی سازمان، ابهت شغلی و افتخار به سازمان فراجا، افتخار به پلیس زن بودن، احساس تعلق و شور هیجانی	تعلق و شایستگی سازمانی
۳	اخلاق کاری، رعایت اخلاق حرفه‌ای، اخلاق کاری و انجام وظیفه بدون منت، علاقه‌مندی به شغل پلیس، علاقه به کار و انرژی بالا	نگرش و ارزش‌های حرفه‌ای

ادامه جدول ۴- نمونه مقوله‌های مأخوذ از رمزهای اولیه

مقوله‌ها	رمزهای اولیه
ثبات و حمایت سازمانی	حمایت‌های معیشتی و رفاهی سازمان، حمایت مالی و رفاهی سازمان، حمایت رفاهی و مالی عامل تفاوت، حمایت‌های سازمانی (حقوق، بیمه...)، رفاهیات اختصاصی نیروهای مسلح (بیمه، معافیت مالیات)، افزایش امنیت شغلی با حمایت سازمان، رفاهیات سازمانی، ثبات شغلی، کاهش نگرانی از آینده شغلی، رضایت از استمرار شغلی
نگرش مثبت و ارزش محور به کار	احساس ارزشمندی در کار، حس خدمت به مردم و ارزشمندی کار، احساس ارزشمندی به‌عنوان فرمانده بانوان، حس ارزشمندی پس از عملیات موفق، بیان شغل با افتخار در جامعه، احساس مفیدبودن به‌خاطر عضویت در سازمان، احساس نقش مهم در جامعه، احساس مشارکت در تصمیم‌گیری
مقاومت در برابر همکاری و تغییر	کاهش همکاری با سایر نهادها، حس خودبرتتری و مقاومت در برابر تغییر، پیدایش حس خودبرتربینی، مقاومت در برابر تغییر، کمی خودبرتربینی به‌خاطر حس غرور به سازمان، مقاومت به پیشنهاد و انتقاد، احساس خودبرتربینی، بی‌انگیزگی در انجام برخی وظایف به‌خاطر غرور بیش از حد
جایگاه و اعتماد اجتماعی	اعتماد مردم به پرسنل فراجا، ارتباط مثبت سازمان با مردم، ارتباط بهتر با مردم، بهبود، تاثیر غرور بر رفتار فردی، جلوگیری از بدرفتاری، کاهش بدرفتاری با مردم و همکاران، پیشگیری از بدرفتاری، ایجاد احساس ناامنی مجرمان در جامعه، احساس غرور از ترس مجرمان
هویت و انسجام سازمانی	حس برتری به‌خاطر خدمات خاص، احساس برتری نسبت به کارکنان سایر سازمان‌ها، تمایز از مردم عادی، احساس برتری سازمانی، علمی و اجتماعی شدن فعالیت پلیس، رفتار نمادین ناشی از غرور، رفتار نمادین با احساس غرور، انسجام کار تیمی، تقویت انسجام تیمی، حس رقابت‌پذیری سازنده
بهینه‌سازی منابع انسانی	بسترسازی برای خلاقیت و نوآوری، شایسته‌سالاری در انتصاب مدیران، توجه سازمان به افراد توانمند، آزادی عمل بیشتر در عملیات‌ها، کاربردی شدن آموزش‌ها

رمزگذاری باز با تعیین مفاهیم و مقولات به پایان می‌رسد. در این هنگام، پژوهشگر مقولاتی دارد که باید ارتباط آن‌ها را با رمزی دیگر در پرتو داده‌های واقعی مشخص کند. این اقدام در مرحله رمزگذاری محوری صورت می‌گیرد. رمزگذاری محوری فرایندی است که طی آن داده‌هایی که به مفاهیم و مقوله‌ها تجزیه شده بودند، به شیوه جدیدی مورد بررسی قرار می‌گیرند تا از آن میان بتوان بین یک مقوله و مفاهیم موجود در آن و حتی دیگر مقولات پیوند برقرار کرد. در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد، یک مقوله از مرحله رمزگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرایندی که در حال بررسی آن است به‌عنوان پدیده محوری قرار می‌دهد و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌ها عبارتند از شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، اقدامات و پیامدها که خروجی این کار الگو پارادایمی است و پژوهشگر را قادر می‌کند تا درباره داده‌ها به‌طور منظم بیندیشد و آن‌ها را به شیوه‌های دیگری به هم پیوند زند (بازرگان، ۱۳۹۴). جدول شماره (۵) مقوله‌های خرد و کلی هر بُعد ارائه شده در این پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۵- مقوله‌های اصلی، کلی و خرد

ابعاد	مقوله کلی	مؤلفه‌ها (مقوله خرد)
پدیده محوری	غرور هیجانی	هویت، دستاورد و مشارکت سازمانی
	غرور نگرشی	تعلق و شایستگی سازمانی
عوامل علی	عوامل فردی	نگرش و ارزش‌های حرفه‌ای شایستگی‌های شغلی
	عوامل سازمانی	منابع و نمادهای سازمانی
		رهبری و فرهنگ سازمانی
		تقدیر و تعاملات سازمانی
شرایط زمینه‌ای (بستر حاکم)	فرهنگ و ساختار سازمانی	هویت و تعاملات سازمانی فرهنگ انگیزه‌بخش و ارزش محور
	شرایط مداخله‌گر	چالش‌های روان‌شناختی و مدیریتی
پیامدها		نتایج فردی
	نتایج سازمانی	مقاومت در برابر همکاری و تغییر
		جایگاه و اعتماد اجتماعی
اقدامات و راهبردها	ارتقای قابلیت‌های انسانی و ظرفیت‌های سازمانی	هویت و انسجام سازمانی توسعه فرهنگی، ارزشی و حمایتی
		بهبودسازی منابع انسانی

بنا به نظر کرسول و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) در مرحله رمزگذاری انتخابی یک نظریه پرداز داده بنیاد می‌تواند نظریه خود را به سه شیوه ممکن ارائه نماید: به صورت نمودار (الگو مفهومی پارادایمی)؛ به شکل تشریحی و روایت یک داستان؛ به صورت مجموعه‌ای از گزاره‌ها. در این پژوهش ما از الگوی پارادایمی استفاده کردیم که شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، کنش و واکنش‌ها و اقدامات و پیامدهای پدیده اصلی، یعنی «غرور سازمانی در فراجا» را همانند آن-چه در شکل (۱) آمده است، تشریح می‌کند.



شکل ۱- الگوی مفهومی پژوهش براساس نظریه داده‌بنیاد

## بحث و نتیجه‌گیری

سازمانی کمک می‌کند، بلکه گامی بلند در جهت ارتقای سرمایه انسانی نظامی، انتظامی و امنیتی کشور محسوب می‌شود.

در این پژوهش، الگوی غرور سازمانی در فراجا طی یک پژوهش کیفی و بر اساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد و طرح نظام‌مند استراوس و کوربین طراحی شد و سعی شد تا در مقوله اصلی با تشریح فرایند غرور سازمانی و ابزارهای احصا-شده آن طی مصاحبه‌های انجام‌گرفته تا حدودی نقص غیر کارکردی بودن تعاریف و الگوهای موجود را پوشش دهد. از آن‌جا که هدف اصلی این طرح، ارائه الگوی غرور سازمانی در فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران است، در این بخش، مفاهیم به‌عنوان واحد تحلیل مورد توجه واقع گردیدند و با جدانمودن متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا پاراگراف‌ها تلاش شد تا رمزهای باز استخراج شوند و به‌علت تعدد مفاهیم استخراج-شده، رمزها چند بار پالایش و مفاهیم دسته‌بندی گردیدند که به مؤلفه‌های سازنده هر یک از ابعاد الگو پرداخته می‌شود.

پدیده محوری این پژوهش، «غرور سازمانی» است که به‌عنوان یک سرمایه روان‌شناختی قدرتمند و احساس عمیق از افتخار و سربلندی ناشی از عضویت در سازمان تعریف می‌شود. تحلیل داده‌ها نشان داد که این پدیده دارای دو بُعد متمایز، اما مرتبط است: غرور هیجانی که پاسخی احساسی و آنی به موفقیت‌ها و دستاوردها و غرور نگرشی

غرور سازمانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازه‌های روان‌شناختی در حوزه رفتار سازمانی، به احساس ارزشمندی، افتخار و هویت فردی-جمعی نسبت به عضویت در یک سازمان اشاره دارد. این مفهوم فراتر از رضایت شغلی یا تعهد سازمانی است و ریشه در هویت اجتماعی و تعلق نمادین فرد به سازمان دارد. در نیروهای انتظامی، غرور سازمانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این نهادها در بستری از انضباط، مأموریت‌های پیچیده امنیتی و تعهد ایدئولوژیک عمل می‌کنند. در این محیط‌های استثنایی، غرور سازمانی تنها یک احساس مثبت نیست، بلکه یک سرمایه روانی و فرهنگی است که به انسجام، تاب‌آوری و اثربخشی عملیاتی منجر می‌شود.

در نیروهای انتظامی ایران، غرور سازمانی با ابعاد فرهنگی و ایدئولوژیک خاصی همراه است. هویت اسلامی سازمان، پیوند غرور سازمانی با غرور ملی، تجلیل از مقام شهدا و جانبازان و تأکید بر خدمت به کشور به‌عنوان یک فریضه معنوی، از جمله عوامل کلیدی تقویت‌کننده این غرور هستند. در نهایت، غرور سازمانی در نیروهای انتظامی تنها یک متغیر رفتاری نیست، بلکه ستون اصلی انسجام، انگیزه و هویت جمعی است. تقویت آن نیازمند توجه به عوامل علی، عوامل زمینه‌ای و کاهش عوامل مداخله‌گر منفی است. با توجه به نقش محوری فرماندهی انتظامی در حفظ امنیت و نظم، به‌عنوان «معلم اجتماعی»، طراحی و تبیین یک الگوی بومی غرور سازمانی نه‌تنها به تقویت عمل‌کرد

شایستگی و کارآمدی فردی را تقویت کرده و مستقیماً به غرور فردی و سپس غرور جمعی منجر می‌شود. این سازکار با نظریه خودکارآمدی باندورا<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) که موفقیت‌های گذشته را قوی‌ترین منبع برای ایجاد باور به توانایی‌های فرد می‌داند و نظریه انگیزشی مک‌کلند<sup>۳</sup> (۱۹۸۷) که نیاز به موفقیت را یک محرک درونی قوی معرفی می‌کند، کاملاً سازگار است. از سوی دیگر، کسب مهارت‌های تخصصی، حس تمایز و برتری نسبی ایجاد کرده و به شکل‌گیری یک هویت نخبه‌گرایانه منجر می‌شود که منبع قوی‌ای برای غرور فردی است. این یافته با نظریه سرمایه انسانی بکر<sup>۴</sup> (۱۹۶۴) هم‌سو است و نشان می‌دهد که مهارت‌ها به‌عنوان سرمایه اختصاصی، از طریق افزایش شایستگی حرفه‌ای، غرور را تقویت می‌کنند. در مطالعه شوکلا<sup>۵</sup> (۲۰۲۴) نیز تأیید می‌کند که برنامه‌های آموزش و توسعه، تأثیر مثبتی بر غرور کارکنان دارند. همچنین، در مطالعه‌های دیگر که توسط بروسی<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) انجام شد، غرور سازمانی می‌تواند ناشی از توانایی‌ها و مهارت‌های کارکنان باشد. این نوع غرور که براساس درک کارکنان از توانایی‌های خود شکل می‌گیرد، می‌تواند بر رفتارهای پیش‌دستانه آن‌ها تأثیر بگذارد.

