



Social Capital in Virtuous Organization: Diagnosis Components of Social Capital in Religious Holy Places

Hamzeh Ramezani Bidgoli¹ | Mohammad Hossein Rahmati^{2*} | Sedigheh Tootian Esfahani³

1. Department of Public Administration, Faculty of Management and Economic, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. E-mail: hamzeh.ramezani@srbiau.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Public Administration, Faculty of Management, Farabi Campus, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: mhrahmati@ut.ac.ir
3. Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, West Branch, Tehran, Iran. E-mail: tootian.sedigheh@wtiau.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:
Received August 08, 2023
Revised November 25, 2023
Accepted November 27, 2023
Published online June 15, 2024

Keywords:
Religious Holy Places,
Social Capital,
Virtuous Organization.

ABSTRACT

Among the virtuous organizations, the organizations in charge of religious holy places, despite their impact on creating and maintaining social capital, have received less attention in scientific researches related to organization and management, especially from the dimension of diagnosis components. Therefore, the present study has investigated the components of social capital in the holy shrine of Razavi and the holy shrines of Hazrat Fatima Masoumeh and Hazrat Abdulazim Hasni, with a qualitative approach. In this research, a comprehensive combination of meta-synthesis, theme analysis and interviews were used. Theoretical data were collected from 22 diagnosis models and some selected documents from the studied organizations. Operational data were collected through semi-structured interviews with 18 selected experts using judgmental and snowball sampling until theoretical saturation. The validity of the research was confirmed by referring to various methods, including the quality of the primary studies, using independent analysts, reviews and transparency. The validity of interviews was confirmed by the retest method. This research is the first attempt on religious holy places in Islamic Republic of Iran, in which 258 themes extracted from library data were combined with themes derived from ideas and opinions of experts. Based on the findings, the components of social capital diagnosis in religious holy places include fundamental values, symbolic capital, organizational competencies, spiritual capital, people's capital and cultural capital. These components strengthen social capital and high human values in the Islamic society by creating trust, interaction, and cooperation among the members of the society and influencing the hearts and souls.

Cite this article: Ramezani Bidgoli, H.; Rahmati, M.H. & Tootian Esfahani, S. (2024). Social Capital in Virtuous Organization: Diagnosis Components of Social Capital in Religious Holy Places. *Social Capital Management*. 11 (2), 171-185. Doi: <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.362705.2431>



© Hamzeh Ramezani Bidgoli, Mohammad Hossein Rahmati, Sedigheh Tootian Esfahani.

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.362705.2431>



سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور: مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی

حمزه رضانی بیدگلی^۱ | محمدحسین رحمتی^{۲*} | صدیقه طوطیان اصفهانی^۳

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. رایانامه: hamzeh.ramezani@srbiau.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: mhrahmati@ut.ac.ir

۳. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، تهران، ایران. رایانامه: tootian.sedighe@wtiau.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۹/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۳/۲۶

کلیدواژه:

اماکن متبرکه مذهبی،

سازمان فضیلت‌محور،

سرمایه اجتماعی.

در بین سازمان‌های فضیلت‌محور، سازمان‌های عهده‌دار مدیریت اماکن متبرکه مذهبی، به‌رغم تأثیر قابل توجه در ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی، در پژوهش‌های مرتبط با سازمان و مدیریت، به‌ویژه از بُعد مؤلفه‌های تشخیص، کمتر مورد توجه بوده‌اند. از این رو، پژوهش حاضر با رویکردی کیفی به بررسی مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در آستان قدس رضوی و آستان‌های مقدس حضرت فاطمه معصومه^(ع) و حضرت عبدالعظیم حسنی^(ع) پرداخته است. در این نوشتار ترکیب جامعی از روش‌های فراترکیب، تحلیل مضمون، و مصاحبه مورد استفاده قرار گرفت. جمع‌آوری داده‌های نظری از بین ۲۲ عنوان مدل تشخیص و برخی اسناد منتخب از سازمان‌های مورد مطالعه انجام شد. داده‌های عملیاتی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ نفر از خبرگان منتخب به روش‌های قضاوتی و گلوله‌برفی، تا زمان رسیدن به اشباع نظری، گردآوری شد. روایی پژوهش با استناد به روش‌های مختلف از جمله کیفیت مطالعات اولیه، تحلیل‌گران مستقل، بازبینی و شفافیت و اعتبار مصاحبه‌ها با استفاده از روش بازآزمون تأیید شد. این پژوهش اولین تلاش در اماکن متبرکه مذهبی در ایران اسلامی است که در آن ۲۵۸ مضمون استخراج‌شده از داده‌های کتابخانه‌ای با مضامین برگرفته از ایده‌ها و نظر خبرگان ترکیب شد. بر اساس یافته‌ها، مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه عبارت‌اند از: ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی، و سرمایه‌های فرهنگی. این مؤلفه‌ها، با ایجاد اعتماد، کنش متقابل، تعاون و همکاری بین افراد جامعه، و تأثیر در قلب و روح انسان‌ها موجب تقویت سرمایه اجتماعی و ارزش‌های والای انسانی در جامعه اسلامی می‌شوند.

استناد: رضانی بیدگلی، حمزه؛ رحمتی، محمدحسین و طوطیان اصفهانی، صدیقه (۱۴۰۳). سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور: مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱۱ (۲) ۱۷۱-۱۸۵.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.362705.2431>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© حمزه رضانی بیدگلی، محمدحسین رحمتی، صدیقه طوطیان اصفهانی.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.362705.2431>



مقدمه/ بیان مسئله

ارزش‌های الهی، با توجه به تأثیرگذاری‌شان، برخی مکان‌ها و زمان‌ها را از سرمایه‌های ممتاز برخوردار ساخته‌اند و در بین آن‌ها اماکن متبرکه مذهبی به سبب تأثیر و نقشی که در آینده جامعه اسلامی دارند در همیشه دوران مرکز اصلی مراودات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی بوده‌اند (فلاحی، ۱۳۹۳: ۸). مکان‌های زیارتی مهم‌ترین پایگاه‌های ترسیم حرکت بشریت در تاریخ هستند و به عنوان مرکز ثقل تحولات جهانی و مهندسی فرهنگی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های خود را آشکار می‌سازند (احمدی شاپورآبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۶۰). در میان انبوه سازمان‌ها، سازمان‌های فضیلت‌محوری چون آستان‌های مقدس ائمه معصومین^(ع)، سال‌ها پیش از شکل‌گیری سازمان‌های امروزی، با تأکید بر معنویت و توسعه ارزش‌های اخلاقی انسانی (که‌ریزی و حجازی‌فر، ۱۳۹۷: ۵۱) عهده‌دار ایجاد، ترویج، حمایت، و پرورش مؤلفه‌های اساسی چون رفتارها، عادت‌ها، اعمال، و تمایلات رفیع و متعالی انسان‌ها و ارزش‌های الهی هستند (مرزوقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷). در آموزه‌های دینی این مؤلفه‌ها، که در ابعاد اعتقادی و اخلاقی و احکامی متبلور می‌شوند، در مفهوم سرمایه اجتماعی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند (علینی، ۱۳۹۱: ۳۳۰). در مطالعات سازمانی نیز سرمایه اجتماعی با قرار گرفتن در کنار انواع دیگری از سرمایه‌ها به تسهیل روابط، نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، شبکه‌ها، و اعتماد اجتماعی می‌انجامد. در واقع، سرمایه اجتماعی در پرتو ارتباطات متقابل انسان‌ها موجب نزدیکی آنان به یک‌دیگر می‌شود و همکاری متقابل بین افراد را تسهیل می‌کند (علینی، ۱۳۹۱: ۲۸).

