

الگوی توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: بنیاد شهید و امور ایثارگران)

محمدعلی فقیه*

میرعلی سیدنقوی**، وجه‌الله قربانی‌زاده***، رضا واعظی****

چکیده

تحقیق حاضر به ارائه الگوی توسعه سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید و امور ایثارگران می‌پردازد. در این پژوهش از روش تحقیق آمیخته استفاده شده است. بخش کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیری و به لحاظ هدف توسعه‌ای است. استراتژی تحقیق تحلیل تماتیک است. در مرحله کیفی، داده‌ها از طریق انجام پانزده مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان که دارای صلاحیت‌های علمی، تجربی، مدیریتی، و ایثارگری بودند جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA12 کدگذاری روی آن‌ها انجام شد. در بخش کمی از روش پیمایش و پرسش‌نامه استفاده شده است که جامعه آماری آن شامل والدین، همسر، و فرزندان شهید، جان‌بازان بالای ۲۵ درصد از کارافتادگی، همسر و فرزندان آن‌ها، و آزادگان و همسر و فرزندان آن‌هاست که ساکن در تهران‌اند. نمونه آماری، با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر تعیین و برای افزایش دقت، پرسش‌نامه برای ۴۰۰ نفر توزیع و در نهایت ۳۸۹ پرسش‌نامه عودت شد. یافته‌ها نشان می‌دهد الگوی ارائه‌شده شامل سه مضمون فراگیر زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری و نه مضمون اصلی و ۲۴ مضمون فرعی است و

* دکترای مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)، m.ali.faghih@gmail.com

** دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی،
asnagavi@yahoo.com

*** دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی،
vghorbanizadeh@gmail.com

**** استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی،
theory.management@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۰۲

براساس نتایج تحلیل عاملی تمامی مضامین فرعی تا فراگیر موردقبول و وضعیت سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید مطلوب و در حد ۰/۷۳۸ است.

کلیدواژه‌ها: توسعه سرمایه اجتماعی، مضامین زمینه‌ای سرمایه اجتماعی، مضامین محتوایی سرمایه اجتماعی، مضامین ساختاری سرمایه اجتماعی، اعتماد.

۱. مقدمه

سرمایه اجتماعی ابعاد بسیار متنوع و متعدد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی دارد. بسته به نوع چشم‌انداز و رویکرد محققان ذیل حوزه‌های گوناگون در نظر گرفته شده است. به‌طور کلی، سرمایه اجتماعی را در بستر و مهد تولد آن می‌توان تأثیر اقتصادی مؤلفه‌های فرهنگی یک سیستم اجتماعی دانست که در آن زیرمؤلفه‌هایی نظیر اعتماد، مشارکت داوطلبانه، هنجارهای حرفه‌ای، پاسخ‌گویی، و موارد مشابه باعث می‌شوند تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رای‌زنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک، و موارد دیگر پایین بیاید و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیت‌هایی با بهره‌وری بیش‌تر فراهم شود. در تحقیق حاضر، برخلاف نظریه‌های موجود، تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی یک سیستم اجتماعی در اثربخشی و کارآمدی مدیریت فرهنگی سازمانی با کارکردهای فرهنگی و اجتماعی، هم‌چون بنیاد شهید و امور ایثارگران، موردکنکاش قرار گرفته است. از طرفی، براساس مطالعه پژوهش‌های انجام‌شده، مستندات و مصاحبه مدیران ارشد بنیاد، تجربه زیسته محقق، و مشاهدات مبنی بر کاهش اعتماد جامعه هدف به‌خصوص نسل جدید ایثارگران دغدغه‌هایی برای پژوهش‌گر که بیش از دو دهه در آن فعالیت دارد شکل گرفت و با این تحقیق درصدد برطرف کردن آن‌ها برآمده است. لذا از دیدگاه محقق، اجرای این پژوهش و ارائه الگوی توسعه برای سرمایه اجتماعی بنیاد شهید و امور ایثارگران موجب خواهد شد تا وضعیت سرمایه اجتماعی بنیاد روشن‌تر و کاستی‌های آن مشخص شود و براساس آن مدیران خواهند توانست با برنامه‌ریزی مناسب از ظرفیت سرمایه اجتماعی برای تحقق بهینه اهداف بنیاد و جامعه هدف خود بهره ببرند.

۲. اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق ارائه الگوی توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد شهید و شناسایی مضامین زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری سرمایه اجتماعی بنیاد و هدف فرعی نیز تعیین وضعیت

الگوی توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: بنیاد شهید و امور ایثارگران) ۱۲۳

سرمایه اجتماعی در بنیاد، با توجه به مضامین فوق، است. اهمیت و ضرورت تئوری‌ها و مدل‌های ارائه شده به تدریج و در طی زمان تکامل یافته‌اند و طبیعی است که هر یک به تنهایی پاسخ‌گوی نیاز امروز ما نیستند و به علاوه آن‌ها در موضوعات، جغرافیا، و فرهنگ‌های مختلف بشری به وجود آمده‌اند و قطعاً در اجرا نمی‌توانند با فرهنگ‌های دیگر از جمله ایران به طور دقیق انطباق یابند. لذا طبیعتاً خلأهای تئوریک وجود دارد؛ برای نمونه، برخی ویژگی‌های جامعه هدف بنیاد شهید و امور ایثارگران و نیز ویژگی‌های سازمان بنیاد منحصر به فرد است و باید با ارائه الگویی خاص مورد ملاحظه قرار گیرند. از طرفی، بر اساس مطالعه پژوهش‌های انجام شده، مستندات، مصاحبه مدیران ارشد بنیاد، و اولویت‌های پژوهشی پژوهشکده بنیاد دغدغه‌هایی هم چون کاهش اعتماد، مشارکت، ارتباط متقابل، و واگرایی ایثارگران جامعه هدف با بنیاد شهید شکل گرفت که انجام تحقیق را ضروری ساخت.

۳. پیشینه پژوهش

در بخش پژوهش‌های میدانی، با مراجعه به منابع مختلف خارجی و داخلی از جمله منابع کتابخانه‌ای و به خصوص بررسی پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دکتری، موارد متعددی بررسی و مورد مطالعه قرار گرفت که در میان آن‌ها هیچ‌یک با موضوع تحقیق حاضر یعنی «الگوی توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد شهید و امور ایثارگران» یکسان نبود. ولی تعدادی از این پژوهش‌ها دارای شباهت‌های موضوعی بود که در ذیل به آن‌ها اشاره می‌شود:

۱.۳ تحقیقات داخلی

جدول ۱. پیشینه تحقیق (داخلی)

ردیف	عنوان پژوهش	محقق	سال	یافته‌ها
۱	بررسی نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری‌های غرب مازندران)	مهدی دیهیم‌پور	۱۳۹۶	شفافیت سازمانی و ابعاد آن تأثیر معناداری در توسعه سرمایه اجتماعی می‌گذارند.
۲	بررسی کارآمدی آموزش معنویت در ایجاد سرمایه اجتماعی با تأکید بر آموزه‌های دین مبین اسلام (مورد مطالعه: کارکنان سازمان‌های دولتی شهر سنندج)	فریدون احمدی	۱۳۹۶	آموزش‌های معنویت بر اساس آموزه‌های دینی در تقویت سرمایه اجتماعی کارکنان مؤثر است.

۳	طراحی مدل شرکت‌های زایشی پژوهشی با هدف توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها	علیرضا عالی‌پور	۱۳۹۵	مهم‌ترین عوامل و شاخص‌های مؤثر در توسعه سرمایه اجتماعی به ترتیب اولویت: نخست، تیم‌های کاری دانشگاهی با هدف مشارکت اجتماعی؛ دوم، تحقیق و توسعه با هدف تعالی دانشگاه؛ و سوم، نهادهای حمایتی برای توسعه تکثر فرهنگی در دانشگاه بودند.
۴	توسعه سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی در پرتو سبک زندگی اسلامی	مهدی افخمی‌اردکانی	۱۳۹۵	اولاً سبک زندگی اسلامی بر سرمایه اجتماعی اثر مثبت، مستقیم، و معناداری دارد؛ ثانیاً سبک زندگی اسلامی بر سرمایه روان‌شناختی اثر مثبت، مستقیم، و معناداری دارد؛ و ثالثاً سرمایه روان‌شناختی در رابطه بین سبک زندگی و سرمایه اجتماعی نقش میانجی معناداری دارد.

۲.۳ تحقیقات خارجی

جدول ۲. پیشینه تحقیق (خارجی)

ردیف	عنوان پژوهش	محقق	سال	یافته‌ها
۱	رهبری تحول، سرمایه اجتماعی، و نوآوری سازمانی	لوچن	۲۰۱۶	رهبری تحول‌آفرین صرفاً در سرمایه اجتماعی داخلی تأثیرگذار نیست، بلکه تأثیر این نوع رهبری به دامنه خارجی سرایت می‌کند.
۲	سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در محله‌های شهری با تراکم مسکن بالا	حامدان و همکاران	۲۰۱۴	سرمایه اجتماعی موجب افزایش کیفیت زندگی می‌شود و ارزش‌های اجتماعی مثبت را در جهت یک زندگی خوب ارتقا می‌دهد.
۳	سرمایه اجتماعی و عدالت اجتماعی	دینگا	۲۰۱۴	مبنای اصلی شکل‌گیری سرمایه اجتماعی شبکه‌های اجتماعی رسمی یا غیررسمی‌اند.
۴	سرمایه اجتماعی و مؤسسه سیاسی	جونگ	۲۰۱۴	نهادهای سیاسی دموکراتیک‌تر میزان اعتماد را افزایش می‌دهند که یکی از عناصر اصلی سرمایه اجتماعی است.

