

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

## **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.

## **Keywords:**

Religious Holy Places, Social Capital, Virtuous Organization

# سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور: مؤلفه‌های تشخیص

## سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی

### چکیده

در بین سازمان‌های فضیلت‌محور، سازمان‌های عهده‌دار مدیریت اماکن متبرکه مذهبی علی‌رغم تأثیر قابل توجه در ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی، در پژوهش‌های مرتبط با سازمان و مدیریت، به ویژه 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 استان‌های مقدس حضرت فاطمه معصومه علیها السلام و حضرت عبدالعظیم حسنی علیه السلام پرداخته است. در این نوشتار ترکیب جامعی از روش‌های فراترکیب، تحلیل مضمون و مصاحبه مورد استفاده قرار گرفت. جمع‌آوری داده‌های نظری از بین 22 عنوان مدل تشخیص و برخی اسناد منتخب از سازمان‌های مورد مطالعه انجام شد. داده‌های عملیاتی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با 18 نفر از خبرگان منتخب به روش‌های قضاوتی و کلوله‌برفی، تا زمان رسیدن به اشباع نظری گردآوری گردید. روایی پژوهش با استناد به روش‌های مختلفی 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 258 مضمون استخراج شده از داده‌های کتابخانه‌ای، با مضامین برگرفته از ایده‌ها و نظر خبرگان ترکیب گردید. بر اساس یافته‌ها، مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه عبارتند از: ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی و سرمایه‌های فرهنگی. این مؤلفه‌ها، با ایجاد اعتماد، کنش متقابل، تعاون و همکاری در بین افراد جامعه و تأثیر در قلب و روح انسان‌ها، موجب تقویت سرمایه اجتماعی و ارزش‌های والای انسانی در جامعه اسلامی می‌شوند.

کلید واژگان: اماکن متبرکه مذهبی، سازمان فضیلت‌محور، سرمایه اجتماعی

## مقدمه/بیان مسئله

ارزش‌های الهی با توجه به تأثیرگذاری که دارند، برخی مکان‌ها و زمان‌ها را از سرمایه‌های ممتاز برخوردار ساخته‌اند و در بین آنها، اماکن متبرکه مذهبی به خاطر تأثیر و نقشی که در آینده جامعه اسلامی دارند، در همیشگی دوران مرکز اصلی مراودات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بوده‌اند (فلاحی، 1393، ص 8). 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 می‌سازد (احمدی شاپورآبادی و دیگران، 1395، ص 160). در میان انبوه سازمان‌ها، سازمان‌های فضیلت‌محوری چون آستان‌های مقدس ائمه معصومین علیهم السلام، سال‌ها پیش از شکل‌گیری سازمان‌های امروزی، با تأکید بر معنویت و توسعه ارزش‌های اخلاقی انسانی (کهریزی، حجازی‌فر، 1397، ص 51) عهده‌دار ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش مؤلفه‌های اساسی چون رفتارها، عادت‌ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی انسان‌ها و ارزش‌های الهی هستند (مرزوقی و دیگران، 1397، ص 27). در آموزه‌های دینی این مؤلفه‌ها که در ابعاد اعتقادی، اخلاقی و احکامی متبلور می‌شوند، در مفهوم سرمایه اجتماعی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند (علینی، 1391، ص 330). در مطالعات سازمانی نیز سرمایه اجتماعی با قرارگرفتن 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، 1391، ص 28).

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 فرآیند توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر زیادی داشته باشند (زارعی‌متین، 1393، ص 473). 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 پرکاربرد 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 هیچ یک 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 نماید. بر این اساس، سازمان اوقاف و امور خیریه، آستان قدس رضوی در مشهد، آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه علیهاالسلام و مسجد مقدس جمکران در قم، آستان مقدس حضرت عبدالعظیم حسنی علیه‌السلام 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 دیگران، 1400، ص 453). از آن زمان تاکنون، تعاریف مختلفی از سرمایه اجتماعی ارائه شده است که برخی از آنها در جدول 1 بیان شد.

جدول 1. برخی از تعاریف ارائه شده از سرمایه اجتماعی

پژوهشگر	تعریف سرمایه اجتماعی
ال‌دین	روابط، شبکه‌ها و منابع اجتماعی که در تعاون، همکاری و ارتباطات بین افراد و گروه‌ها مؤثر بوده و تأثیر قابل‌توجهی در پایداری اجتماعی و توسعه دارد (El-Din, 2014).