در جمهوری اسلامی ایران، سازمان‌های فضیلت‌محوری که به منظور مدیریت اماکن متبرکه مذهبی تشکیل شده‌اند، با وجود تأثیر قابل توجه در ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی، در پژوهش‌های علمی مرتبط با سازمان و مدیریت کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. این نهادهای مذهبی و فرهنگ‌ساز می‌توانند با شناخت ظرفیت‌های بی‌مانند خود و با ایفای نقش مؤثر در تدین و دینداری جامعه در فرایند توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر زیادی داشته باشند (زارعی‌متین، ۱۳۹۳: ۴۷۳). از این رو، شناخت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی از دو بُعد نظری و کاربردی دارای اهمیت است. از بُعد نظری، پژوهش حاضر با استناد به مطالعات دیگر پژوهشگران به شناسایی برخی مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در داده‌های برگرفته از اسناد منتخب در این سازمان‌ها و مدل‌های تشخیص پر کاربرد در حوزه مدیریت و سازمان پرداخته است. از منظر کاربردی نیز از ظرفیت تجربی خبرگان برای رسیدن به اطلاعاتی جامع و مانع برای اماکن متبرکه مذهبی استفاده شده است؛ جامع بودن به این معنا که در این نوشتار تأثیر هیچ‌یک از مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سایر منابع و پژوهش‌های معتبر علمی نادیده گرفته نشود و مانع بودن به این معنا که نتایج پژوهش بتواند از تحمیل نسخه‌های تجویزی و تحمیلی به این‌گونه سازمان‌ها جلوگیری کند. بر این اساس، سازمان اوقاف و امور خیریه، آستان قدس رضوی در مشهد، آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه^(ع) و مسجد مقدس جمکران در قم، آستان مقدس حضرت عبدالعظیم حسنی^(ع) در شهر ری، و سایر سازمان‌های متولی اعتبار مقدسه در جهان اسلام سازمان‌های فضیلت‌محور بهره‌مند از نتایج حاصل از پژوهش خواهند بود.

اهداف و سؤالات پژوهش

پژوهش حاضر، با هدف شناسایی مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی، به دنبال پاسخگویی به این سؤال اصلی است:

مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور کدام‌اند؟

پیشینه نظری پژوهش

تعریف سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی در اواسط قرن نوزدهم میلادی مطرح شد و طی دهه‌های اخیر در حوزه علوم انسانی مورد توجه قرار گرفت (قریشی و همکاران، ۱۴۰۰: ۴۵۳). از آن زمان تاکنون، تعاریف مختلفی از سرمایه اجتماعی ارائه شده است که برخی از آن‌ها در جدول ۱ آمده است.

جدول ۰۱. برخی تعاریف ارائه شده از سرمایه اجتماعی

پژوهشگر	تعریف سرمایه اجتماعی
ال‌دین	روابط، شبکه‌ها، و منابع اجتماعی که در تعاون و همکاری و ارتباطات بین افراد و گروه‌ها مؤثر است و تأثیر قابل توجهی در پایداری اجتماعی و توسعه دارد (El-Din, 2014).
چانگ	مجموعه‌ای از منابع و شبکه‌ها که فرصت‌ها و منافع اجتماعی را در قالب همکاری، تعاون، و ارتباطات ارتقا می‌دهد و به پایداری و توسعه جامعه کمک می‌کند (Chang, 2012).
فاندرلند	مجموعه‌ای از منابع و خصوصیات اجتماعی که استفاده از منافع و فرصت‌ها را در قالب روابط اجتماعی، همکاری، اعتماد، و شبکه‌ها تسهیل می‌کند (Funderland, 2006).
کولینس	منابع و خواص اجتماعی که در قالب روابط انسانی، همبستگی، اعتماد، و تعاون تقویت می‌شود و در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی مؤثر است (Collins, 2004).
بورگسون	مؤلفه‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی، نظام‌های مبتنی بر اعتماد، و روابط قوی و ضعیف مؤثر است و به بهبود عملکرد سازمانی و اجتماعی کمک می‌کند (Borgeson, 2002).
فوکویاما	اعتماد، همدلی، همکاری، و شبکه‌سازی اجتماعی که باعث ایجاد اقتصادی مؤثرتر، سیاست‌گذاری مؤثرتر، و جامعه‌ای پایدارتر می‌شود (Fukuyama, 2001).
پورتز	منابع و مزایای اجتماعی که فعالیت‌های اجتماعی را در قالب روابط، همکاری، و اعتماد ترویج می‌کند و به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند (Portes, 1998).
لیندنبیگ	طیفی از منابع که در قالب شبکه‌ها، اعتماد، و همکاری فعالیت‌های اجتماعی را تسهیل می‌کند و به بهبود عملکرد اجتماعی و اقتصادی کمک می‌کند (Lindenberg, 1996).
لینکلین و گوبا	طیف گسترده‌ای از منابع، شبکه‌ها، و روابط اجتماعی که در قالب همکاری، اعتماد، و دسترسی به اطلاعات فعالیت‌های اجتماعی را تسهیل می‌کند و به توسعه پایدار جامعه کمک می‌کند (Lincoln & Guba, 1985).

با وجود نبود اجماع گسترده در مورد تعریف و نقش سرمایه اجتماعی، اجماع فزاینده‌ای وجود دارد که پیر بوردیو^۱، جیمز کلمن^۲، و رابرت پاتنام^۳ سهم بسیار مهمی در طرح مفهوم سرمایه اجتماعی داشته‌اند (علینی، ۱۳۹۱: ۷۶). بوردیو سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع می‌داند که برای تقویت جایگاه اجتماعی افراد جامعه، در دسترس اشخاص و گروه‌ها قرار می‌گیرد. این منابع شامل شبکه‌های ارتباطی، روابط اجتماعی، اعتماد، اطلاعات، آگاهی، و مهارت‌های اجتماعی است (Bourdieu, 1986: 245). در اندیشه کلمن، سرمایه اجتماعی با توجه به کارکرد آن تعریف می‌شود. وی سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از شبکه‌ها، نهادها، و روابط اجتماعی می‌داند که در جامعه وجود دارد و به افراد و گروه‌ها کمک می‌کند تا با همکاری و تعامل مؤثر منافع مشترک خود را بهبود بخشند (Coleman, 1998: S98). پاتنام نیز، در تعریفی تقریباً مشابه، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از شبکه‌ها، ارتباطات، و اعتمادها معرفی کرده است که در قالب ارزش‌های اجتماعی، همبستگی، و همکاری میان افراد و گروه‌ها تشکیل می‌شود و به بهبود عملکرد سیاسی و اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند (Putnam, 2000).

ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

در یک تقسیم‌بندی کلی، ابعاد سرمایه اجتماعی به دو بُعد ذهنی (مؤلفه‌هایی که با تأثیر در کنش متقابل افراد آن‌ها را به اقدام جمعی سوق می‌دهد) و بُعد عینی (جنبه‌های قابل رؤیت با اهداف خاص در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی، و پرورشی) تقسیم می‌شوند. همچنین اعتماد، مشارکت اجتماعی، هنجارها و ارزش‌های مشترک، پیوندهای اجتماعی غیررسمی، روحیه داوطلبی، و شبکه‌ها به عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مورد توجه هستند (زارعی‌متین، ۱۳۹۳: ۴۶۸ - ۴۷۱). در این پژوهش، ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور به صورت جامع بررسی شده است.

