



Applied analysis of the organizational hope-building model based on the thoughts of the Supreme Leader in government organizations

Hasan Askari ¹| Fatemeh Sohrabi ²| Kamran Nazari ³| Ali Salahshor ⁴| Yaghub Ahmadi ⁵

1. PhD student, Department of Management, Sa.C., Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.
2. Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Management, Sa.C., Islamic Azad University, Sanandaj, Iran. Email: 3781987833@iau.ir
3. Assistant Professor, Department of Public Administration, Payam Noor University, Tehran, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.
5. Professor, Department of Geology, Payam Noor University, Tehran, Iran.

Volume info

Vol. 24
Series: 109
Autumn 2025
P.P: 49-74

Article Type

Research Paper

Article History

Received:
2025-09-17
Revised:
2025-10-26
Accepted:
2025-12-17
Published:
2025-12-21

ISSN – E-ISSN

ISSN: 2008-6121
E-ISSN: 2645-5218



Abstract

Hope-building, as one of the basic needs of societies and organizations, plays a pivotal role in promoting social capital. From the perspective of the Supreme Leader, hope is not only an individual psychological state, but also a macro strategy for the progress of society and the creation of a new Islamic civilization. Accordingly, the present study aimed to present and validate a conceptual model of organizational hope-building based on the statements of the Supreme Leader in order to examine the main dimensions of this concept and its role in Iranian organizations. This study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical (survey) in terms of method. The statistical population included employees of government organizations, and 384 people were selected as samples using a stratified random sampling method. The data collection tool was a researcher-made questionnaire based on six conceptual dimensions (religious faith and belief, national self-confidence, organizational resilience, coping with media despair, forward-looking management and responsibility, and human capital). Descriptive statistics, Pearson correlation, and structural equation modeling in AMOS software were used to analyze the data. The findings showed that all independent dimensions of the study have a positive and significant effect on "organizational hopefulness". Among them, responsibility and human capital ($\beta=0.30$) and faith and religious belief ($\beta=0.27$) had the greatest effect, while coping with media despair ($\beta=0.15$) showed the least effect. The model fit indices were also within the desired range (CFI=0.94, GFI=0.91, RMSEA=0.056). These results indicate that the proposed model has theoretical and empirical validity and can be used as a practical framework for strengthening hope and motivation in Iranian organizations.

Keywords: Tahlil KARBARDI, Madel Amidafarini Sazmani, Andisheh Cpehei Mogham moazam rayabri.

Cite this Article: Askari, H., Sohrabi, F., Nazari, K., Salahshor, A., & Ahmadi, Y. (2025). Applied analysis of the organizational hope-building model based on the thoughts of the Supreme Leader in government organizations. *Scientific Journal of Defensive Researches and Management*, 24(109), 49-74. doi : 10.47176/mdr.2025.1424



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights



Publisher: Imam Hossein University.

تحلیل کاربردی مدل امیدآفرینی سازمانی بر اساس اندیشه‌های مقام معظم رهبری در سازمان‌های دولتی

حسن عسکری^۱ | فاطمه سهرابی^۲ | کامران نظری^۳ | علی سلحشور^۴ | یعقوب احمدی^۵

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

۲. نویسنده مسئول: استادیار، گروه مدیریت، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

Email: 3781987833@iau.ir

۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۴. استادیار، گروه معارف اسلامی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

۵. استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

امیدآفرینی به‌عنوان یکی از نیازهای اساسی جوامع و سازمان‌ها، نقشی محوری در ارتقای سرمایه اجتماعی، افزایش بهره‌وری و مقابله با چالش‌های محیطی دارد. در شرایط کنونی که سازمان‌های دولتی ایران با مشکلاتی نظیر کاهش انگیزش نیروی انسانی، ضعف کارآمدی و فشارهای بیرونی مواجه‌اند، توجه به امید به‌عنوان یک سرمایه روان‌شناختی و اجتماعی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. از منظر مقام معظم رهبری، امید نه تنها یک حالت روان‌شناختی فردی، بلکه راهبردی کلان برای پیشرفت جامعه و ایجاد تمدن نوین اسلامی به‌شمار می‌آید. بر همین اساس، پژوهش حاضر باهدف ارائه و اعتبارسنجی مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری انجام شد تا ابعاد اصلی این مفهوم و نقش آن در سازمان‌های ایرانی بررسی گردد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی (پیمایشی) است. جامعه آماری شامل کارکنان سازمان‌های دولتی بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته بر مبنای شش بعد مفهومی (ایمان و باور دینی، خودباوری ملی، تاب‌آوری سازمانی، مقابله با یأس رسانه‌ای، مدیریت آینده‌نگر و مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی) بود. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی، همبستگی پیرسون و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار AMOS استفاده گردید. یافته‌ها نشان داد که تمامی ابعاد مستقل پژوهش دارای اثر مثبت و معنادار بر «امیدآفرینی سازمانی» هستند. در این میان، مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی ($\beta=0.30$) و ایمان و باور دینی ($\beta=0.27$) بیشترین تأثیر را داشته‌اند، درحالی‌که مقابله با یأس رسانه‌ای ($\beta=0.15$) کمترین تأثیر را نشان داد. شاخص‌های برازش مدل نیز در محدوده مطلوب قرار داشتند ($RMSEA=0.056$, $GFI=0.91$, $CFI=0.94$) این نتایج بیانگر آن است که مدل پیشنهادی از اعتبار نظری و تجربی برخوردار بوده و می‌تواند به‌عنوان چارچوبی عملی برای تقویت امید و انگیزش در سازمان‌های ایرانی مورد استفاده قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: تحلیل کاربردی، مدل امیدآفرینی سازمانی، اندیشه‌های مقام معظم رهبری.

استناد: عسکری، حسن، سهرابی، فاطمه، نظری، کامران، سلحشور، علی، و احمدی، یعقوب. (۱۴۰۴). تحلیل

کاربردی مدل امیدآفرینی سازمانی بر اساس اندیشه‌های مقام معظم رهبری در سازمان‌های دولتی. فصلنامه مدیریت و

پژوهش‌های دفاعی، ۲۴(۱۰۹)، ۴۹-۷۴. doi: 10.47176/mdr.2025.1424

© نویسنده(گان) حق نشر و حقوق کامل انتشار را برای خود محفوظ می‌دارند.



ناشر: دانشگاه جام امام حسین(ع).

OPEN ACCESS

مقدمه

در جهان پرشتاب و پرچالش امروز، سازمان‌ها برای بقا و پیشرفت نیازمند منابعی فراتر از سرمایه‌های مالی و انسانی هستند. یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های ناملموس که می‌تواند پیشران تحول و پایداری سازمان‌ها در محیط‌های پیچیده به شمار آید، «امید» است. امید به‌عنوان یک سازه روان‌شناختی و اجتماعی، عاملی کلیدی در شکل‌گیری انگیزش درونی، تاب‌آوری سازمانی و تعهد کارکنان به اهداف کلان تلقی می‌شود. در این چارچوب، امید صرفاً یک حالت روانی نیست، بلکه توانایی سازمان در تعیین اهداف واقع‌بینانه، ترسیم مسیرهای تحقق آن‌ها و حفظ انگیزش مستمر در مواجهه با موانع به شمار می‌رود. در ادبیات اسلامی نیز امید جایگاهی رفیع دارد و به‌عنوان نیرویی الهام‌بخش برای حرکت فردی و اجتماعی معرفی شده است. آموزه‌های دینی بر این باورند که امیدواری به آینده روشن، اعتماد به وعده‌های الهی و اعتقاد به تغییر مثبت، پایه‌های اصلی پویایی فرد و جامعه را تشکیل می‌دهند. از این منظر، امید نه تنها یک ویژگی فردی، بلکه یک راهبرد کلان اجتماعی است که می‌تواند در قالب سیاست‌گذاری‌ها، مدیریت منابع انسانی و طراحی ساختارهای فرهنگی و ارزشی در سازمان‌ها نهادینه شود. با این حال، بسیاری از سازمان‌های دولتی ایران در شرایط کنونی با بحران‌هایی نظیر کاهش انگیزش نیروی انسانی، ضعف در پاسخ‌گویی، ناکارآمدی مدیریتی و تضعیف اعتماد عمومی مواجه‌اند. این مشکلات به شکل‌گیری نوعی بی‌تفاوتی سازمانی منجر شده که به‌طور مستقیم بهره‌وری و اثربخشی سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در چنین شرایطی، بازسازی سرمایه روان‌شناختی و احیای امید در محیط‌های کاری ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

مقام معظم رهبری نیز پارها بر اهمیت امید به‌عنوان موتور محرکه پیشرفت و عامل تحرک تمدنی تأکید کرده و مقابله با یأس و ناامیدی را از وظایف مدیران، نخبگان و رسانه‌ها دانسته‌اند. بر همین اساس، در پژوهش‌های پیشین مدلی مفهومی برای امیدآفرینی سازمانی بر پایه بیانات ایشان ارائه شد که شامل ابعاد ایمان به وعده الهی، خودباوری ملی، تاب‌آوری، مقابله با سیاه‌نمایی رسانه‌ای، مدیریت آینده‌نگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه سرمایه انسانی است. با این حال، خلأ موجود در این حوزه آن است که میزان کاربست‌پذیری و انطباق این مدل مفهومی با واقعیت‌های میدانی سازمان‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، مسئله اصلی این پژوهش

آن است که آیا مدل مفهومی استخراج شده از بیانات رهبری در محیط واقعی سازمانی نیز قابلیت اجرا و اعتبار تجربی دارد یا خیر.