منابع و نمادهای سازمانی، به‌ویژه «تجهیزات و امکانات ویژه»، به‌عنوان یک عامل علی دیگر شناسایی شدند. این عامل نه‌تنها به‌عنوان ابزار عملیاتی، بلکه به‌عنوان نمادی از قدرت، اعتبار و تخصص سازمان عمل می‌کند. دسترسی به تجهیزات پیشرفته، حس توانمندی و امنیت فردی را افزایش داده و پرستیژ سازمانی را در دید کارکنان و جامعه تقویت می‌کند. فراهم‌آوردن شرایط کاری مطلوب و پاداش‌های سازمانی، از جمله تجهیزات پیشرفته، می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای از حمایت سازمانی تلقی شود (رودز، ۲۰۰۲). این حمایت، به نوبه خود، حس تعلق و وفاداری کارکنان را افزایش می‌دهد (جی ینگ<sup>۶</sup>، ۲۰۲۲) (ژانگ<sup>۷</sup>، ۲۰۲۳). پژوهش‌های متعددی (جینگ، ۲۰۲۲؛ دیپا، ۲۰۲۴؛ حمید، ۲۰۱۹) نشان می‌دهند حمایت سازمانی که می‌تواند شامل فراهم‌آوردن منابع و تجهیزات پیشرفته باشد، به‌طور مستقیم بر حس ارزشمندی کارکنان و در نتیجه، بر غرور و تعلق سازمانی آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

که عمیق‌تر، پایدارتر و بر پایه باورها و شناخت‌های فرد نسبت به سازمان استوار است. این دووجهی بودن غرور، کلید درک نقش آن در تعهد و عمل کرد پایدار کارکنان است. این پدیده، محصول مجموعه‌ای از شرایط علی است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بستر لازم برای شکل‌گیری آن را فراهم می‌آورند. این شرایط علی خود در پنج مقولل خرد دسته‌بندی شدند: نگرش و ارزش‌های حرفه‌ای، شایستگی‌های شغلی، منابع و نمادهای سازمانی، رهبری و فرهنگ سازمانی و تقدیر و تعاملات سازمانی.

در مقوله نگرش و ارزش‌های حرفه‌ای، دو مؤلفه «رعایت اخلاق حرفه‌ای» و «علاقه‌مندی به شغل» به‌عنوان بنیان‌های روانی و رفتاری کارکنان شناسایی شدند. یافته‌ها با نظریه هویت اجتماعی تاجفل و ترنر هم‌سو بوده و نشان می‌دهند که هم‌پوشانی میان هویت فردی و هویت سازمانی که از طریق پای‌بندی به اصول اخلاقی (صداقت، درستکاری و بی‌طرفی) حاصل می‌شود، موجب تقویت تعلق، عزت نفس و غرور می‌گردد. این غرور، برخاسته از درون و ناشی از انتخاب‌های اخلاقی فرد است، نه عوامل بیرونی. پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهند که رهبری اخلاقی از طریق کانال‌های «اعتماد و احترام» و «انگیزه درونی»، ابتدا تعهد سازمانی را تقویت کرده و این تعهد، در نهایت به غرور سازمانی می‌انجامد (نوس<sup>۱</sup>، ۲۰۲۵). همچنین، اشتیاق شغلی که با نشاط و فداکاری مشخص می‌شود، از دو مسیر فردی-روان‌شناختی و سازمانی-اجتماعی به غرور سازمانی می‌انجامد. براساس نظریه تبادل اجتماعی، اشتیاق پاسخی به سرمایه‌گذاری سازمان بر فرد است و براساس نظریه هویت سازمانی، هویت قوی با سازمان می‌تواند بر اشتیاق شغلی تأثیر بگذارد. داده‌های کیفی این ارتباط را به‌وضوح تأیید می‌کنند و با پژوهش‌هایی رضایی و شهیدی (۱۴۰۳) و دستوری و نیک‌منش (۱۴۰۳) که نشان می‌دهند اشتیاق شغلی به‌طور مستقیم بر غرور سازمانی تأثیر می‌گذارد، هم‌سو است.

مقوله شایستگی‌های شغلی نیز از طریق دو مؤلفه «موفقیت‌آمیز بودن مأموریت‌ها» و «مهارت‌ها و آموزش‌های تخصصی» بر غرور سازمانی تأثیر می‌گذارد. موفقیت در مأموریت‌ها، به‌عنوان یک بازخورد عینی و ملموس، احساس

5- Brosi  
6- Jing  
7- Zhang

1- Neves  
2- Bandura  
3- McClelland  
4- Becker

نشان داد حمایت خانواده از کار بر رضایت شغلی تأثیر مثبت دارد، هم‌سو است.

شرایط زمینه‌ای، اگرچه محرک مستقیم پدیده نیستند، اما بستر لازم برای ظهور و تثبیت غرور سازمانی را فراهم می‌آورند. این شرایط در قالب «فرهنگ و ساختار سازمانی» و در سه مقوله خرد «هویت و تعاملات سازمانی»، «فرهنگ انگیزه‌بخش و ارزش‌محور» و «ثبات و حمایت سازمانی» دسته‌بندی شدند. هویت و تعاملات سازمانی، از طریق روحیه همکاری و کار تیمی و هویت سازمانی، زمینه‌ساز پذیرش عمیق‌تر غرور سازمانی است. براساس نظریه توسعه تیم بروس تاکنم<sup>۶</sup> (۱۹۶۵)، موفقیت مشترک حاصل از کار تیمی منسجم، مستقیماً به شکل‌گیری غرور سازمانی می‌انجامد. این یافته با پژوهش حسینی و سلطانی (۱۳۹۶) که نشان داد، ارتقاء کیفیت کار در گرو انجام کار تیمی است. هم‌سو است. همچنین، هویت سازمانی قوی که با درونی‌کردن ارزش‌های سازمانی شکل می‌گیرد، پیش‌شرط لازم برای تجربه احساس غرور است و با پژوهش نجات و عباسی (۱۳۹۸) که نشان دادند هویت سازمان با عمل‌کرد سازمان رابطه مثبت دارد، همخوانی دارد. یعنی، کارکنانی که هویت قوی‌تری با سازمان خود احساس می‌کنند، به مراتب آمادگی بیشتری برای تجربه احساس غرور ناشی از تعلق به آن نهاد خواهند داشت.

فرهنگ انگیزه‌بخش و ارزش‌محور نیز از طریق «فرهنگ سازمانی هم‌سو با ارزش‌ها» و «جذابیت و تنوع کاری» به تقویت غرور می‌پردازد. فرهنگی که ارزش‌های بنیادین (مانند ایثار و شهادت) را در کانون توجه قرار دارد (نظریه فرهنگ سازمانی شاین<sup>۷</sup>، ۱۹۸۳)، هویت جمعی را مستحکم کرده و منبعی الهام‌بخش برای غرور است. این امر با پژوهش سلیمان زاده و راد (۱۳۹۴) که نشان می‌دهند، پابندی به اخلاق حرفه‌ای منجر به ارتقاء فرهنگ سازمانی می‌شود، هم‌سو است و سلامت اداری و ارتقاء فرهنگ سازمانی در سازمان‌ها محصول نهادینه‌شدن اخلاق حرفه‌ای است. موفق‌ترین سازمان‌ها دارای فرهنگی هستند که هم‌سو با ارزش‌های اخلاقی‌اند. در پژوهش دیگری توسط کامل حسینی و اسدی (۱۴۰۴) با عنوان «نقش فرهنگ سازمانی در توانمندسازی کارکنان» نتایج پژوهش نشان می‌دهد که

در مقوله رهبری و فرهنگ سازمانی، «حضور مؤثر و اقتدار فرمانده در عملیات» و «سازمان انتقادپذیر» به‌عنوان عوامل کلیدی برجسته شدند. حضور فرمانده در صحنه عملیات، با ایجاد حس دل‌گرمی و امنیت و تقویت اعتماد به توانایی سازمان، به شکل‌گیری هویت جمعی قوی می‌انجامد که در آن غرور فردی به غرور سازمانی تبدیل می‌شود. این یافته با ویژگی‌های رهبری تحول‌آفرین (سوتانتو<sup>۱</sup>، ۲۰۲۵) و رهبری خدمت‌گزار هم‌سو است. از سوی دیگر، «سازمان انتقادپذیر» که در آن امنیت روانی و یادگیری سازمانی در اولویت است، با ایجاد بستری برای بیان نظرات و انتقادات سازنده، به کارکنان حس ارزشمندی و مشارکت می‌دهد و این امر مستقیماً به تقویت غرور سازمانی می‌انجامد. این مفهوم با نظریه یادگیری سازمانی (آرجریس و شون<sup>۲</sup>، ۱۹۷۸) و نظریه رهبر-عضو (لیدن و همکاران<sup>۳</sup>، ۱۹۹۳) ارتباط دارد و با پژوهش جوادی<sup>۴</sup> (۲۰۲۵) که نشان می‌دهد سکوت سازمانی به دلیل ترس از عواقب منفی، عدم اعتماد به رهبری و فرهنگ‌های سلسله‌مراتبی ایجاد می‌شود که در آن کارکنان از بیان انتقادات و ایده‌های خودداری می‌کنند، هم‌سو است.