۴. چهارچوب نظری

سرمایه اجتماعی مفهومی است که امروزه در بررسی‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و... جوامع پیشرفته کاربرد بسیار یافته است. از نظر فوکویاما (۱۹۹۵)، سرمایه اجتماعی عبارت است از توانایی‌های افراد برای کارکردن با یکدیگر به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروه‌ها و سازمان‌ها. وال (Wall et al. 1998) سرمایه اجتماعی را مفهومی

بین‌رشته‌ای می‌داند که در جامعه‌شناسی، اقتصاد، روان‌شناسی، و حوزه‌های اجتماعی دیگر کاربرد دارد. این مفهوم پیشینه زیادی ندارد و کاربرد آن به تدریج از دهه ۱۹۱۱ در رساله‌ها و مقاله‌های دانشگاهی با کارهای افرادی مانند جیمز کلنن، پیر بوردیو، رابرت پاتنام، و فرانسیس فوکویاما افزایش یافته است. شمار فزاینده‌ای از جامعه‌شناسان، علمای سیاست، اقتصاددانان، متخصصان آموزش و پرورش، و... برای یافتن پاسخ سؤال‌های متعدد خود به سرمایه اجتماعی متوسل می‌شوند و مباحث سرمایه اجتماعی بر مطالعات مربوط به خانواده‌ها، مشکلات رفتاری جوانان، آموزش و پرورش، زندگی اجتماعی، دموکراسی و حکومت‌داری، توسعه اقتصادی، مسائل عمومی اقدام جمعی اثر می‌گذارد (Adler and Kwon 2000). یکی از جالب‌ترین جنبه‌های توسعه آثار درباره سرمایه اجتماعی گستره رشته‌هایی است که به مفید بودن این مفهوم پی‌برده‌اند؛ نه تنها در جامعه‌شناسی و علم سیاست - که این مفهوم از آن‌ها ناشی شده است - بلکه در اقتصاد، بهداشت عمومی، برنامه‌ریزی شهری، جرم‌شناسی، معماری، روان‌شناسی اجتماعی، و سایر رشته‌ها. علاوه بر سرعت پیشرفت و حوزه تحقیق و تفحص درباره سرمایه اجتماعی، دامنه جغرافیایی این تحقیقات نیز بسیار گسترده است (Putnam 2002). کاربرد این مفهوم در مطالعات سازمانی رو به گسترش است و محققان برای توضیح پدیده‌هایی مانند موفقیت کاری، میزان فروپاشی سازمانی، سطح تبادل منابع درونی، ابتکار توضیح پدیده‌هایی مانند موفقیت کاری، میزان فروپاشی سازمانی، سطح تبادل منابع درونی، ابتکار و تولید، ایجاد سرمایه فکری، پرداخت مدیران، و مانند این‌ها از سرمایه اجتماعی استفاده می‌کنند (Adler and Kwon 2002). ویلانو و جوسا (Vilanov and Josa 2003) سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی تلقی کرده‌اند و برای آن ویژگی‌های مختلفی مانند اعتماد (هنجارها)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری تعهد متقابل، شناخت متقابل، و شبکه را ذکر کرده‌اند. آن‌ها اعتقاد دارند سرمایه اجتماعی نمی‌تواند بدون یکی از این ویژگی‌ها وجود داشته باشد و فرد نمی‌تواند شبکه روابط توسعه‌یافته خود را به دیگری بفروشد یا انتقال دهد؛ زیرا امکان دارد طرف‌های مقابل در ارتباطات این انتقال را رد کنند. فرد می‌تواند به ایجاد شبکه ارتباطات فردی کمک کند، ولی انتقال مستقیم ارتباطات فردی ممکن نیست، در حالی که این انتقال برای سرمایه فیزیکی، مالی، و دانش امکان‌پذیر است (Park and Shin 2005). سرمایه اجتماعی محصول تعاملات پویاست و زمانی به سرمایه تبدیل می‌شود که فرد بتواند در موقعیت‌های واقعی آن را به کار گیرد. در این‌جا، سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از روابط اجتماعی است که کارآفرینان را احاطه کرده است و در صورت لزوم

می‌تواند کمابیش آگاهانه تغییر کند. کارآفرینی فرایندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع فرصت‌ها محدود یا تسهیل کند (ربیع ۱۳۹۰).

چانگ (Chuang 2013) بر این باور است که سرمایه اجتماعی اغلب به‌عنوان یک ساختار جدید در نظر گرفته می‌شود که نمی‌تواند به‌طور مستقیم مشاهده شود، اما از ابعاد جدا ولی مرتبط با هم تشکیل شده است که آن را مستعد دیده شدن می‌کند. اگرچه هریک از این ابعاد ممکن است مستقل از هم باشند، در کنار هم می‌توانند یک مفهوم تئوریک هم‌بسته را به‌نمایش بگذارند. نتایج بررسی‌های جک تیتن‌برون (Tittenbrun 2014) نیز حکایت از آن دارد که مفهوم سرمایه اجتماعی، علی‌رغم محبوبیت بسیار در علوم اجتماعی، دچار خطای جدی است. به‌طور اختصاصی‌تر، این واژه به غلط جا افتاده است؛ چراکه نه تمام مفهوم اجتماعی را دربرمی‌گیرد و نه ارتباطی به سرمایه از لحاظ معنی مناسب کلمه دارد. اسکیل (Skille 2014) هم بررسی کرده است که زندگی یک فرد و اهداف فردی او وقتی که با همکاری «همسایه‌هایشان» پشتیبانی می‌شوند راحت‌تر و قابل‌دسترس‌تر می‌شوند. به‌عنوان یک قانون کلی می‌توان گفت که «هرچه سرمایه اجتماعی یک جامعه بیشتر باشد، آن جامعه بهتر خواهد بود». کاواچی (Kawachi 2014) معتقد است سرمایه اجتماعی در پیوندهای اجتماعی قوی و انسجام اجتماعی حضور دارد. بنابراین، هرگز بدون سرمایه اجتماعی نمی‌توان هم‌بستگی اجتماعی داشت.

کارتر و همکاران (Carter et al. 2015) بر این باورند که سرمایه اجتماعی خارجی موجب ایجاد و تداوم مزیت‌های رقابتی می‌شود و در این میان رهبری تحول‌گرا ممکن است به‌شدت پیروان را برای شکل‌دادن سرمایه اجتماعی خارجی تشویق کند.

جولی‌یت موسو (۲۰۱۶) نتیجه گرفته است هم‌بستگی درونی یا سرمایه اجتماعی هم‌بستگی اقدامات مقامات شهری و هم‌چنین پیشرفت اعضای محلی را ارتقا می‌بخشد. طبق نتایج گل‌مرادی و ستاری (Golmoradi and Sattari 2016) هم سرمایه اجتماعی مناسب ممکن است یادگیری سازمانی را پیشرفت دهد و همین اثر مثبت بر این رابطه دارد. پس، مدیریت باید اهمیت بسیاری به سرمایه اجتماعی به‌منزله عاملی محرک و انگیزه‌بخش بدهد تا یادگیری اجتماعی و فعالیت سازمانی را ارتقا بخشد. بااین‌حال، سرمایه اجتماعی وجه منفی هم دارد؛ به‌عبارتی، ممکن است به‌مثابه تعهدی به‌شمار رود که فرایندهای اجتماعی و اقتصادی را بازدارد یا آن‌ها را محدود کند. پژوهش‌های جدید درمقابل پذیرش بی‌قیدوشرط آن، با مطرح کردن جنبه‌های منفی‌اش، هشدار می‌دهند. دورلاف (۱۹۹۹)، پورترس و لاندولت

الگوی توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: بنیاد شهید و امور ایثارگران) ۱۲۷

(۱۹۹۶)، و ولوک و نارین تعداد زیادی از این تأثیرات منفی را بیان کرده‌اند. روشن‌ترین جنبه منفی آن این است که به ارتباطات منفی می‌پردازد که ممکن است مانع بهره‌گیری افراد از فرصت‌های موجود شود یا این که مسیر شغلی آن‌ها را سد کند (Greve and Benassi 2003). از طرفی، دانشمندان در دوره‌های مختلف و از دیدگاه‌های متفاوت ابعاد سرمایه اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و مدل‌هایی را ارائه کرده‌اند که برخی از مهم‌ترین مدل‌ها به قرار ذیل‌اند.

۱.۴ مدل لینا و وان بورن (۱۹۹۹)

این مدل شامل دو بعد است:

۱. وابستگی: به معنای تمایل و توانایی افراد برای مشارکت در کنش‌های جمعی؛
۲. اعتماد.

۲.۴ مدل کلمن

این مدل شامل سه بعد است:

۱. تعهدات، انتظارات، و اعتماد متقابل؛
۲. کانال‌های ارتباطی، هنجارها؛
۳. ضمانت‌های اجرایی مؤثر (بولینو و دیگران ۲۰۰۲).