پژوهشگر	تعریف سرمایه اجتماعی
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).
بورگسان	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).
لیندنبیرگ	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).
لینکلن 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<sup>۱</sup>، جیمز کلمن<sup>۲</sup> و رابرت پاتنام<sup>۳</sup> سهم بسیار مهمی در طرح مفهوم سرمایه اجتماعی داشته‌اند (علینی، ۱۳۹۱، ص ۷۶). بوردیو سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع می‌داند که در دسترس افراد و گروه‌ها برای تأیید و تقویت جایگاه اجتماعی خود قرار داد. این منابع شامل شبکه‌های ارتباطی، روابط اجتماعی، اعتماد، اطلاعات، آگاهی و مهارت‌های اجتماعی است (Bourdieu, 1986, p 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 موثر، منافع مشترک خود را بهبود بخشند (Coleman, 1998, p S98). پاتنام نیز در تعریفی تقریباً مشابه، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از شبکه‌ها، ارتباطات و اعتمادها معرفی

---

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

کرده است که در قالب ارزش‌های اجتماعی، همبستگی و همکاری میان افراد و گروه‌ها تشکیل می‌شود و به بهبود عملکرد سیاسی، 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 قابل‌رؤیت 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 (زارعی مثنی، 1393، صص 468-471). 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 شهروندی در سازمان مطرح بود (ضماهنی و شکاری، 1395، ص 50). در آن زمان، نه تنها به موضوع فضیلت<sup>1</sup> در سازمان توجه نمی‌شد، بلکه به عنوان موضوعی غیرقابل‌بحث قلمداد می‌شد. این مسئله تداوم داشت تا اینکه در دنیای بسیار رقابتی قرن بیست و یک میلادی، سازمان‌ها گرایش بیشتری به سمت فضایل اخلاقی و انسانی پیدا کردند و از طریق تأکید بر فضیلت‌ها سعی داشتند تا خلأهای معنوی، 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 دیگران، 1401، ص 31؛ 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 تکریم بوده و در طول تاریخ همواره موجب تقویت احساس دینی و تحکیم ولایت، ایجاد وحدت کلمه و جذب جوانان، تبادلات فرهنگی در جامعه و هویت بخشی در جامعه بوده‌اند (ایمانی، 1394، ص 1).

## پیشینه تجربی پژوهش

مرور نظام‌مند مطالعات 10 سال اخیر، با در نظر گرفتن ترکیب جامعی از کلیدواژه‌های «سازمان فضیلت‌محور» و «فضیلت‌سازمانی»، با کلیدواژه‌ی «سرمایه اجتماعی»، مؤید این بود که هیچ‌کدام 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 دیگران (1401) فضیلت‌سازمانی بر سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل‌گری هوش معنوی در رابطه بین فضیلت‌سازمانی و سرمایه اجتماعی مورد تأیید است. ستار ارجندی و دیگران (1401) در پژوهشی که با هدف طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران انجام شده است، سرمایه شناختی، سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری، بُعد دینی، بُعد سیاسی، بُعد نهادی و سرمایه فرهنگی را به عنوان ابعاد هشت‌گانه مدل پیشنهاد داده و به تبیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن پرداخته‌اند. پارسا و عطایی (1400) در پژوهشی مشابه، ابعاد سرمایه اجتماعی را به سه بُعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری تقسیم کرده‌اند. سیفاللهی (1399) به بررسی تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت‌سازمانی پرداخته و استدلال می‌کند که فضیلت در سازمان بر ایجاد، ترویج و پرورش عادت‌ها، رفتارها، اعمال و تمایلات متعالی مانند صداقت، بخشش و وفاداری در سطوح فردی و گروهی دلالت دارد (1399). زارعی‌متین و دیگران (1396) اندیشه ناب متکی بر شناخت سرمایه‌های انسانی را در «انجام دادن کار درست» می‌دانند، نه آنکه فقط «کار را درست انجام دهد». 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 دیگران (1393) بر این اعتقادند که مهمترین دلیل رنگ باختن بیش از پیش اخلاقیات و به فراموشی سپرده شدن مفهوم فضیلت‌محوری در سازمان‌های دولتی را بایستی در درون سازمان‌ها و فعالیت‌های روزانه آنها جستجو کرد. کراسان<sup>1</sup> و دیگران (2023) تأثیرات محیطی، قضاوت، قصد و نیت، رفتار، بازتاب، آگاهی، و قضاوت را به عنوان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده‌ی فضیلت‌محوری در سازمان معرفی کرده‌اند. در

