



University of Tehran Press

# Organizational Culture Management

Home Page: <https://jomc@ut.ac.ir>

Online ISSN: 2423-6934

## Editor's Note

The Quarterly Journal of Organizational Culture Management, drawing on its long-standing and evolving scholarly experience, has over the past decades published numerous theoretical and applied studies by professors, scholars, and students. Through rigorous peer review and substantive refinement, it has continually guided its articles toward emerging, innovative, and practically relevant topics—particularly those concerning the future of organizations, organizational leadership, and the future of management in an age defined by constant change. Recently, this distinguished academic journal has also been indexed in the international database **DOAJ** (<https://doaj.org/toc/2423-6934>), a recognition that enhances its global visibility, academic standing, and accessibility for international researchers—an important step forward in the advancement of knowledge in management and organizational culture.

As outlined in its mission statement, the overarching goal of the journal (affiliated with the University of Tehran, College of Farabi) is to promote up-to-date and breakthrough research in management and organizational culture, to move along the frontiers of knowledge, and to welcome interdisciplinary contributions. It seeks to encourage researchers, scholars, and students to explore new domains of management science, particularly amid the fast-evolving landscape of digital transformation and the limitless world of artificial intelligence. Another focus of the journal is to maintain an inclusive scope—accepting papers from all universities and organizations in Iran and from authors abroad—to reflect research on organizational culture, human resource management, business strategy, and emerging managerial topics. The journal especially aims to strengthen awareness and both local and global expertise among policymakers, administrators, managers, researchers, students, and industry professionals, all while upholding the core values and standing of the Islamic Republic of Iran in the strategic and managerial scenes envisioned by national development plans.

The journal's thematic priorities include:

- Contemporary studies of organizational culture in the era of information transition and the decline of organizational permanence.
- The challenges of organizational culture, the emergence of instantaneous competitors.
- Design and localization of effective, future-oriented models of organizational culture.
- The study of organizational climate in the age of rapid transformation.
- Organizational culture and worthy leadership during times of change.
- Intellectual capital in tomorrow's leading organizations.
- Organizational culture and information systems in an age of clustered data access.
- New global and local dimensions of entrepreneurship.
- Organizational culture alongside talent management, green management, and organizational learning.
- Organizational culture and spirituality in a turbulent world characterized by a return to meaning and the end of a world devoid of God.
- Organizational culture and key values, such as justice, innovation, loyalty, work plateauing, overload and underload, ethics, accountability, and organizational culture management, in the virtual age and for the employees and managers of shifts in work environments.
- Organizational culture and reform in the third millennium, including discussions of AI-driven management and emerging theories of management, especially new paradigms suited to the modern era.
- The study of organizational culture within Islamic and value-based frameworks (particularly Hadiths and traditions), as well as in the postmodern, post-postmodern, and metaverse eras and a fast-growing age.

Future issues will address several of these topics in greater detail.

In this issue (Volume 24, Issue 1, January 2026), a collection of valuable articles—selected after careful and repeated reviewing, editing, and refinement—are presented to readers, professors, students, and researchers interested in the specialized field of organizational culture management. These include studies on:

- **Social capital as a strategy for personal branding** (an innovative perspective on the relationship between social capital and organizational brand, with the proposed Persian term “*Vizhand*” by the Academy of Persian Language and Literature).
- **Developing an indigenous tool for measuring evaluation culture** (a comparative, localized study applicable to higher education).
- **Succession planning** with an emphasis on nurturing competent human resources for future organizational leadership (Which must be done by trained and qualified personnel).
- **Fostering organizational learning in universities through appreciative leadership**, opening a new avenue of inquiry for scholars.
- **An interdisciplinary study** linking Persian literary heritage, Rumi’s vision, and the Theory of Levels of Being (a scholarly and bold undertaking).
- **An analysis of the role of social norms across fifty-seven countries**, written with national concern and a spirit of innovation rooted in local culture.
- **The relationship between the HEXACO personality model and transformational leadership**.
- **The antecedents and consequences of reverse mentoring in startups**, aiming to bridge skill gaps in entrepreneurial ecosystems.

I hope that the diverse managerial and organizational discussions presented in this issue will benefit readers and seekers of organizational wisdom, with each article serving as a spark of inspiration.

I hereby express my sincere gratitude for the wholehearted support of the Honorable President of the University of Tehran, Dr. Omid; the Vice President for Research, Dr. Moradi; and their dedicated colleagues in the Research Office—especially the Journals Department. Special thanks also go to the hardworking members of the Research Division of the College of Farabi: the former Director-in-Charge, Dr. Shahrokh Asadi; the current Director-in-Charge, Dr. Pourrostami; the Executive Manager, Mr. Ali-Ahmad Roshanaei; the Executive Director, Ms. Somayeh Sobhani; and the journal’s editor, Ms. Akram Dejhoost.