۳.۴ مدل لاک لی (۲۰۰۵)

این مدل شامل دو بعد است:

۱. کیفیت؛
۲. شبکه‌های ساختاری.

۴.۴ مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)

این مدل شامل سه بعد است:

۱. بعد شناختی سرمایه اجتماعی (ارزش‌های مشترک میان اعضا در یک گروه با دو مؤلفه عمده زبان مشترک و روایت‌های مشترک)؛

۲. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی (پیوندهای میان شبکه، سازمان‌دهی شبکه و سازمان قابل دست‌رس)؛
۳. بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی (هنجارها و هویت).

۵.۴ مدل سه‌شاخگی اهرنجانی

این مدل، برخلاف مدل‌های فوق، فراتر از سرمایه اجتماعی است و از جامعیت ویژه‌ای در سازمان برخوردار است. میرزایی اهرنجانی معتقد است هر نظریه‌ای در سه سطح یا قلمرو خاص شامل قلمرو ساختاری، محتوایی، و زمینه‌ای مطرح می‌شود و روشن شدن ابعاد سه‌گانه فوق کمک خواهد کرد تا برپایه یک مدل سه‌بعدی تئوری‌های مدیریت مورد بررسی قرار گیرد و نظم‌های نوینی را میان آن‌ها پیدا کرد و مداخل قابل قبولی برای بومی کردن آن‌ها و به‌کارگیری در هر جامعه‌ای یافت (میرزایی اهرنجانی ۱۳۸۱). هم‌چنین تأکید او در این مدل بر ارتباط بین عوامل سه‌گانه در سازمان به‌نحوی تنگاتنگ است و هیچ پدیده‌ای در سازمان را خارج از تعامل این سه شاخه نمی‌داند. از دیدگاه ایشان، عوامل سه‌گانه فوق به‌شرح ذیل تعریف می‌شوند.

۱.۵.۴ عوامل ساختاری

شامل همه عناصر، عوامل، شرایط فیزیکی، و غیرانسانی (عوامل غیرزنده) سازمان است.

۲.۵.۴ عوامل محتوایی

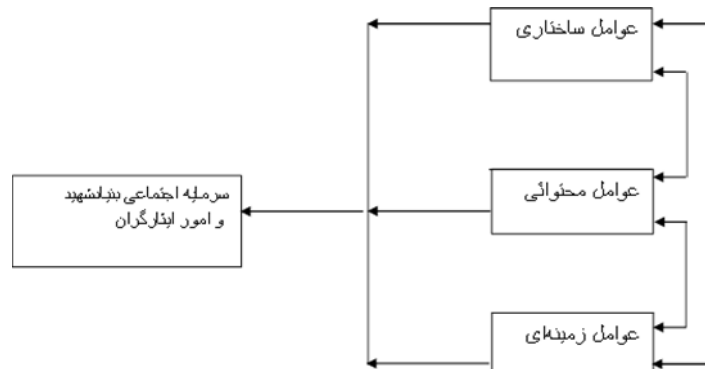
منظور انسان و روابط انسانی موجود در سازمان (عوامل زنده سازمان) است.

۳.۵.۴ عوامل زمینه‌ای

شامل تمام شرایط و عوامل محیطی و برون‌سازمانی که بر سازمان محاط است؛ هم‌چون فرهنگ، جامعه خدمت‌گیرنده، دولت، و... (میرزایی اهرنجانی ۱۳۷۶).

۵. مدل نظری تحقیق

این مدل را، براساس نتایج تحقیقات یادشده در پیشینه مطالعات، چهارچوب نظری، و تعاریف نظری در قسمت روش‌شناسی محقق تهیه کرده است.



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق

۶. روش‌شناسی

در این پژوهش از روش تحقیق آمیخته استفاده شده است. بخش کیفی تحقیق به لحاظ فلسفی مبتنی بر پارادایم تفسیری است و به لحاظ هدف توسعه‌ای است. همچنین، استراتژی تحقیق تحلیل تماتیک (thematic Analysis) است که خود یک روش کیفی محسوب می‌شود و روش استدلالی منتخب استقرایی است.

در این بخش، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته (semi-structured interviewing) با تأکید بر رویکردی اکتشافی (exploratory) استفاده شده است (De Vaus 2001). در بخش کمی نیز از روش پیمایش و پرسش‌نامه استفاده شده است که پس از جمع‌آوری اطلاعات آن‌ها را از طریق تحلیل عاملی تأییدی و آزمون‌های T تک‌نمونه‌ای، آنووا، توکی، و نرم‌افزارهای LISREL و SPSS25 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش ۱۸۰۵۶۴ نفر از والدین و همسر و فرزندان شهید، جان‌بازان ۲۵ درصد و بالاتر، و آزادگان و همسر و فرزندان آن‌ها هستند که ساکن در تهران‌اند (براساس کتابچه آماری زمستان ۹۶ بنیاد شهید). روش نمونه‌گیری مبتنی بر نمونه‌گیری تصادفی ساده بود و حداقل حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد که، به جهت افزایش دقت پژوهش، پرسش‌نامه بین تعداد چهارصد پرسش‌نامه توزیع شد که ۳۸۹ پرسش‌نامه برگشت داده شد.

۱.۶. روایی و پایایی پرسش‌نامه

به منظور سنجش مضامین، برای هر مضمون چند سؤال دارای طیف پنج‌امتیازی لیکرت طراحی شد. با هدف حصول اطمینان از روایی محتوا، پرسش‌نامه برای سه تن از اساتید

ارسال شد و پس از دریافت بازخورد از این خبرگان اصلاحات پیش‌نهادی انجام گرفت و پرسش‌نامه نهایی تدوین شد. هم‌چنین، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده با ۰.۹۵۹ گویای پایایی مناسب سنجه و مؤلفه‌های آن بود.

۷. سؤالات پژوهش

۱. الگوی توسعه سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید و امور ایثارگران چگونه است؟
۲. مضامین زمینه‌ای مرتبط با سرمایه اجتماعی بنیاد شهید و امور ایثارگران کدام‌اند؟
۳. مضامین محتوایی سرمایه اجتماعی مرتبط با بنیاد شهید و امور ایثارگران کدام‌اند؟
۴. مضامین ساختاری سرمایه اجتماعی مرتبط با بنیاد شهید و امور ایثارگران کدام‌اند؟
۵. وضعیت سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید و امور ایثارگران، باتوجه‌به مضامین فوق، چگونه است؟

۸. یافته‌های پژوهش

۱.۸ یافته‌های بخش کیفی پژوهش

یافته‌ها در بخش کیفی نشان می‌دهند که از ۳۹۴ کد باز حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های عمیق با آگاهی‌دهندگان ۸۰ مفهوم یا کد اولیه، ۲۴ مضمون فرعی، و ۹ مضمون اصلی، و ۳ مضمون فراگیر استخراج شده که به صورت جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳. مضامین فرعی، اصلی، و فراگیر

ردیف	کد اولیه	مضمون فرعی	مضمون اصلی	مضمون فراگیر
۱	تبیین نظام ارزش‌های سازمانی	فرهنگ سازمانی	بسترهای فرهنگی و اجتماعی	مضامین زمینه‌ای سرمایه اجتماعی
۲	نقش اعتقادات در مناسبات اداری			
۳	نخبگی کارکنان بنیاد در فرهنگ ایثار و شهادت			
۴	تکریم جامعه هدف			
۵	استخراج هنجارها از فرهنگ ملی	ارزش‌ها و هنجارها		
۶	استخراج ارزش‌ها از فرهنگ بومی و آثار شهدا			
۷	برنامه‌ریزی برای حفظ ارزش‌ها			
۸	بازتولید ارزش‌ها متناسب با شرایط روز			

	توسعه فرهنگی	سرمایه اجتماعی فرهنگ محور	۹		
			ایجاد عقلانیت فرهنگی	۱۰	
			عینی کردن فرهنگ ایثار و شهادت	۱۱	
			برنامه ریزی فرهنگی برای ایثارگران	۱۲	
		ایثار اجتماعی	جاری سازی ایثار عمومی در جامعه	۱۳	
			مردمی کردن امر ایثار و ایثارگران	۱۴	
		جایگاه اجتماعی ایثارگران	قدرشناسی از ایثار ایثارگران	۱۵	
			اصلاح بدبینی جامعه در قبال ایثارگران	۱۶	
		اعتماد ایثارگران	تأثیر اعتماد ایثارگران در امنیت ملی	۱۷	
			مهار کاهش سرمایه اجتماعی بنیاد	۱۸	
			بازیابی سرمایه اجتماعی فروکاسته	۱۹	
			افزایش اعتماد ایثارگران به بنیاد	۲۰	
		ویژگی های جامعه هدف	هویت و منزلت	هویت فردی و خانوادگی ایثارگران	۲۱
				هویت و منزلت اجتماعی ایثارگران	۲۲
			تمایلات ایثارگران	حمایت جانی از آرمانها	۲۳
	تحول نسلی جامعه هدف			۲۴	
	بی طرفی ایثارگران در مجادلات سیاسی			۲۵	
	مشارکت ایثارگران	مشارکت در تصمیم گیری ها	توسعه شبکه های اجتماعی	۲۶	
			حضور در تصمیم گیری ها	۲۷	
		مشارکت در اجرای فعالیت ها	توان مندسازی ایثارگران	۲۸	
			سامان دهی توان مندی های جامعه هدف	۲۹	
			سپردن کارها به خود ایثارگران	۳۰	
			توسعه تشکل های ایثارگری	۳۱	
	محیط ارتباطات در بنیاد	نظام ارتباطی و رفتاری	شناخت نظام انتظارات و پنداشت ایثارگران	۳۲	
			شناخت قضاوت ایثارگران از بنیاد	۳۳	
			بازتعریف نظام تعاملی و رفتاری	۳۴	
			سیاست دیالوگی با ایثارگران	۳۵	
			ارتباط توأمان ضابطه گرا و رابطه گرا	۳۶	
			رابطه خادم و مخدوم	۳۷	
			رابطه اقتناعی بنیاد با ایثارگران	۳۸	
			اطلاع رسانی به ایثارگران	۳۹	