نهایتاً، در مقوله تقدیر و تعاملات سازمانی، سه مؤلفه «تقدیر از عمل‌کرد»، «بازتاب مثبت رسانه‌ها» و «خانواده و حمایت از کار» شناسایی شدند. تقدیر از عمل‌کرد، به‌عنوان یک «سرمایه نمادین»، هویت سازمانی فرد را برجسته‌تر ساخته و براساس نظریه هویت اجتماعی، منجر به احساس ارزشمندی و غرور می‌شود. این یافته با پژوهش نفری و حجازی (۱۴۰۰) که نشان دادند راه‌کارهای پاداش‌محور باعث افزایش خودکارآمدی کارکنان می‌گردد، هم‌سو است. بازتاب مثبت رسانه‌ها نیز با برجسته‌سازی موفقیت‌های سازمان (نظریه برجسته‌سازی مک‌کومز و شاو<sup>۵</sup>، ۱۹۷۲)، اعتبار نمادین ایجاد کرده و تصویر قدرتمندی از سازمان ترسیم می‌کند. این امر با پژوهش‌های افشار (۱۳۹۹) و نعمتی انارکی و زابلی‌زاده (۱۳۹۶) که تأثیر رسانه‌ها بر عمل‌کرد شغلی و تصویر پلیس را بررسی کرده‌اند، همخوانی دارد. حمایت خانواده نیز با ایجاد انگیزه مثبت و ادغام هویت شغلی در زندگی خانوادگی، به تقویت حس تعلق و غرور سازمانی کمک می‌کند و با پژوهش گودرزی (۱۳۹۵) که

5- McCombs & Shaw

6- Tuckman

7- Schein

1- Sutanto

2- Argyris & Schon

3- Liden et al

4- Jawadi

این یافته با پژوهش‌های نمازی و همکاران (۱۴۰۴) و ابرقوئی (۱۴۰۴) که رابطه منفی استرس با انگیزش و رابطه مثبت آن را با فرسودگی شغلی تأیید کرده‌اند، هم‌سویی کامل دارد و بیان می‌کنند که استرس شغلی صرفاً یک چالش فردی نیست، بلکه یک تهدید استراتژیک برای سازمان محسوب می‌شود که با سست‌کردن پیوندهای روان‌شناختی کارکنان، به‌تدریج سرمایه‌های ناملموس کلیدی نظیر غرور سازمانی، هویت و سرمایه اجتماعی را فرسایش می‌دهد. از سوی دیگر، سختی کار که به ماهیت طاقت‌فرسای وظایف اشاره دارد،

در پژوهش مؤمنی (۱۴۰۱) به این صورت عنوان می‌شود که چالش‌های چندوجهی سلامت، ماهیت شغل و فشارهای اقتصادی را دربر می‌گیرد که ظرفیت روانی کارکنان برای پردازش هویت مثبت سازمانی را تضعیف می‌کند. نکته برجسته و منحصره‌فرد در بستر نیروهای انتظامی، عامل «کم‌کاری سایر نهادها» است که به‌عنوان یک مداخله‌گر خارجی، بار مسؤلیت را بر دوش کارکنان سنگین کرده و حس بی‌عدالتی و عدم قدردانی را تقویت می‌کند. این امر که در پژوهش قادرزاده و بخشیان (۱۳۹۸) نیز مورد تأکید قرار گرفته، نشان می‌دهد که غرور سازمانی در نیروهای انتظامی، به عمل‌کرد کل نظام امنیتی وابسته است و ناکارآمدی در سایر بخش‌ها می‌تواند به‌طور مستقیم سرمایه اجتماعی و افتخار سازمانی را در این نهاد فرسایش دهد. مقوله «موانع اقتصادی و مدیریتی»، بر ابعاد ساختاری و زیربنایی چالش‌ها تأکید دارد. ساختار سازمانی ناکارآمد، با ویژگی‌هایی چون بروکراسی پیچیده، تمرکزگرایی مفرط و عدم وجود عدالت سازمانی، مانعی جدی بر سر راه تعهد و غرور کارکنان است.

طبق پژوهش مباشری و همکاران (۱۴۰۳) این ساختارهای «خشک» که مانع از بروز خلاقیت و استقلال می‌شوند، به‌عنوان یکی از عوامل اصلی واماندگی استعدادها شناسایی شده‌اند و با ایجاد حس تبعیض و بی‌عدالتی، پیوند عاطفی کارکنان با سازمان را سست می‌کنند. این یافته با نتایج پژوهش ووئنگو<sup>۵</sup> (۲۰۱۹) نیز هم‌خوانی دارد و نشان‌دهنده اهمیت جهانی طراحی ساختارهای سازمانی انعطاف‌پذیر و عادلانه است. در کنار آن، «فشار اقتصادی و معیشتی» به‌عنوان یک عامل بنیادین، نقش کلیدی ایفا می‌کند. بر اساس مستندات، عدم تناسب بین سختی کار و

فرهنگ سازمانی بر توانمندسازی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد و می‌تواند به عنوان عاملی کلیدی در بهبود عمل‌کرد سازمانی مورد توجه قرار گیرد. همچنین، جذابیت و تنوع کاری که با نظریه ویژگی‌های شغل (هاکمن و اولدهام<sup>۱</sup>، ۱۹۷۶) و نظریه دو عاملی هرزبرگ، همسو است، با ایجاد انگیزش درونی و رضایت شغلی، به غرور سازمانی می‌انجامد. این یافته با پژوهش محمدی و عبدی (۱۴۰۱) که نشان داد جذابیت سازمانی بر وفاداری سازمانی تأثیر مثبت دارد، همخوانی دارد، و وفاداری عمیق و ریشه‌دار به سازمان، به عنوان یک پیش‌نیاز یا تقویت‌کننده مهم، احساسات مثبت پایدار مانند غرور سازمانی را در کارکنان نهادینه می‌سازد؛ زیرا فردی که به سازمانی وفادار است، احتمالاً به دستاوردها و ماهیت کار آن سازمان افتخار نیز خواهد کرد.

مقوله ثبات و حمایت سازمانی نیز از طریق «حمایت سازمانی» و «امنیت شغلی» به‌عنوان پایه‌ای برای اطمینان خاطر کارکنان عمل می‌کند. براساس نظریه مبادله اجتماعی و نظریه سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، وقتی کارکنان حمایت و امنیت شغلی را درک کنند، از نیازهای پایه‌ای عبور کرده و می‌توانند به سطوح بالاتر احترام و خودشکوفایی صعود کنند که این خود بستری برای ظهور غرور است. این یافته با پژوهش‌های زرگران خوزانی و همکاران (۱۳۹۶)، ما<sup>۲</sup> (۲۰۱۹)، ملکامو<sup>۳</sup> (۲۰۲۳) هم‌سو است که نشان می‌دهند، کاهش حمایت سازمانی به کاهش کیفیت خدمات می‌انجامد و امنیت شغلی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی رابطه مثبت دارد.

شرایط مداخله‌گر تحت مقوله کلی «چالش‌های روان‌شناختی و مدیریتی» طبقه‌بندی شده و خود به دو دسته اصلی «فشارهای محیطی و روانی» و «موانع اقتصادی و مدیریتی» تقسیم می‌شوند که هر یک به نحوی بر مسیر تبدیل پتانسیل‌های فردی و سازمانی به غرور پایدار تأثیر می‌گذارند. «فشارهای محیطی و روانی» نشان می‌دهد که عوامل نظیر استرس شغلی، سختی کار و کم‌کاری سایر نهادها، به‌عنوان متغیرهای بازدارنده عمل می‌کنند. استرس شغلی که بر اساس الگوی تقاضا-کنترل کاراسک<sup>۴</sup> (۱۹۹۸) تبیین شد، در شرایطی که تقاضای شغلی بالا و کنترل کارکنان پایین است، با تضعیف انگیزش و تعمیق فرسودگی شغلی، مستقیماً به کاهش غرور سازمانی منجر می‌رسیم.

4- Karasek  
5-Woyengo

1- Hackman & Oldham  
2- Ma  
3- Melkamu

دریافتی‌های اقتصادی، انگیزه و غرور را به شدت تحت‌الشعاع قرار می‌دهند (هاشمی مهر، ۱۳۹۹). با این حال، پژوهش چیتیمبه (۲۰۲۵) نکته‌ظریفی را مطرح می‌کند که غرور سازمانی می‌تواند تا حدی ادراک از پاداش پایین را جبران کند؛ این امر بر نقش استراتژیک غرور در مقام یک سرمایه‌معنوی تأکید دارد که می‌تواند برخی از کمبودهای مادی را پوشش دهد، هرچند جایگزین آن نخواهد شد. در پژوهشی دیگر توسط رنگریز (۱۳۹۷) نتایج حاکی از آن است که بین نظام مدیریت مالی و مهارت کارکنان رابطه‌معنادار و مثبتی وجود دارد.

پیامدهای ناشی از شکل‌گیری غرور سازمانی، یک پدیده چندبعدی و پیچیده است که در دو سطح فردی و سازمانی بروز کرده و دارای وجوه مثبت و منفی است. این بخش به تبیین و تحلیل این یافته‌ها در پرتو چارچوب‌های نظری و پژوهش‌های پیشین می‌پردازد. در سطح فردی، یافته‌ها حاکی از آن است که غرور سازمانی به‌عنوان یک نیروی محرکه درونی، نقشی کلیدی در شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان ایفا می‌کند. یکی از برجسته‌ترین پیامدها در سطح فردی «نگرش مثبت و ارزش‌محور به کار» است. این نگرش که ریشه در «احساس ارزشمندی کار» دارد، با نظریه خودمختاری همخوانی دارد؛ به‌گونه‌ای که کارکنان زمانی که کار خود را تأثیرگذار و معنادار می‌بینند، انگیزه و تعهد بیشتری از خود نشان می‌دهند. این امر با یافته‌های پژوهش محمدی و همکاران (۱۴۰۰) در خصوص معلمان نیز منطبق است که احساس ارزشمندی را ناشی از تأثیرگذاری، خودباوری و تعلق به یک نظام بزرگ‌تر می‌دانستند. در فراجا، این احساس ارزشمندی، مشهود در عباراتی چون «باعث نظم و امنیت‌شدن»، به تقویت غرور و تعهد بلندمدت منجر می‌شود.