سازمان فضیلت‌محور

در مطالعات سازمانی قرن بیستم میلادی، مفاهیم اخلاقی نظیر مسئولیت اجتماعی سازمان، رفتارهای اجتماعی، و رفتارهای

1. Pierre Bourdieu
2. James Coleman
3. Robert Putnam

شهروندی در سازمان مطرح بود (ضمانی و شکاری، ۱۳۹۵: ۵۰). در آن زمان، نه تنها به موضوع فضیلت^۱ در سازمان توجه نمی‌شد، بلکه موضوعی غیر قابل بحث قلمداد می‌شد. این وضعیت تداوم داشت تا اینکه در دنیای بسیار رقابتی قرن ۲۱ میلادی سازمان‌ها گرایش بیشتری به سمت فضایل اخلاقی و انسانی پیدا کردند و از طریق تأکید بر فضیلت‌ها سعی کردند خلأهای معنوی و اخلاقی و عاطفی کارکنان خود را برطرف سازند. این تأکید در مطالعات جدید سازمانی با ظهور مفهوم جدیدی به نام سازمان فضیلت‌محور همراه شد (چراغی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۱؛ Manz et al., 2008).

در این نوشتار، منظور خاص پژوهش از سازمان فضیلت‌محور سازمان‌های عهده‌دار اماکن متبرکه مذهبی در ایران اسلامی هستند که کارکردهای آن‌ها بر محور فضیلت‌های اخلاقی معنا پیدا می‌کند. در دین مبین اسلام، این اماکن از مظاهر و شعائر مورد تکریم‌اند و در طول تاریخ همواره موجب تقویت احساس دینی و تحکیم ولایت، ایجاد وحدت کلمه و جذب جوانان، تبادلات فرهنگی در جامعه، و هویت‌بخشی در جامعه بوده‌اند (ایمانی، ۱۳۹۴: ۱).

پیشینه تجربی پژوهش

مرور نظام‌مند مطالعات ده سال اخیر، با در نظر گرفتن ترکیب جامعی از کلیدواژه‌های «سازمان فضیلت‌محور» و «فضیلت سازمانی» با کلیدواژه «سرمایه اجتماعی»، مؤید این بود که هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین به بررسی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه نپرداخته و در تعدادی از پژوهش‌ها مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

بر اساس یافته‌های حیدری و همکارانش (۱۴۰۱) فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معنادار دارد. همچنین نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیلگری هوش معنوی در رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی مورد تأیید است. ستارارجمندی و همکارانش (۱۴۰۱) در پژوهشی که با هدف طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران انجام دادند سرمایه شناختی، سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری، بُعد دینی، بُعد سیاسی، بُعد نهادی، و سرمایه فرهنگی را ابعاد هشت‌گانه مدل معرفی کردند و به تبیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن پرداختند. پارسا و عطایی (۱۴۰۰) در پژوهشی مشابه ابعاد سرمایه اجتماعی را به سه بُعد شناختی و رابطه‌ای و ساختاری تقسیم کردند. سیف‌اللهی (۱۳۹۹) به بررسی تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی پرداخت و استدلال کرد فضیلت در سازمان بر ایجاد و ترویج و پرورش عادت‌ها، رفتارها، اعمال، و تمایلات متعالی- مانند صداقت و بخشش و وفاداری- در سطوح فردی و گروهی دلالت دارد (۱۳۹۹). زارعی‌متین و همکارانش (۱۳۹۶) اندیشه ناب متکی بر شناخت سرمایه‌های انسانی را در «انجام دادن کار درست» می‌دانند، نه فقط «درست انجام دادن کار». در این پژوهش، حداکثر کردن فضیلت اخلاقی فراتر از هر شکل دیگری از سازمان و ایجاد ارزش در سازمان فراتر از مأموریت‌ها و ارزش‌های تعریف‌شده است. نجف‌بیگی و همکارانش (۱۳۹۳) بر آن‌اند که مهم‌ترین دلیل رنگ باختن بیش از پیش اخلاقیات و به فراموشی سپرده شدن مفهوم فضیلت‌محوری در سازمان‌های دولتی را باید درون سازمان‌ها و فعالیت‌های روزانه آن‌ها جست‌وجو کرد. کراسان^۲ و همکارانش (۲۰۲۳) تأثیرات محیطی، قضاوت، قصد و نیت، رفتار، بازتاب، آگاهی، و قضاوت را مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده فضیلت‌محوری در سازمان معرفی کردند. در پژوهش کلارک^۳ (۲۰۲۰) سازمان‌های فضیلت‌محور چشم‌انداز و مأموریت و ارزش‌هایی را ایجاد می‌کنند که به دنبال ارتقای جامعه هستند و سپس شایستگی‌های اصلی خود را جهت دستیابی به اهداف اجتماعی و راهبردی، و به عنوان قوای لازم برای ایجاد دنیای قابل زندگی بسیج می‌کنند. وین^۴ (۲۰۱۸) تغییر در شیوه زندگی را ماحصل رهبری بهتر می‌داند. رهبری بهتر نیز از طریق ایجاد فرهنگ فضیلت سازمانی محقق می‌شود. در این پژوهش، رهبران با ایجاد تغییرات مثبت برگرفته از فضیلت در زندگی خود به مزیتی راهبردی برای سازمان‌هایشان تبدیل می‌شود. بر اساس یافته‌های کالدول^۵ و همکارانش (۲۰۱۵) در سازمان‌های فضیلت‌محور رهبران به کارکنان و ذی‌نفعان و افراد

1. virtue
2. Crossan
3. Clark
4. Winn
5. Caldwell

کل جامعه تعهد بیشتری دارند، همه مؤلفه‌های سازمانی دارای پیوست اخلاقی مبتنی بر فضیلت هستند، دیدگاه فضیلت‌محور از دیدگاه‌های مطرح‌شده در خصوص رهبری اخلاقی و غیراخلاقی و ضد اخلاق متمایز است، تفاوت رهبران فضیلت‌گرا با دیگران در شخصیت، شایستگی، تعهد، شجاعت، شفافیت، و شفقت آنهاست، و در نهایت روابط و وظایف و اهداف سازمان باید در چارچوب اخلاق تبیین شود. در پژوهش مانز^۱ و همکارانش (۲۰۱۱) حفظ شأن انسانی افراد، رعایت عدالت، استفاده از فرصت‌ها، توانمندسازی افراد، توجه به جامعه محلی، توجه به محیط زیست، و صداقت هفت ویژگی سازمان فضیلت‌محور معرفی شده‌اند.

روش و ابزار تحقیق

تحقیق کیفی حاضر با پیروی از گام‌های فراترکیب هفت‌مرحله‌ای به روش سندلوسکی^۲ و باروسو^۳ و تلفیق آن با تحلیل مضمون^۴ به روش براون^۵ و کلارک^۶ و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان طرح‌ریزی شد. بر این اساس، در گام اول سؤالات اصلی و در گام دوم شاخص‌ها و معیارهای مرور نظام‌مند پیشنهادی تعیین شد. در گام سوم، متون متناسب با معیارها انتخاب و در گام چهارم نتایج حاصل از آنها استخراج شد. در گام پنجم، تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌ها انجام گرفت و در گام ششم کیفیت نتایج ارزیابی شد. در گام آخر نیز گزارش نتایج ارائه شد.

بر این اساس، استخراج نتایج و تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش در گام‌های چهارم و پنجم فراترکیب با پیروی از گام‌های تحلیل مضمون انجام شد. در گام اول این روش مرور چندین باره داده‌ها و اطلاعات موجب آشنایی عمیق با مسئله پژوهش شد. در گام دوم کدهای اولیه تحقیق در قالب یک کلمه یا عبارت ثبت و بررسی شد. در گام سوم اطلاعات غیرمرتبط با مسئله اصلی حذف و بانک اطلاعات مضامین تشکیل شد. در گام چهارم یافته‌های پژوهش از طریق مصاحبه با گروه خبرگان تجزیه و تحلیل شد. در گام پنجم نام‌گذاری مضامین از طریق برگزاری جلسه هم‌اندیشی با افراد منتخب از بین خبرگان انجام شد. و در نهایت تعریف عملیاتی آنها ارائه شد.