			بازسازی ارتباط با کارکنان	۴۰	
			ارتباط هوشمندانه با اینترگر	۴۱	
			تعامل با عناصر مؤثر محیطی	استفاده از ظرفیت رسانه‌ها و فضای مجازی	۴۲
				تعامل با دستگاه‌ها و گروه‌های سیاسی	۴۳
				تعامل برای روزآمدی قوانین حمایتی	۴۴
				تعامل با جامعه و پایش قضاوت آن	۴۵
فلسفه وجودی	ماهیت و جایگاه بنیاد	ماهیت بنیاد	۴۶		
		جایگاه بنیاد	۴۷		
	مأموریت و رسالت	شکل‌گیری بنیاد برپایه تعاملات اجتماعی	۴۸		
		تمرکز بر مأموریت فرهنگی	۴۹		
مضامین محتوایی سرمایه اجتماعی	نخبگی شغلی	تعهد و تخصص کارمندان	۵۰		
		آشنابودن کارمندان با کار خود	۵۱		
		به‌روزشدن اطلاعات کارکنان	۵۲		
		نخبگی رفتاری	داشتن مهارت ارتباط با اینترگران	۵۳	
			رفتار اینترگرانه کارکنان	۵۴	
			رفتار فراداری با اینترگر	۵۵	
	نخبگی اخلاقی	صداقت در گفتار و رفتار	۵۶		
		سعه صدر کارکنان بنیاد	۵۷		
		انصاف و عدالت کارکنان	۵۸		
	نخبگی مدیریتی	خیر و مددکار اجتماعی	۵۹		
		ساده‌زیستی و مردمی بودن	۶۰		
		صداقت و یک‌رویی مدیر	۶۱		
		فراجناحی‌بودن	۶۲		
		نقش ولی فرهنگی برای اینترگران	۶۳		
		هم‌نوایی و هم‌دردی با اینترگران	۶۴		
		مراقبت مدیران از سلامت اداری	۶۵		
		مدیر الگوی رفتار کارکنان	۶۶		
		آموزش و بالندگی کارکنان	بالندگی اختصاصی	آموزش‌های تخصصی برای کارکنان	۶۷
	تقویت مبانی اعتقادی کارکنان			۶۸	
	اجتماعی‌سازی		جامعه‌پذیرکردن کارکنان جدید	۶۹	
آموزش مهارت‌های ارتباطی کارکنان جدید			۷۰		

مضمین ساختاری سرمایه اجتماعی	سازمان اجتماعی	روزآمدی ساختار	سازمان غیردولتی	۷۱
			ساختار متعطف	۷۲
		توسعه منابع انسانی	سبک مدیریت	۷۳
			جذب کارکنان ایثارگر	۷۴
	روش‌های ارائه خدمت	آگاهی دهی مطلوب	شفاف‌شدن محدوده توقعات	۷۵
			پنداشت عدالت در ایثارگران	۷۶
			شفاف‌سازی و سیستمی کردن کارها	۷۷
		مناسبات مطلوب	اصلاح روش‌های ارائه خدمت	۷۸
			روش‌های ایثارگرانه به‌جای مناسبات بوروکراتیک	۷۹
			روش‌های پاسخ‌گویی مناسب به مخاطب	۸۰

۱.۱.۸ بسترهای فرهنگی و اجتماعی

این مضمون یکی از عناصر مهم در توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد شهید است. از جمله این بسترها فرهنگ سازمانی بنیاد است. در این تحقیق، یکی از عناصر مهم فرهنگ سازمانی بنیاد تبیین نظام ارزش‌های اختصاصی سازمان بنیاد است که مطالعه حاضر بر استخراج این ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی از فرهنگ بومی و به‌خصوص آثار شهدا تأکید می‌کند. علاوه بر آن، بر تقویت اعتقادات دینی و ارتقای مهارت و نخبگی کارکنان در موضوع فرهنگ ایثار و شهادت و تبدیل آن‌ها به فرهنگ جاری در سازمان توجه دارد. هم‌چنین، از موضوعات مهم دیگر برنامه‌ریزی برای حفظ ارزش‌ها و در مرحله بعدی بازتولید ارزش‌ها و هنجارها، متناسب با شرایط روز، است که مجموعاً خود را در تکریم جامعه هدف نشان خواهد داد. دیگر عنصر برگرفته از دل این مضمون اصلی توسعه فرهنگی در بنیاد شهید است. در این‌جا، یک بعد مهم نگاه فرهنگ‌محور به سرمایه اجتماعی است که یکی از تفاوت‌های این پژوهش با پژوهش‌های مشابه داخلی و خارجی است که در آن‌ها غالباً تأثیر سرمایه اجتماعی در تولید و اقتصاد بررسی می‌شود، ولی در این‌جا تحقیق روی سرمایه اجتماعی بنیاد است و علی‌رغم آن‌که پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد جامعه هدف آن عموماً از سطح متوسط و پایین جامعه‌اند و بعد از انقلاب هم به‌لحاظ مادی پیشرفت معناداری نکرده‌اند، هم‌چنان برای حفظ نظام و حاکمیت دین پیش‌قدم‌اند و جان و هستی و سلامتی‌شان را فدای این انقلاب و اعتقادات خود می‌کنند. این نگاه به سرمایه اجتماعی، اقتصادی نیست و نگاهی متفاوت محسوب می‌شود. هم‌چنین در توسعه فرهنگی،

عینی کردن فرهنگ ایثار و شهادت، و خارج کردن آن از برخوردهای صرفاً ذهنی مطرح است که می‌تواند ترویج دگرخواهی، از خودگذشتن، رواج هم‌گرایی، و هم‌افزایی اجتماعی را به دنبال داشته باشد. این روال می‌تواند با برنامه‌ریزی فرهنگی برای جامعه هدف از یک سو و ترویج ایثار اجتماعی از سوی دیگر تکمیل شود. ایثار اجتماعی یعنی بنیاد ایثار (عنصر سرمایه اجتماعی) را به جنگ، جهاد، و شهادت محصور نکند. اگرچه جهاد و شهادت اوج ایثار است، دست‌رسی به اوج امکان‌پذیر نیست، مگر آن‌که مراتب پایین‌تر طی شود. بنابراین، ایثار می‌تواند یک معنای مدنی پیدا کند؛ یعنی هرکس بتواند به هر نوعی و در هر جایگاهی یک کنش ایثارگرانه از خودش بروز بدهد و در واقع جاری‌سازی مفهوم ایثار در جامعه اتفاق بیفتد و در این میان بنیاد به منزله یک میانجی عمل کند و بین بخش ایثارگری جامعه با معنای خاص آن با ایثار اجتماعی سایر اقشار پیوند برقرار کند. در این صورت، ایثار اجتماعی می‌تواند تمهیدی باشد در راستای بسط سرمایه اجتماعی بنیاد شهید. به عبارت دیگر، بنیاد وقتی می‌تواند اعتماد «مردم» و «ایثارگران» را به مثابه دو جامعه هدف خود جلب کند که در میدان‌های ایثار عمومی حضور داشته باشد. بنابراین، در صورتی که حضور بنیاد در صحنه‌هایی مثل زلزله، که همه مردم در حال از خودگذشتگی و ترجمه عملی ایثارند، کم‌رنگ باشد یا اصلاً نباشد، طبیعی است که مردم دیگر بنیاد را نخواهند دید و اعتمادشان در عمل کاهش خواهد یافت. از سوی دیگر، با مطالعه تاریخ معاصر و دفاع مقدس و بررسی حضور مردم در امر دفاع از کشور، مشاهده می‌کنیم که مردم برای عقیده‌شان و حکم شرعی مرجع تقلید خود به جبهه رفته‌اند. این یعنی ایثار مردم امری کاملاً مردمی بوده و پایگاه آن دولتی نبوده است و در چنین شرایطی منطقاً تداوم و بازتولید آن باید مردمی باشد. طبیعی است در این صورت، دیگر مردم مشکلات ایثارگران را مشکل حکومتی تلقی نمی‌کنند و خودشان در پی انجام وظایف و بازکردن گره کار آن‌ها خواهند بود. جایگاه اجتماعی ایثارگران هم یکی از موضوعات اصلی در توسعه سرمایه اجتماعی است. برای این‌که ایثار و ایثارگری در جامعه استمرار یابد لازم است چند اتفاق مهم روی دهد؛ یکی از آن‌ها رواج روحیه قدرشناسی عمومی از ایثار ایثارگران و حفظ جایگاه اجتماعی آن‌ها هم در سطح جامعه و هم در درون نظام است. بدیهی است حس افتخار اجتماعی در ایثارگران در درازمدت خروجی‌های مثبت کلان، هم‌چون امنیت ملی، را در پی خواهد داشت. برای رسیدن به این نتیجه، کلیت حکومت، اعم از مراکز قانون‌گذاری و دستگاه‌های مجری و سیستم‌های حمایتی، بایستی در انجام وظایف خود ایثارگران را در مقابل مردم قرار ندهند و باعث بدبینی مردم به آنان نشوند، بلکه برعکس این خدمات را در راستای قدرشناسی از