این نگرش مثبت، مستقیماً به مقوله «سرمایه روان‌شناختی و رفتاری» به عنوان دومین مؤلفه از نتایج فردی مرتبط می‌شود. غرور سازمانی از طریق تقویت «تعهد شغلی»، «وابستگی روان‌شناختی» و «عمل‌کرد شغلی»، یک ذخیره ارزشمند از منابع درونی در کارکنان ایجاد می‌کند. تبیین این رابطه می‌تواند با ترکیب دو نظریه کلیدی صورت گیرد: نظریه تبادل اجتماعی که غرور را یک حمایت سازمانی و تعهد را پاسخ متقابل کارکنان می‌داند و نظریه

هویت اجتماعی که غرور را از طریق هم‌ذات‌پنداری با سازمان به تعهد عاطفی عمیق تبدیل می‌کند. پژوهش‌های احمدی (۱۴۰۲) و صفری و همکاران (۱۳۹۶) نیز این تأثیر مثبت غرور بر تعهد و وابستگی روان‌شناختی را تأیید کرده‌اند. علاوه بر این، بر اساس نظریه تعیین هدف که توسط ادوین لاک و گری لاثام<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) توسعه یافته، تعیین اهداف مشخص و چالش‌برانگیز از طریق سازگار جهت‌دهی، افزایش تلاش، پشتکار و توسعه راهبرد، منجر به عمل‌کردی بالاتر می‌شود. در نتیجه، غرور سازمانی با تبدیل اهداف سازمانی به یک مأموریت درونی، سازکارهای شناختی و انگیزشی را تقویت کرده و به بهبود عمل‌کرد شغلی می‌انجامد. نتایج پژوهش ویدیانتي<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که غرور سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر عمل‌کرد شغلی کارکنان دارد و رضایت شغلی می‌تواند نقش میانجی در این رابطه ایفا کند. در پژوهشی که توسط افسری (۱۴۰۱) با عنوان «بررسی رابطه غرور سازمانی با عمل‌کرد شغلی و با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی» انجام گرفت، نتایج پژوهش نشان داد که غرور سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر عمل‌کرد شغلی کارکنان دارد.

تحلیل داده‌ها وجهه تاریک از غرور سازمانی را نیز آشکار ساخت. مقوله «مقاومت در برابر همکاری و تغییر» نشان داد که غرور افراطی می‌تواند به نتایج نامطلوبی منجر شود. این مقاومت دو جنبه دارد: نخست، «مقاومت در برابر تغییر» که بر اساس نظریه میدانی لوین، ناشی از نیروهای بازدارنده‌ای است که برای حفظ وضع موجود فعال می‌شوند. یافته‌های هادوی نژاد و صفی‌خانی (۱۳۹۵) نیز عوامل متعدد فردی، شغلی و مدیریتی را در بروز این پدیده مؤثر می‌دانند. جنبه دوم، «خودشیفتگی سازمانی» است که ریشه در وجه منفی غرور دارد. این حالت که در آن سازمان خود را بی‌نقص و برتر می‌پندارد، منجر به مقاومت در برابر انتقاد و همکاری می‌شود. پژوهش صفری و همکاران (۱۳۹۶) نیز اثر مستقیم غرور بر خودشیفتگی سازمانی را تأیید کرده و هشدار داده‌اند که مرز بین اعتمادبه‌نفس و تکبر بسیار باریک است و می‌تواند به سازمان آسیب جدی وارد کند.

در سطح سازمانی، پیامدهای غرور سازمانی به‌طرز چشم‌گیری بر جایگاه و ساختار فراجا تأثیر می‌گذارد. مقوله «جایگاه و اعتماد اجتماعی» نشان می‌دهد که کارکنان

آیینی که حامل پیام قدرت و وحدت هستند، از منظر روان‌شناختی موجب ارتقای درک جمعی از عظمت مأموریت شده و با بازتاب رسانه‌ای مؤثر، شأن اجتماعی و غرور درونی کارکنان را تقویت می‌کند. این امر با یافته‌های یو<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) و پرسکار<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) درخصوص نقش فرهنگ عاطفی مثبت و درک از هنجارهای سازمانی در ایجاد احساسات مثبتی چون غرور و اشتیاق، هم‌سویی کامل دارد. در بُعد ارزشی، تأکید بر ارزش‌های بنیادینی همچون ایمان، شجاعت و وفاداری از طریق آموزش مستمر و تجلیل از مقام شهدا، به انسجام ارزشی و شکل‌گیری غرور جمعی منجر می‌شود؛ رویکردی مطابق با پژوهش‌های سومارلان<sup>۵</sup> (۲۰۲۵) و سانتیاگو<sup>۶</sup> (۲۰۲۳) که نقش آیین‌ها و روایت‌ها در تقویت هویت و انسجام سازمانی را تأیید می‌کند. سرانجام، در بُعد حمایتی، توجه به معیشت، پاداش، رفاه و کیفیت تجهیزات، احترام و ارزش‌گذاری سازمان را منتقل کرده و با تقویت پیوند عاطفی، سازمان را به «خانه دوم» تبدیل می‌نماید. این سیاست‌ها که آرگویلا<sup>۷</sup> (۲۰۲۵) و سیداوروک<sup>۸</sup> (۲۰۲۵) نیز بر ضرورت آن برای تقویت تعهد و غرور سازمانی تأکید کرده‌اند، نشان می‌دهند که حمایت ملموس، پیش‌نیاز اساسی برای تعلق خاطر و غرور پایدار است.

مقوله «بهینه‌سازی منابع انسانی»، سازکارهای ساختاری و اجرایی لازم برای تحقق‌بخشیدن به اهداف فرهنگی را فراهم می‌آورد. این راهبرد با پنج مؤلفه کلیدی تعریف می‌شود که هر یک به نحوی به توانمندسازی و احساس ارزشمندی کارکنان می‌انجامد. اولین مؤلفه، «بسترسازی برای خلاقیت و نوآوری» است که با ایجاد فرایندهای حمایت از ایده‌های نو، ضمن رعایت انضباط، فرهنگ مشارکت و غرور ناشی از آن را تقویت می‌کند. این یافته با تحقیقات دوانگا<sup>۹</sup> (۲۰۲۵) و کیم<sup>۱۰</sup> (۲۰۲۳) در مورد تأثیر مثبت غرور بر خلاقیت کارکنان و اهمیت ایمنی روانی (یعقوب<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۴) همخوانی دارد. دومین مؤلفه، «شایسته‌سالاری در انتصاب مدیران» است که با ایجاد حس عدالت و انصاف، به‌عنوان یک پیش‌آیند روان‌شناختی کلیدی، مستقیماً به تقویت غرور سازمانی می‌انجامد؛

دارای غرور سازمانی، به‌عنوان سفیران سازمان، با رفتار حرفه‌ای خود به تقویت «مشروعیت سازمانی و اعتماد عمومی» کمک می‌کنند. این پدیده علاوه بر بهبود ارتباط با مردم، از طریق ایجاد «احساس ناامنی در مجرمان»، به «اثر بازدارندگی» سازمان نیز می‌افزاید و یک چرخه خودتقویتی مثبت را شکل می‌دهد. در نهایت، مقوله «هویت و انسجام سازمانی» بر نقش غرور در ایجاد یک پارچگی درونی تأکید دارد. غرور مشترک، حس تعلق و وحدت را میان اعضا تقویت کرده و «هویت سازمانی» را مستحکم می‌سازد. این هویت قوی، خود را در دو شاخه کلیدی نمایان می‌سازد: «اثربخشی سازمانی» که به معنای دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده است (کیهانی بروجنی و همکاران، ۱۴۰۲) و «رفتار مشارکتی» که به همکاری داوطلبانه برای دست‌یابی به اهداف جمعی می‌انجامد. پژوهش‌ها نیز نشان داده‌اند که هویت سازمانی مرتبط با غرور، انسجام تیمی (پاگانین<sup>۱</sup>، ۲۰۲۳) و رفتارهای نوآورانه (دیپا<sup>۲</sup>، ۲۰۲۵) را تقویت می‌کند.

بُعد «اقدامات و راهبردها» در الگوی غرور سازمانی نیروهای انتظامی ماهیتی کاملاً اقدام‌محور و اجرایی دارد، به‌عنوان موتور محرکه‌ای عمل می‌کند که سازوکارهای ایجاد و تقویت غرور را از سطح فرآیندی به واقعیت ملموس تبدیل می‌نماید. راهبرد کلان و محوری که در این مرحله استخراج گردید، «ارتقای قابلیت‌های انسانی و ظرفیت‌های سازمانی» است که خود در دو حوزه اصلی و هم‌افزایی «توسعه فرهنگی، ارزشی و حمایتی» و «بهینه‌سازی منابع انسانی» متجلی می‌شود. این راهبرد دوجهی، یک پارادایم جامع برای نهادینه‌سازی غرور سازمانی ارائه می‌دهد که فراتر از مداخلات مدیریتی صرف، به بازتعریف هویت و تقویت سرمایه اجتماعی درون سازمانی می‌پردازد.

درباره مقوله «توسعه فرهنگی، ارزشی و حمایتی»، یافته‌ها نشان می‌دهند که غرور سازمانی ریشه در بسترهای نرم و معنوی سازمان دارد. این حوزه با سه بُعد اصلی فرهنگ سازمانی و نمادین، ارزش‌های اعتقادی و نظام حمایتی و رفاهی، بنیان‌های هویتی و عاطفی کارکنان را شکل می‌دهد. تقویت نمادهای هویتی، همچون یونیفرم، رژه‌ها و مراسم

7- Arguilla  
8- Sidauruk  
9- Dewangga  
10- Kim  
11- Yaqoob

1- Paganin  
2- Deepa  
3- Yue  
4- Preskar  
5- Sumarlan  
6- Santiago

- در سطح شرایط علی: بر تقویت اخلاق حرفه‌ای و ایجاد شغلی جذاب و چالش‌برانگیز تأکید کنند؛ موفقیت‌های عملیاتی را بزرگ‌نمایی و از آن تقدیر نمایند؛ در زمینه آموزش‌های تخصصی و تجهیزات پیشرفته سرمایه‌گذاری کنند؛ فرماندهان را به رهبری تحول‌آفرین و حضور مؤثر در عملیات ترغیب نمایند؛ نظام‌های تقدیر و تشکر رسمی و غیر رسمی را تقویت کرده و با رسانه‌ها برای بازتاب مثبت فعالیت‌ها تعامل سازنده داشته باشند و از خانواده‌ها برای حمایت از شغل کارکنان مشارکت جویند.