از سوی دیگر، سازمان‌های دولتی ایران به‌ویژه در سطوح میانی و عملیاتی، با چالش‌های فزاینده‌ای از جنس فرسودگی شغلی، بی‌انگیزگی، ضعف در نوآوری، کاهش تعهد سازمانی و افزایش بی‌تفاوتی نسبت به اهداف کلان مواجه شده‌اند (عرفانی و همکاران، ۱۳۹۶؛ شیرازی، ۱۴۰۱). این وضعیت که گاه از آن با عنوان «افسردگی سازمانی» نیز یاد می‌شود، نه تنها کارآمدی دستگاه‌های اجرایی را کاهش می‌دهد، بلکه سرمایه اجتماعی دولت را نیز دستخوش فرسایش می‌سازد (رضایی ورمزیار و شرفی، ۱۴۰۱). در چنین شرایطی، بازسازی روحیه امید، به‌عنوان یک عنصر حیاتی در احیای پویایی سازمان‌ها، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است (Peterson & Seligman, 2023). با وجود اهمیت بالای موضوع، بررسی ادبیات نظری و پژوهشی نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه امید سازمانی، بر نظریه‌های وارداتی غربی نظیر روان‌شناسی مثبت‌گرا، مدل سرمایه روان‌شناختی، یا نظریه خودکارآمدی مبتنی بوده‌اند (Snyder et al. 2021; Luthans et al. 2023). این نظریه‌ها، اگرچه در شناخت سازوکارهای فردی امید مفید واقع شده‌اند، اما از بُعد فرهنگی و اعتقادی بومی، به‌ویژه در جامعه اسلامی ایران، فاقد جامعیت و کارایی لازم هستند. در واقع، الگوهای غربی اغلب از بافت فرهنگی-دینی غنی جوامع اسلامی، به‌ویژه دیدگاه‌های راهبردی در خصوص امید، غافل مانده‌اند (مولایی، ۱۴۰۱). از سوی دیگر، بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در سال‌های اخیر، به‌صورت مکرر به ضرورت امیدآفرینی در سطوح مختلف اجتماعی، سیاسی و سازمانی تأکید داشته‌اند. معظم له، ضمن تبیین پروژه «یأس آفرینی دشمنان»، بر «دمیدن روح امید» در جوانان، مدیران و کارکنان به‌عنوان یک وظیفه اسلامی، مدیریتی و تمدنی تأکید فرموده‌اند (محمدی مقدم و کاوند، ۱۴۰۱). در این گفتمان، امید نه تنها یک احساس مثبت، بلکه یک راهبرد مدیریتی و تمدن ساز تلقی می‌شود که باید به‌صورت آگاهانه در سیاست‌های سازمانی، برنامه‌ریزی منابع انسانی و الگوهای رهبری اسلامی تجلی یابد. در مقاله پیشین (عسگری، ۱۴۰۴)، تلاش شد تا با تحلیل مضمون بیانات مقام معظم رهبری، یک مدل مفهومی بومی و اسلامی برای امیدآفرینی در سازمان‌های ایرانی ارائه گردد. این مدل شامل مؤلفه‌هایی چون ایمان به وعده الهی، خودباوری ملی، تاب‌آوری سازمانی، مقابله با سیاه‌نمایی

رسانه‌ای، مدیریت نوآور و آینده‌نگر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توسعه سرمایه انسانی بود؛ اما پرسش کلیدی که همچنان بی‌پاسخ مانده این است که: آیا این مدل مفهومی در محیط‌های واقعی سازمانی نیز کاربردپذیر است؟

از این رو اهداف و پرسش‌های پژوهش به شرح زیر است:

هدف اصلی

- اعتبارسنجی و بررسی میزان کاربست‌پذیری مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری در سازمان‌های دولتی ایران.

اهداف فرعی

- سنجش نقش ایمان و باور دینی در تقویت امیدآفرینی سازمانی.
- بررسی تأثیر خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی بر امیدآفرینی سازمانی.
- ارزیابی رابطه تاب‌آوری سازمانی و استقامت با امیدآفرینی سازمانی.
- تحلیل نقش مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی در شکل‌گیری امید سازمانی.
- بررسی تأثیر مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین بر امیدآفرینی سازمانی.
- سنجش میزان تأثیر مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی بر امیدآفرینی سازمانی.
- تعیین میزان برازش مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی با داده‌های میدانی در سازمان‌های دولتی.

پرسش‌های پژوهش

مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری تا چه اندازه با داده‌های تجربی در سازمان‌های دولتی انطباق دارد؟

- ۱- ایمان و باور دینی چه نقشی در امیدآفرینی سازمانی ایفا می‌کند؟
- ۲- تا چه حد خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی در افزایش امیدآفرینی سازمانی مؤثر است؟
- ۳- رابطه تاب‌آوری سازمانی و استقامت با امیدآفرینی سازمانی چگونه است؟

- ۴- مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی چه اثری بر امیدآفرینی سازمانی دارد؟
- ۵- نقش مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین در تقویت امید سازمانی چیست؟
- ۶- مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی چه تأثیری بر امیدآفرینی سازمانی دارد؟

در واقع، آنچه در این مرحله از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، بررسی کاربست‌پذیری مدل مفهومی طراحی شده در میدان عمل است؛ یعنی، باید مشخص شود که آیا مؤلفه‌های تئوریک و گفتمان‌محور امیدآفرینی، در ساختار، فرآیند و رفتارهای جاری سازمان‌های دولتی قابل مشاهده و تحقق هستند یا خیر. چنین تحلیلی می‌تواند ضمن اعتبارسنجی مدل پیشنهادی، راه را برای تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی در حوزه منابع انسانی، مدیریت تحول و حکمرانی فرهنگی-سازمانی هموار سازد. از این رو، هدف مقاله حاضر، تحلیل کاربردی و تجربی مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی بر پایه اندیشه‌های مقام معظم رهبری است. این تحلیل می‌تواند به درک عمیق‌تری از نقاط قوت، چالش‌ها و فرصت‌های پیاده‌سازی عملی این مدل در سازمان‌های دولتی ایران منجر شود؛ و بدین ترتیب، حلقه مفقوده میان نظریه و عمل را در زمینه امیدآفرینی سازمانی در چارچوب مدیریت اسلامی پر کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم امید در ادبیات روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مدیریت و الهیات، از جایگاهی میان‌رشته‌ای برخوردار است. در حوزه مدیریت و رفتار سازمانی، امید به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی مطرح شده است (Luthans et al. 2023). لوتانز و همکارانش امید را به‌مثابه توانایی تعریف اهداف روشن، طراحی مسیرهای چندگانه برای رسیدن به آن‌ها و حفظ انگیزش در این مسیر تعریف می‌کنند. از این منظر، سازمان‌هایی که موفق به پرورش امید در میان کارکنان می‌شوند، معمولاً با افزایش تاب‌آوری، تعهد سازمانی و خلاقیت مواجه‌اند (Snyder, 2021). از منظر نظریه رهبری تحول‌گرا نیز، امید یکی از نتایج کلیدی سبک رهبری الهام‌بخش و برانگیزاننده است. باس و ریجیو (Bass & Riggio, 2006) نشان داده‌اند که رهبران تحول‌گرا با ترسیم چشم‌اندازهای روشن و مثبت، زمینه‌ساز شکل‌گیری نگرش‌های امیدآفرین در میان کارکنان می‌شوند. آن‌ها با تأکید بر اهداف والا، تحریک فکری و توجه به نیازهای

فردی، کارکنان را به خودباوری، مسئولیت‌پذیری و انگیزش بلندمدت سوق می‌دهند (Smith & Turner, 2023). از سوی دیگر، در چارچوب مدیریت اسلامی، امید مفهومی راهبردی، دینی و فرهنگی است. برخلاف نگاه فردگرایانه غربی، در مدیریت اسلامی، امید پیوندی عمیق با ایمان، اعتماد به وعده‌های الهی، صبر، استقامت و حرکت جمعی دارد (مولایی، ۱۴۰۱). مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) امید را نه یک حالت روانی، بلکه موتور محرکه جامعه اسلامی و ابزار راهبردی مقابله با جنگ روانی دشمنان می‌دانند. بر اساس این دیدگاه، مدیران در نظام اسلامی باید روحیه خودباوری، ایستادگی در برابر مشکلات و نگاه روشن به آینده را در کارکنان نهادینه کنند (دهقان، ۱۴۰۱).