جان‌فشانی‌ها و تحمل رنج‌های ناشی از جنگ این قشر بدانند و به جامعه یادآوری کنند. موضوع دیگر در توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد جلب اعتماد حداکثری ایثارگران است. در این باره، باید به‌طور دائم وضعیت این اعتماد پایش شود و در صورت وجود نقصان ابتدا باید کاهش سرمایه اجتماعی مهار شود و به‌خصوص از کارهایی جلوگیری شود که باعث تولید سرمایه اجتماعی منفی می‌شود. در مرحله دوم، باید برای بازیابی سرمایه ازدست‌رفته برنامه‌ریزی کرد و پس از آن در حداکثر کردن آن تلاش کرد و با روش‌های مناسب سطح اعتماد را در حد مطلوب نگه داشت.

۲.۱.۸ ویژگی‌های جامعه هدف

البته نباید فراموش کرد که در این میان نقش هویت، هویت‌بخشی، و احساس هویت در ایثارگران می‌تواند مهم باشد؛ یعنی در ابتدا ایثارگر باید خود را باور داشته باشد و جایگاه خودش را بشناسد و آن را حفظ کند (یعنی هویت فردی). گام دوم اهمیت نقش ایثارگر در هویت‌بخشی به اعضای خانواده است؛ چراکه پدر یا مادری که هویت دارد بچه‌هایش هم هویت دارند، خانواده‌اش هم هویت دارد (یعنی هویت خانوادگی)، و همین‌طور هویت خانوادگی زیرساخت هویت اجتماعی است. باید دانست که همه اقسام هویت لحظه‌به‌لحظه ساخته می‌شوند و لازم است به‌طور دائم از آن مراقبت کرد. از طرفی، منزلت اجتماعی به‌شدت وابسته به هویت است؛ یعنی اگر ایثارگر از جامعه یا از بنیاد منزلت اجتماعی دریافت نکند، آن وقت احساس بی‌هویتی می‌کند. بنابراین، نقش بنیاد می‌تواند تقویت احساس هویت از طریق ارتقای جایگاه و منزلت اجتماعی ایثارگران باشد. از طرفی، برخی ویژگی‌های ایثارگران می‌تواند کمک‌رسان‌های معنوی مناسبی برای توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد باشد؛ برای مثال، مشاهده می‌کنیم هرگاه مشکلاتی برای کشور پیش می‌آید، این قشر پیش‌قدم‌اند و جان و هستی و سلامتی‌شان را فدای انقلاب و اعتقادات خود می‌کنند و به همین دلیل گروه مرجع معتبری در جامعه شناخته شده‌اند و مردم به آن‌ها اعتماد دارند. البته باید با تمهیداتی این ویژگی‌ها حفظ شود؛ مثلاً ایثارگران و تشکل‌های آن‌ها باید با شناخت مسائل و نقش و جایگاه خود در جامعه از ورود به مجادلات سیاسی پرهیز کنند و ملعبه دست‌سیاسیون قرار نگیرند. قطعاً این به معنای آن نیست که سیاست ندانند و ابراز نظر سیاسی نکنند، بلکه لازم است حتماً در خصوص مسائل کشور و عملکردها موضع داشته باشند، ولی وارد جناح‌بندی‌ها و دسته‌بندی‌های سیاسی نشوند که به سرمایه اجتماعی آن‌ها بسیار آسیب می‌رساند.

۳.۱.۸ مشارکت ایثارگران

لازم است از ظرفیت بالای ایثارگران که امروز بخش قابل‌اعتنایی از آن‌ها دارای تحصیلات عالی و تخصص‌های معتابه‌اند، به‌علاوه تجربه‌های ذی‌قیمت در حوزه‌های مختلف دارند، در قالب تشکلهای صنفی و حتی شبکه‌های اجتماعی در بنیاد استفاده شود و در تصمیم‌گیری‌ها، تصمیم‌سازی‌ها، و نیز مباشرت در اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های مربوط به مأموریت بنیاد شهید مشارکت جدی داشته باشند. فراتر از این‌که بنیاد باید برای توسعه این سرمایه خود توان‌مندی‌های پرشمار جامعه هدف خود را سامان دهد و از این توان‌مندی‌ها برای حل بسیاری از مشکلات کشور استفاده کند و نیز در صحنه‌هایی که مردم به کمک فوری نیاز دارند، مثل حوادث طبیعی و بحران‌های اجتماعی، کمک بگیرد و این مسئله به‌طور فزاینده‌ای به اعتلای سطح خودباوری ایثارگران و ارتقای جایگاه آنان در جامعه می‌انجامد و از بدبینی مردم به این گروه ممانعت می‌کند و در نهایت باعث توسعه سرمایه اجتماعی می‌شود.

۴.۱.۸ محیط ارتباطات در بنیاد

مضمون مهم کشف‌شده دیگر در این تحقیق محیط ارتباطات در بنیاد شهید است. بنیاد شهید باید با بازنگری منظم در نحوه ارتباط خود با جامعه هدف به تبیین و بازتعریف یک نظام ارتباطی و رفتاری دقیق اقدام کند. در این نظام ارتباطی، شناخت انتظارات و نحوه قضاوت ایثارگران از بنیاد می‌تواند موضوعی زیرساختی محسوب شود. اتخاذ سیاست دیالوگی و نزدیک‌کردن نظرها و شناسایی تلقی جامعه هدف از وضع موجود و اصلاح تلقی‌های ناصواب از طریق ارتباط دوطرفه یکی از اقدامات قطعی بنیاد باید محسوب شود. بنیاد باید اقدامات خود را دائماً در معرض نقد و بررسی عمومی قرار بدهد که یکی از خروجی‌های آن شفاف‌سازی است و باعث می‌شود مردم در جریان خدمات و کارهای این سازمان قرار بگیرند و با تصمیمات آن هم‌راهی کنند و احساس تبعیض نکنند. هم‌چنین، ارتباط بر مبنای خادم و مخدوم و رابطه اقناعی با ایثارگران رافع سوء تفاهم و احساس منت در خدمت‌گزاری است و سبب اعتمادافزایی در روابط فی‌مابین. البته مکمل این نظام ارتباطی تعامل با عناصر مؤثر محیطی است که در صورت اختلال در این روابط ممکن است به‌کلی نظام ارتباطی یادشده دچار نابه‌سامانی شود. می‌دانیم نحوه رفتار دستگاه‌های موظف به خدمات‌رسانی به ایثارگران، به‌صورت مؤثری، در نوسان اعتماد و مشارکت جامعه هدف تأثیر گذارند و بنیاد می‌تواند با تعامل و ارتباط صحیح نظارتی از سطح سرمایه اجتماعی خود

محافظت کند. هم چنین است تعامل با گروه‌های سیاسی، که در صورت فقدان آن، انگیزه‌های سیاسی باعث برجسته‌سازی کاستی‌های موجود می‌شوند و بدون توجه به عامل کاستی‌ها موضوع را به سطح جامعه می‌کشند و باعث بدبینی‌های اجتماعی و کاهش اعتماد ایثارگران می‌شوند. سطح دیگری که در محیط بنیاد نیازمند تعامل جدی است جامعه عام است؛ چراکه عدم پایش قضاوت جامعه و به دنبال آن عدم پاسخ‌گویی به افکار عمومی به شدت بر سرمایه اجتماعی بنیاد اثر مخرب دارد. از مجموع یافته‌های کیفی این بخش از تحقیق نتیجه گرفته می‌شود که چهار مضمون اصلی ذکر شده را، با توجه به ماهیتشان، می‌توان در یک سطح بالاتر و به عنوان مضامین فراگیر با ویژگی زمینه‌ای دسته‌بندی کرد.