- در سطح شرایط زمینه‌ای: فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های بنیادین و هم‌سو با اهداف سازمان را نهادینه کنند؛ با ایجاد تیم‌های کاری منسجم و تقویت هویت جمعی، حس «ما بودن» را تقویت نمایند؛ با فراهم کردن تنوع و جذابیت شغلی، از روزمرگی جلوگیری کنند و با تضمین حمایت سازمانی و امنیت شغلی، اطمینان خاطر کارکنان را جلب نمایند.

- در سطح عوامل مداخله‌گر: با شناسایی و مدیریت فشارهای روانی و استرس شغلی از طریق برنامه‌های مشاوره‌ای و مدیریت فشار و با رفع موانع اقتصادی و مدیریتی از طریق بهینه‌سازی فرایندها، بستر را برای اثربخشی عوامل علی فراهم آورند.

در نهایت، الگوی غرور سازمانی در فراجا که در این پژوهش طراحی و تبیین شد، نشان می‌دهد که غرور یک احساس ساده و سطحی نیست، بلکه یک سازه روانی-اجتماعی پیچیده است که از تعامل پویای مجموعه‌ای از عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی و محیطی نشأت می‌گیرد. این الگو با ارائه تصویری جامع از این عوامل و روابط متقابل آن‌ها، هم‌گنای نظری ادبیات رفتار سازمانی را در بستر نظامی و انتظامی افزایش می‌دهد و هم یک نقشه راه عملی برای رهبران و سیاست‌گذاران نیروهای انتظامی فراهم می‌آورد تا بتوانند با طراحی دقیق مداخلات سازمانی، سرمایه روانی عظیمی به نام «غرور سازمانی» را در میان

موضوعی که دیوینا<sup>۱</sup>، کبیر<sup>۲</sup> (۲۰۲۴) و سیور<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) بر ارتباط آن با عدالت سازمانی و تعهد تأکید دارند. این حس عدالت می‌تواند به نوبه خود به تقویت غرور سازمانی کارکنان کمک کند، زیرا آن‌ها احساس می‌کنند که سازمان‌شان ارزش‌ها و مشارکت‌های آن‌ها را به رسمیت می‌شناسد. سومین مؤلفه، «توجه سازمان به افراد توانمند» مبتنی بر نظریه مدیریت استعدادها است که از طریق وفاداری به قرارداد روان‌شناختی و ارائه فرصت‌های رشد، تعهد عاطفی و غرور حرفه‌ای را افزایش می‌دهد (حسن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷). چهارمین مؤلفه، «اعطای آزادی عمل بیشتر در عملیات‌ها» است که مطابق نظریه قدرت تصمیم‌گیری میدانی که در نظریه‌های نوین نظامی مطرح است، اعطای اختیار ترفندی به نیروها، هماهنگی با اهداف کلان، باعث افزایش حس مالکیت و مسؤلیت‌پذیری جمعی می‌شود (ماس ماچوک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶). در پژوهش لی<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) مشخص شد که در سازمان‌های غیر انتفاعی، افزایش استقلال شغلی برای کارکنان می‌تواند به افزایش رضایت شغلی آن‌ها کمک کند، درحالی‌که غرور سازمانی نیز یک عامل تعیین‌کننده رضایت شغلی در هر دو بخش غیر انتفاعی و دولتی است. در نهایت، «کاربردی‌شدن آموزش‌ها» بر اساس نظریه یادگیری تجربی کولب، با هم‌سوساختن مهارت‌ها با نیازهای واقعی مأموریت، احساس توانمندی و آمادگی برای خدمت افتخارآفرین را تقویت کرده و غرور سازمانی را تثبیت می‌کند (شوکلا<sup>۷</sup>، ۲۰۲۴؛ عسگریان، ۱۳۹۶).

درکل، الگوی استخراج‌شده نشان می‌دهد که غرور سازمانی در فراجا، با ایجاد تعادل میان آثار مثبت (ارتقای هویت، دل‌بستگی، عمل‌کرد و انسجام) و مدیریت آثار منفی (مقاومت و خودشیفتگی)، به سرمایه‌ای راهبردی برای ارتقای کارایی نیروهای انتظامی تبدیل می‌شود. این یافته‌ها، باتکیه بر داده‌های کیفی و هم‌سویی با مطالعات پیشین، چارچوبی نظری-عملی برای سیاست‌گذاری سازمانی ارائه می‌دهند که حداکثرسازی منافع و کاهش چالش‌ها را از مسیر مدیریت متعادل غرور ممکن می‌سازد. الگوی ارائه‌شده در این پژوهش، راهبردهای عملی متعددی را برای مدیران و فرماندهان نیروهای انتظامی روشن می‌سازد. برای تقویت غرور سازمانی، سازمان‌ها ضرورت دارد که:

5- Mas-Machuca  
6- Lee  
7- Shukla

1- Divina  
2- Kabir  
3- Sever  
4- Hassan

## تقدیر و تشکر

به این وسیله مراتب سپاس و قدردانی خود را از فرماندهی محترم انتظامی استان خراسان شمالی به پاس حمایت‌های مالی و معنوی، پشتیبانی‌های علمی و اجرایی در اجرای طرح «جهاد علمی» ابراز می‌داریم. بدون مساعدت و همکاری صمیمانه این مجموعه، انجام پژوهش حاضر میسر نمی‌گردید. تلاش‌های ارزشمند آنان در گسترش دانش و حمایت از فعالیت‌های علمی، شایسته بالاترین تقدیر است.

## منابع

۱. احمدی، قاسمی، شبنم، نصرتی، و کمال. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر غرور سازمانی بر تعهد عاطفی با نقش میانجی سازگاری شغلی و تعدیل‌گری وجدان کاری در بین معلمان ابتدایی. رهبری آموزشی کاربردی، ۴(۳)، ۳۷-۵۵.  
[doi: 10.22098/ael.2023.11784.1181](https://doi.org/10.22098/ael.2023.11784.1181)
۲. افجه، یزدان شناس، و زرگران خوزانی. (۱۳۹۶). الگوی اثرگذاری حمایت سازمانی ادراک‌شده. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۸(۹۱)، ۸۷-۱۱۸.  
<https://doi.org/10.22054/jmsd.2019.9662>
۳. بازگان، عباس(۱۳۹۴)، روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران، نشر. [gisoom.com](http://gisoom.com)
۴. حسینی سیدفخرالدین، و سلطانی فاطمه. (۲۰۱۷). بررسی رابطه کار تیمی با استرس شغلی و انگیزش شغلی پرستاران. مجله بالینی پرستاری و مامایی، ۶(۳)، ۸۲-۹۰.  
<https://sid.ir/paper/247034/fa>
۵. حسینی، سید محمد کامل، اسدی. (۱۴۰۴). نقش فرهنگ سازمانی در توانمندسازی کارکنان در مدیریت شعب منطقه چهار تهران بانک سپه. مدیریت سرمایه انسانی دفاعی، ۵(۲)، ۲۹۵-۲۳۲.  
[10.22034/jdhcm.2025.2057492.1183](https://doi.org/10.22034/jdhcm.2025.2057492.1183)
۶. حسینی، عبدالرضا. (۱۳۹۶). مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح. دومانه‌نامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۳، ۱۲۵-۱۳۴.  
<https://ensani.ir/fa/article/369850>
۷. دادخواه، نگاه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه غرور سازمانی و سابقه خدمت کارکنان (مورد مطالعه: شرکت پایانه کانتینری بندرعباس آریا). دومین کنفرانس ملی ایده‌های نوین در علوم مدیریت و اقتصاد، ۱۳۵-۱۲۰.  
<https://civilica.com/doc/440297>
۸. دالوند. (۱۴۰۰). بررسی تأثیرگذاری بدبینی سازمانی بر غرور سازمانی کارکنان گروه ۲۲ توپخانه نیروی زمینی ارتش جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز یزد

نیروهای خود ایجاد و از آن برای ارتقای هویت، دل‌بستگی و عمل‌کرد بهینه بهره‌برداری نمایند.

یافته‌های این پژوهش، ضمن ارائه الگوی جامع از غرور سازمانی در فراجا، راه‌کارهای عملی و مسیرهای پژوهشی روشنی را برای مدیران و پژوهشگران آینده ترسیم می‌نماید. با هدف تبدیل الگوی مفهومی به اقدامات راهبردی و قابل اجرا در سطح فرماندهی انتظامی، پیشنهادات کاربردی در پنج محور کلیدی ارائه می‌شوند: نخست، نهادینه‌سازی هویت و ارزش‌های سازمانی از طریق تدوین و اجرای «منشور افتخار سازمانی» در تمامی دوره‌های آموزشی، ارزیابی عمل‌کرد و مراسم رسمی، بازآفرینی نمادین یونیفرم و نشان‌ها و تقویت روایت‌گری حرفه‌ای از داستان‌های واقعی افتخارآمیز پرسنل، به تعمیق غرور نگرشی و هویت جمعی کمک شایانی خواهد کرد. دوم، ارتقای رهبری و عدالت سازمانی با تدوین «الگوی حضور فرمانده در میدان» به‌عنوان سرفصل ثابت دوره‌های عالی فرماندهی، ایجاد «کمیته دائمی رصد و ارتقای عدالت سازمانی» و پیاده‌سازی نظام شفاف شایسته‌سالاری در انتصابات و ترفیعات، اعتماد سازمانی را تقویت و موانع مدیریتی پیش روی غرور را مرتفع می‌سازد. سوم، بهینه‌سازی فرایندها و طراحی شغل غرورآفرین از طریق برقراری «بازخورد حلقه‌ای موفقیت» پس از هر مأموریت، اجرای برنامه منظم چرخش شغلی، واگذاری مأموریت‌های چالش‌برانگیز متناسب با شایستگی‌ها و اعطای استقلال عمل مدیریت‌شده همراه با سازوکارهای رسمی حمایت از نوآوری، حس شایستگی و مالکیت روان‌شناختی پرسنل را به‌طور چشم‌گیری افزایش خواهد داد. چهارم، مدیریت راهبردی منابع و حمایت‌های معیشتی و روانی با برگزاری مراسم نمادین تحویل تجهیزات نوین، تدوین و اجرای «سند جامع رفاه و حمایت پایدار از پرسنل و خانواده‌ها» و ایجاد مراکز تخصصی مشاوره و تاب‌آوری، به کاهش فشارهای روانی مداخله‌گر و تقویت ثبات عاطفی و تعهد سازمانی منجر می‌شود. پنجم، مدیریت فعال ارتباطات و بازخورد خارجی از طریق راه‌اندازی «دیپلماسی عمومی داخلی» برای روایت حرفه‌ای موفقیت‌ها و دستاوردها در رسانه‌های ملی و شبکه‌های اجتماعی، و ماشینی‌سازی «سازمان انتقادپذیر» با ایجاد کانال‌های امن و محرمانه بازخورد، تصویر عمومی سازمان را ارتقا داده و غرور مبتنی بر شهرت و احترام اجتماعی را تقویت می‌نماید.