---

1. Crossan, Mary

پژوهش کلارک<sup>۱</sup> (2020) سازمان‌های فضیلت‌محور چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌هایی را ایجاد می‌کنند که به دنبال ارتقای جامعه هستند، و سپس شایستگی‌های اصلی خود را به عنوان قوای ایجاد دنیایی که می‌خواهید در آن زندگی کنید، و برای دستیابی به اهداف اجتماعی و راهبردی خود به خوبی بسیج می‌کنند. وین<sup>۲</sup> (2018) 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<sup>۳</sup> و دیگران (2015)، در سازمان‌های فضیلت‌محور رهبران نسبت به کارکنان، ذی‌نفعان و افراد کل جامعه تعهد بیشتری دارند؛ همه مؤلفه‌های سازمانی دارای پیوست اخلاقی مبتنی بر فضیلت هستند؛ دیدگاه فضیلت‌محور از دیدگاه‌های مطرح‌شده در خصوص رهبری اخلاقی، غیراخلاقی و ضد اخلاق متمایز است؛ تفاوت رهبران فضیلت‌گرا با دیگران در شخصیت، شایستگی، تعهد، شجاعت، شفافیت و شفقت آنهاست؛ و در نهایت، روابط، وظایف و اهداف سازمان باید در چارچوب اخلاق تبیین شود. در پژوهش مانز<sup>۴</sup> و دیگران (2011)، حفظ شأن انسانی افراد، رعایت عدالت، استفاده از فرصت‌ها، توانمندسازی افراد، توجه به جامعه محلی، توجه به محیط زیست و صداقت، به عنوان هفت ویژگی سازمان فضیلت‌محور معرفی شده‌اند.

## روش و ابزار تحقیق

تحقیق کیفی حاضر با پیروی از گام‌های فراترکیب هفت مرحله‌ای به روش سندلوسکی و باروسو<sup>۵</sup>، و تلفیق آن با تحلیل مضمون<sup>۶</sup> به روش براون و کلارک<sup>۷</sup> و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان طرح‌ریزی شد. بر این اساس، در گام اول سؤالات اصلی و در گام دوم شاخص‌ها و معیارهای مرور نظام‌مند ادبیات تعیین شد. در گام سوم، متون متناسب با معیارها، انتخاب و در گام چهارم نتایج حاصل از آنها استخراج گردید. در گام پنجم، تجزیه، تحلیل و ترکیب یافته‌ها و در گام ششم، کیفیت نتایج ارزیابی شد. در گام آخر نیز گزارش نتایج ارائه گردید.

1. Clark
2. Winn, Brad
3. Caldwell, Cam
4. Manz
5. Sandelowski & Barroso
6. Thematic Analysis
7. Virginia Braun & Victoria Clarke



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 مورد بررسی قرار گرفت. در گام سوم اطلاعات غیرمرتبط با مسئله اصلی، حذف و بانک اطلاعات مضامین تشکیل شد. در گام چهارم، یافته‌های پژوهش از طریق انجام عملیات 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 گردید.

در گام چهارم تحلیل مضمون، بازبینی و بررسی موشکافانه مضامین از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با 18 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<sup>1</sup> 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، جمع‌بندی 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 این گونه سازمان‌ها علاقه‌مند بودند. هر کدام از آنها، با بیش از 15 سال سابقه فعالیت مرتبط با مدیریت بقاع متبرکه، در مورد موضوع و مسئله پژوهش صاحب نظر و تجربه، و در نقاط مختلفی از قلمروی مکانی پژوهش، در شهرهای مشهد، تهران و قم بودند. از فرصت کافی برای مشارکت عملی در فرآیند پژوهش برخوردار بوده 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 3 ارائه گردید.

جدول 3. فراوانی مصاحبه‌شوندگان بر مبنای تحصیلات و محل اشتغال

محل اشتغال		میزان تحصیلات		نوع تحصیلات		تعداد
سازمان‌های مورد مطالعه	دانشگاه	دکتری تخصصی و سطح 4 حوزه	کارشناسی ارشد و سطح 3 حوزه	دانشگاهی	حوزوی	
13	5	9	9	14	4	

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 کدام به تفکیک به تأیید مراجع علمی رسیده باشد. در سطح دوم، بازمینی داده‌ها توسط سه نفر از اساتید خبره و دو نفر از مسئولان باتجربه در حوزه مدیریت امکان متبرکه مذهبی انجام شد. در سطح سوم، وجود شفافیت در تمام مراحل فراترکیب از جمله عوامل تأییدکننده روایی بود. و در سطح چهارم، 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 محاسبه‌شده برابر با 84٪ به دست آمد که بزرگتر بودن آن از حداقل مقدار قابل قبول استاندارد به معنای تأیید پایایی مصاحبه است.