۵.۱.۸ فلسفه وجودی

موفقیت بنیاد شهید و امور ایثارگران برای حفظ و ارتقای سرمایه اجتماعی خود در گرو بازتوجه به ماهیت و جایگاه خود و پایش مستمر مأموریت و رسالت آن است، لذا مسئله مهم در بنیاد این است که کارکنان و مدیران بنیاد مأموریت سازمان و فلسفه وجودی آن را خوب بشناسند و آن را بپذیرند و از سوی دیگر به خودشان باور داشته باشند. عنایت به این که سازمان بنیاد از ابتدای تأسیس، هم‌چون دیگر نهادهای جوشیده از بطن انقلاب اسلامی، مجموعه‌ای از عناصر هویتی داشت و منزلت ذاتی آن‌ها که باعث اقبال مردم برای عضویت در آن شده و متناسب با فضای زمانی آن روزها شکل گرفته بود، باید بنیاد را بر آن دارد که با تمهیداتی این منزلت را که به مثابه مزیت نسبی بنیاد است حفظ کند و آن را از گزند استحاله تدریجی محافظت کند؛ چراکه منزلت اجتماعی به نهاد یا سازمان اعتبار می‌بخشد، تسهیل‌گر آن است، باعث می‌شود در سلسله‌مراتب اجتماعی به مراتب بالا دست یابد، و به تبع آن دارای نفوذ شود. بنیاد شهید نهادی است که به لحاظ ویژگی‌های محتوایی از سایر سازمان‌ها و نظام‌های بوروکراتیک متمایز است و اساس شکل‌گیری آن و تعاملاتی که در آن شکل می‌گیرد ناظر بر سرمایه اجتماعی است. بنابراین، تمرکز بر مأموریت چنین سازمانی به خصوص مأموریت فرهنگی، توسعه فرهنگ ایثار، و مجاهدپروری باعث تولید سرمایه اجتماعی جدید برای آن می‌شود.

۶.۱.۸ ویژگی‌های کارکنان

سازمانی با این فلسفه وجودی قطعاً به کارکنانی با ویژگی‌های اختصاصی نیاز دارد تا بتواند از این طریق اهداف خود را محقق کند. یکی از این خصوصیات نخبگی شغلی متناسب با

ماهیت بنیاد است؛ برای مثال، توجه عملی به تعهد و تخصص شاخص مهمی برای توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد است. تعهد به معنای مدیون دانستن خود به مجموعه خانواده شهدا و ایثارگران است؛ این که کارکنان باور داشته باشند ایثارگران صاحب‌حق‌اند و باید به آن‌ها رسیدگی کرد و این رسیدگی حق آن‌هاست، نه لطف ما. البته تعهد به تنهایی کفایت نمی‌کند، بلکه کارمند بنیاد باید در کار خود شایستگی‌ها، تجربه، و علم لازم را هم داشته باشد. کارمندان بنیاد باید مهارت حل مسئله نیز داشته باشند و راه‌کارهای حل مشکلات را با کمک خود ایثارگران پیدا کنند. آن‌ها باید اطلاعات خودشان را به‌روز کنند تا بتوانند به نیازهای امروز جامعه هدف پاسخ بدهند و نهایتاً این که عملکرد مدیران و کارکنان بنیاد بسیار بر جلب اعتماد جامعه هدف به بنیاد و نظام اثرگذار و مهم است. نخبگی‌های دیگری مثل مهارت ارتباطی و رفتارهای ایثارگرانه و فراداری و نیز نخبگی در اخلاق و سلوک مدیریتی هم‌چون هم‌نوایی و هم‌دردی و ایفای نقش ولی فرهنگی برای ایثارگران و مراقبت از سلامت اداری سازمان سازنده پایه‌های اعتماد و تثبیت سرمایه اجتماعی است.

۷.۱.۸ آموزش و بالندگی کارکنان

کارکنانی با ویژگی‌های بالا به‌خودی‌خود تربیت نمی‌شوند، بلکه برای بالندگی اختصاصی و البته متناسب با اهداف بنیاد باید برنامه‌ریزی کرد که تقویت مبانی اعتقادی یکی از آن‌هاست و آموزش‌های تخصصی مستمر برای کارکنان و مدیران بنیاد دیگری است. ولی این فرایند زمانی تکمیل می‌شود که برای کارکنان جدیدالورود هم برنامه‌های اجتماعی‌سازی و جامعه‌پذیری تدارک دیده شود. از مجموع یافته‌های کیفی این بخش از تحقیق نیز نتیجه گرفته می‌شود که سه مضمون اصلی یادشده را، با توجه به اشتراک درونی، می‌توان در یک سطح بالاتر و به‌عنوان مضامین فراگیر محتوایی دسته‌بندی کرد.

۸.۱.۸ سازمان اجتماعی

برای اجرای موفقیت‌آمیز و تحقق اهداف سازمان بستری به‌نام ساختار مناسب لازم است. تفاوت بنیاد شهید با سایر دستگاه‌ها در مأموریت گسترده آن است؛ به این معنا که مأموریت بنیاد تمامی حوزه‌های نیاز جامعه هدف، از تأمین مسکن و درمان تا مسائل آموزشی و تحصیلی و نیازهای فرهنگی، را دربرمی‌گیرد و به آن باید تغییرات محیطی، تحول نسلی جامعه هدف، و تغییر دوره‌ای نیازها را نیز افزود. برای مثال، بنیاد شهید در دهه ۶۰ با همسر شهید، فرزند شیرخوار، و جان‌باز مجرد و در دهه ۷۰ و ۸۰ با همسر شهید میان‌سال، فرزندان

دبیرستانی و دانشگاهی، و جان‌بازان و آزادگان متأهل و حالا در دهه ۹۰ با همسر شهید سال‌خورده دارای داماد و عروس، جان‌بازان مسن با مشکلات حاد درمانی، و فرزندان با نیاز به تحصیلات تکمیلی روبه‌روست و این تغییر در نیازهای جامعه هدف به‌طور مستمر ادامه دارد. این درحالی است که در شرایط متصلب اداری کشور بنیاد نتوانسته است به این سرعت در خود تغییر به‌وجود بیاورد. بنابراین، نارسایی حاصل از این عدم موازنه مأموریت متغیر و ساختار سخت زمینه ایجاد برخی تنش‌ها و معضلات ارتباطی را فراهم می‌آورد و در صورت عدم تدبیر اعتماد، جامعه هدف به‌چالش کشیده خواهد شد. بنابراین، بنیاد برای تداوم حیات، حفظ، ارتقای سطح اعتماد، و مشارکت ایثارگران نیازمند آسیب‌شناسی ساختاری و ایجاد ساختار منعطف و پاسخ‌گوست. از طرفی، بنیاد بر تعاملات انسانی بنا نهاده شده و در واقع یک سازمان اجتماعی است و باید متناسب با این ماهیت، که هم اداری است و هم عاطفی، به‌عنوان یک سازمان غیردولتی و مردمی شناخته شود. تجربه بعد از جنگ جهانی دوم در دنیا نیز این موضوع را تأیید می‌کند، به‌طوری‌که کشورهای موردنظر امروز خدمات‌رسانی به بازماندگان جنگ را از نهادهای دولتی خارج کرده‌اند و بر این نظر صحنه گذاشته‌اند که نباید سرمایه اجتماعی سازمانی اجتماعی هم‌چون بنیاد را به دولت‌های دائماً متغیر گره زد. هم‌چنین، لازمه یک سازمان اجتماعی مطلوب انتخاب سبک مدیریت مناسب و جذب نیروی انسانی توسعه‌یافته است. بنیاد شهید و امور ایثارگران برای دستیابی به یک سازمان مطلوب اجتماعی باید سبک مدیریت مبتنی بر تفاهم و هم‌دلی با کارگزاران خود، اجرای درست قوانین، مشارکت‌دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، و توجه به رفاه، و ایجاد انگیزه خدمت در آنان را انتخاب کند و به‌لحاظ جذب نیروی انسانی آنان را ترجیحاً از میان ایثارگرانی گزینش کند که واقعاً با فرهنگ ایثارگری باقی مانده‌اند و آن را حفظ کرده‌اند. در چنین شرایطی، کارمندان بنیاد به‌خوبی پاسخ‌گوی مخاطبان شاهد و ایثارگر خواهند بود و اعتماد آن‌ها را جلب خواهند کرد.

۹.۱.۸ روش‌های ارائه خدمت

البته این به‌تنهایی کافی نیست و اقدامات تکمیلی دیگری موردنیاز است. از آن جمله است شفاف‌کردن دایره انتظارات و توقعات ایثارگران براساس قوانین موضوعه و پرهیز از دامن‌زدن به توقعات فزاینده؛ چراکه به‌تعبیر جامعه‌شناسان، اعتراضات عصر جدید برای فقر و محرومیت نیست، بلکه برای توقعات فزاینده است که دولت‌مردان ایجاد می‌کنند و اگر بنیاد خود را به یک سازمان کارآ تبدیل کند، سازمانی شفاف و چابک باشد، و اطلاعات را

در اختیار مردم و جامعه هدف قرار دهد، اجرای قانون بسیار با دقت و با نظارت افکار عمومی اجرا می‌شود و مطالبات غیرمعقول را کاهش می‌دهد. بنابراین، آگاهی‌دهی مطلوب یک کار کلیدی در تنظیم ارتباطات با ایثارگران و جلب اعتماد آنهاست. و بالأخره، یافته پایانی بخش کیفی تحقیق ایجاد مناسبات مطلوب در ارائه خدمت به مخاطبان است. برای نمونه، بوروکراتیک‌بودن سازمان بنیاد می‌تواند سرمایه اجتماعی را کاهش دهد؛ چراکه اساساً در ذات سازمان بوروکراتیک اینرسی وجود دارد، یک نوع لختی و سکون وجود دارد، و این خود باعث بی‌اعتمادی می‌شود. همان‌طور که اشاره شد، بنیاد شهید به لحاظ فلسفه وجودی‌اش که ایثارمحور است اساساً مبتنی بر سرمایه اجتماعی است و لذا باید سازوکارها طوری دیده شود که، ضمن دوری از مناسبات بوروکراتیک غیرضرور، یک نوع مناسبات انسانی و روش‌های ایثارگرانه مبتنی بر ویژگی باورمندی و اعتقادمحور که مخصوص بنیاد است و در نقاط دیگر جهان و به خصوص جوامع غربی دیده نمی‌شود، جای‌گزین آن شود تا پاسخ‌گویی به جامعه هدف در نقطه بهینه قرار گیرد و اقلع در روابط پایه پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری قرار گیرد و به تبع آن سطح سرمایه اجتماعی بنیاد شهید ارتقا یابد.