۱۹. تعدیلگری متغیرهای جمعیت شناختی کارکنان شرکت نفت استان گیلان. مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، ۲(۴)، ۵۳-۶۳.
- <https://dmbaj.com/index.php/dmba/article/view/58>
۲۰. قادرزاده، امید، و بخشیان، روح اله. (۱۳۹۸). زمینه ها و دلالت های نظم اجتماعی؛ مطالعه ی کیفی کارکنان ناجا. پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران (پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی)، ۱۱(۸ (پیاپی ۲۴))، ۶۱-۸۴.
- [doi: 10.22108/ssoss.2019.115566.1375](https://doi.org/10.22108/ssoss.2019.115566.1375)
۲۱. کیمیایی، مریم، حسن زاده ثمرین، تورج و حسن زاده، محمد صادق. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر ابعاد غرور سازمانی بر تمایل به خلاقیت در بین کارکنان شرکت پتروچیم آسیا. رهیاری (کوچینگ) در مدیریت و توسعه بهره وری، ۱۱(۱)، ۷۲-۸۲.
- [doi: 10.22034/jcmpd.2022.551966.1012](https://doi.org/10.22034/jcmpd.2022.551966.1012)
۲۲. کیهانی بروجنی، نرجس، منصوروی سلح چینی، نارنج، خلیلی سامانی، صفرعلی، ... و سیدسامان. (۱۴۰۲). بررسی رابطه اثر بخشی سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان لردگان. مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی (موسسه آموزش عالی نگاره)، ۸(۶)، ۱۲۸-۱۳۷.
- <http://noo.rs/DPUFj>
۲۳. مباشری، علی اصغر؛ نصرافهانی، علی و تیموری، هادی (۱۴۰۳). الگوی واماندگی استعدادها با روش فراترکیب. مدیریت دولتی، ۱۶(۴)، ۸۰۷-۸۲۴.
- [doi: 10.22059/jipa.2024.376408.3504](https://doi.org/10.22059/jipa.2024.376408.3504)
۲۴. محمدی، عبدی، و صیادی. (۱۴۰۱). مدل علی دل بستگی شغلی بر اساس ویژگی های شخصیتی و جذابیت سازمانی با نقش واسطه ای وفاداری سازمانی در معلمان دوره ابتدایی. مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۴(۳)، ۱۲۵-۱۶۰.
- [doi: 10.48308/jcoc.2022.103040](https://doi.org/10.48308/jcoc.2022.103040)
۲۵. محمدی، ناصر جهرمی، علامه زاده، میرغفاری، حسامپور، ناصر جهرمی، و راحیل. (۱۴۰۰). احساس مهم بودن ناشی از تدریس: تجارب معلمان دوره ابتدایی. نوآوری های آموزشی، ۷(۲۰)، ۳۳-۵۲.
- [doi: 10.22034/jei.2021.128600](https://doi.org/10.22034/jei.2021.128600)
۲۶. مختاری، رضا. (۱۳۹۱). تحلیل تاثیر منزلت شغل و شاغل با غرور سازمانی و ترک کار (مورد مطالعه: شرکت نور ویژه). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/cdef740a182862760a3afb51f4483b6>
۲۷. معینی کربکندی، منصوره و آذر، عادل. (۱۳۹۹). تاثیر غرور سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی تعهد سازمانی، نخستین همایش ملی رویکرد های نوین مدیریت در مطالعات میان رشته ای، گنبد کاووس.
- <https://civilica.com/doc/1149738/>
- <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/0210ef077ce20d385902a7062bb5d486>
۹. دهقانزاده بهابادی، الهه. (۱۳۹۴). غرور سازمانی و اثر آن بر روی رفتار کارکنان شرکت برق منطقه ای یزد با استفاده از مدل معادلات ساختاری (پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، دانشکده مدیریت و حسابداری و اقتصاد)
- <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/1e35934b18dffb1c989b67401c3d59c6>
۱۰. رضائی، کامران، شهیدی، و نیما. (۱۴۰۳). نقش واسطه ای اشتیاق سازمانی در رابطه بین غرور سازمانی و منزلت شغلی معلمان مقطع ابتدایی کازرون. انگاره های نو در تحقیقات آموزشی، ۸(۳)، ۹۰-۱۰۸.
- <http://noo.rs/OOWkm>
۱۱. رنگریز، وحید. (۱۳۹۷). تاثیر مدیریت سیستم مالی بر مهارت کارکنان ذیحسابی و امور مالی ناجا. توسعه سازمانی پلیس، ۱۵(۶۴)، ۶۷-۸۵.
- <https://sid.ir/paper/394933/fa>
۱۲. سلیمانزاده، روشن و راد، فیروز. (۱۳۹۴). اخلاق حرفه ای و رابطه آن با فرهنگ سازمانی در بین کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی. مطالعات جامعه شناسی، ۸(۲۷)، ۷-۲۳.
- [https://journals.iau.ir/article\\_525172.html](https://journals.iau.ir/article_525172.html)
۱۳. صدرا ابرقوئی، اخوان، آفرین، میراسماعیلی، مطهره السادات، نذری، و مهلا. (۱۴۰۴). ارتباط استرس شغلی و کم خوابی با فرسودگی شغلی در مهمانداران قطار. فصلنامه طب کار، ۱۷(۱)، ۷۲-۶۲.
- [doi: 10.18502/tkj.v17i1.18377](https://doi.org/10.18502/tkj.v17i1.18377)
۱۴. صفری، نصر اصفهانی، عیدی زاده، و رزا. (۱۳۹۶). بررسی پیامدهای غرور سازمانی؛ رویکرد رفتاری. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۶(۸۵)، ۱۲۵-۱۴۵.
- <https://doi.org/10.22054/jmsd.2017.8223>
۱۵. طاهری گودرزی، حجت. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر تضاد کار- خانواده و حمایت کار- خانواده بر رضایت شغلی و عملکرد شغلی کارکنان شرکت ملی حفاری ایران. مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی (مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت)، ۹(۳۳)، ۱۱۱-۱۳۲.
- <https://sid.ir/paper/196558/fa>
۱۶. طوطیان اصفهانی، صدیقه، و نیکنامی، حسین. (۱۴۰۰). تاثیر بدگمانی بر غرور سازمانی با تاکید بر نقش اخلاق و اعتبار سازمانی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۹(۲)، ۲۶۵-۲۳۰.
- <https://sid.ir/paper/967663/fa>
۱۷. عبودزاده بهبهانی، شمایل و نصرافهانی، علی. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر غرور سازمانی بر تفکر انتقادی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه فرهنگ و هنر اصفهان)، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا، تهران
- <https://civilica.com/doc/826356>
۱۸. فریبرز معقولی، فروغ رودگرزاد. (۱۴۰۳). تاثیر بدبینی سازمانی بر غرور سازمانی ادراک شده با توجه به نقش

- <https://www.proquest.com/openview/698c7f6b/b133c8eed2251bbea2357fe5>
38. Arguilla, N. J. R. (2025). Beyond Paychecks and Promotions: A Multidimensional Determinants of Job Satisfaction in Higher Education Institutions. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(4), 6196-6204.
- <https://EconPapers.repec.org/RePEc:bcp:journl:v:9:y:2025:issue-4:6196-6204>
39. Argyris, C., & Schön, D. A. (1997). Organizational learning: A theory of action perspective. *Reis*, (77/78), 345-348.
- <https://doi.org/10.2307/40183951>
40. Arnett, D. B., Laverie, D. A., & McLane, C. (2002). Using job satisfaction and pride as internalmarketing tools. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 87-96.
- <https://doi.org/10.1177/001088040204300209>
41. Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 20-39.
- <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4278999>
42. Bandura, A. (1997). *Bandura* (Vol. 2). FrancoAngeli.
- <https://books.google.com/books?id=B2dFK2rhJwgC&lpg>
43. Bandura, A., & Adams, N. E. (1977). Analysis of self-efficacy theory of behavioral change. *Cognitive therapy and research*, 1(4), 287-310.
- <https://doi.org/10.1007/BF01663995>
44. Becker, G. S. (1964). *Human capita*. New York: National Bureau of Economic Research.
- <http://digamo.free.fr/becker1993.pdf>
45. Boezeman, E. J., & Ellemers, N. (2008). Pride and respect in volunteers' organizational commitment. *European Journal of Social Psychology*, 38(1), 159-172.
- <https://doi.org/10.1002/ejsp.415>
46. Brosi, P., Spörrle, M., & Welpe, I. M. (2018). Do we work hard or are we just great? The effects of organizational pride due to effort and ability on proactive behavior. *BusinessResearch*, 11(2), 357-373.
- <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0061-7>
۲۸. موقوفه‌های، عباسی و عیدی. (۱۳۹۵). ساخت و اعتبار یابی ابزار غرور سازمانی در بین کارشناسان وزارت ورزش و جوانان ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، کرمانشاه
- <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/427a5f73ce6f76cfe7923cca424135aa>
۲۹. مومنی، سارا. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد سختی ها و چالش های کار در صنعت رسانه: یک مطالعه فراترکیب. بررسی‌های مدیریت رسانه، ۲۱(۲)، ۲۳۱-۲۵۵.
- <https://sid.ir/paper/1003897/fa>
۳۰. نجات، سیدامیررضا، و عباسی، صمد. (۱۳۹۸). رابطه هویت سازمانی و عملکرد با نقش میانجی گری جبران خدمت (مطالعه موردی ستاد فرماندهی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران). توسعه سازمانی پلیس، ۱۶(۶۹)، ۴۹-۷۱.
- <https://sid.ir/paper/406931/fa>
۳۱. نعمتی انارکی، داود، و زابلی زاده، اردشیر. (۱۳۹۶). رسانه و معماری ناجای آینده. مطالعات راهبردی ناجا، ۲(۳)، ۱-۱۱.
- <https://ensani.ir/fa/article/579691>
۳۲. نفری، حجازی، سیدروح‌الله، نفری، و مصیب. (۱۴۰۰). بررسی اثرات استراتژی‌های پاداش محور بر خودکارآمدی کارکنان (مطالعه موردی: شهرداری بهارستان و سازمان‌های تابع). مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری، ۲۶(۷)، ۱۱۲-۱۰۶.
- <http://noo.rs/QDFU8>
۳۳. نمازی، وحید، منجزی، فرزانه و شریفی، رضا. (۱۴۰۴). پیش‌بینی استرس شغلی ادراک شده براساس انگیزه شغلی و متغیرهای جمعیت‌شناختی. مطالعات روانشناسی صنعتی و سازمانی، ۱۲(۲)، ۱۳۷-۱۴۸.
- <https://doi.org/10.22055/jiops.2025.48941.1474>
۳۴. نوری، علی، دانایی فرد، حسن، خائف الهی، احمد علی، و فروزنده، لطف اله. (۱۳۹۶). کشف غرور سازمانی: طراحی و اعتبارسنجی تحقیقات مدیریت دولتی، ۱۰(۳۵)، ۳۵-۵۹.
- <https://doi.org/10.22111/jmr.2017.3252>
۳۵. هادوی نژاد، و صفی خانی. (۱۳۹۵). کاوش پدیده مقاومت در برابر تغییر در یک دانشگاه با استفاده از پدیدارشناسی هرمنوتیک. چشم انداز مدیریت دولتی، ۷(۴)، ۱۱۱-۱۳۵.
- [20.1001.1.22516069.1395.7.4.5.2](https://doi.org/10.22516069.1395.7.4.5.2)
۳۶. هاشمی مهر، سیدصادق و بابایی فتلکی، مرتضی. (۱۳۹۹). تاثیر بحران اقتصادی بر تعهد کارمندان، پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته‌ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران، تهران.
- <https://civilica.com/doc/1157875>
37. Appleberg, K. A. (2005). The construction of a nomological network for organizational pride. *Benedictine University*.