در گام چهارم تحلیل مضمون، بازبینی، و بررسی موشکافانه مضامین از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ نفر از خبرگان منتخب به روش‌های قضاوتی و گلوله‌برفی تا زمان رسیدن به اشباع نظری انجام شد. در این پژوهش، عملیات مصاحبه بر پایه روش دیالکتیک^۷ انجام شد؛ یعنی ساخت نظر یا تز، مواجهه با پادنظر یا آنتی‌تز، و سرانجام ساخت سنتز. بر این اساس، ابتدا قالب مضامین اولیه از داده‌های نظری پژوهش استخراج شد (تز) و پس از آن در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت. در ادامه، بررسی ایده‌ها و نظرات خبرگان (آنتی‌ترها) در قالب کدهای مفهومی استخراج گردید و در پایان مدل مفهومی پژوهش (سنتز) طراحی شد.

بر اساس پروتکل مصاحبه، خبرگان کسانی بودند که کارکردها و اصول مدیریت حاکم بر مدیریت اماکن متبرکه مذهبی را می‌شناختند و به تحلیل این‌گونه سازمان‌ها علاقه‌مند بودند. هر یک از آنها، با بیش از پانزده سال سابقه فعالیت مرتبط با مدیریت بقاع متبرکه، در مورد موضوع و مسئله پژوهش صاحب نظر و تجربه و در نقاط مختلفی از قلمرو مکانی پژوهش، در شهرهای مشهد و تهران و قم، بودند. از فرصت کافی برای مشارکت عملی در فرایند پژوهش برخوردار بودند و به داده‌ها، اطلاعات، سؤالات پرسشنامه، و قالب مضامین ارائه‌شده به طور هم‌زمان نگاه انتقادی و اصلاحی داشتند. با توجه به معیارهای فوق، اطلاعات جامعه‌شناختی خبرگان در جدول ۲ ارائه شده است.

در این پژوهش، سنجش روایی داده‌ها در چهار سطح ارزیابی شد. در سطح اول، با استناد به کیفیت مطالعات اولیه بررسی شد تا کلیه منابع در پایگاه‌های اطلاعات داده علمی معتبر ثبت شده و روایی هر یک به تفکیک به تأیید مراجع علمی رسیده باشد. در سطح دوم، بازبینی داده‌ها توسط سه نفر از استادان خبره و دو نفر از مسئولان باتجربه در حوزه مدیریت اماکن متبرکه مذهبی انجام شد. در سطح سوم، وجود شفافیت در همه مراحل فراترکیب از جمله عوامل تأییدکننده روایی بود. و در سطح چهارم،

1. Manz
2. Sandelowski
3. Barroso
4. Thematic Analysis
5. Braun
6. Clarke
7. dialectic

داده‌های نهایی بر اساس آرا و نظرات خبرگان اصلاح و دسته‌بندی شد. پایایی پژوهش نیز به روش بازآزمون انجام شد. با استفاده از این روش، ضریب پایایی محاسبه شده برابر با ۸۴ درصد به دست آمد که بزرگ‌تر بودن آن از حداقل مقدار قابل قبول استاندارد به معنای تأیید پایایی مصاحبه است.

جدول ۲. فراوانی مصاحبه‌شوندگان بر مبنای تحصیلات و محل اشتغال

محل اشتغال		میزان تحصیلات		نوع تحصیلات		تعداد
سازمان‌های مورد مطالعه	دانشگاه	دکتری تخصصی و سطح ۴ حوزه	کارشناسی‌ارشد و سطح ۳ حوزه	دانشگاهی	حوزوی	
۱۳	۵	۹	۹	۱۴	۴	

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در گام اول فراترکیب، به منظور تبیین مسیر پژوهش، از ترکیب سؤالات توصیفی چه چیزی، کجا، چه موقع، و چه روشی استفاده شد. جدول ۳ بیانگر پاسخ کوتاه به این سؤالات است.

جدول ۳. سؤالات و پاسخ‌های گام اول فراترکیب

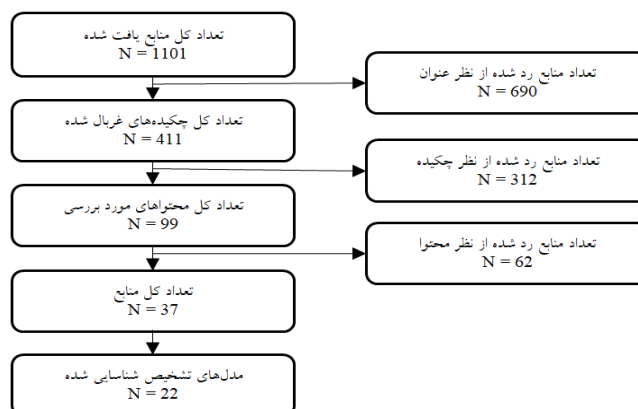
سوال	پاسخ
چه چیزی؟	۱. مدل‌های تشخیص علمی؛ ۲. مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اسناد و مدارک سازمان‌های مورد مطالعه (اسناد راهبردی و احکام مسئولیت تولیت‌ها)
کجا؟ (قلمرو مکانی)	۱. پایگاه‌های اطلاعات داده علمی داخلی و خارجی؛ ۲. آستان قدس رضوی؛ ۳. آستان مقدس حضرت معصومه ^(ع) ؛ ۴. آستان مقدس حضرت عبدالعظیم ^(ع)
چه موقع؟ (چارچوب زمانی)	۱. پژوهش‌های انجام شده در ده سال از ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ هجری شمسی (۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲ میلادی)؛ ۲. اسناد راهبردی موجود در سازمان‌های مورد مطالعه در زمان حال
چه روشی؟ (روش‌شناسی)	۱. فراترکیب سندلوسکی و باروسو؛ ۲. تحلیل مضمون کلارک و براون؛ ۳. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته (تا زمان رسیدن به اشباع نظری)

در گام دوم فراترکیب، به منظور استخراج مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از درون داده‌های مکتوب، ابتدا احکام مسئولیت تولیت‌ها و اسناد راهبردی آستان قدس رضوی و آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه^(ع) به صورت تمام‌شمار مورد بررسی قرار گرفت. پس از آن، مرور نظام‌مند مدل‌های تشخیص با توجه به شاخص‌های زبان (انگلیسی و فارسی)، نوع مقاله (علمی-پژوهشی و علمی-ترویجی)، کلمات کلیدی (تشخیص، تغییر، سازمان، آسیب‌شناسی، عارضه‌یابی)، و مکان جست‌وجو (عنوان مقاله، چکیده، کلیدواژه‌ها)، بر اساس معیارهای پذیرش و عدم پذیرش مقالات انجام شد (جدول ۴).

در گام سوم فراترکیب، پالایش و مرور ۱۱۰۱ عنوان پژوهش منجر به شناسایی ۲۲ عنوان مدل تشخیص بر اساس الگوریتم نشان داده شده در شکل ۱ شد.

جدول ۴. شاخص‌ها و معیارهای مرور نظام‌مند مدل‌های تشخیص

شاخص	معیار پذیرش	معیار عدم پذیرش
نوع مقالات	«علمی-پژوهشی»، «علمی-ترویجی»، «Research Articles»، و «Review Articles» در پایگاه‌های اطلاعات داده فارسی و انگلیسی	سایر مقالات
زبان	فارسی و انگلیسی	غیر از فارسی و انگلیسی
کلمات کلیدی	ترکیب کلیدواژه «تغییر» با واژه‌های «تشخیص»، «آسیب‌شناسی»، و «سازمان» در منابع فارسی و ترکیب کلیدواژه «Change» با واژه‌های «Organization»، «Pathology»، و «Diagnosis» در منابع انگلیسی	کلیدواژه‌های خارج از چارچوب تعیین شده
مکان	عنوان، چکیده، کلیدواژه‌ها	سایر بخش‌های مقالات



شکل ۱. الگوریتم انتخاب مدل‌های تشخیص

در گام چهارم فراترکیب، نتایج حاصل از مطالعه عمیق و مرور چندین باره داده‌ها و اطلاعات منجر به استخراج کدهای اولیه پژوهش بر اساس ارتباط مفهومی آن‌ها با مفاهیم مطرح در تعاریف ارائه‌شده از سرمایه اجتماعی شد. بر همین اساس، نمونه‌ای از کدهای استخراج‌شده از بررسی اسناد راهبردی سازمان‌های مورد مطالعه در جدول ۵ آمده است. در این گام بازبینی و دسته‌بندی ۲۵۸ عنوان کد استخراج‌شده منجر به تشکیل قالب مضامین مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور مطابق با اطلاعات جدول ۶ شد. منظور از وزن مضمون در جدول تعداد دفعات تکرار مؤلفه‌ها در منابع است.