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

در گام اول فراترکیب، به منظور تعیین مسیر پژوهش، از ترکیب سؤالات توصیفی چه چیزی، کجا، چه موقع و چه روشی استفاده شد. جدول 4 بیانگر پاسخ کوتاه به این سؤالات می‌باشد.

جدول 4. سؤالات و پاسخ‌های گام اول فراترکیب

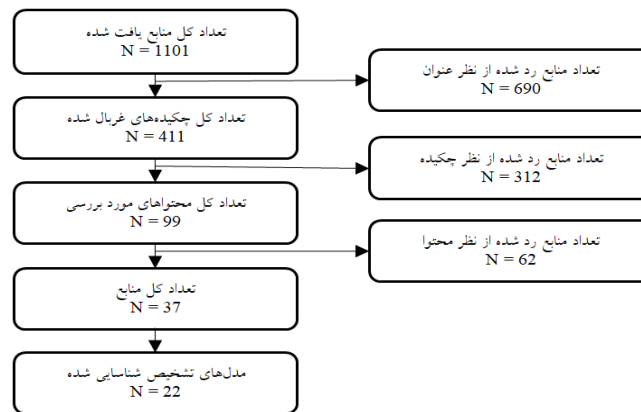
سوال	پاسخ
چه چیزی؟	1. مدل‌های تشخیص علمی؛ 2. مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در اسناد و مدارک سازمان‌های مورد مطالعه (اسناد راهبردی و احکام مسئولیت تولیت‌ها)
کجا؟ (قلمروی مکانی)	1. پایگاه‌های اطلاعات داده علمی داخلی و خارجی؛ 2. آستان قدس رضوی؛ 3. آستان مقدس حضرت معصومه علیها السلام؛ 4. آستان مقدس حضرت عبدالعظیم علیه السلام
چه موقع؟ (چارچوب زمانی)	1. پژوهش‌های انجام‌شده در ده سال اخیر 1392 تا 1401 هجری شمسی (2013 تا 2022 میلادی)؛ 2. اسناد راهبردی موجود در سازمان‌های مورد مطالعه در زمان حال
چه روشی؟ (روش‌شناسی)	1. فراترکیب سندلوسکی و باروسو؛ 2. تحلیل مضمون کلارک و براون؛ 3. مصاحبه نیمه‌ساختار یافته (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 علیها السلام 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 و عارضه‌یابی) و مکان جستجو (عنوان مقاله، چکیده و کلیدواژه‌ها)، بر اساس معیارهای پذیرش و عدم پذیرش مقالات در جدول 5 انجام شد.

جدول 5. 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 کلید واژه‌ی «تغییر» با واژه‌های «تشخیص»، «آسیب‌شناسی» و «سازمان» در منابع فارسی و ترکیب کلید واژه‌ی «Change» با واژه‌های «Organization»، «Pathology» و «Diagnosis» در منابع انگلیسی	کلیه پژوهش‌های خارج از چارچوب تعیین‌شده
مکان	عنوان، چکیده، کلیدواژه‌ها	سایر بخش‌های مقالات

در گام سوم فراترکیب، پالایش و مرور 1101 عنوان پژوهش، منجر به شناسایی 22 عنوان مدل تشخیص بر اساس الگوریتم نشان‌داده‌شده در شکل 1 گردید.



شکل 1. الگوریتم انتخاب مدل‌های تشخیص

در گام چهارم فراترکیب، نتایج حاصل از مطالعه عمیق و مرور چندین باره‌ی داده‌ها و اطلاعات، منجر به استخراج کدهای اولیه پژوهش، بر اساس ارتباط مفهومی آنها با مفاهیم مطرح در تعاریف ارائه‌شده از سرمایه اجتماعی گردید. بر همین اساس، نمونه‌ای از کدهای استخراج‌شده از بررسی اسناد راهبردی سازمان‌های مورد مطالعه، در جدول 6 نشان داده شد.