از مجموع یافته‌های کیفی این بخش از تحقیق نیز نتیجه گرفته می‌شود که دو مضمون اصلی یادشده را، با توجه به اشتراک معنا، می‌توان در یک سطح بالاتر و به‌عنوان مضامین فراگیر ساختاری دسته‌بندی کرد.

۱۰.۱.۸ ارائه الگوی تحقیق

براساس یافته‌های کیفی پژوهش، الگویی ارائه می‌شود که براساس آن مضامین مرتبط با توسعه سرمایه اجتماعی بنیاد شهید و امور ایثارگران عبارت از سه مضمون فراگیر شامل زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری، نه مضمون اصلی، و ۲۴ مضمون فرعی است. مضامین زمینه‌ای که تمام شرایط و عوامل محیطی و برون‌سازمانی را، که بر بنیاد محاط است، دربرمی‌گیرد و شامل بسترهای فرهنگی و اجتماعی، محیط ارتباطات بنیاد، ویژگی‌های جامعه هدف بنیاد، و مشارکت ایثارگران است؛ مضامین محتوایی که ماهیت و عوامل زنده داخل بنیاد را دربرمی‌گیرد و با هنجارهای رفتاری، ارتباطات غیررسمی، و الگوهای خاصی به هم پیوسته‌اند و محتوای اصلی بنیاد را تشکیل می‌دهند. این مضامین نیز شامل فلسفه وجودی و مأموریت بنیاد، ویژگی‌های کارکنان بنیاد، و آموزش و بالندگی کارکنان است و مضامین ساختاری، یعنی عوامل و شرایط فیزیکی و غیرزنده سازمان، که با نظم، قاعده، و

۳.۲.۸ تحصیلات

۶۶.۱٪ پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی و ۳۰.۸٪ دیپلم و زیردیپلم‌اند.

۴.۲.۸ نوع ایثارگری

۲/۸ درصد پاسخ‌گویان آزاده، ۵/۴ درصد همسر شهید، ۱۲/۳ درصد فرزند شهید، ۵/۹ درصد والدین شهید، ۱/۵ درصد همسر آزاده، ۶/۲ درصد فرزند آزاده، ۱۴/۹ درصد جان‌باز ۲۵٪ و بالاتر، ۱۳/۹ درصد همسر جان‌باز ۲۵٪ و بالاتر، ۳۴/۷ درصد فرزند جان‌باز ۲۵٪ و بالاترند.

۵.۲.۸ تحلیل عاملی تأییدی

تمامی گویه‌ها نسبت به مضامین فرعی، تمامی مضامین فرعی نسبت به مضامین اصلی، مضامین اصلی نسبت به مضامین فراگیر، و مضامین فراگیر هم نسبت به سرمایه اجتماعی از مقادیر T بیش‌تر از ۱.۹۶ و بار عاملی بیش‌تر از ۰.۴ برخوردار بوده‌اند و موردقبول‌اند. به عبارت دیگر، گویه‌ها برای مضامین فرعی گویه‌های مناسبی بوده و هریک از مضامین هم نسبت به مضامین بالاتر خود مضامین مناسبی بوده‌اند.

۳.۸ تعیین میزان وضعیت سرمایه اجتماعی

با استفاده از آزمون فوق، آماره تی (T) برای سرمایه اجتماعی بیش‌تر از ۱.۹۶ بوده است. بنابراین، وضعیت سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید مطلوب است و چنانچه عدد پنج را در طیف لیکرت با عدد صد تراز کنیم، وضعیت میانگین تعیین شده برای سرمایه اجتماعی بنیاد (۳.۶۹) معادل ۷۳.۸٪ خواهد بود.

۴.۸ تعیین میزان وضعیت مضامین فراگیر

با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای و باتوجه به پرسش‌نامه و طیف پاسخ‌ها، میانگین نظرها با عدد سه مقایسه شد و در سطح ۹۵٪ اطمینان، آماره تی برای مضامین زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری سرمایه اجتماعی بیش‌تر از ۱.۹۶ بوده است. بنابراین، وضعیت سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید در مضامین زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری مطلوب است. و در تراز، با عدد صد، وضعیت میانگین تعیین شده برای مضامین زمینه‌ای (۳.۷۳) معادل ۷۴.۶٪، محتوایی (۳.۵۰) معادل ۷۰٪، و ساختاری (۳.۷۹) معادل ۷۵.۸٪ است.

۵.۸ تعیین سطح معناداری تفاوت نظرها

۱.۵.۸ باتوجه به جنسیت

با استفاده از آزمون لوین، در نظر پاسخ‌گویان زن و مرد درباره سرمایه اجتماعی و مضامین سه‌گانه آن تفاوت معناداری وجود ندارد.

۲.۵.۸ باتوجه به سن

با استفاده از آزمون آنوا، سرمایه اجتماعی بین گروه‌های سنی مختلف تفاوت معناداری دارد و با استفاده از آزمون توکی مشخص شد رده سنی هجده تا سی سال با (۳۸۴) بیش‌ترین و رده سنی ۳۱ تا چهل سال با (۳۰۵) کم‌ترین نظر مثبت را درباره سرمایه اجتماعی بنیاد داشته‌اند.

۳.۵.۸ باتوجه به تحصیلات

با استفاده از آزمون آنوا، نظر پاسخ‌گویان با تحصیلات مختلف درباره سرمایه اجتماعی و مضامین سه‌گانه آن تفاوت معناداری وجود ندارد.

۴.۵.۸ باتوجه به نوع ایثارگری

با استفاده از آزمون آنوا، درباره سرمایه اجتماعی بین افراد با نوع ایثارگری مختلف تفاوت معناداری دارد و با استفاده از آزمون توکی مشخص شد والدین شهدا با (۳۰۹۷) بیش‌ترین و همسر و فرزندان شهدا به ترتیب با ۳۰۵۴ و ۳۰۳۲ کم‌ترین نظر مثبت را درباره سرمایه اجتماعی بنیاد داشته‌اند.

با استفاده از آزمون لوین مشخص شد میانگین نظرهای خانواده شهدا (۳۰۵۴) کم‌تر از خانواده سایر ایثارگران (۳۰۷۳) است.

۹. نتیجه‌گیری

آنچه تحت عنوان تجزیه و تحلیل یافته‌ها در این فصل ارائه شد، ناظر به نتایج بخش‌های کیفی و کمی تحقیق بود. در بخش کیفی، الگوی توسعه سرمایه اجتماعی با ۲۴ مضمون فرعی، نه مضمون اصلی، و سه مضمون فراگیر ارائه شد که، به لحاظ دسته‌بندی مضامین، با مدل سه‌شاخگی هماهنگی دارد. در بخش کمی نیز، آخرین وضعیت سرمایه اجتماعی بنیاد شهید با استفاده از این الگو مورد پیمایش قرار گرفت.

با مطالعه و تجزیه و تحلیل مفاهیم و کدهای اولیه، شش مضمون فرعی شامل فرهنگ سازمانی، ارزش‌ها و هنجارها، توسعه فرهنگی، ایثار اجتماعی، جایگاه اجتماعی ایثارگران، و اعتماد ایثارگران به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی بسترهای فرهنگی و اجتماعی، دو مضمون فرعی شامل هویت و منزلت و تمایلات ایثارگران به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی ویژگی‌های جامعه هدف، دو مضمون فرعی شامل مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و مشارکت در اجرای فعالیت‌ها، به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی مشارکت ایثارگران، دو مضمون فرعی شامل نظام ارتباطی و رفتاری و تعامل با عناصر مؤثر محیطی، به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی محیط ارتباطات در بنیاد، که مجموعه این مضامین تحت عنوان کلی تر «مضامین فراگیر زمینه‌ای» شکل گرفت. هم‌چنین، دو مضمون فرعی شامل ماهیت و جایگاه بنیاد و مأموریت و رسالت به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی فلسفه وجودی، چهار مضمون فرعی شامل نخبگی شغلی، رفتاری، اخلاقی، و مدیریتی به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی ویژگی‌های کارکنان و دو مضمون فرعی شامل بالندگی اختصاصی و اجتماعی سازی به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی آموزش و بالندگی کارکنان، که مجموعه این مضامین تحت عنوان کلی تر «مضامین فراگیر محتوایی» شکل گرفت و در بخش سوم، دو مضمون فرعی شامل روزآمدی ساختار و توسعه منابع انسانی به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی سازمان اجتماعی، و نهایتاً دو مضمون فرعی شامل آگاهی‌دهی مطلوب و مناسبات مطلوب به عنوان زیرمجموعه مضمون اصلی روش‌های ارائه خدمت، که مجموعه این مضامین نیز تحت عنوان کلی تر «مضامین فراگیر ساختاری» شکل گرفت. که در بررسی کمی و با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، بار عاملی هریک از شاخص‌ها در شکل‌گیری مضامین فرعی، و بار عاملی هریک از مضامین فرعی در شکل‌گیری مضامین اصلی، و بار عاملی هریک از مضامین اصلی در شکل‌گیری مضامین فراگیر بیش از ۰.۴ بوده و دارای هم‌بستگی مناسبی بودند و با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای نیز آماره تی برای این مضامین بیش از ۱.۹۶ محاسبه شد و نسبت به مضامین بالاتر مضامین مناسبی ارزیابی شدند. هم‌چنین با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای و مقایسه میانگین متغیرهای تحقیق با حد وسط عدد سه نتیجه گرفته شد که وضعیت سرمایه اجتماعی در بنیاد شهید و امور ایثارگران (۷۳٪) مطلوب است و البته یافته‌های تکمیلی حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و مضامین فراگیر (زمینه‌ای، محتوایی، و ساختاری) با جنسیت و تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد، در حالی که بین این مضامین (به جز زمینه‌ای) با سن و بین همه آن‌ها با نوع ایثارگری تفاوت معنادار وجود دارد. از طرفی، بین سرمایه اجتماعی و مضامین فراگیر