امیدآفرینی سازمانی

امیدآفرینی سازمانی به مجموعه‌ای از فرآیندها، سیاست‌ها و تعاملات درون‌سازمانی اطلاق می‌شود که به تقویت نگرش مثبت، انگیزش درونی و اعتماد به آینده در میان کارکنان منجر می‌گردد. این مفهوم در حوزه مدیریت و روان‌شناسی سازمانی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی شناخته می‌شود و نقشی کلیدی در افزایش بهره‌وری، تاب‌آوری در برابر بحران‌ها و شکل‌گیری تعهد سازمانی ایفا می‌کند. امیدآفرینی صرفاً به معنای ایجاد خوش‌بینی سطحی نیست، بلکه یک رویکرد راهبردی است که کارکنان را برای تعیین اهداف واقع‌بینانه، طراحی مسیرهای تحقق آن‌ها و استمرار تلاش در شرایط دشوار توانمند می‌سازد. از منظر اندیشه اسلامی و به‌ویژه دیدگاه‌های مقام معظم رهبری، امیدآفرینی سازمانی یک ضرورت تمدنی تلقی می‌شود. در این چارچوب، امید نه تنها یک احساس فردی، بلکه یک عامل اجتماعی و مدیریتی است که می‌تواند بستر حرکت جمعی و پیشرفت جامعه را فراهم کند. امیدآفرینی در سازمان‌ها زمانی محقق می‌شود که مدیران با اتکا به ارزش‌های الهی، خودباوری ملی و اعتماد به ظرفیت‌های داخلی، کارکنان را به سمت آینده‌ای روشن سوق دهند؛ بنابراین، امیدآفرینی سازمانی یک پیوند میان انگیزش فردی، هویت ملی و مدیریت ارزش‌مدار است که به تعالی سازمان و جامعه منجر می‌گردد.

ایمان و باور دینی

ایمان و باور دینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد امیدآفرینی، به معنای اعتماد عمیق به وعده‌های الهی، اعتقاد به هدفمندی زندگی و باور به نقش ارزش‌های معنوی در شکل‌دهی مسیر

آینده است. در ادبیات مدیریتی، ایمان دینی یک منبع معنوی و اخلاقی برای پایداری در شرایط بحرانی و غلبه بر موانع تلقی می‌شود. در سطح سازمانی، کارکنانی که بر مبنای باورهای دینی فعالیت می‌کنند، نگرش مثبت‌تر، تعهد بیشتر و توانایی بالاتری در مواجهه با مشکلات نشان می‌دهند. در اندیشه رهبری اسلامی، ایمان دینی ریشه اصلی امیدآفرینی محسوب می‌شود. این باور، افراد و سازمان‌ها را به ایستادگی در برابر تهدیدات، اعتماد به آینده و تلاش برای تحقق اهداف بزرگ تشویق می‌کند. ایمان به وعده‌های الهی موجب می‌شود که کارکنان و مدیران حتی در شرایط فشار و ناکامی نیز روحیه خود را حفظ کنند و سازمان را به سمت تعالی سوق دهند؛ بنابراین، ایمان و باور دینی نه تنها در سطح فردی یک انگیزه‌ساز قوی است، بلکه در سطح سازمانی نیز به عنوان نیرویی راهبردی برای ایجاد روحیه جمعی و امید پایدار عمل می‌کند.

خودباوری ملی

خودباوری ملی به معنای اعتماد به ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و استعدادهای بومی یک ملت در مسیر پیشرفت و توسعه است. این مفهوم در حوزه مدیریت سازمانی به عنوان عاملی مؤثر در افزایش استقلال، خلاقیت و اتکا به منابع داخلی شناخته می‌شود. در سازمان‌ها، خودباوری ملی زمانی تجلی می‌یابد که کارکنان و مدیران به توانایی‌های خود در حل مسائل اعتماد داشته باشند و وابستگی کمتری به منابع یا راهکارهای بیرونی احساس کنند. از منظر رهبری اسلامی، خودباوری ملی یکی از مهم‌ترین ارکان امیدآفرینی است. اعتماد به نیروهای داخلی و تکیه بر ظرفیت‌های بومی، احساس هویت و غرور ملی را در کارکنان تقویت می‌کند و موجب می‌شود که سازمان‌ها در برابر فشارهای بیرونی تاب‌آوری بیشتری داشته باشند. بدین ترتیب، خودباوری ملی نه تنها عاملی برای تقویت انگیزش و امید فردی است، بلکه به عنوان یک راهبرد کلان سازمانی و اجتماعی نیز عمل می‌کند و به حرکت در مسیر استقلال و پیشرفت ملی منجر می‌شود.

تاب‌آوری سازمانی

تاب‌آوری سازمانی به توانایی یک سازمان در مواجهه با بحران‌ها، شوک‌ها و تغییرات محیطی و بازگشت به شرایط مطلوب یا حتی دستیابی به سطح بالاتری از عملکرد گفته می‌شود. این مفهوم شامل ظرفیت سازمان برای تحمل فشار، حفظ عملکرد و یادگیری از بحران‌هاست. سازمان‌هایی که

از تاب‌آوری بالاتری برخوردارند، در شرایط دشوار دچار فروپاشی یا ناامیدی نمی‌شوند و از بحران‌ها به‌عنوان فرصتی برای رشد و نوآوری استفاده می‌کنند. تاب‌آوری در اندیشه اسلامی نیز جایگاهی ویژه دارد و بر صبر، استقامت و اتکا به ارزش‌های معنوی در شرایط دشوار تأکید می‌کند. در چارچوب امیدآفرینی سازمانی، تاب‌آوری موجب می‌شود که کارکنان روحیه خود را از دست ندهند و به‌جای تسلیم شدن در برابر مشکلات، در جهت حل آن‌ها تلاش کنند؛ بنابراین، تاب‌آوری سازمانی پیوندی میان توانایی فردی، انسجام جمعی و ارزش‌های معنوی ایجاد می‌کند که به امید و انگیزش پایدار در سازمان منجر می‌شود.

پیشینه پژوهش

مرور مطالعات انجام‌شده در زمینه امیدآفرینی نشان می‌دهد که این مقوله از منظرهای گوناگون روان‌شناختی، اجتماعی، دینی و مدیریتی مورد توجه محققان قرار گرفته است. در بُعد الهیاتی و معرفتی، زارعی و خوشوقت (۱۴۰۱) با تمرکز بر آموزه‌های قرآن و اندیشه‌های مفسران بزرگی چون آیت‌الله جوادی آملی و علامه طباطبایی (ره)، به تبیین عوامل معرفتی و رفتاری مؤثر در ایجاد امید پرداخته‌اند. آنان در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که باور به توحید، معاد، نبوت و ظهور منجی از پایه‌های معرفتی امید و اعمالی مانند ذکر، توبه، هجرت و جهاد از کنش‌های رفتاری امیدآفرین به‌شمار می‌روند. این پژوهش با نگاهی توصیفی-تحلیلی، جایگاه والای امید در نظام معارف اسلامی را برجسته ساخته است. در حوزه رهبری دینی و مدیریت اسلامی، رضایی ورمزیار و شرفی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با رویکرد تحلیل گفتمان، به شناسایی شاخص‌های امیدآفرینی در اندیشه مقام معظم رهبری پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان حاکی از آن است که در گفتمان معظم‌له، امید مفهومی راهبردی است که در ارتباط با عواملی نظیر پیشرفت ملی، دشمن‌شناسی، عملکرد مسئولان، نقش رسانه و انتظار موعود معنا می‌یابد. این شاخص‌ها بیانگر آن‌اند که امید، نه تنها یک واکنش عاطفی، بلکه یک موتور حرکت اجتماعی در بستر تمدن‌سازی اسلامی تلقی می‌شود.

مولایی (۱۴۰۱) نیز با بهره‌گیری از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، به ارائه الگویی جامع از امید در اندیشه امام خامنه‌ای پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی، ارکان امید را در عناصری مانند صبر، استقامت، اعتماد به وعده الهی، شناخت دشمن و تلاش برای پیشرفت خلاصه می‌کند. افزون بر این،

پژوهش مولایی به شناسایی موانع امید مانند استعمار، استکبار و استبداد نیز پرداخته و امید را عامل کلیدی در مسیر شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی می‌داند. در همین راستا، محمدی مقدم و کاوند (۱۴۰۱) به تحلیل امید‌آفرینی در زمینه تحقق بیانیه گام دوم انقلاب پرداخته‌اند. این پژوهش با بهره‌گیری از روش آمیخته، ساختاری از عوامل علی، زمینه‌ای، تسهیل‌گر و موانع اجتماعی امید را طراحی کرده است. نتایج آن نشان می‌دهد که اقتدار ملی، هویت دینی، انضباط اجتماعی و اراده ملی از جمله محرک‌های اصلی برای ایجاد امید در سطح کلان اجتماعی و تحقق اهداف انقلابی هستند. پژوهش دیگری که در این زمینه قابل توجه است، پژوهش سرو و همکاران (۱۴۰۰) هست. آنان با روش تحلیل مضمون و تمرکز بر بیانیه گام دوم انقلاب، به بررسی چستی امید در گفتمان مقام معظم رهبری پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که امید در این گفتمان، صرفاً یک احساس خوشبینانه نیست، بلکه یک مؤلفه راهبردی برای مقاومت فرهنگی، تداوم انقلاب اسلامی و گذار به مرحله تمدن‌سازی است. مضمون بنیادین شناسایی شده در این پژوهش، آغاز دوره‌ای نوین از حیات تمدنی است که با روحیه امید امکان‌پذیر می‌شود. در سطحی عمیق‌تر، پژوهش‌های منصوری (۱۳۹۹) و دهقان (۱۴۰۱) به بررسی تمایز مفهومی «امید صادق» و «امید کاذب» در اندیشه رهبری پرداخته‌اند. منصوری با تمرکز بر پیوند امید با مفهوم انتظار موعود، آن را عاملی برای پویایی فردی و اجتماعی در مسیر ظهور دانسته است. در حالی که دهقان با تأکید بر «اخلاق امید»، به ضرورت واقع‌گرایی، عمل‌گرایی و پایبندی به مبانی دینی در فرآیند امید‌آفرینی اشاره می‌کند. هر دو پژوهش بر این نکته اتفاق نظر دارند که امید معتبر، باید با درک واقعی از ظرفیت‌ها، موانع و اهداف بلندمدت همراه باشد تا بتواند محرک تحول پایدار باشد.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