جدول 6. نمونه کدهای استخراج‌شده از بررسی اسناد راهبردی سازمان‌های مورد مطالعه

کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی
اخلاق	3	اجتماع و جامعه	11	کرامت	6
آداب و رسوم	3	دین و مذهب	6	معنویت	4

کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی	کد اولیه	فراوانی
تنوع فرهنگی	4	فرهنگ	8	مشارکت اجتماعی	3

در این گام، بازبینی و دسته‌بندی 258 عنوان کد استخراج‌شده منجر به تشکیل قالب مضامین مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان‌های فضیلت‌محور مطابق با اطلاعات جدول 7 گردید. منظور از وزن مضمون در جدول، تعداد دفعات تکرار مؤلفه‌ها در منابع است.

جدول 7. 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	258	سرمایه‌های معنوی	62	ایمان، خدااباوری، طهارت، دیانت، دین اسلام، مذهب تشیع، معنویت، اهل بیت و ائمه معصومین علیهم السلام، توکل، کرامت، معجزه، شفا، شفاعت، خدااباوری، دعا، توسل، عاقبت خیر، و اعتقادات مذهبی
		سرمایه‌های فیزیکی	23	حرم مطهر، اماکن تابعه، دارایی‌ها و متعلقات، شرکت‌ها و مؤسسات، تجهیزات و امکانات، و منابع مادی
		سرمایه‌های مردمی	39	اعتماد عمومی جامعه، انسجام، اتحاد و یکپارچگی، آحاد جامعه و مردم، گروه‌ها و تشکل‌های مردمی، خادمین افتخاری، خیرین، واقفین، نذرکنندگان، زائرین و مجاورین
		سرمایه‌های اعتباری	11	انتساب به ائمه و حضرات معصومین علیهم السلام، حق مالکیت معنوی، برندها، کالاها و محصولات اختصاصی، و هم‌جواری حرم‌ها با حوزه‌های علمیه
		سرمایه‌های فرهنگی	67	سنت‌ها، آداب و رسوم، مراسمات مذهبی، شعائر، هنر و فرهنگ، معماری ایرانی اسلامی، سمبل‌ها و نمادهای فرهنگی هنری، موزه‌ها و مراکز اسناد
		ارزش‌های سازمانی	39	مهرورزی، خوش‌اخلاقی، رفتار کریمانه، ایثار و از خودگذشتگی، خدمت صادقانه، خوش‌بینی، شفقت، امانتداری، اخوت و برادری، و انسان‌دوستی
		سرمایه‌های سازمانی	45	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 سؤالات 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 گردید. بر همین اساس، نمونه‌هایی از آرا و نظرات مصاحبه‌شوندگان در جدول 8 ارائه شد.

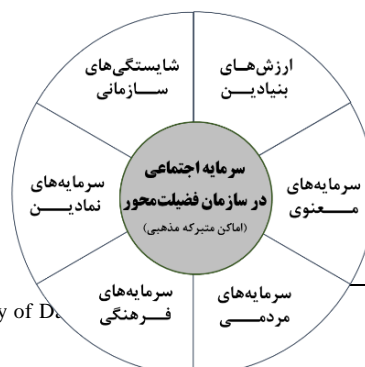
جدول 8. نمونه کدهای اولیه به دست آمده از محتوای مصاحبه‌ها

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 به ظاهر 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؛ لذا سرمایه مردمی به عنوان یکی از مهمترین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در این سازمان‌هاست.

در ادامه، پس از رسیدن پژوهش به سنتز اطلاعات اولیه، نام‌گذاری مضامین (شامل: انتخاب عناوین، بازنویسی و تعریف عملیاتی مضامین)، از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی با 5 نفر از خبرگان منتخب از بین گروه مصاحبه‌شوندگان، انجام و در گام ششم، سنجش کیفیت نتایج با استفاده از رویه‌های استاندارد فراترکیب، شامل بازبینی، بررسی کیفیت مطالعات کیفی اولیه، استفاده از تحلیل گران مستقل، شفافیت و 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<sup>1</sup> بیان می‌کنند. یافته‌های پژوهش «مؤلفه‌های تشخیص سرمایه اجتماعی در سازمان فضیلت‌محور» را به شش دسته اصلی تقسیم می‌نماید. این مؤلفه‌ها، مطابق آنچه در شکل 2 نشان داده شد، عبارتند از: ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی و سرمایه‌های فرهنگی.