جدول ۵. نمونه کدهای استخراج‌شده از بررسی اسناد راهبردی سازمان‌های مورد مطالعه

کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی
اخلاق	۳	اجتماع و جامعه	۱۱	کرامت	۶
آداب و رسوم	۳	دین و مذهب	۶	معنویت	۴
تنوع فرهنگی	۴	فرهنگ	۸	مشارکت اجتماعی	۳

جدول ۶. قالب مضامین مربوط به مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور

مضمون فراگیر	وزن مضمون	مضمون سازمان‌دهنده	وزن مضمون	مضمون پایه (ترکیب جامعی از کدهای اولیه)
مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور	۲۵۸	سرمایه‌های معنوی	۶۲	ایمان، خداپاوری، طهارت، دیانت، دین اسلام، مذهب تشیع، معنویت، اهل بیت و ائمه معصومین ^(ع) ، توکل، کرامت، معجزه، شفاء، شفاعت، خداپاوری، دعا، توسل، عاقبت خیر، اعتقادات مذهبی
		سرمایه‌های فیزیکی	۳۳	حرم مطهر، اماکن تابعه، دارایی‌ها و متعلقات، شرکت‌ها و مؤسسات، تجهیزات و امکانات، منابع مادی
		سرمایه‌های مردمی	۳۹	اعتماد عمومی جامعه، انسجام، اتحاد و یکپارچگی، اتحاد جامعه و مردم، گروه‌ها و تشکل‌های مردمی، خادمین افتخاری، خیرین، واقفین، نذرکنندگان، زائرین، و مجاورین
		سرمایه‌های اعتباری	۱۱	انتساب به ائمه و حضرات معصومین ^(ع) ، حق مالکیت معنوی، برندها، کالاها و محصولات اختصاصی، و هم‌جواری حرم‌ها با حوزه‌های علمیه
		سرمایه‌های فرهنگی	۶۷	سنت‌ها، آداب و رسوم، مراسم مذهبی، شعائر، هنر و فرهنگ، معماری ایرانی-اسلامی، سمبل‌ها و نمادهای فرهنگی-هنری، موزه‌ها، مراکز اسناد
		ارزش‌های سازمانی	۳۹	مهرورزی، خوش‌اخلاقی، رفتار کریمانه، ایثار و از خودگذشتگی، خدمت صادقانه، خوش‌بینی، شفقت، امانت‌داری، اخوت و برادری، انسان‌دوستی
		سرمایه‌های سازمانی	۴۵	رفتارهای گروهی، جو و محیط کاری، فرهنگ سازمانی، سرگذشت سازمانی، توجه به کار کارشناسی، هویت سازمانی، اهداف و رسالت سازمانی

در گام پنجم فراترکیب، قالب مضامین همراه با سوالات مصاحبه در اختیار خبرگان قرار گرفت و عملیات مصاحبه تا زمان رسیدن به اشباع نظری انجام شد. در این مرحله، بررسی مصاحبه‌ها به روش تحلیل محتوای مضمونی انجام شد و تغییرات مورد نظر (آنتی‌تز کدهای اولیه) پس از حذف اطلاعات مضر منجر به ایجاد مدل مفهومی پژوهش شد. بر همین اساس، نمونه‌هایی از آرا و نظرات مصاحبه‌شوندگان در جدول ۷ ارائه شد.

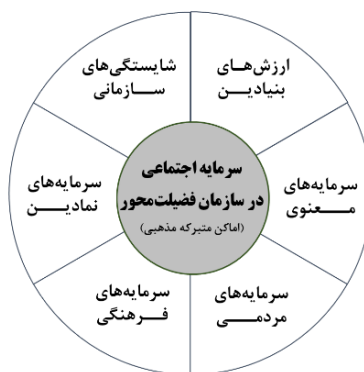
جدول ۷. نمونه کدهای اولیه به دست آمده از محتوای مصاحبه‌ها

کد انحصاری	محتوای استخراج شده از متن مصاحبه‌ها
E11P07	سازمان‌های مورد مطالعه سرشار از سرمایه‌هایی است که حتی متولیان آن‌ها نیز از درک ارزش واقعی آن‌ها عاجزند.
E11IP15	برخی امکانات موجود در حرم‌ها سرمایه‌های به‌ظاهر مادی هستند که در بافت اعتقادی جامعه ارزش معنوی دارند و بخشی از سرمایه اجتماعی این اماکن را تشکیل می‌دهند.
E13IP14	در بسیاری از این اماکن حرم‌ها توسط توده مردم راهبری می‌شوند. بنابراین سرمایه مردمی از مؤلفه‌های مهم سرمایه اجتماعی در این سازمان‌هاست.

در ادامه، پس از رسیدن پژوهش به سنتز اطلاعات اولیه، نام‌گذاری مضامین (شامل: انتخاب عناوین، بازنویسی، تعریف عملیاتی مضامین) از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی با پنج نفر از خبرگان منتخب از بین گروه مصاحبه‌شوندگان انجام شد و در گام ششم سنجش کیفیت نتایج با استفاده از رویه‌های استاندارد فراترکیب - شامل بازبینی، بررسی کیفیت مطالعات کیفی اولیه، استفاده از تحلیلگران مستقل، شفافیت، اعتبارسنجی - توسط محققان اولیه انجام شد.

یافته‌های پژوهش

ارائه یافته‌ها در گام هفتم فراترکیب مشابه آن چیزی برنامه‌ریزی شد که براون و کلارک آن را روایتی پیچیده از داده‌ها^۱ معرفی می‌کنند. یافته‌های پژوهش «مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت محور» را به شش دسته اصلی تقسیم می‌کند. این مؤلفه‌ها مطابق آنچه در شکل ۲ نشان داده شد عبارت‌اند از ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی، سرمایه‌های فرهنگی.



شکل ۲. الگوی تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت محور

سرمایه‌های نمادین

اماکن متبرکه سرشار از مضامین بی‌مانندی چون حضرت، ائمه معصومین، حرم، صحن، رواق، گنبد، بارگاه، زیارت، زائر، مزار، پنجره فولاد، و ... هستند که اکثر آن‌ها به واسطه انتساب اماکن متبرکه مذهبی به ائمه معصومین و اهل بیت^(ع) در طول سال‌های متمادی شکل گرفته‌اند و هر یک از آن‌ها در ذهن افراد جامعه اسلامی تبدیل به ارزش‌هایی شده‌اند که ناخودآگاه ذهن و قلب را

1. The complicated story of data

به سوی حرم‌ها سوق می‌دهند. در پژوهش حاضر، این مضامین با عنوان «سرمایه‌های نمادین» معنابخش مفهوم اماکن متبرکه مذهبی و ماهیت وجودی این سازمان‌ها هستند و خمیرمایه آن را شکل می‌دهند. سرمایه‌های نمادین بیانگر وجوه تمایز اماکن متبرکه مذهبی با دیگر سازمان‌ها، حتی با دیگر سازمان‌های فضیلت‌محور، هستند. این سرمایه‌ها از آن جهت که موجب اعتماد، کنش متقابل ذهنی و عینی، و همبستگی آحاد جامعه با این‌گونه سازمان‌ها می‌شوند بخشی از مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در آن به حساب آمده‌اند.