ردیف	نویسنده / سال	نوع و روش تحقیق	نتیجه‌گیری پژوهش
۱	زارعی و خوشوقت (۱۴۰۱)	توصیفی-تحلیلی، تحلیل متون قرآنی با تکیه بر آراء مفسران	امیدآفرینی مبتنی بر گزاره‌های معرفتی (توحید، معاد، نبوت، مهدویت) و رفتاری (ذکر، توبه، هجرت، جهاد، صبر) تقویت می‌شود.
۲	رضایی‌ورمزیار و شرفی (۱۴۰۱)	تحلیل گفتمان، رویکرد استنباطی	شاخص‌های امید در اندیشه رهبری در محورهایی چون امید و پیشرفت/دشمن/رسانه/موعود احصا شد؛ آینده تمدن اسلامی روشن ترسیم می‌شود.

تحلیل کاربردی مدل امیدآفرینی سازمانی بر اساس اندیشه‌های مقام معظم رهبری در سازمان‌های دولتی

ردیف	نویسنده / سال	نوع و روش تحقیق	نتیجه‌گیری پژوهش
۳	مولایی (۱۴۰۱)	کتابخانه‌ای + تحلیل محتوا و داده بنیاد (کمی/کیفی)	الگوی امید به آینده با ارکان صبر، اعتماد به وعده الهی، فائق آمدن بر مشکلات و اهدافی چون پیشرفت و تمدن اسلامی ارائه شد.
۴	محمدی‌مقدم و کاوند (۱۴۰۱)	آمیخته (کیفی-کمی)، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد	عوامل علی، راهبردها و زمینه‌سازهای امیدآفرینی در چارچوب «گام دوم» شناسایی شد؛ پیامدها شامل تاب‌آوری و نشاط اجتماعی است.
۵	سرو و همکاران (۱۴۰۰)	کیفی، تحلیل مضمون اسنادی	امید در بیانات رهبری «کلید پیشرفت» و مواجهه با دشمنی‌هاست؛ «دوران جدید عالم» به‌عنوان مضمون پایه استخراج شد.
۶	منصوری (۱۳۹۹)	توصیفی-تحلیلی	«امید صادق» موتور محرک انتظار و عدالت‌خواهی است؛ پیوند امید معقول با کنش اجتماعی تبیین شد.
۷	دهقان (۱۴۰۱)	تحلیلی-اسنادی، اخلاق امید با تأکید بر گام دوم	تمایز «امید صادق» و «امید کاذب»؛ ضرورت واقع‌گرایی، عمل‌گرایی و پرهیز از امیدهای واهی برای پیشرفت جامعه.
۸	Rego (2022)	کمی/مدل تحلیلی بر مبنای PsyCap	رهبری امیدآفرین انگیزش و عملکرد کارکنان را ارتقا می‌دهد؛ تعیین اهداف روشن و حمایت مستمر کلیدی است.
۹	Carver (2023)	کمی/مدلی؛ تمرکز بر تاب‌آوری سازمانی	فرهنگ امید، استرس و فرسودگی را کاهش و پایداری عملکرد را در بحران‌ها افزایش می‌دهد.
۱۰	Luthans (2023)	مروری-تحلیلی بر سرمایه روان‌شناختی	امید جزء اصلی PsyCap و محرک خلاقیت و نوآوری سازمانی است؛ با توسعه‌سازمانی قابل تقویت است.
۱۱	Peterson (2023)	کمی، مبتنی بر نظریه امید آشنایدر	امید بالاتر با رضایت شغلی، تعهد و کاهش فرسودگی همبسته است؛ توصیه به نظام‌های حمایتی و رهبری تحول‌گرا.
۱۲	Smith & Turner (2023)	کمی/کاربردی، مدیریت تغییر	امید کارکنان مقاومت در برابر تغییر را می‌کاهد و موفقیت تغییرات سازمانی را افزایش می‌دهد؛

ردیف	نویسنده / سال	نوع و روش تحقیق	نتیجه‌گیری پژوهش
			نقش رهبری شفاف کلیدی است.
۱۳	Davis و همکاران (2022)	کمی، کارآفرینی سازمانی	امید ریسک‌پذیری و خلاقیت را بالا می‌برد و رفتارهای کارآفرینانه را تقویت می‌کند.
۱۴	Brown (2023)	کمی/تیمی	امید انسجام تیمی، اعتماد و بهره‌وری گروهی را افزایش می‌دهد.
۱۵	Kim (2023)	کمی، محیط‌های پرتلاطم	امید انعطاف‌پذیری و سازگاری با تغییرات و پذیرش نقش‌های جدید را تقویت می‌کند.
۱۶	Jackson & Lee (2022)	کمی، سلامت روان کار	امید استرس و فرسودگی را کاهش و رضایت شغلی و روابط کاری را بهبود می‌دهد.
۱۷	Williams (2023)	کمی، انگیزش و عملکرد	امید انگیزش، درگیری شغلی و عملکرد سازمانی را ارتقا می‌دهد؛ ترک خدمت کاهش می‌یابد.
۱۸	Carter & Bell (2022)	تحلیلی/کاربردی، توسعه رهبری	رهبری مبتنی بر امید اعتماد، توانمندسازی و انسجام تیمی را افزایش می‌دهد.
۱۹	Gonzalez (2023)	تحلیلی/کاربردی، HRM	امید کارکنان تعهد، بهره‌وری و رفاه را بالا می‌برد؛ HR می‌تواند با سیاست‌های توسعه‌ای آن را نهادینه کند.
۲۰	Thompson (2023)	کمی، مدیریت تعارض	امید تنش‌های بین فردی را می‌کاهد و حل تعارض همکاری‌محور را تقویت می‌کند.
۲۱	Harris & Nguyen (2023)	کمی، خلاقیت سازمانی	امید خلاقیت و نوآوری را افزایش می‌دهد؛ یادگیری مستمر و فرهنگ حمایت از ایده‌ها توصیه می‌شود.
۲۲	Lewis و همکاران (2022)	تحلیلی/کاربردی، مدیریت بحران	امید و ارتباط شفاف رهبران در بحران‌ها تاب‌آوری و همکاری را تقویت و آسیب‌پذیری را کاهش می‌دهد.
۲۳	مطالعه امید دانشجویان ایرانی (سال نامشخص)	کمی، پرسشنامه شارپ-مک‌الهران-ولتون؛ نمونه‌گیری گلوله‌برفی	تفاوت معنی‌دار برحسب مقطع تحصیلی و سابقه تحصیل مشاهده نشد؛ امید در پسران بالاتر بود؛ ارتباط با معدل معنادار نبود.
۲۴	Mukherjee & Sharma (2020)	مروری نظام‌مند +	امید در محل کار رفاه و عملکرد را بهبود می‌دهد؛

ردیف	نویسنده / سال	نوع و روش تحقیق	نتیجه‌گیری پژوهش
		مصاحبه‌های عمیق	شکاف‌های پژوهشی و مسیرهای آینده مشخص شد.
۲۵	عباسی فرد و همکاران (2022)	توصیفی-همبستگی؛ SEM با AMOS	دین‌داری با میانجی‌گری امید، تاب‌آوری را افزایش می‌دهد؛ ارتباط امید و دین‌داری مثبت و معنادار است.