1. The Complicated Story of De

## شکل 2. 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 علیهم السلام، در طول سال‌های متمادی شکل گرفته و هر کدام از آنها در ذهن افراد جامعه اسلامی تبدیل به ارزش‌هایی شده‌اند که ناخودآگاه ذهن و قلب را به سوی حرم‌ها سوق می‌دهد. در پژوهش حاضر، این مضامین با عنوان «سرمایه‌های نمادین» معنابخش مفهوم اماکن متبرکه مذهبی و ماهیت وجودی این سازمان‌ها بوده و خمیرمایه‌ی 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 فضائل انسانی قرار می‌گیرند. این ارزش‌ها ماهیت انتزاعی دارند و بیانگر وجود فضائل 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، خوش-اخلاقی، 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 جستجو می‌کنند. در این نوشتار، «سرمایه‌های معنوی» ریشه در ارادت و اعتقاد قلبی به اهل بیت معصومین علیهم السلام دارند. این سرمایه‌ها با نفوذ و تأثیر در دل و قلب مردم، آنها را به سوی اماکن متبرکه مذهبی جذب می‌نمایند. 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 علیهم السلام، ممکن است برای کسی که خارج از سنت و عقیده‌ی 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 علیهم السلام، ارزشی فراتر از اعداد و ارقام ظاهری می‌یابند. این مسئله موجب می‌شود تا پنجره فولاد حرم‌ها، گرد و غبار صحن‌ها، غذا، نمک و نبات متبرک آستان‌ها، به عنوان بخشی از سرمایه اجتماعی موجود در جامعه اسلامی تلقی گردد.

## 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 می‌نمایند. 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 شده، کنش متقابل، 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 تشکیل‌دهنده‌ی 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 این-گونه 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 قابل‌توجهی از خدمات آستان‌ها توسط افراد داوطلب، مانند خادمین افتخاری و خادم‌یاران ارائه می‌گردد. و سوم اینکه حضور گسترده مردم در حرم‌ها، علاوه بر آثار و برکات فردی و اجتماعی که دارد، 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، مراسمات، 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.

### نتیجه‌گیری

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 جامعه از این مؤلفه‌ها در بقاع متبرکه مذهبی، موجب اعتماد، کنش متقابل، تعاون و همکاری در جامعه شده و با تأثیر بی‌مانند خود در دل و قلب مردم، موجب تقویت سرمایه



اجتماعی و ارزش‌های والای انسانی در جامعه می‌شوند. 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 مراسمات مذهبی، 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 شده، 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 تشکیل دهنده 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، شامل: ارزش‌های بنیادین، سرمایه‌های نمادین، شایستگی‌های سازمانی، سرمایه‌های معنوی، سرمایه‌های مردمی و سرمایه‌های فرهنگی است.
- 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 می‌نماید؛ 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 بوده 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، به درستی در سازمان تبیین نشود، دچار کژکارکردی یا انحراف از مسیر اصلی خود شود و یا به هر علت دیگری مورد مخاطره قرار گیرد.

## پیشنهادها

- 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 به شرح زیر ارائه می‌شود:
- بررسی مبانی نظری، 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 تا متولیان، کارکنان و خادمان این اماکن با این مؤلفه‌ها آشنا شوند و از یافته‌های آن در زمینه‌های مختلف علمی، پژوهشی، آموزشی و کاربردی استفاده نمایند.

- 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، پژوهشی و دانشگاه‌ها، کمک شایانی به رفع این خلأ می‌نماید.
- 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 تمییز مصادیق و شناسایی سایر زوایای پنهان و عملیاتی مربوط به سرمایه اجتماعی در اماکن متبرکه مذهبی است.

## منابع فارسی

1. اثنی‌عشران، مهدی؛ و تقی‌پور، فائزه (1396). شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر مدیریت کارآمد بقاع متبرکه در شهر اصفهان. دوفصلنامه مرمت و معماری ایران، 17(4)، 75-90.
2. احمدی‌شاپورآبادی، محمدعلی؛ تقدیسی، احمد؛ و توکلی‌نعمه، مصطفی (1395). آمایش اماکن متبرکه و توسعه گردشگری مذهبی در ایران، انتشارات نگارخانه.
3. ایمانی، علی‌اکبر (1394). نقش فرهنگی بقاع متبرکه در جامعه کنگره ملی حضرت محمد هلال ابن علی (علیه السلام). بازیابی شده از سایت <https://civilica.com/doc/966607>، در تاریخ 15 تیر 1401 ساعت 15:46.
4. بی‌همتا، حسن؛ بیک‌زاد، جعفر؛ مجلل‌چققلو، محمدعلی؛ و عبدالله‌فام رحیم (1401). طراحی و تبیین الگوی پسایندها و پیشایندهای فضیلت‌سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی. مدیریت بر آموزش سازمان‌ها، 11(4)، 261-231.
5. پارسا، مجید؛ و عطایی، محمد (1400). طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، 5(19)، 1312-1296.