ارزش‌های بنیادین

در پژوهش حاضر، «ارزش‌های بنیادین» دارایی‌ها و منابعی هستند که با ایجاد قابلیت‌ها، مزایا، و ارزش‌های غیرمادی برای افراد جامعه موجب رشد، بهبود، توسعه، و موفقیت بیشتر می‌شوند. ارزش‌های بنیادین ریشه در ارزش انسانی مشترک در جوامع بشری دارند که در افراد و فرهنگ‌های مختلف در شمار فضایل انسانی قرار می‌گیرند. این ارزش‌ها ماهیت انتزاعی دارند و بیانگر وجود فضایل و ارزش‌های والای انسانی در جامعه هستند که در علم اخلاق مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. بر این اساس، مضامینی چون اخلاص، مهرورزی، فضیلت‌محوری، خوش‌اخلاقی، رفتار خادمانه، ایثار و از خودگذشتگی، تواضع، خوش‌بینی، شفقت، امانتداری، اخوت و برادری، هم‌نوع‌دوستی، انسان‌دوستی، احترام، و ... بخشی از مصادیق مطرح در مؤلفه ارزش‌های بنیادین در سازمان‌های فضیلت‌محور و اماکن متبرکه مذهبی هستند.

سرمایه‌های معنوی

اندیشمندان متعدد منابع مهم سرمایه اجتماعی را در باورها، اعتقادات، و ارزش‌های حاکم در جامعه جست‌وجو می‌کنند. در این نوشتار «سرمایه‌های معنوی» ریشه در ارادت و اعتقاد قلبی به اهل بیت معصومین^(ع) دارند. این سرمایه‌ها با نفوذ و تأثیر در دل و قلب مردم آن‌ها را به سوی اماکن متبرکه مذهبی جذب می‌کنند. نکته حائز اهمیت در معرفی سرمایه‌های معنوی و از وجوه تمایز آن با مؤلفه ارزش‌های بنیادین در پژوهش حاضر اینکه مفاهیمی چون معنویت، توکل، شفا، شفاعت، برکت، و کرامت اهل بیت معصومین^(ع) ممکن است برای کسی که خارج از سنت و عقیده اسلام و تشیع زندگی می‌کند حامل هیچ‌گونه احساسی نباشد. از این رو، در بافت اعتقادی جامعه اسلامی و شیعیان حتی بسیاری از دارایی‌ها و سرمایه‌های مادی متعلق به اماکن متبرکه مذهبی، به واسطه انتساب به آستان مقدس اهل بیت عصمت و طهارت^(ع)، ارزشی فراتر از اعداد و ارقام ظاهری می‌یابند. این مسئله موجب می‌شود پنجره فولاد حرم‌ها، گرد و غبار صحن‌ها، غذا، نمک و نبات متبرک آستان‌ها بخشی از سرمایه اجتماعی موجود در جامعه اسلامی تلقی شود.

شایستگی‌های سازمانی

در این پژوهش، «شایستگی‌های سازمانی» به بیان مصادیقی از سرمایه اجتماعی می‌پردازند که بر پایه توسعه همکاری، حضور داوطلبانه، و افزایش شبکه‌های خدمت‌رسانی بروز و ظهور می‌کنند. همچنین، شایستگی‌های سازمانی مجموعه‌ای از مهارت‌های فنی، انسانی، ادراکی، و تحلیلی از کلیه مفاهیم مرتبط با مجموعه‌ای از دانش‌ها، تخصص‌ها، توانمندی‌ها، و منابع انسانی موجود در اماکن متبرکه‌اند که به واسطه وجود ارزش‌های مشترک موجب دلگرمی افراد می‌شوند و کنش متقابل و تعاون و همکاری را بین آن‌ها افزایش می‌دهند. مفاهیمی چون مهارت‌های مدیریت و رهبری، گروه‌ها و تیم‌های کاری، خلاقیت و نوآوری، جو و محیط کاری، فرهنگ سازمانی، رفتار شهروندی، شایسته‌گزینی و شایسته‌سالاری، فعالیت‌های علمی، توجه به کار کارشناسی، منابع انسانی و هویت سازمانی تنها بخشی از کدهای تشکیل‌دهنده این مؤلفه هستند.

سرمایه‌های مردمی

«سرمایه‌های مردمی» شبکه‌ای منسجم از سرمایه‌های برگرفته از اعتماد مردم و حضور تشکل‌های مردمی در اماکن متبرکه مذهبی‌اند که علاوه بر تأمین هزینه‌های خدمت‌رسانی موجب گسترش فعالیت‌های اجتماعی، شکل‌گیری تجمعات، و تسهیل امر

خدمت‌رسانی در این‌گونه سازمان‌ها می‌شوند. توجه به مؤلفه سرمایه‌های مردمی در پژوهش حاضر از سه منظر دارای اهمیت است: اول اینکه تأمین بخشی از هزینه‌های مالی و سرمایه اقتصادی مورد نیاز در این‌گونه اماکن از طریق مشارکت‌های اجتماعی و با عناوینی چون کار خیر، نذر، و وقف انجام می‌شود. دوم اینکه بخش قابل توجهی از خدمات آستان‌ها توسط افراد داوطلب، مانند خادمان افتخاری و خادم‌یاران، ارائه می‌شود. و سوم اینکه حضور گسترده مردم در حرم‌ها علاوه بر آثار و برکات فردی و اجتماعی موجب رونق اماکن متبرکه مذهبی می‌شود.

سرمایه‌های فرهنگی

«سرمایه‌های فرهنگی» عمدتاً جنبه‌های عینی و قابل رؤیت و لمس از کارکردهای پیدا و پنهان فرهنگی در اماکن متبرکه مذهبی‌اند که نه تنها مورد توجه جامعه دینی قرار می‌گیرند، بلکه با عناوینی چون توسعه گردشگری زیارت موجب جذب مؤمنان و افراد غیرمسلمان به این‌گونه اماکن می‌شوند. سرمایه فرهنگی بستر بروز سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور است که به واسطه نقش محوری اماکن متبرکه مذهبی در جامعه عمده اثر آن در ترویج همبستگی اجتماعی است. در واقع، سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از سنت‌ها، آداب و رسوم، مراسم، شعائر، هنر و فرهنگ، معماری اسلامی، سمبل‌ها و نمادهای فرهنگی-هنری، موزه‌ها، و مراکز اسناد در اماکن متبرکه مذهبی است که اکثر کارکردهای فرهنگی این اماکن در آن‌ها بروز و ظهور دارد. به عبارت دیگر، سرمایه‌های فرهنگی موجود در اماکن متبرکه مذهبی از طریق افزایش آگاهی و دانش جامعه، تقویت هویت دینی، ترویج همبستگی اجتماعی، و ایجاد فضایی برای تجمعات مردمی موجب شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در جامعه می‌شود.