در جمع‌بندی می‌توان گفت که اغلب پژوهش‌های داخلی انجام‌شده، تمرکز خود را بر مبانی معرفتی و دینی امید یا تحلیل محتوای بیانات رهبری در سطح نظری گذاشته‌اند. با این حال، خلأ عمده‌ای در حوزه کاربردپذیری مدل‌های بومی امید در فضای سازمانی و اجرایی وجود دارد. پژوهش حاضر باهدف تحلیل عملی مدل مفهومی طراحی‌شده در مقاله پیشین، می‌کوشد تا این خلأ را پوشش داده و بستر اجرایی برای تحقق راهبرد امیدآفرینی در سازمان‌های دولتی ایران فراهم آورد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، در زمره مطالعات کاربردی قرار می‌گیرد؛ چراکه تلاش دارد با سنجش عملیاتی مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی که در پژوهش پیشین بر مبنای بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) طراحی شده، زمینه پیاده‌سازی آن را در بستر واقعی سازمان‌های دولتی ایران فراهم آورد. این مدل مفهومی که مبتنی بر مؤلفه‌های بومی و اسلامی است، تاکنون عمدتاً در سطح نظری تبیین شده است و ضرورت دارد از منظر تجربی و میدانی نیز مورد آزمون قرار گیرد. از حیث روش، این پژوهش یک مطالعه کمی-توصیفی از نوع پیمایشی است که از طریق ابزار پرسش‌نامه به گردآوری داده‌های کمی پرداخته است. انتخاب این روش به دلیل تناسب آن باهدف بررسی دیدگاه‌های کارکنان سازمانی در خصوص ابعاد مدل امیدآفرینی صورت گرفته است. در این پژوهش از طرح مقطعی استفاده شده است، به این معنا که داده‌ها در یک بازه زمانی مشخص از پاسخ‌دهندگان گردآوری و تحلیل می‌شوند. این طرح، امکان بررسی وضعیت جاری امیدآفرینی در سازمان‌ها را در ارتباط با متغیرهای شناسایی‌شده در مدل مفهومی فراهم می‌کند. درعین حال، مطالعه از نوع تأییدی-ارزیابانه محسوب می‌شود؛ چراکه مدل مفهومی پیشین را با روش‌های آماری تأییدی مورد آزمون و تحلیل قرار می‌دهد.

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان و مدیران شاغل در سازمان‌های دولتی منتخب (نظیر وزارتخانه‌ها، استانداری‌ها و ادارات کل در حوزه‌های اجرایی، آموزشی، خدماتی و سیاست‌گذاری) در استان مورد مطالعه است. به منظور افزایش قابلیت تعمیم، سازمان‌ها بر اساس نوع مأموریت و سطح ساختار اداری به صورت طبقه‌ای دسته‌بندی شدند. نمونه‌گیری از درون این طبقات به صورت تصادفی طبقه‌ای نسبی انجام گرفت. برای تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران برای جوامع بزرگ استفاده شد. با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵٪، خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵ و با توجه به حجم تقریبی جامعه، حجم نمونه مورد نیاز برابر با ۳۷۴ نفر محاسبه شد. برای افزایش دقت و جبران نرخ عدم پاسخ، تعداد ۳۹۰ پرسش‌نامه توزیع و در نهایت ۳۸۰ پرسش‌نامه سالم جمع‌آوری و تحلیل گردید.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، یک پرسش‌نامه محقق ساخته است که مبتنی بر مؤلفه‌ها و ابعاد شش‌گانه مدل مفهومی طراحی شده در مقاله قبلی تهیه شده است. مراحل تدوین پرسش‌نامه به شرح زیر بوده است:

- ۱- **طراحی اولیه گویه‌ها** بر اساس مفاهیم استخراج شده از تحلیل مضمون بیانات مقام معظم رهبری (۶ مؤلفه اصلی و ۲۵ زیر مؤلفه).
- ۲- **اعتبارسنجی محتوایی** از طریق اخذ نظر ۵ تن از اساتید حوزه مدیریت اسلامی، مدیریت دولتی و روش پژوهش.
- ۳- **تدوین نسخه نهایی پرسش‌نامه** با ۳۰ گویه بسته در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم).

مدل مفهومی نهایی پژوهش



جدول ۲. ابعاد موردسنجش در پرسش‌نامه پژوهش

ردیف	عنوان بُعد	تعداد گویه‌ها	شرح مختصر از محتوا / تمرکز سنجش هر بُعد
۱	ایمان و باور دینی	۵	سنجش میزان اعتماد به وعده‌های الهی، معنویت در محیط کار و نگرش الهی به آینده سازمان
۲	خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی	۵	ارزیابی باور به توانمندی‌های ملی، اعتماد به نیروهای داخلی و انگیزه خوداتکایی در سازمان
۳	تاب‌آوری سازمانی و استقامت	۵	بررسی میزان تحمل فشار، صبر در برابر بحران‌ها و استمرار انگیزش در مواجهه با چالش‌ها
۴	مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی	۵	ارزیابی حساسیت کارکنان نسبت به جنگ روانی رسانه‌ای و نقش سازمان در تولید امید اجتماعی
۵	مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین	۵	سنجش دیدگاه‌های نوآورانه، برنامه‌ریزی بلندمدت، حمایت از ایده‌های تحول‌گرا و آینده‌سازی
۶	مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی	۵	بررسی میزان تعهد سازمانی، پاسخگویی، توجه به منابع انسانی و فرهنگ کار اثربخش

برای ارزیابی روایی محتوایی پرسش‌نامه، از روش قضاوت خبرگان استفاده شد. اعضای هیئت علمی حوزه‌های مرتبط با مدیریت اسلامی، روان‌شناسی سازمانی و رفتار سازمانی به بررسی گویه‌ها پرداختند و بر پوشش مناسب ابعاد مدل تأکید داشتند. به منظور سنجش پایایی (Reliability)، آزمون مقدماتی روی نمونه‌ای ۳۰ نفری از کارکنان یکی از ادارات دولتی انجام شد و ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش‌نامه ۰/۸۹ محاسبه گردید. آلفای محاسبه‌شده برای هر بعد نیز بالاتر از ۰/۷۰ بوده است که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار است.

روش پژوهش حاضر، با بهره‌گیری از طراحی دقیق، نمونه‌گیری علمی و تحلیل آماری پیشرفته، تلاش می‌کند تا میزان انطباق مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی با واقعیت‌های میدانی در سازمان‌های دولتی ایران را مشخص نماید. نتایج این پژوهش می‌تواند زمینه‌ساز طراحی سیاست‌های منابع انسانی، برنامه‌های ارتقاء روحیه کارکنان و راهکارهای مدیریتی مبتنی بر گفتمان اسلامی-ایرانی باشد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، داده‌های گردآوری‌شده از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته که بر مبنای مدل مفهومی استخراج‌شده از بیانات مقام معظم رهبری تدوین شده است، مورد بررسی و تحلیل آماری قرار می‌گیرد. هدف از تحلیل داده‌ها، ارزیابی میزان تحقق‌پذیری و سازگاری مؤلفه‌های مدل امیدآفرینی سازمانی در فضای واقعی سازمان‌های دولتی ایران است. با توجه به ماهیت پژوهش که بر تلفیق مبانی نظری اسلامی با سنجش‌های تجربی استوار است، تحلیل داده‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در اعتباربخشی به مدل مفهومی پیشنهادی ایفا می‌کند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. در بخش توصیفی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و شاخص‌های آماری اولیه مانند میانگین، انحراف معیار و توزیع فراوانی برای هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته گزارش می‌شود. این تحلیل به درک دقیق‌تر از ساختار پاسخ‌ها و ویژگی‌های نمونه آماری کمک کرده و زمینه را برای تحلیل‌های دقیق‌تر فراهم می‌سازد. در بخش آمار استنباطی، ابتدا با استفاده از آزمون‌های همبستگی، روابط میان متغیرهای اصلی پژوهش بررسی شده و سپس با بهره‌گیری از تحلیل عاملی تأییدی (CFA)، ساختار عاملی مدل پیشنهادی آزمون شده

است. شاخص‌های برازش مدل نیز برای سنجش تطابق نظری و تجربی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این بخش از تحلیل، پاسخ روشنی به این پرسش می‌دهد که آیا ابعاد شش‌گانه‌ای که در طراحی مدل امیدآفرینی سازمانی بر اساس اندیشه‌های رهبری استخراج شده‌اند، در فضای سازمانی موجود قابل‌شناسایی و اندازه‌گیری هستند یا خیر.

ویژگی‌های جمعیت‌شناسی اعضای نمونه شامل وضعیت جنسیت، تاهل، سن، سطح تحصیلات و درنهایت سابقه کاری افراد در مدیریت منابع انسانی با تمرکز بر ارائه الگوی امیدآفرینی سازمانی، در ادامه این بخش بررسی شده است.