6. چراغی، جمیله‌خاتون؛ شریعتمداری، مهدی؛ حمیدی‌فر، فاطمه؛ و شوقی، بهزاد (1401). شناسایی و ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر رهبری فضیلت‌گرا (مورد مطالعه: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران)، نوآوری‌های مدیریت آموزشی، 38-51.
7. حیدری، الهام؛ سیدکلایی، نادر؛ و شریعتی، نیما (1401). فضیلت‌سازمانی و سرمایه اجتماعی: نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل‌گر هوش معنوی. مدیریت سرمایه اجتماعی، 9(4)، 617-637.
8. دانایی‌فرد، حسن؛ باقری‌کنی، مصباح‌الهدی؛ و حجازی‌فر، سعید (1394). شناسایی مؤلفه‌های سازمان‌های فضیلت و جهادی (مورد پژوهش: کمیته انقلاب اسلامی و جهاد سازندگی). فصلنامه مدیریت اسلامی، 23(4)، 45-72.
9. زارعی‌متین، حسن (1393). مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته (چاپ دوم). تهران: نشر آگه.
10. زارعی‌متین، حسن؛ ششمی، فاطمه؛ و ادیب‌زاده، مرضیه (1396). سرمایه اخلاقی مولد سرمایه اجتماعی. مدیریت سرمایه اجتماعی، 4(1)، 27-44.
11. ستارارجمندی، محمد؛ مجیدی، مریم؛ امینی، زین‌العابدین؛ و ساده، احسان (1401). طراحی مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی (همسو با سند چشم‌انداز و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی). مدیریت سرمایه اجتماعی، 9(3)، 331-358.
12. سیف‌اللهی، ناصر (1399). تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت‌سازمانی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. مدیریت سرمایه اجتماعی، 7(2)، 171-194.
13. ضماهنی، مجید؛ و شکاری، حمیده (1395). مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد. مدیریت سازمان‌های دولتی، 4(3)، 49-62.
14. علینی، محمد (1391). سرمایه اجتماعی در آموزه‌های اسلامی. قم: دانشگاه باقر العلوم (علیه السلام)، بوستان کتاب.
15. فلاحی، صفر (1393). مجله آموزشی خانواده ایمن. قم: آستان مقدس حضرت معصومه علیها السلام.
16. قریشی، سید مهدی؛ هاشمی، سید محمود؛ امینی‌سابق، زین‌العابدین و ساده، احسان (1400). فهم سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی با رویکرد داده بنیاد، مدیریت سرمایه اجتماعی، 8(3)، 450-476.
17. کهریزی، ایوب؛ و حجازی‌فر، سعید (1397). ارائه الگوی ارزیابی سازمان‌های فضیلت‌محور و جهادی. مدیریت نظامی، 18(4)، 50-85.
18. مرزوقی، رحمت‌اله؛ سلیمی، قاسم؛ و همراهی، فرهاد (1397). تبیین نقش فضیلت‌سازمانی در ارتقاء اعتماد سازمانی در سازمان‌های دولتی اخلاق‌محور. اخلاق در علوم و فناوری، 13(1)، 27-37.
19. نجف‌بیگی، رضا؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ دانش‌فرد، کرم‌اله؛ دلاور، علی؛ و همراهی، مهرداد (1393). طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقاء فضیلت‌سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران. پژوهش‌های مدیریت عمومی، 7(24)، 47-66.