I further extend appreciation to all reviewers and contributors, notably the esteemed members of the international editorial board—Dr. Tajeddini and Dr. Yazdifar—and the domestic editorial board—Dr. Mojtaba Eskandari, Dr. Seyed Mahdi Alvani, Dr. Ali-Naqi Amiri, Dr. Ali Rezaeian, Dr. Hamid Zare’, Dr. Hassan Zarei Matin, Dr. Abolhasan Faghihi, Dr. Davoud Feiz, Dr. Asadollah Kurdnaej, and the late Dr. Seyed Mohammad Mahmoudi.

**Hossein Khanifar**

**Editor-in-Chief, Quarterly Journal of Organizational Culture Management College of Farabi, University of Tehran.**

✉ [khanifar@ut.ac.ir](mailto:khanifar@ut.ac.ir)

🌐 [www.khanifar.ir](http://www.khanifar.ir)



### سخن سردبیر

فصلنامه علمی- پژوهشی «مدیریت فرهنگ سازمانی»، با کوله‌باری از تجارب قویم و قدیم و جدید و سدید، طی دهه‌های اخیر تا امروز، مباحث علمی و کاربردی و سازمانی فراوانی را در قالب مقالات استادان و فرهیختگان و دانشجویان و ارباب تحقیق، بعد از داورهای و تنقیح مناط، به چاپ و نشر رسانده و وفق چارچوب‌های مدون پیشین و پسین کار هدایت مقالات را به سمت و سوی مباحث نوین و نوآورانه و مبتلا به و مورد نیاز و مذاقه و همچنین مباحث آینده‌گزين و آینده سازمان‌ها و سازمان‌های آینده و فرایند مدیریت و مدیریت آینده و تحولات عصر تغییر پیش برده است. اخیراً نیز این فصلنامه وزین علمی- پژوهشی با افتخار در پایگاه بین‌المللی «DOAJ» <https://doaj.org/toc/2423-6934> نمایه شده که باعث ارتقای سطح علمی و بین‌المللی مجله و افزایش دیده شدن مقالات در سطح جهانی و اعتبار بیشتر بین پژوهشگران بین‌المللی است و گامی مهم در مسیر توسعه دانش مدیریت و فرهنگ سازمانی به شمار می‌رود.

و همان‌طور که در چشم‌انداز فصلنامه اشاره شد، هدف کلی فصلنامه علمی- پژوهشی «مدیریت فرهنگ سازمانی» دانشگاه تهران (دانشکده‌گان فارابی) انجام دادن مطالعات به‌روز و نوین در حوزه مدیریت و مدیریت فرهنگ سازمانی و حرکت در مرزهای دانش و استقبال از مقالات میان‌رشته‌ای مدیریت و فرهنگ سازمانی و تحریض و تشویق و ترغیب پژوهشگران و استادان و دانشجویان و قاطبه ارباب قلم به قدم زدن و قدم گذاشتن در حوزه‌های جدید مدیریت است؛ آن هم در عصر متلاطم تغییرات لحظه‌ای و در دنیای لایتناهی هوش مصنوعی. نیز نگاه آمایشی به مقالات وارده از دانشگاه‌ها و سازمان‌های کل کشور و استقبال از مؤلفان مقالات مرتبط از خارج از کشور جزء اهداف این نشریه است. انعکاس مطالعات مربوط به مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و مدیریت منابع انسانی و استراتژی‌های کسب‌وکار و مباحث نوپدید در حوزه‌های مختلف مدیریت بالاخص در عرصه فرهنگ سازمانی و مدیریت شایسته و بایسته در این عرصه جهت بالا بردن آگاهی‌ها و تجارب بومی و جهانی برای سیاست‌گذاران، مسئولان، مدیران، پژوهشگران، دانشجویان، و دست‌اندرکاران صنایع و سازمان‌ها با حفظ مبانی ارزشی و جایگاه بایسته جمهوری اسلامی ایران در صحنه‌های مختلف استراتژی و مدیریت در افق‌های پیش‌بینی‌شده در اسناد بالادستی از دیگر موضوعاتی است که همواره در انتشار این نشریه مد نظر قرار گرفته است.

دغدغه‌های موضوعی و محوری این فصلنامه را می‌توان چنین برشمرد: مطالعات نوین فرهنگ سازمانی در عصر ترانزیت اطلاعات و دوران غروب مانایی سازمان‌ها و چالش‌های فرهنگ سازمانی و ظهور رقبای لحظه‌ای و طراحی و تبیین مدل‌های رایج فرهنگ سازمانی و بومی‌سازی مدل‌های مفید و آینده‌گرا و مباحث فرهنگ سازمانی و جو سازمانی در عصر غافلگیری تحولات و چالش‌ها و فرهنگ سازمانی و رهبری سازمانی شایسته و بایسته در عصر تغییر و مباحث داغ و نوین فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری در سازمان‌های بالنده فردا، همچنین مباحث فرهنگ سازمانی و سیستم‌های اطلاعاتی در عصر دسترسی خوشه‌ای به اطلاعات و فرهنگ سازمانی و ابعاد نوین کارآفرینی جهانی و بومی و مختصات جدید آن، نیز مباحثی همچون فرهنگ سازمانی و مدیریت استعداد و مدیریت سبز در آموزش و یادگیری سازمانی و فرهنگ سازمانی و معنویت (عصر بازگشت انسان به معنویت) در دوران پرتلاطم تغییر و پایان دنیای تهی از خدا، فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌هایی مانند عدالت، نوآوری، وفاداری، فلات شغلی، گران‌باری شغلی، کم‌باری شغلی، اخلاق، پاسخ‌گویی و مدیریت فرهنگ سازمانی در عصر مجازی و نسل کارکنان و مدیران عصر جهش‌ها و مدیریت فرهنگ سازمانی و اصلاحات سازمانی در هزاره سوم و در عصر تغییر و هوش مصنوعی و مدیریت فرهنگ سازمانی و تئوری‌های نوین مدیریت بالاخص رویکردهای نوین در هزاره سوم و مباحث ارزشمندی همچون مدیریت فرهنگ سازمانی در موسوعه و نظام ارزشی و دینی (احادیث و روایات) و مدیریت فرهنگ سازمانی و عصر