- performance. *International Journal of Scientific Research and Management*, 12(02), 5821-5830.  
DOI: [10.18535/ijstrm/v12i02.em01](https://doi.org/10.18535/ijstrm/v12i02.em01)
55. Durrah, O., Allil, K., Gharib, M., & Hannawi, S. (2021). Organizational pride as an antecedent of employee creativity in the petrochemical industry. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 572-588.  
<https://doi.org/10.1108/EJIM-08-2019-0235>
56. Floman, J. L. (2012). The role of hope and pride in organizational citizenship behavior and job performance (Doctoral dissertation, Rutgers University-Camden Graduate School).  
<https://doi.org/doi:10.7282/T34748TB>
57. Gouthier, M. H., & Rhein, M. (2011). Organizational pride and its positive effects on employee behavior. *Journal of Service Management*, 22(5), 633-649.  
<https://doi.org/10.1108/09564231111174988>
58. Hackman, R., Lawler, E., & Oldham, G. (2015). Job characteristics theory. In *Organizational Behavior 1* (pp. 75-93). Routledge.  
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315702018-8>
59. Hameed, Z., Khan, I. U., Islam, T., Sheikh, Z., & Khan, S. U. (2019). Corporate social responsibility and employee pro-environmental behaviors: The role of perceived organizational support and organizational pride. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 246-265.  
<https://doi.org/10.1108/SAJBS-10-2018-0117>
60. Hassan, Z., Abdul-Rahman, A., & Basit, A. (2017). The impact of psychological contract on organisational commitment: A study on public sector of Maldives. Available at SSRN 3056216.  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3056216>
61. He, J., Zeng, X., Meng, M., & Morrison, A. M. (2025). My Work Matters! The Sequential Mediators Between Employee-Perceived CSR and Job Performance. *International Journal of Tourism Research*, 27(3), e70053.  
<https://doi.org/10.1002/jtr.70053>
62. Helm, S. (2013). A matter of reputation and pride: Associations between perceived external reputation, pride in membership, job satisfaction and turnover intentions. *British Journal of Management*, 24(4), 542-556.
47. Buford, M. A. (2012). Organization Pride: Virtue or Vice?. In *Annual Virtual Conference on Moral Leadership*. Regent University.  
DOI: [10.1002/job.2352](https://doi.org/10.1002/job.2352)
48. Charbonneau, D., & Wood, V. M. (2018). Antecedents and outcomes of unit cohesion and affective commitment to the Army. *Military Psychology*, 30(1), 43-53.  
<https://doi.org/10.1080/08995605.2017.1420974>
49. Chitimbe, S., & Chikazhe, L. (2025). Balancing the image and income: Organizational pride, corporate wear and employee remuneration conditions in institutions of higher learning. *Prosperitas*, 12(3), 1-21.  
[https://doi.org/10.31570/prosp\\_2025\\_0158](https://doi.org/10.31570/prosp_2025_0158)
50. Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative research designs: Selection and implementation. *The counseling psychologist*, 35(2), 236-264.  
<https://doi.org/10.1177/00110000062873>
51. Dadkhah, N. (2021). An Analytical Review On Organizational Pride Studies: Light and Dark Dimensions. *Third Conference on Industrial Engineering, Economics and Management*. <https://civilica.com/doc/1163254>
52. Deepa, R., Baral, R., & Saini, G. K. (2025). Proud of my organization: conceptualizing the relationships between high-performance HR practices, leadership support, organizational pride, identification and innovative work behaviour. *International Journal of Organizational Analysis*, 33(2), 283-300.  
<https://doi.org/10.1108/IJOA-12-2023-4148>
53. DEWANGGA, P. D., Bhimasta, R. A., Kinanthi, E. S., Velicia, M., & ANI, A. S. E. (2025). The Effect of Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Employee Creativity on Employee Performance (Survey atPT. Global Intermedia Nusantara, Yogyakarta). *INTERNATIONAL JOURNAL*, 7(2), 827-836.  
DOI: [10.35629/5252-0702827836](https://doi.org/10.35629/5252-0702827836)
54. Divina, L. V. (2024). Upholding the strategy of hiring employees under meritocracy procedure towards a refined

- Encyclopaedia of occupational health and safety.  
DOI:10.1023/A:1009541929536
71. Khan, D. S. (2024). Organizational Behaviour insights: Examining dynamics of Workplace Culture and Employee Interaction in Modern Organizations. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 2(5), 37-53.  
DOI: <https://doi.org/10.61877/ijmrp.v2i5.145>
  72. Kim, M., Oja, B. D., & Anagnostopoulos, C. (2023). An expanded psychological capital (A-HERO) construct for creativity: building a competitive advantage for sport organisations. *European Sport Management Quarterly*, 23(3), 722-744  
<https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1922480>
  73. Kraemer, T., & HJ Gouthier, M. (2014). How organizational pride and emotional exhaustion explain turnover intentions in call centers: A multi-group analysis with gender and organizational tenure. *Journal of Service Management*, 25(1), 125-148.  
<https://doi.org/10.1108/JOSM-07-2013-0173>
  74. Kraemer, T., Weiger, W. H., Gouthier, M. H., & Hammerschmidt, M. (2020). Toward a theory of spirals: the dynamic relationship between organizational pride and customer-oriented behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(6), 1095-1115.  
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00715-0>
  75. Kvale, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage.  
<https://books.google.com/books?id=bZGvwsP1BRwC&lpg>
  76. Lambert, E. G., Keena, L. D., Leone, M., May, D., & Haynes, S. H. (2020). The effects of distributive and procedural justice on job satisfaction and organizational commitment of correctional staff. *The Social Science Journal*, 57(4), 405-416.  
<https://doi.org/10.1016/j.soscij.2019.02.002>
  77. Lee, Y. J. (2016). Comparison of job satisfaction between nonprofit and public employees. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(2), 295-313.  
<https://doi.org/10.1177/089976401558406>
  78. Liden, R. C., Wayne, S. J., & Stilwell, D. (1993). A longitudinal study on the early development of leader-member exchanges. *Journal of applied psychology*, 78(4), 662.  
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.662>
  - <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2012.00827.x>
  63. Hodson, R. (1998). Pride in task completion and organizational citizenship behaviour: Evidence from the ethnographic literature. *Work & Stress*, 12(4), 307-321.  
<https://doi.org/10.1080/02678379808256869>
  64. Iqbal, K. (2019). Socially responsible human resource management and employee psychological well-being: A sequential mediation model.  
<https://doi.org/10.3390/IECEHS-2-06392>
  65. Ischabita, N., Hardiwinoto, H., & Nurcahyono, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Penagihan Pajak, dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak. *JAPP: JURNAL AKUNTANSI, PERPAJAKAN DAN PORTOFOLIO*, 2(2).  
DOI:<https://doi.org/10.24269/japp.v2i2.5586>
  66. Javadi, T., & Ardabili, F. S. (2025). Designing a Suggestion System Model with an Approach to Reducing Organizational Silence: A Meta-Synthesis Study. *International Journal of Behavior Studies in Organizations*, 14, 1-16.  
<https://doi.org/10.32038/JBSO.2025.14.01>
  67. Jing, J., & Yan, J. (2022). Study on the effect of employees' perceived organizational support, psychological ownership, and turnover intention: A case of China's employee. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 6016.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph19106016>
  68. Kabir, A., Goharinezhad, S., Inanlou, M., & Borimnejad, L. (2024). Strategies for Enhancing the Organizational Commitment of Faculty Members at Iran University of Medical Sciences. *Iran Journal of Nursing*, 37(148), 116-131.  
[10.32598/ijn.37.148.247.6](https://doi.org/10.32598/ijn.37.148.247.6)
  69. Kanapeckaitė, R., & Bagdžiūnienė, D. (2024). Relationships between team characteristics and soldiers' organizational commitment and well-being: the mediating role of psychological resilience. *Frontiers in psychology*, 15, 1353793.  
doi: [10.3389/fpsyg.2024.1353793](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1353793)
  70. Karasek, R. (1998). Demand/control model: A social, emotional, and physiological approach to stress risk and active behaviour development.