نتیجه

در بین سازمان‌های فضیلت‌محور، اماکن متبرکه مذهبی به واسطه کارکردهای ویژه در عرصه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی سرشار از سرمایه‌هایی هستند که حتی متولیان آن‌ها نیز از درک عمق تأثیر آن‌ها عاجزند. این سازمان‌ها آرمان‌ها و ارزش‌هایی را ایجاد می‌کنند که به رشد و توسعه جامعه می‌انجامد و با ایفای نقش محوری در آن یکی از عوامل مقوم سرمایه اجتماعی در جامعه اسلامی محسوب می‌شود. این نوشتار استدلال می‌کند که برآیند جامعی از این مؤلفه‌ها در بقاع متبرکه مذهبی موجب اعتماد، کنش متقابل، تعاون، و همکاری در جامعه می‌شود و با تأثیر بی‌مانند خود در دل و قلب مردم به تقویت سرمایه اجتماعی و ارزش‌های والای انسانی در جامعه می‌انجامد. به تعبیر دیگر، اماکن متبرکه مذهبی از طریق توسعه اعتماد و همبستگی، افزایش بصیرت و آگاهی، تقویت هویت دینی و زیربنای اعتقادی، گسترش مشارکت در مناسبات و مراسم مذهبی و فرهنگی و اجتماعی، ایجاد ارزش‌های مشترک و شبکه‌های منسجم از مردم و تشکل‌های مردمی، و نیز ترویج همبستگی و اتحاد اجتماعی موجب وفاق و دلگرمی اجتماع انسانی می‌شوند و زیربنای لازم برای ایجاد و گسترش سرمایه اجتماعی را در جامعه فراهم می‌کنند.

علاوه بر این‌ها، تحقیق حاضر با تأکید بر رویکرد کاربردی که برای سازمان‌های متولی اماکن متبرکه مذهبی دارد مزیت‌های اصلی الگوی تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور را در درک عمیق‌تر و تجسم بهتر از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن، ارزیابی وضعیت کلی مؤلفه‌ها، و شناسایی مخاطرات و آسیب‌پذیری‌های آن‌ها می‌داند. بر اساس یافته‌ها:

- الگوی تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور الگویی مشتمل بر شش مؤلفه اصلی است؛ شامل ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی، و سرمایه‌های فرهنگی.
- شناخت این الگو نیازمند شناخت مؤلفه‌های تشخیص از طریق مطالعه مضامین پایه و مصادیق عینی و تجربی هر یک از آن‌ها است.
- این الگو، افزون بر تقویت مبانی مربوط به فهم سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی، از تحمیل نسخه‌های تجویزی و تحمیلی به این سازمان‌ها جلوگیری می‌کند؛ مگر آنکه در پژوهش‌های آینده با استناد به سایر روش‌های علمی مورد نقد و بررسی قرار گیرد.

- تعریف عملیاتی و مصادیق هر یک از مؤلفه‌های شش‌گانه از یک‌دیگر قابل تفکیک است و کل الگو از جامعیت لازم برخوردار است؛ به این معنا که در الگوی تشخیص ارائه‌شده تأثیر هیچ‌یک از مضامین موجود در داده‌های علمی و تجربی نادیده گرفته نشده است.
- زمانی سرمایه اجتماعی یک سازمان فضیلت‌محور دچار عارضه می‌شود که یک یا چند مورد از مؤلفه‌های تشخیص آن به‌درستی در سازمان تبیین نشود، دچار کژکارکردی یا انحراف از مسیر اصلی خود شود، یا به هر علت دیگری مورد مخاطره قرار گیرد.

پیشنهاد

- در بخش پایانی به منظور غنای بیشتر در تقویت نقاط قوت و برطرف کردن ضعف‌ها پیشنهادهایی به جامعه علمی و متولیان امر در اماکن متبرکه مذهبی بدین شرح ارائه می‌شود:
- بررسی مبانی نظری و پیشینه تجربی و عملیاتی پژوهش در سازمان‌های مورد مطالعه حاکی از آن است که این نوشتار نخستین تلاش برای فهم سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی است. پژوهش حاضر این مهم را از طریق فهم مؤلفه‌های تشخیص آن امکان‌پذیر می‌داند و استدلال می‌کند که هر یک از این مؤلفه‌های شش‌گانه جنبه‌هایی مختلف از سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی را نمایان کرده است. از این رو، پیشنهاد می‌دهد متولیان و کارکنان و خادمان این اماکن با این مؤلفه‌ها آشنا شوند و از یافته‌های آن در زمینه‌های مختلف علمی، پژوهشی، آموزشی، و کاربردی استفاده کنند.
- در جمهوری اسلامی ایران، سازمان‌های فضیلت‌محوری که به منظور مدیریت اماکن متبرکه مذهبی تشکیل شده‌اند، با وجود داشتن مأموریت‌های خاص در عرصه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی و تأثیر قابل توجه در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی، در پژوهش‌های علمی مرتبط با سازمان و مدیریت کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. حمایت مادی و معنوی این‌گونه سازمان‌ها از طرح‌های پژوهشی و توسعه ارتباط آن‌ها با مراکز علمی و پژوهشی و دانشگاه‌ها کمک شایانی به رفع این خلأ می‌کند.
- محتوای پژوهشی ارائه‌شده تنها به بررسی مؤلفه‌های اصلی تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی پرداخته و پیشنهاد بعدی آن در ورود عمیق دیگر پژوهشگران به مصادیق عینی مؤلفه‌های شش‌گانه و تبیین مصادیق و شناسایی سایر زوایای پنهان عملیاتی مربوط به سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی است.

منابع

- اثنی عشران، مهدی و تقی پور، فائزه (۱۳۹۶). شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر مدیریت کارآمد بقاع متبرکه در شهر اصفهان. مرمت و معماری/ایران، ۱۷(۴)، ۷۵ - ۹۰.
- احمدی شاپورآبادی، محمدعلی؛ تقدیسی، احمد و توکلی نغمه، مصطفی (۱۳۹۵). *آمایش اماکن متبرکه و توسعه گردشگری مذهبی در ایران*. نگارخانه.
- ایمانی، علی اکبر (۱۳۹۴). نقش فرهنگی بقاع متبرکه در جامعه. *کنگره ملی حضرت محمد هلال ابن علی^(ع)*. بازیابی شده از سایت <https://civilica.com/doc/966607>. در تاریخ ۱۵ تیر ۱۴۰۱، ساعت ۱۵:۴۶.
- بی همتا، حسن؛ بیکزاد، جعفر؛ مجلل چبقلو، محمدعلی و عبدالله فام، رحیم (۱۴۰۱). طراحی و تبیین الگوی پسایندها و پیشایندهای فضیلت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی. *مدیریت بر آموزش سازمان‌ها*، ۱۱(۴)، ۲۳۱ - ۲۶۱.
- پارسا، مجید و عطایی، محمد (۱۴۰۰). طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران. *رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، ۵(۱۹)، ۱۲۹۶ - ۱۳۱۲.
- چراغی، جمیله خاتون؛ شریعتمداری، مهدی؛ حمیدی فر، فاطمه و شوقی، بهزاد (۱۴۰۱). شناسایی و ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر رهبری فضیلت‌گرا (مورد مطالعه: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران). *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*، ۳۸ - ۵۱.
- حیدری، الهام؛ سیدکلایی، نادر و شریعتی، نیما (۱۴۰۱). فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی: نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیلگر هوش معنوی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۹(۴)، ۶۱۷ - ۶۳۷.
- دانایی فرد، حسن؛ باقری کنی، مصباح‌الهدی و حجازی فر، سعید (۱۳۹۴). شناسایی مؤلفه‌های سازمان‌های فضیلت و جهادی (مورد پژوهش: کمیته انقلاب اسلامی و جهاد سازندگی). *مدیریت اسلامی*، ۲۳(۴)، ۴۵ - ۷۲.
- زارعی متین، حسن (۱۳۹۳). *مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته*. ج ۲. تهران: آگه.
- زارعی متین، حسن؛ شمسی، فاطمه و ادیب‌زاده، مرضیه (۱۳۹۶). سرمایه اخلاقی مولد سرمایه اجتماعی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴(۱)، ۲۷ - ۴۴.
- ستارارجمندی، محمد؛ مجیدی، مریم؛ امینی، زین‌العابدین و ساده، احسان (۱۴۰۱). طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی (هم‌سو با سند چشم‌انداز و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۹(۳)، ۳۳۱ - ۳۵۸.
- سیف‌اللهی، ناصر (۱۳۹۹). تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۷(۲)، ۱۷۱ - ۱۹۴.
- ضماهنی، مجید و شکاری، حمیده (۱۳۹۵). مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد. *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۴(۳)، ۴۹ - ۶۲.
- علینی، محمد (۱۳۹۱). *سرمایه اجتماعی در آموزه‌های اسلامی*. قم: دانشگاه باقر العلوم^(ع). بوستان کتاب.
- فلاحی، صفر (۱۳۹۳). *مجله آموزشی خانواده‌ایمن*. قم: آستان مقدس حضرت معصومه^(ع).
- قریشی، سید مهدی؛ هاشمی، سید محمود؛ امینی سابق، زین‌العابدین و ساده، احسان (۱۴۰۰). فهم سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی با رویکرد داده‌بنیاد. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۸(۳)، ۴۵۰ - ۴۷۶.
- کهریزی، ایوب و حجازی فر، سعید (۱۳۹۷). ارائه الگوی ارزیابی سازمان‌های فضیلت‌محور و جهادی. *مدیریت نظامی*، ۱۸(۴)، ۵۰ - ۸۵.
- مرزوقی، رحمت‌الله؛ سلیمی، قاسم و همراهی، فرهاد (۱۳۹۷). تبیین نقش فضیلت سازمانی در ارتقای اعتماد سازمانی در سازمان‌های دولتی اخلاق‌محور. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۳(۱)، ۲۷ - ۳۷.
- نجف‌بیگی، رضا؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ دانش فرد، کرمان؛ دلاور، علی و همراهی، مهرداد (۱۳۹۳). طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقای فضیلت سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۷(۲۴)، ۴۷ - ۶۶.
- Ahmadi Shapourabadi, M.A., Taqdisi, A., & Tavakli-Naghme, M. (2015). *Logistics of blessed places & developing religious tourism in Iran*. Nagarkhaneh Publications. (in Persian)
- Bihamta, H., Beikzad, J., Majal-Chaboqlu, M.A., & Abdollahfam, R. (1401). Designing and explaining the pattern of consequences and antecedents of organizational virtue in the social security organization. *Management on Learning Organizations*, 11(4), 231-261. (in Persian)
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York, NY: Greenwood. 241-258.