پسامردن و پسامردن و عصر متاورس و دوران شتابناک عصر بی‌مهاری تغییر و غیره ... که در شماره‌های آتی به برخی از آن‌ها اشاره خواهد شد.

در این شماره (دوره ۲۴، شماره ۱، بهار ۱۴۰۵) مقالات ارزشمندی از بین مقالات رسیده، بعد از داوری‌های دقیق و متواتر و اصلاحات و ویرایش‌ها و پیرایش‌های متعدد، به خوانندگان و استادان و دانشجویان و پژوهشگران و علاقه‌مندان مباحث تخصصی مدیریت فرهنگ سازمانی تقدیم شده است؛ مباحثی در خصوص:

- سرمایه اجتماعی به مثابه راهبرد برندسازی شخصی (که در حقیقت رویکردی نو به مقوله تناظر سرمایه اجتماعی و برند سازمانی است و در فرهنگستان ادب فارسی با واژه «ویژند» برابریابی شده است).

- ابزارسازی بومی برای اندازه‌گیری فرهنگ ارزشیابی (که کاری تطبیقی و بوم‌گرایانه و قابل استفاده در ساحت و مساحت آموزش عالی است).

- جانشین‌پروری و تأکید مؤکد بر توجه به منابع انسانی شایسته و بایسته جهت هدایت سازمان‌ها در آینده (که باید به دست نیروهای پرورش‌یافته و کیفی انجام شود).

- توسعه یادگیری سازمانی در دانشگاه‌ها مبتنی بر رهبری قدرشناسی (که دریچه‌ای نو به این بحث پیش روی خوانندگان و محققان می‌گشاید).

- مطالعه میان‌رشته‌ای بین دریای ادب فارسی و نگره مولانا جلال‌الدین و نظریه مراتب وجود (که کاری بسیار ارزشمند و در نوع خود جسورانه است).

- تحلیل نقش هنجارهای اجتماعی در پنجاه و هفت کشور (که با دغدغه‌ای ملی و نوآوری در بستر فرهنگ ملی نگاشته شده است).

- اثر مدل شخصیتی هگزاکو و رهبری تحول‌آفرین.  
- پیشایندها و پسایندهای مریگیری معکوس در استارت‌آپ‌ها (که مطالعه‌ای با هدف بهبود شکاف مهارتی است).  
امیدوارم مباحث متنوع مدیریتی و سازمانی این شماره برای خوانندگان و جویندگان و پویندگان دانش و معرفت سازمانی مفید باشد و بتوان از هر مقاله آن قبسی برداشت.

جا دارد از حمایت‌های بی‌دریغ ریاست محترم دانشگاه تهران، جناب آقای دکتر امید، و معاونت پژوهش دانشگاه تهران، جناب آقای دکتر مرادی، و همکاران شریف و خدوم ایشان در معاونت پژوهش و بالاص در بخش مجلات و همچنین از زحمات همکاران عزیز و پرتلاش معاونت پژوهش دانشکده‌های فارابی، بالاص معاون پیشین، جناب آقای دکتر شاهرخ اسدی، و معاون جدید، جناب آقای دکتر پوررستمی، و مدیر اجرایی، جناب آقای علی‌احمد روشنایی، و کارشناس محترم نشریه، سرکار خانم سمیه سبحانی، و ویراستار مجله، سرکار خانم اکرم دژهوست‌گنک، و داوران و سایر همکاران، بالاص اعضای محترم هیئت تحریریه خارجی، جناب آقای دکتر تاج‌الدینی و جناب آقای دکتر یزدی‌فر، و هیئت تحریریه داخلی، جناب آقایان دکتر مجتبی اسکندری، دکتر سید مهدی الوانی، دکتر علی‌نقی امیری، دکتر علی رضاییان، دکتر حمید زارع، دکتر حسن زارعی‌متین، دکتر ابوالحسن فقیهی، دکتر داود فیض، دکتر اسدالله کردناییج، و شادروان دکتر سید محمد محمودی کمال تقدیر و تشکر و سپاسدانی را بجای آورم.

حسین خنیفر

سردبیر فصلنامه «مدیریت فرهنگ سازمانی»

دانشکده‌های فارابی - دانشگاه تهران

khanifar@ut.ac.ir

http://www.khanifar.ir