جدول ۳. متغیرهای توصیفی پژوهش			
متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنسیت			
مرد	۲۱۵	۵۷	۵۷
زن	۱۶۵	۴۳	۱۰۰
وضعیت تأهل			
مجرد	۱۲۰	۳۲	۳۲
متاهل	۲۶۰	۶۸	۱۰۰
مقطع تحصیلی			
فوق‌دیپلم	۱۵۱	۴۰	۴۰
کارشناسی	۱۳۹	۳۷	۷۷
کارشناسی ارشد	۷۰	۱۸	۹۵
دکتری	۲۰	۵	۱۰۰
سابقه کاری			
کمتر از ۵ سال	۸۱	۲۳	۲۳
سال ۱۰ الی ۶	۱۰۶	۲۸	۵۱
سال ۱۵ الی ۱۱ بین	۹۶	۲۵	۷۶
سال ۱۵ از بیشتر	۹۰	۲۴	۱۰۰
سن			
سال ۲۰ تا ۳۰ بین	۶۸	۱۸	۱۸

سال ۴۰ تا ۳۱ بین	۱۸۳	۴۸	۶۶
سال ۵۰ تا ۴۱ بین	۴۴	۱۲	۷۸
سال ۵۰ از بیشتر	۸۵	۲۲	۱۰۰

پس از توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناسی پاسخ‌دهندگان و بررسی وضعیت توزیع فراوانی پاسخ‌ها در سطح توصیفی، در این بخش به تحلیل استنباطی داده‌ها پرداخته می‌شود. هدف از تحلیل استنباطی، بررسی روایی سازه‌های مفهومی مدل پژوهش، ارزیابی رابطه میان متغیرها و تعیین میزان انطباق داده‌های میدانی با ساختار نظری مدل امیدآفرینی سازمانی است. در گام نخست، برای سنجش ویژگی‌های آماری هر یک از متغیرهای اصلی پژوهش، از شاخص‌های مرکزی (میانگین) و شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار، کمینه و بیشینه) استفاده شده است. این شاخص‌ها تصویر روشنی از وضعیت پاسخ‌ها به هر بُعد مفهومی مدل پژوهش را ارائه می‌دهند. مقایسه میانگین‌ها با مقدار میانگین نظری (عدد ۳ در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای) نیز نشان می‌دهد که ادراک پاسخ‌دهندگان از هر مؤلفه در چه سطحی قرار دارد. نتایج در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴. شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای کمی پژوهش

ردیف	متغیر (بعد)	تعداد گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
۱	ایمان و باور دینی	۵	۴.۱۲	۰.۵۶	۲.۰۰	۵.۰۰
۲	خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی	۵	۴.۰۵	۰.۶۱	۲.۰۰	۵.۰۰
۳	تاب‌آوری سازمانی و استقامت	۵	۳.۹۱	۰.۶۸	۲.۰۰	۵.۰۰
۴	مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی	۵	۳.۷۷	۰.۷۳	۲.۰۰	۵.۰۰
۵	مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین	۵	۴.۰۸	۰.۵۹	۲.۰۰	۵.۰۰
۶	مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی	۵	۴.۲۱	۰.۵۲	۳.۰۰	۵.۰۰
۷	امیدآفرینی سازمانی (متغیر وابسته)	۶	۴.۱۶	۰.۵۵	۲.۰۰	۵.۰۰

نتایج حاصل از تحلیل شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که میانگین ادراک پاسخ‌دهندگان از تمامی مؤلفه‌های مدل امیدآفرینی سازمانی بالاتر از سطح نظری ۳ (در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت) قرار دارد. این مسئله بیانگر آن است که شرکت‌کنندگان در پژوهش، ارزیابی مثبتی نسبت به وضعیت عوامل مؤثر بر امیدآفرینی در محیط کاری خود دارند. در میان متغیرهای مستقل، بیشترین میانگین مربوط به «مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی» با مقدار ۴.۲۱ و کمترین آن مربوط به «مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی» با مقدار ۳.۷۷ بوده است. چنین نتیجه‌ای نشان می‌دهد که از دید کارکنان، سرمایه انسانی و تعهد سازمانی نسبتاً مطلوب ارزیابی شده، اما بعد رسانه‌ای امید که مرتبط با مواجهه با فضای روانی و تبلیغی منفی است، کمتر مورد توجه یا تجربه بوده است. از سوی دیگر، میزان انحراف معیار در تمامی متغیرها پایین‌تر از مقدار ۰.۷۳ بوده که نشان‌دهنده همگنی نسبی پاسخ‌ها و عدم پراکندگی زیاد در ادراک افراد نسبت به مؤلفه‌های امیدآفرینی است. همچنین متغیر وابسته «امیدآفرینی سازمانی» دارای میانگین ۴.۱۶ و انحراف معیار ۰.۵۵ بوده که نشان می‌دهد به‌طور کلی، پاسخ‌دهندگان سطح بالایی از امید سازمانی را تجربه کرده‌اند. با توجه به نزدیکی میانگین‌ها و همچنین فاصله نسبتاً محدود میان حداقل و حداکثر نمرات، می‌توان نتیجه گرفت که مؤلفه‌های شش‌گانه مدل مفهومی به‌طور متوازن در سازمان‌های مورد بررسی محقق شده‌اند، گرچه برخی ابعاد مانند تاب‌آوری و مقابله با یأس رسانه‌ای نیازمند توجه و تقویت بیشتری هستند.

تحلیل همبستگی بین متغیرهای پژوهش

یکی از اهداف کلیدی پژوهش حاضر، بررسی میزان ارتباط و همبستگی میان مؤلفه‌های مختلف مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی است. بدین منظور، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده که برای بررسی شدت و جهت رابطه بین متغیرهای کمی مناسب است. این تحلیل به شناسایی این نکته کمک می‌کند که آیا متغیرهای مستقل شناسایی شده (نظیر ایمان دینی، خودباوری، تاب‌آوری و...) با متغیر وابسته (امیدآفرینی سازمانی) رابطه معناداری دارند یا خیر و در صورت وجود، این رابطه به چه میزان قوی یا ضعیف است. تفسیر ضرایب همبستگی پیرسون بر اساس عرف آماری به شرح زیر انجام شده است: ضریب بین ۰.۱۰ تا ۰.۲۹ رابطه ضعیف، بین ۰.۳۰

تا ۰.۴۹ رابطه متوسط و بالاتر از ۰.۵۰ رابطه قوی تلقی می‌شود. همچنین، سطح معناداری (Sig.) کمتر از ۰.۰۵ بیانگر معناداری آماری رابطه هست. جدول زیر، ضرایب همبستگی میان متغیر وابسته (امیدآفرینی سازمانی) و ابعاد شش‌گانه مدل را نمایش می‌دهد.

جدول ۵. ضرایب همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته امیدآفرینی سازمانی

ردیف	متغیر مستقل	ضریب همبستگی با امیدآفرینی سازمانی (r)	سطح معناداری (Sig.)	نوع رابطه
۱	ایمان و باور دینی	0.61	0.000	قوی و مثبت
۲	خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی	0.57	0.000	قوی و مثبت
۳	تاب‌آوری سازمانی و استقامت	0.49	0.000	متوسط و مثبت
۴	مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی	0.42	0.000	متوسط و مثبت
۵	مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین	0.55	0.000	قوی و مثبت
۶	مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی	0.63	0.000	قوی و مثبت

بررسی ضرایب همبستگی نشان می‌دهد که تمامی ابعاد مدل مفهومی به‌صورت معناداری با متغیر وابسته یعنی «امیدآفرینی سازمانی» رابطه دارند. بالاترین ضریب همبستگی مربوط به متغیر «مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی» با مقدار ۰.۶۳ است که نشان‌دهنده رابطه‌ای قوی و مثبت با امیدآفرینی است. این یافته حاکی از آن است که درک کارکنان از تعهد سازمانی، پاسخگویی، توجه به منابع انسانی و فرهنگ کاری سالم، نقش کلیدی در ایجاد و تقویت فضای امید در محیط‌های کاری دارد. پس از آن، «ایمان و باور دینی» با ضریب ۰.۶۱ قرار دارد که مؤید تأثیر عمیق نگرش‌های معنوی و دینی بر روحیه و انگیزش مثبت در سطح سازمانی است. در رتبه‌های بعدی، متغیرهای «خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی» ($r = 0.57$) و «مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین» ($r = 0.55$) نیز همبستگی قوی و معناداری با امید سازمانی نشان می‌دهند. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که سرمایه‌گذاری بر تقویت روحیه خودباوری درون‌سازمانی و ترویج نگاه تحولی و آینده‌محور در مدیریت، از عوامل مؤثر در شکل‌گیری فرهنگ امید در سازمان‌های دولتی محسوب می‌شود. نقش این دو مؤلفه می‌تواند به‌ویژه در شرایط پیچیده مدیریتی و تحریم‌های اقتصادی، به‌عنوان منابع درونی انگیزه و تاب‌آوری سازمانی بسیار مهم باشد.

در ادامه، دو متغیر «تاب‌آوری سازمانی و استقامت» با ضریب ۰.۴۹ و «مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی» با ضریب ۰.۴۲، دارای رابطه‌ای متوسط و مثبت با متغیر وابسته هستند. این نتایج بیانگر آن است که اگرچه تاب‌آوری در برابر بحران‌ها و مقابله با فضای منفی رسانه‌ای با امیدآفرینی سازمانی مرتبط‌اند، اما میزان تأثیر آن‌ها نسبت به سایر ابعاد در سطح پایین‌تری قرار دارد. به‌ویژه بعد رسانه‌ای، به نظر می‌رسد که در سازمان‌های موردبررسی کمتر موردتوجه مدیریتی قرار گرفته و در نتیجه تأثیرگذاری آن نیز محدودتر بوده است. این موضوع می‌تواند نیاز به سیاست‌گذاری فعال‌تر در حوزه «روابط عمومی راهبردی» را برجسته کند.

تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

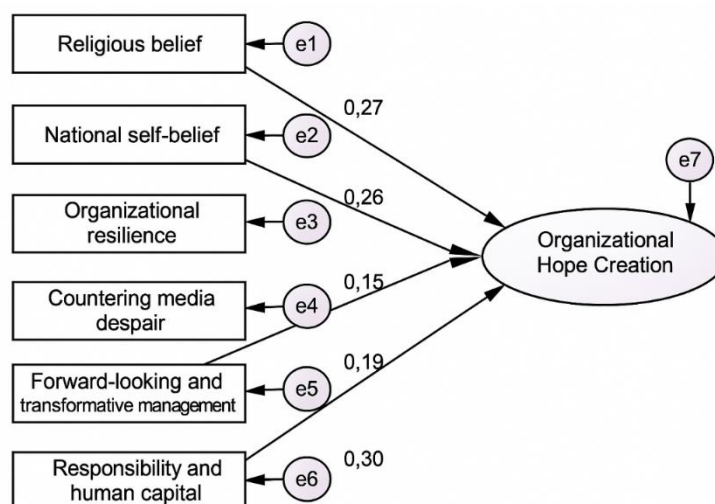
تحلیل عاملی تأییدی (Confirmatory Factor Analysis) یکی از روش‌های قدرتمند در تحلیل ساختارهای مفهومی است که به محقق امکان می‌دهد برازش بین داده‌های تجربی و مدل نظری از پیش فرض شده را مورد آزمون قرار دهد. در این پژوهش، CFA به منظور ارزیابی میزان انطباق شش مؤلفه مستقل مدل امیدآفرینی سازمانی با ساختار مفهومی استخراج‌شده از بیانات مقام معظم رهبری انجام شده است. این تحلیل از طریق نرم‌افزار AMOS صورت گرفته و شاخص‌های برازش متداول برای بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. براساس خروجی نرم‌افزار، تمامی بارهای عاملی گویه‌ها بر ابعاد مربوطه، در سطح معناداری قابل قبول ($P < 0.001$) قرار گرفتند. همچنین میزان بار عاملی هر گویه بالاتر از ۰.۵۰ بوده است که نشان از کفایت همبستگی هر گویه با سازه مربوطه دارد. شاخص‌های برازش نیز نتایج رضایت‌بخشی ارائه کرده‌اند. مقدار شاخص برازش تطبیقی (CFI) برابر با ۰.۹۴، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با ۰.۹۱، شاخص ریشه میانگین خطای تقریب (RMSEA) برابر با ۰.۰۵۶ و نسبت مجذور کای به درجه آزادی (χ^2/df) برابر با ۲.۳۸ بوده است. تمامی این مقادیر در محدوده مطلوب قرار دارند و نشان می‌دهند که داده‌های تجربی به‌خوبی با ساختار نظری مدل پژوهش انطباق دارند. این نتایج نشان می‌دهند که ساختار شش بعدی مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی دارای اعتبار عاملی بوده و می‌توان از آن به‌عنوان مدلی قابل استناد برای تحلیل و سیاست‌گذاری در محیط‌های سازمانی ایران بهره گرفت. همچنین، خروجی تحلیل عاملی تأییدی پایه‌ای برای ورود به تحلیل مسیر (Path

Analysis) و مدل‌سازی ساختاری (SEM) در پژوهش‌های آینده فراهم می‌سازد. جدول زیر مهم‌ترین شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی (تحلیل عاملی تأییدی)

شاخص برازش	مقدار به دست آمده	مقدار قابل قبول	تفسیر
Chi-square/df	2.38	< 3	مناسب
GFI	0.91	> 0.90	خوب
AGFI	0.89	> 0.85	قابل قبول
CFI	0.94	> 0.90	عالی
NFI	0.92	> 0.90	عالی
RMSEA	0.056	< 0.08	مطلوب
PNFI	0.76	> 0.50	قابل قبول
IFI	0.94	> 0.90	عالی

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، تمامی شاخص‌ها در محدوده مطلوب یا عالی قرار دارند که تأییدکننده برازش مناسب مدل مفهومی پیشنهادی با داده‌های میدانی است. این نتایج اعتبار نظری و تجربی مدل را تقویت کرده و زمینه را برای تفسیرهای مدیریتی، سازمانی و راهبردی فراهم می‌سازد.



در گام نخست، مشاهده می‌شود که «مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی» (Responsibility & Human Capital) با ضریب مسیر ۰.۳۰ قوی‌ترین تأثیر را بر امیدآفرینی سازمانی دارد. این نتیجه بیانگر آن است که توجه به منابع انسانی، تعهد سازمانی و پاسخگویی مدیریتی بیشترین سهم را در افزایش امید در محیط‌های کاری ایفا می‌کنند. پس از آن، «ایمان و باور دینی» (Religious Belief) با ضریب ۰.۲۷ و «تاب‌آوری سازمانی» (Organizational Resilience) با ضریب ۰.۲۶ قرار دارند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بعد معنوی و توانایی ایستادگی سازمان در شرایط بحرانی نیز تأثیر قابل توجهی در شکل‌گیری امید دارند. متغیرهای «خودباوری ملی» (National Self-Belief) با ضریب ۰.۲۶ و «مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین» (Forward-looking and Transformative Management) با ضریب ۰.۱۹ در سطح میانی اثرگذاری قرار دارند. این دو عامل بیشتر بر ایجاد روحیه خوداتکایی و نگاه بلندمدت مدیریتی تأکید دارند که اگرچه نقش مهمی در امیدآفرینی دارند، اما شدت اثرگذاری آن‌ها نسبت به مسئولیت‌پذیری و باور دینی کمتر است. ضعیف‌ترین رابطه مربوط به «مقابله با یأس رسانه‌ای» (Countering Media Despair) با ضریب مسیر ۰.۱۵ است. این یافته نشان می‌دهد که گرچه مقابله با فضای منفی رسانه‌ای و تبلیغات مخرب اهمیت دارد، اما در سازمان‌های موردبررسی کمتر موردتوجه یا سرمایه‌گذاری قرار گرفته است و در نتیجه اثر کمتری بر امیدآفرینی کارکنان دارد. در کنار مسیرها، خطاهای اندازه‌گیری (e1 تا e7) نیز در مدل نمایش داده شده‌اند که بیانگر وجود بخشی از واریانس غیر توضیح داده شده برای هر متغیر هستند. این موضوع طبیعی است و نشان می‌دهد که مدل، علاوه بر عوامل شناسایی شده، تحت تأثیر متغیرهای بیرونی دیگری نیز قرار دارد. در مجموع، ساختار مدل از برازش مناسبی برخوردار است و نتایج آن همسو با یافته‌های نظری و پیشینه پژوهش بوده و چارچوبی معتبر برای تحلیل امیدآفرینی سازمانی ارائه می‌دهد.

جدول ۷. ضرایب مسیر متغیرهای مستقل بر امیدآفرینی سازمانی

ردیف	متغیر مستقل	ضریب مسیر استاندارد (β)	سطح معناداری (Sig.)	میزان تأثیر
۱	مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی	0.30	0.000	بیشترین تأثیر (قوی)
۲	ایمان و باور دینی	0.27	0.000	قوی

ردیف	متغیر مستقل	ضریب مسیر استاندارد (β)	سطح معناداری (Sig.)	میزان تأثیر
۳	خودباوری ملی و اتکا به ظرفیت‌های داخلی	0.26	0.000	قوی
۴	تاب‌آوری سازمانی و استقامت	0.26	0.000	قوی
۵	مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین	0.19	0.002	متوسط
۶	مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی	0.15	0.010	کمترین تأثیر (متوسط)

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که تمامی ابعاد شش‌گانه مدل مفهومی امیدآفرینی سازمانی دارای اثرگذاری مثبت و معنادار بر متغیر وابسته «امیدآفرینی سازمانی» هستند. در این میان، بیشترین اثر مربوط به بعد «مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی» و پس از آن «ایمان و باور دینی» بود. این موضوع بیانگر آن است که از منظر کارکنان، تعهد سازمانی، توجه به منابع انسانی و ایجاد فرهنگ کار اثربخش، بیشترین نقش را در تقویت امید در محیط‌های سازمانی ایفا می‌کنند. یافته حاضر به‌طور مستقیم با دیدگاه‌های رهبری معظم انقلاب همسو است که بارها بر اهمیت نیروی انسانی متعهد و مؤمن در پیشبرد اهداف انقلاب و ایجاد روحیه امید در جامعه تأکید کرده‌اند. در مقابل، بعد «مقابله با یأس رسانه‌ای و سیاه‌نمایی» کمترین اثرگذاری را داشت که نشان می‌دهد این بعد هنوز در سازمان‌های موردبررسی جایگاه عملی کمتری یافته است و نیازمند برنامه‌ریزی جدی‌تر در حوزه رسانه و افکار عمومی است. مقایسه نتایج این پژوهش با پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که یافته‌های حاضر به‌خوبی با مطالعات داخلی هم‌پوشانی دارد. برای مثال، نتایج پژوهش مولایی (۱۴۰۱) که ابعاد امید در اندیشه مقام معظم رهبری را شناسایی کرد، نشان داد که امید مبتنی بر مؤلفه‌هایی چون صبر، اعتماد به وعده الهی و آینده روشن است. این همسویی را می‌توان در تأثیر بالای «ایمان و باور دینی» و «تاب‌آوری سازمانی» در پژوهش حاضر مشاهده کرد. همچنین پژوهش رضایی ورمزیار و شرفی (۱۴۰۱) بر اهمیت «امید و رسانه» تأکید داشت، اما نتایج

پژوهش کنونی نشان می‌دهد که در عرصه عملی، سازمان‌ها هنوز نتوانسته‌اند این بعد را به سطح سایر ابعاد ارتقا دهند. به عبارت دیگر، یافته پژوهش ما نوعی «فاصله بین نظر و عمل» در بعد رسانه‌ای امیدآفرینی را آشکار می‌سازد.