- Borgeson, K. L. (2002). Social norms & social capital: How community connections & democratic inclusiveness shape collective action. *Sociological Forum*, 17(4), 563-601.
- Burke, W. W. (1994). Diagnostic models for organization development. In A. Howard. (Ed.), *Diagnosis for organizational change: Methods & models*. New York, NY: The Guilford Press, 53-84.
- Caldwell, C, Hasan, Z, & Smith, S. (2015). Virtuous leadership—insights for the 21st century. *Journal of Management Development*, 34(9), 1181-1200.
- Chang, D. S. (2012). Social capital & its measurement in social surveys. *Social Indicators Research*, 114(3), 1225-1248.
- Cheraghi, J.Kh., Shariatmadari, M., Hamidifar, F., & Shoghi, B. (2022). Identifying & evaluating factors influencing virtuous leadership (case study: units of Islamic Azad University of Tehran). *Educational Management Innovations*, 38-51. (in Persian)
- Clark, A. (2020). Creating the Virtuous Organization. *Marriott Student Review*, 3(3), 40-43.
- Collins, P. (2004). Social capital & rural development in the knowledge society. *Sociologia Ruralis*, 44(4), 390-408.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120
- Crossan, M., Mazutis, D., & Seijts, G. (2013). In search of virtue: The role of virtues, values & character strengths in ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 113, 567-581.
- Danaifard, H., Bagherikani, M.H., & Hejazifar, S. (2014). Identifying the components of virtuous & jihadist organizations (research case: Islamic Revolution & Constructive Jihad Committee). *Islamic Management*, 23(4), 45-72. (in Persian)
- El-Din, M. B. (2014). Underst&ing social capital: An integration & critique of the field. *Journal of Sociology & Anthropology*, 1(1), 45-54.
- Ellini, M. (2011). *Social Capital in Islamic Teachings*. Bagher-aloom University. Bostan Ketab. (in Persian)
- Ethnaashran, M. & Taghipour, F. (2016). Identification of cultural factors affecting the efficient management of Holy Places in Isfahan. *Journal of Restoration & Architecture of Iran*, 17(4), 75-90. (in Persian)
- Falahi, S. (2013). *Secure family educational magazine*. Qom: The holy shrine of Hazrat Masoumeh (PBUH). (in Persian)
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society & development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Funderland, A. (2006). Social capital revisited: A research note. *Acta Sociologica*, 49(2), 154-169.
- Ghureynshi, S. M., Hashemi, S. M., Amini-Sabegh, Z.A., & Sadeh, E. (2021). Understing inter-organizational social capital in executive bodies with foundation social data approach. *Social Capital Management*, 8(3) 476-450. (in Persian)
- Heydari, E., Seyed-Kalali, N., & Shariati, N. (2022). Organizational virtuousness and social capital: The mediating role of organizational commitment and the moderating role of spiritual intelligence. *Social Capital Management*, 9(4), 617-637. (in Persian)
- Imani, A.A. (2014). The cultural role of holy places in the society of the National Congress of Hazrat Muhammad Hilal IbnAli (PBUH). Retrieved from <https://civilica.com/doc/966607>, on July 15, 2022, at 15:46. (in Persian)
- Kahrizi, A. & Hijazi Far, S. (2017). Providing an evaluation model for virtuous & jihadi organizations. *Military Management*, 18(4), 50-85. (in Persian)
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. sage.
- Lindenberg, S. (1996). The social dilemma of solidarity & the evolution of social norms. *Rationality & Society*, 8(3), 291-316.
- Manz, C. C., Cameron, K. S., Manz, K. P., & Marx, R. D. (2008). The virtuous organization: An introduction. In *The virtuous organization: Insights from some of the world's leading management thinkers* (pp. 1-16).
- Marzooqi, R., Salimi, G., & Hamrahi, F. (2017). Explaining the role of organizational virtue in promoting organizational trust in ethics-oriented governmental organizations. *Ethics in Science & Technology*, 13(1), 27-37. (in Persian)
- Najaf Beigi, R., Mosa Khani, M., Danesh Fard, K.A., Delavar, A., & Hamrahi, M. (2014). Designing a Desirable Model for Improvement The Iranian Public Sector Organizational Virtuousnes. *Public Management Researches*, 7(24), 47-66. (in Persian)
- Parsa, M. & Atae, M. (2022). Designing a social capital model in Iran's government organizations. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 5(19), 1296-1312. (in Persian)
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins & applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1-24.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse & revival of American community*. Simon & Schuster.

- Sattar-Arjmandi, M., Majidi, M., Amini, Z.A., & Sadeh, E. (2022). Designing the Social Capital Model in Public Organizations in Line With the Twenty-Year Vision Document and the Resistance Economy Policies. *Social Capital Management*, 9(3), 331-358. (in Persian)
- Seifollahi, N. (2020). Analyzing the effect of social capital on organizational virtue with the mediating role of social responsibility. *Management of Social Capital*, 7(2), 171-194. (in Persian)
- Winn Brad (2018). Leadership & Deep Change: The Business Case for Organizational Virtuousness. *People & Strategy*, 41(4), 68-72.
- Zamaheni, M. & Shekari, H. (2015). Structural model of virtuous organization in selected universities of Yazd province. *Management of governmental organizations*, 4(3), 49-62. (in Persian)
- Zareii matin, H. (2013). *Advanced Organizational Behavior Management*. 2nd ed. Tehran: Aghah. (in Persian)
- Zareii-Matin, H., Shamsi, F., & Adib-Zadeh, M. (2016). Ethical Capital Generating Social Capital. *Social Capital Management*, 4(1), 27-44. (in Persian)