الگوی توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: بنیاد شهید و امور ایثارگران) ۱۴۵

با والدین و فرزندان تفاوت معنادار وجود ندارد. ولی بین مضامین بالا (به جز مضامین زمینه‌ای)، با توجه به خانواده شهید و خانواده سایر ایثارگران، تفاوت معنادار وجود دارد (در خانواده شهدا کم تر است).

کتابنامه

- احمدی، فریدون و ناصر توره (۱۳۹۶)، «بررسی کارآمدی آموزش معنویت در ایجاد سرمایه اجتماعی با تأکید بر آموزه‌های دین مبین اسلام (مورد مطالعه: کارکنان سازمان‌های دولتی سنندج)»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، ش ۱.
- افخمی اردکانی، مهدی و عبدالله توکلی (۱۳۹۵)، «توسعه سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی در پرتو سبک زندگی اسلامی»، دوفصل‌نامه مطالعات اسلام و روان‌شناسی، س ۱۰، ش ۱۹.
- امامی کوشا، مرتضی (۱۳۹۱)، نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی (مطالعه موردی اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران تهران بزرگ)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده مدیریت.
- جعفری، محمد (۱۳۹۱)، طراحی الگوی تعالی سازمانی با رویکرد سرمایه اجتماعی در سازمان پلیس، پایان‌نامه دکتری، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- دیهیم‌پور، مهدی و کمال میاننداری (۱۳۹۶)، «بررسی نقش شفافیت سازمانی در توسعه سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری‌های غرب مازندران)»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، ش ۲.
- ریبعی، علی و حکیمه صادق‌زاده (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی»، فصل‌نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، س ۱۱، ش ۴۱.
- شمسی گوشکی، سجاد و روح‌الله نعمتی (۱۳۹۴)، «رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی با عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: فروشگاه‌های شهر کرمان)»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، ش ۲.
- عالی‌پور، علی‌رضا و ابوطالب مطلبی (۱۳۹۵)، «تجاری‌سازی پژوهش‌های بین‌رشته‌ای، با تأکید بر بسترسازی توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، ش ۲.
- عالی‌پور، علی‌رضا و ترانه عنایتی (۱۳۹۵)، «طراحی مدل شرکت‌های زایشی پژوهشی با هدف توسعه سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، ش ۱.
- عمویی، حامد و احمد ساعی (۱۳۹۳)، «نقش دانشگاه آزاد اسلامی در توسعه سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر انسجام ملی جمهوری اسلامی ایران»، نشریه مطالعات میان‌فرهنگی، س ۹، ش ۲۳.
- گراوند، ایوب، مریم موسیوند، و مهدی ویسه (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان»، فصل‌نامه اسلام و مطالعات اجتماعی، س ۴، ش ۱.
- محمدی، مروت و سیدمحمد موسوی مقدم (۱۳۹۵)، «بررسی نقش مسجد در افزایش سرمایه اجتماعی براساس نمازگرای اصلی آن در قرآن و حدیث»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، ش ۱.

- مصطفی‌زاده، معصومه و محمدرضا صادقی (۱۳۹۳)، «طراحی مدل توسعه سرمایه اجتماعی در مراکز آموزشی عالی»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، ش ۲.
- میرزایی اهرنجانی، حسن (۱۳۷۶)، «در جست‌وجوی یک طرح نظری برای شناخت و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر وجدان کاری و انضباط اجتماعی در سازمان»، در: مقالات دومین اجلاس بررسی راه‌های عملی حاکمیت وجدان کاری و انضباط اجتماعی، قزوین: دانشگاه آزاد اسلامی.
- میرزایی اهرنجانی، حسن و مجتبی امیری (۱۳۸۱)، «مدل سه‌بعدی تحلیل مبانی فلسفی و زیرساخت‌های بنیادین تئوری‌های مدیریت»، دانش مدیریت، س ۱۵، ش ۵۶.
- یوسفی، علی‌رضا و فروزان تنکابنی (۱۳۹۴)، «طراحی اهداف مبتنی بر توسعه سرمایه اجتماعی در برنامه درسی آموزش عالی ایران»، دوفصل‌نامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، س ۶، ش ۱۱.

- Adler, P. S. and S. W. Kwon (2000) "Social Capital: the Good, the Bad, and the Ugly", in: *Knowledge and Social Capital: Foundation and Applications*, E. Lesser (ed.), Boston: Butterworth - Heinemaun.
- Adler, P. S. and S. W. Kwon (2002), "Social Capital: Prospects for a New Concept", *Academy of Management Review*, no. 27.
- Carter, D. R. et al. (2015), "Social Network - Approaches to Leadership: An Integrative Conceptual Review", *Journal of Applied Psychology*, vol. 100, no. 3.
- Chuang, C.-H., S. Chen, and C. W. Chuang (2013), "Human Resource Management Practices and Organizational Social Capital: The Role of Industrial Characteristics", *Journal of Business Research*, no. 66.
- De Vaus, D. A. (2001), *Research Design in Social Research*, London: Sage.
- Dingaa, E. (2014), "Social Capital and Social Justice", *Procedia Economics and Finance*, no. 8.
- Dufur, M. J., T. L. Parcel, and K. P. Troutman (2013), "Does Capital at Home Matter More Than Capital at School? Social Capital Effects on Academic Achievement", *Research in Social Stratification and Mobility*, no. 31.
- Golmoradi, Roya and Farzad Sattari Ardabili (2016), "The Effects of Social Capital and Leadership Styles on Organizational Learning", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 230.
- Greve, Arent and Mario Benassi (2003), "Exploring the Contributions of Human and Social Capital - to Productivity", in: *Hawaii International Conference on System Sciences*, January 5-8, Hilton Waikoloa Village, Big Island, Hawaii.
- Hamdan, H., F. Yusof, and M. Azziyati Marzukhi (2014), "Social Capital and Quality of Life in Urban Neighborhoods High Density Housing", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, no. 153.
- Kawachi, I. and L. F. Berkman (2014), "Social Cohesion, Social Capital and Health", *Social Epidemiology*, L. Berkman, I. Kawachi, and M. Glymour (eds.), 2nd ed, New York: Oxford University Press.
- Leana, C. R. and H. J. Van Buren (1999), "Organizational Social Capital and Employment Practices", *Academy of Management Review*, no. 24.

- Ljung, M. (2014), "Social Capital and Political Institution: Evidence that Democracy Fosters Trust", *Economics Letters*, no. 122.
- Lu Chen et al. (2016), "Transformational Leadership, Social Capital and Organizational Innovation", *Leadership and Organization Development Journal*, vol. 37, no. 7.
- Nahapiet, Janine and Sumantra Ghoshal (1998), "Social Capital, Intellectual Capital and Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, vol. 23, no. 2.
- Park, C. M. and D. C. Shin (2005), "Social Capital and Democratic Citizenship: The Case of South Korea", *Japanese Journal of Political Science*, vol. 6, no. 1.
- Petrou, A. and I. Daskalopoulou (2013), "Social Capital and Innovation in the Services Sector", *European Journal of Innovation Management*, vol. 16, no. 1.
- Putnam, Robert D. (2002), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster.
- Ritter, T. (2013), "Social Capital as a Determinant for Good Governance -An Empirical Analysis of the 27 EU Member State-", *EGPA Annual Conference*, Edinburgh Scotland - UK.
- Skille, E. A. (2014), "Sports Policy and Social Capital", *Routledge Handbook of Sport Policy*, I. Henry and L. M. Ko (eds.), London: Routledge.
- Tantardini, M. and A. Kroll (2015), "The Role of Organizational Social Capital in Performance Management", *Public Performance and Management Review*, no. 39.
- Tittenbrun, Jacek (2014), "Social Capital: Neither Social nor Capital", *Social Science Information*, vol. 53, no. 4.
- Vilanov, E. P. and R. T. Josa (2003), "Social Capital as a Managerial Phenomenon", *Working Paper*, Department of Industrial Engineering and Management, Tampere University of Technology.
- Wall, Ellen, Gabriele Ferrazzi, and Frans Schryer (1998), "Getting the Goods on Social Capital", *Rural Sociology*, no. 63.