همچنین، یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعه محمدی مقدم و کاوند (۱۴۰۱) که بر نقش امید در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب تأکید داشت، هم‌پوشانی دارد. آن پژوهش نشان داد که سرمایه انسانی، هویت دینی و اراده ملی مهم‌ترین زمینه‌سازهای امیدآفرینی‌اند؛ یافته‌ای که در پژوهش کنونی نیز با نقش پررنگ «مسئولیت‌پذیری و سرمایه انسانی» و «ایمان و باور دینی» کاملاً تأیید شد. علاوه بر این، پژوهش سرو و همکاران (۱۴۰۰) که امید را به‌عنوان مؤلفه‌ای راهبردی در گفتمان رهبری معرفی کرد، نیز با نتایج ما هم‌راستاست. در واقع، یافته‌های پژوهش کنونی نشان می‌دهد که امید نه یک احساس موقتی بلکه یک راهبرد عملی برای پیشبرد اهداف سازمانی و تمدنی است.

بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مدل پیشنهادی پژوهش حاضر، نه تنها از نظر آماری برازش مناسبی دارد، بلکه از نظر محتوایی نیز با مبانی نظری و یافته‌های پیشین سازگار است؛ اما در عین حال، این پژوهش توانسته است شکاف‌های جدیدی را نیز آشکار کند؛ به‌ویژه در حوزه «مقابله با یأس رسانه‌ای» که گرچه از منظر نظری مهم تلقی شده است، اما در عمل هنوز به جایگاه واقعی خود نرسیده است. این موضوع می‌تواند برای مدیران سازمانی و سیاست‌گذاران رسانه‌ای به‌عنوان یک هشدار جدی تلقی شود که بدون توجه به جنگ روانی دشمن و تقویت امید در عرصه رسانه، سایر ابعاد امیدآفرینی نیز به‌طور کامل به ثمر نخواهد نشست.

از منظر کاربردی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مدیران سازمان‌ها باید سه محور اصلی را به‌عنوان اولویت در برنامه‌ریزی‌های خود مدنظر قرار دهند: نخست، سرمایه‌گذاری بر منابع انسانی متعهد و متخصص؛ دوم، تقویت پایه‌های اعتقادی و دینی در فضای سازمانی؛ و سوم، توسعه مدیریت آینده‌نگر و تحول‌آفرین. این سه عامل می‌توانند به‌صورت هم‌افزا زمینه امیدآفرینی پایدار را در سازمان‌ها فراهم کنند. در عین حال، باید توجه داشت که غفلت از حوزه رسانه و عدم مقابله مؤثر با سیاه‌نمایی می‌تواند سایر دستاوردها را به‌تدریج تضعیف کند.

در نهایت، این پژوهش علاوه بر تأیید یافته‌های پیشین، توانست مدل امیدآفرینی سازمانی را با داده‌های میدانی اعتبارسنجی کند و از این حیث گامی نو در ادبیات پژوهشی بردارد. باین‌حال،

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با بهره‌گیری از روش‌های کیفی عمیق‌تر، به واکاوی دلایل ضعف بعد رسانه‌ای بپردازند و همچنین مدل کنونی را در سایر حوزه‌ها و سازمان‌ها تعمیم دهند. چنین پژوهش‌هایی می‌تواند به تکمیل چارچوب علمی امیدآفرینی در اندیشه اسلامی و کاربرد آن در مدیریت معاصر یاری رساند.

فهرست منابع

- جلایی نوبری، حسین (۱۳۹۹)، نگرشی بر حرمت و آثار رباخواری از منظر آیات و روایات، آفاق علوم انسانی سال چهارم اردیبهشت ۱۳۹۹ شماره ۳۷
- رضایی ورمزیار فروزان، شرفی محمود (۱۴۰۱). شاخص‌های امیدآفرینی انتظار در مدل اسلامی پیشرفت در اندیشه‌ی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، صص ۱۶۷-۱۲۴.
- عرفانی، رویا و حسن پور، اکبر و جعفری نیا، سعید و عبدالمهی، بیژن. ۱۳۹۹، الگوی ظرفیت سیالیت منابع انسانی در صنایع ISP، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت مولایی، م. (۱۴۰۱). ارائه الگوی امید به آینده در اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). فصلنامه مدیریت اسلامی، ۱۱۵-۸۸، (۴)۱۰.
- محمدی مقدم، م؛ و کاوند، س. (۱۴۰۱). کاوشی داده‌بنیاد بر امیدآفرینی در جامعه در راستای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب. مطالعات راهبردی انقلاب اسلامی، ۱۴(۲)، ۱۰۱-۱۳۴.
- سرو، ف؛ و همکاران. (۱۴۰۰). واکاوی تحلیلی معنای امید در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای، با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. اندیشه سیاسی، ۹(۳)، ۴۱-۶۳.
- منصوری، م. (۱۳۹۹). تحلیل ویژگی‌های امید صادق در نظریه انتظار مقام معظم رهبری. پژوهش در مبانی و اندیشه مهدویت، ۶(۱)، ۷۵-۹۸.
- دهقان، م. (۱۴۰۱). اخلاق امید: الزامات و پیامدهای امید صادقانه با نظر به بیانیه گام دوم. مطالعات فرهنگی اجتماعی انقلاب اسلامی، ۵(۲)، ۵۹-۸۴.
- زارعی، نفیسه و خوشوقت، سمیه. (۱۴۰۰). امیدآفرینی در قرآن با تکیه بر اندیشه‌های جوادی آملی و علامه طباطبایی (ره). مطالعات تفسیر تطبیقی، ۶(۲)، ۲۰۴-۲۲۳.
- مولائی، مرتضی. (۱۴۰۱). ارائه الگوی امید به آینده در اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). پژوهشنامه انقلاب اسلامی، ۱۲(۴۳)، ۱۱۹-۱۳۶. doi: 10.22084/rjir.2022.26032.3480
- محمدی مقدم، یوسف و کاوند، ندا. (۱۴۰۲). کاوشی داده بنیاد بر امیدآفرینی در جامعه در راستای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب. مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۷(۲۵)، ۳۰۵-۳۲۸.

سهیل سرو، محمد، هزارجریبی، جعفر و عالمی، شهاب‌الدین. (۱۴۰۰). واکاوی تحلیلی معنای امید در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای؛ با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. فصلنامه علمی پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۱۰(۴)، ۷۳-۱۰۵. doi: 20.1001.1.23222573.1400.10.4.4.0۱۰۵-۷۳

رضایی ورمزیار، ف؛ و شرفی، م. (۱۴۰۱). شاخص‌های امیدآفرینی انتظار در مدل اسلامی پیشرفت در اندیشه‌ی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی).

مولایی، م. (۱۴۰۱). ارائه الگوی امید به آینده در اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی).

دهقان، م. (۱۴۰۱). اخلاق امید: الزامات و پیامدهای امید صادقانه با نظر به بیانیه گام دوم.

شیرازی، م. (۱۴۰۱). تحلیل عملکرد نظام اداری و نقش امید در ارتقاء بهره‌وری.

عرفانی، ر؛ و همکاران. (۱۳۹۶). تحلیل کیفی پدیده افسردگی سازمانی در بخش دولتی.

محمدی مقدم، ی؛ و کاوند، ن. (۱۴۰۱). کاوشی داده‌بنیاد بر امیدآفرینی در جامعه.

Snyder, C. R. (2021). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13(4), 249–279.

Luthans, F. Youssef-Morgan, C. M. & Avolio, B. J. (2023). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press.

Peterson, C. & Seligman, M. E. P. (2023). Character strengths and workplace hope: Impacts on commitment and satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 44(2), 155–174.

Carver, C. S. Scheier, M. F. & Segerstrom, S. C. (2023). Optimism, hope, and adjustment: Perspectives on positive psychology. *Journal of Positive Psychology*, 18(1), 22–37. <https://doi.org/10.1080/17439760.2022.2100083>

Davis, L. Kim, Y. & Thomas, R. (2022). Hope and entrepreneurial behavior in organizations. *Journal of Business Research*, 135, 123–135. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.042>

Luthans, F. Youssef-Morgan, C. M. & Avolio, B. J. (2023). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press.

Peterson, C. & Seligman, M. E. P. (2023). Character strengths and workplace hope: Impacts on commitment and satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 44(2), 155–174. <https://doi.org/10.1002/job.2599>

Rego, A. Sousa, F. Marques, C. & Cunha, M. P. (2022). Hope and positive leadership: A source of organizational resilience. *Journal of Management*, 48(3), 567–591. <https://doi.org/10.1177/01492063211008909>

Smith, J. & Turner, R. (2023). Strategic leadership and hope in managing organizational change. *Leadership & Organization Development Journal*, 44(1), 75–93. <https://doi.org/10.1108/LODJ-08-2022-0334>

Snyder, C. R. 2021. Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*. 13(4): 249-279.