## References

1. Ahmadishapourabadi, Mohammad Ali; Taqdisi, Ahmed; & Tavakli-Naghme, &

- Mustafa (2015). Logistics of blessed places & developing religious tourism in Iran; Nagarkhaneh Publications. (in Persian).
2. Bihamta, Hassan; Beikzad, Jafar; Majal Chaboqlu, Mohammad Ali; and Abdullahfahm Rahim (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)
  3. 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.
  4. Borgeson, K. L. (2002). Social norms & social capital: How community connections & democratic inclusiveness shape collective action. *Sociological Forum*, 17(4), 563-601.
  5. 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.
  6. Caldwell Cam, Hasan Zuhair, & Smith Sarah. (2015). Virtuous leadership—insights for the 21st century. *Journal of Management Development*, 34(9), 1181-1200.
  7. Chang, D. S. (2012). Social capital & its measurement in social surveys. *Social Indicators Research*, 114(3), 1225-1248.
  8. Cheraghi, Jamila Khatun; Shariatmadari, Mehdi; Hamidifar, Fatima; & Shoghi, Behzad (2022). Identifying & evaluating factors influencing virtuous leadership (case study: units of Islamic Azad University of Tehran), *Educational Management Innovations*, 38-51. (in Persian).
  9. Clark Alyssa. (2020). Creating the Virtuous Organization. *Marriott Student Review*, 3(3), 40-43.
  10. Collins, P. (2004). Social capital & rural development in the knowledge society. *Sociologia Ruralis*, 44(4), 390-408.
  11. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120
  12. Crossan Mary, Mazutis Daina, & Seijts Gerard. (2013). In search of virtue: The role of virtues, values & character strengths in ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 113, 567-581.
  13. Danaifard, Hassan; Bagherikani, Misbah Al-Hadi; & Hejazifar, Saeed (2014). Identifying the components of virtuous & jihadist organizations (research case: Islamic Revolution & Constructive Jihad Committee). *Islamic Management*, 23(4), 45-72. (in Persian).
  14. El-Din, M. B. (2014). Underst&ing social capital: An integration & critique of the field. *Journal of Sociology & Anthropology*, 1(1), 45-54.
  15. Ellini Mohammad. (2011). *Social Capital in Islamic Teachings*. Bagher-aloom University. Bostan Ketab (in Persian).
  16. Ethnaashran, Mahdi; & Taghipour, Faezeh (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).
17. Falahi, Safar (2013). Secure family educational magazine. Qom: The holy shrine of Hazrat Masoumeh (PBUH). (in Persian).
  18. Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society & development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
  19. Funderl&, A. (2006). Social capital revisited: A research note. *Acta Sociologica*, 49(2), 154-169.
  20. Ghureyshi, Seyyed Mehdi; Hashemi, Seyyed Mahmoud; Amini Sabegh, Zein alAbedin & Sadeh, Ehsan (2021). Underst&ing inter-organizational social capital in executive bodies with foundation data approach, *Social Capital Management*, 8(3) 476-450. (in Persian).
  21. Heydari Elham, Seyed Kalali Nader, & Shariati Nima. (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).
  22. Imani, Ali Akbar (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).
  23. Kahrizi, Ayoub; & Hijazi Far, Saeed (2017). Providing an evaluation model for virtuous & jihadi organizations. *Military Management*, 18(4), 50-85. (in Persian).
  24. Lindenberg, S. (1996). The social dilemma of solidarity & the evolution of social norms. *Rationality & Society*, 8(3), 291-316.
  25. 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).
  26. Marzooqi, Rahmatoleh; Salimi, Ghasem; & Hamrahi, Farhad (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).
  27. Najaf Beigi, Reza; Mosa Khani, Morteza; Danesh Fard, Karam Allah; Delavar, Ali; & Hamrahi, Mehrdad (2014). Designing a Desirable Model for Improvement The Iranian Public Sector Organizational Virtuousnes. *Public Management Researches*, 7(24), 47-66. (in Persian).
  28. Parsa, Majid; & Ataee, Mohammad (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).
  29. Portes, A. (1998). Social capital: Its origins & applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1-24.
  30. Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse & revival of American community*. Simon & Schuster.
  31. Sattar Arjmandi, Mohammad; Majidi, Maryam; Amini, Zainul Abedin; & Sadeh, Ehsan (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).
32. 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), pp. 171-194. (in Persian)
  33. Winn Brad. (2018). Leadership & Deep Change: The Business Case for Organizational Virtuousness. *People & Strategy*, 41(4), 68-72.
  34. Zamaheni, Majid; & Shekari, Hamida (2015). Structural model of virtuous organization in selected universities of Yazd province. *Management of governmental organizations*. 4(3). 49-62. (in Persian).
  35. Zareii matin, Hassan (2013). *Advanced Organizational Behavior Management* (2nd ed.). Tehran: Aghah (in Persian).
  36. Zareii matin, Hassan; Shamsi, Fatemeh; & Adib Zadeh, Marziyeh (2016). Ethical Capital Generating Social Capital. *Social Capital Management*. 4(1), 27-44. (in Persian).

پاییز ۱۳۹۵  
مجله  
پژوهش‌های  
مدیریت