- teacher motivation, and commitment in public schools in Portugal. In *Frontiers in Education* (Vol. 9, p. 1456685). Frontiers Media SA.  
<https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1456685>
89. Niazi, A., Qureshi, M. I., Iftikhar, M., & Obaid, A. (2024). The impact of GHRM practices on employee workplace outcomes and organizational pride: a conservation of resource theory perspective. *Employee Relations: The International Journal*, 46(2), 383-407.  
<https://doi.org/10.1108/ER-05-2023-0249>
90. Nilawati, F., Umar, N., Kusdi, R., & Zainul, A. (2019). The influence of work life balance and organizational pride on job satisfaction and its impact on organizational citizenship behavior in five and four star hotels employee. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 91(7), 191-196.  
[DOI:10.18551/rjoas.2019-07.20](https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-07.20)
91. Nishanthi, H. M. (2020). Affective Commitment: The Role of Work-life Balance and Organizational Pride (with special reference to XYZ Glove Manufacturing Company in Sri Lanka).  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3862204>
92. Obermire, K. M., Cohen, J. R., & Zehms, K. M. (2021). Audit committee members' professional identities: Evidence from the field. *Accounting, Organizations and Society*, 93, 101242  
[DOI: 10.1016/j.aos.2021.101242](https://doi.org/10.1016/j.aos.2021.101242)
93. Paganin, G., Avanzi, L., Guglielmi, D., Alcover, C. M., & Mazzetti, G. (2023). How emotional contagion among teachers affects the relationship between transformational leadership and team cohesion. *Behavioral Sciences*, 13(8), 685.  
<https://doi.org/10.3390/bs13080685>
94. Preskar, M., & Žižek, S. Š. (2020). The effect of organizational culture on organizational energy. In *Recent Advances in the Roles of Cultural and Personal Values in Organizational Behavior* (pp. 36-54). IGI Global.  
[DOI: 10.4018/978-1-7998-1013-1.ch003](https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1013-1.ch003)
95. Santiago, J. (2023). The impact of religious rituals on cultural identity: Review of the relationship between religious practices and cultural belonging. *International Journal of Culture and Religious Studies*, 4(2), 13-22.  
[DOI:10.47941/ijcrs.1346](https://doi.org/10.47941/ijcrs.1346)
79. Locke, E., & Latham, G. (2015). Goal-setting theory. In *Organizational behavior 1* (pp. 159-183). Routledge.  
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315702018-12>
80. Lu, Y., & Roto, V. (2016). Design for pride in the workplace. *Psychology of Well-being*, 6(1), 6.  
<https://doi.org/10.1186/s13612-016-0041-7>
81. Ma, B., Liu, S., Lassleben, H., & Ma, G. (2019). The relationships between job insecurity, psychological contract breach and counterproductive workplace behavior: does employment status matter?. *Personnel Review*, 48(2), 595-610  
<https://doi.org/10.1108/PR-04-2018-0138>
82. Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J., & Alegre, I. (2016). Work-life balance and its relationship with organizational pride and job satisfaction. *Journal of managerial psychology*, 31(2), 586-602.  
<https://doi.org/10.1108/JMP-09-2014-0272>
83. McClelland, D. C. (1987). Human motivation. Cup Archive.  
<https://books.google.com/books?id=vic4AAAAIAAJ&lpg=PR3&ots>
84. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.  
[DOI:10.1075/asj.1.2.02mcc](https://doi.org/10.1075/asj.1.2.02mcc)
85. Melkamu, K. M. (2023). Exploring the Impact of Social Exchange Factors on Organizational Commitment: A Study of Development Bank of Ethiopian Amhara Region Branches. *Journal of Management and Strategy*, 14(2), 12.  
<https://doi.org/10.5430/jms.v14n2p12>
86. Mischkind, L. (1998). *Pride—the hidden corporate asset*. New York: Sirota Consulting, 42, 933-943.  
[www.sirota.com/pdfs/ Pride\\_The\\_Hidden\\_Corporate\\_Asset](http://www.sirota.com/pdfs/Pride_The_Hidden_Corporate_Asset)
87. Nadatien, I., Handoyo, S., Pudjirahardjo, W. J., & Probowati, Y. (2020). The influence of OCB (organizational citizenship behavior) on the lecturer's organizational pride (a study at university of Nahdlatul Ulama Surabaya). *Kresna Social Science and Humanities Research*, 1, 1-5.  
[DOI:10.30874/ksshr.70](https://doi.org/10.30874/ksshr.70)
88. Neves, M. D. L. G. (2025, January). The relationship between ethical leadership,

104. Svensson, T., Müssener, U., & Alexanderson, K. (2006). Pride, empowerment, and return to work: on the significance of promoting positive social emotions among sickness absentees. *Work*, 27(1), 57-65.  
<https://doi.org/10.3233/WOR-2006-00548>
105. Tajfel, H., Turner, J., Austin, W. G., & Worchel, S. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. *Intergroup relations: Essential readings*, 94-109.  
<https://books.google.com/books?id=uk8AFpo3BnYC&lpq>
106. Tuckman, B. W. (1965). Developmental sequence in small groups. *Psychological bulletin*, 63(6), 384.  
[https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341\\_Readings](https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings)
107. Twining, J. (1999). A naturalistic journey into the collaboratory: In search of understanding for prospective participants.  
<https://hdl.handle.net/11274/11384>
108. Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C.,... & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. *British Journal of Management*, 15(4), 351-360  
[DOI:10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x)
109. Wang, H., Han, X., & Li, J. (2021). Supervisor narcissism and employee performance: A moderated mediation model of affective organizational commitment and power distance orientation. *Basic and Applied Social Psychology*, 43(1), 14-29.  
<https://doi.org/10.1080/01973533.2020.1810042>
110. Welander, J., Wallin, J., & Isaksson, K. (2017). Job resources to promote feelings of pride in the organization: The role of social identification. *Scandinavian Journal of Work and Organizational Psychology*, 2(1), 7-7.  
[DOI:10.16993/sjwop.23](https://doi.org/10.16993/sjwop.23)
111. Widyanti, R., Irhamni, G., & Silvia Ratna, B. (2020). Organizational Justice and Organizational Pride to Achieve Job Satisfaction and Job Performance. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(3).  
[DOI:10.35741/issn.0258-2724.55.3.47](https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.3.47)
112. Witkower, Z., Tracy, J. L., Cheng, J. T., & Henrich, J. (2020). Two signals of social rank: Prestige and dominance are associated with distinct nonverbal
96. Schein, E. H. (1983). The role of the founder in creating organizational culture. *Organizational dynamics*, 12(1), 13-28  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1505254](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1505254)
97. Schilpzand, P., Hamrick, A. B., Gooty, J., & Huang, L. (2025). Pride in the workplace: an integrative review, synthesis, and future research agenda. *Journal of Organizational Behavior*.  
<https://doi.org/10.1002/job.2869>
98. Sever, H. (2021). Meritokrasi ve örgütsel adalet ilişkisinin kamu çalışanları açısından incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1480-1490.  
<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=966154>
99. Shukla, T., & Prakash, Y. (2024). Empowering growth: Leveraging training needs analysis for companies success. *International Journal of Multidisciplinary Research in Science, Engineering and Technology*.  
[DOI:10.15680/IJMASET.2024.0705094](https://doi.org/10.15680/IJMASET.2024.0705094)
100. sidaduruk, r., ritinga, i., ritinga, z., fahmi, a., & nasti, n. (2025). the impact of job satisfaction, welfare, and visionary leadership on employee organizational commitment at teuku umar aceh jaya regional general hospital. *JURNAL EMT KITA Учредители: Lembaga KITA*, 9(1), 87-95.  
[DOI: 10.35870/emt.v9i1.3415](https://doi.org/10.35870/emt.v9i1.3415)
101. Sinkovics, R. R., Penz, E., & Ghauri, P. N. (2008). Enhancing the trustworthiness of qualitative research in international business. *Management international review*, 48(6), 689-714.  
<https://doi.org/10.1007/s11575-008-0103-z>
102. Sumarlan, I., Muktiyo, W., Pawito, P., & Rahmanto, A. N. (2025). Public relations strategies in religious organizations: a qualitative study of Muhammadiyah's organizational communication. *Frontiers in Communication*, 10, 1574048.  
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1574048>
103. Sutanto, R. (2025). Transformational Leadership in the Military's Wartime and Peacetime. *Jurnal Pertahanan: Media Informasi tentang Kajian dan Strategi Pertahanan yang Mengedepankan Identity, Nasionalism dan Integrity*, 11(2), 224-234.  
[DOI:http://dx.doi.org/10.33172/jp.v11i2.20002](https://doi.org/10.33172/jp.v11i2.20002)

- displays. *Journal of Personality and Social Psychology*, 118(1), 89.  
 DOI: [10.1037/pspi0000181](https://doi.org/10.1037/pspi0000181)
113. Woyengo, P. M. N., Nzulwa, J., & Odhiambo, R. (2019). Influence of organizational structure on employee job satisfaction and commitment in the civil service in Kenya. *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 6(3), 616-620.  
 DOI: [http://dx.doi.org/10.61426\\_sjbcm.v6i3.1342](http://dx.doi.org/10.61426_sjbcm.v6i3.1342)
114. Yaqoob, S., Sheraz, S., Mukhtar, M. A., & Nazir, S. (2024). The Role of Psychological Safety in Fostering Creativity and Innovation in the Workplace. *Review of Education, Administration & Law*, 7(4), 443-456.  
 DOI: <https://doi.org/10.47067/real.v7i4.396>
115. Youn, H., & Kim, J. H. (2022). Corporate social responsibility and hotel employees' organizational citizenship behavior: the roles of organizational pride and meaningfulness of work. *Sustainability*, 14(4), 2428.  
<https://doi.org/10.3390/su14042428>
116. Yue, C. A., Men, L. R., & Ferguson, M. A. (2021). Examining the effects of internal communication and emotional culture on employees' organizational identification. *International Journal of Business Communication*, 58(2), 169-195.  
<https://doi.org/10.1177/232948842091406>
117. Zafar, H., & Suseno, Y. (2024). Examining the effects of green human resource management practices, green psychological climate, and organizational pride on employees' voluntary pro-environmental behavior. *Organization & Environment*, 37(4), 581-609.  
<https://doi.org/10.1177/10860266241241532>
118. Zhang, J. (2023). A study on the impact of organizational support on employee loyalty: using organizational identity as a mediation (Doctoral dissertation, Rangsit University. Library).  
<https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/2957>

