

اثرات فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی: تبیین نقش

میانجی سرمایه اجتماعی

حامد قاسم پور^۱، کرم خلیلی^۲، مجتبی یاسینی فرد^۳

چکیده

زمینه و هدف: رفتارهای شهروند سازمانی به منظور عملی شدن در جامعه اسلامی به طور چشمگیری متأثر از عقاید دینی هستند. بدین منظور هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر فرهنگ ایثار و شهادت بر بروز رفتارهای شهروند سازمانی کارکنان دانشگاه ایلام با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی است.

روش‌شناسی: این تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی است، ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد است. جامعه آماری آن شامل کارکنان دانشگاه ایلام به تعداد ۴۸۵ نفر است که ۲۱۵ نفر از آنها به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای آزمون فرضیه‌ها مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است.

یافته‌ها: فرهنگ ایثار و شهادت و مؤلفه‌های آن (عمل صالح و پرهیزکاری، مردم‌داری، عدم‌تعلق به دنیا و خدامحوری) هم به طور مستقیم و هم از راه تقویت سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی تأثیری معنادار و مثبت دارد.

نتیجه‌گیری: اشاعه فرهنگ ایثار و شهادت در محیط‌های سازمانی، ضمن سامان بخشیدن به اعتقادات، باورها و ارزش‌های انسان آنان را در بروز رفتارهای فراتر از ایثار و ایجاد اعتماد میان‌فردی که حاصل آن پدید آمدن سازمان اخلاق‌مدار است، هدایت می‌کند.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، ایثار و شهادت، رفتار شهروند سازمانی، سرمایه اجتماعی، دانشگاه ایلام

استناد: قاسم پور، حامد؛ خلیلی، کرم (۱۳۹۸). اثرات فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی: تبیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی. فصلنامه مطالعات منابع انسانی، ۹ (۳)، ۱۰۱-۱۲۴.

۱. دانشجوی کارشناسی‌ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، ایلام، ایران

۳. کارشناسی‌ارشد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۸/۰۲/۱۳

نویسنده مسئول مقاله: حامد قاسم پور

E-mail: Ghasempoor23@yahoo.com

مقدمه

هر مکتب و قومی از فرهنگی ویژه برخوردار است که بدون فهم الفبایی آن، درک و تبیین برنامه و قوانین مکاتب و ملل امکان‌پذیر نیست. هر فرهنگی از جهان‌بینی خاصی برخاسته است که الگوها، تشخیص‌ها، مبناها، برداشتها و ادراک‌هایش در رابطه با آن جهان‌بینی تحلیل و جمع‌بندی می‌شود؛ یعنی همه این‌ها بر اساس هویت و هدف کلی آن جهان‌بینی خواهد شد (قربانی، ۱۳۹۴: ۳۳). در رابطه با فرهنگ اسلامی هم وضع به این صورت است؛ یعنی ارزش‌های مطرح در جامعه اسلامی، از این فرهنگ برخاسته است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۰). ایثار و شهادت زائیده این فرهنگ غنی است که در شمار برترین مفاهیم الهی و از والاترین ارزش‌هایی است که یک فرد متعهد و پایبند به ملاک‌های انسانی و اخلاقی می‌تواند به آن مقام دست یابد (غلامی، ۱۳۹۳: ۹). این فرهنگ میراث گران‌بهای است که در طی دوران و حوادث بسیار در جامعه ما حفظ‌شده و انتقال‌یافته است. بازسازی و مفهوم‌سازی مجدد این فرهنگ توسط متفکران دینی و اجتماعی معاصر، موجب شکل‌گیری ادبیات خاصی شده است؛ به گونه‌ای که به‌تدریج روند تحولات اجتماعی به سمت و سوی اسلامی شدن گرایش یافت، و با رهبری امام خمینی «ره» احیای دینی در جهت برخورد فعالانه دین در عرصه سیاست و نظام بین‌الملل شکلی نوین به خود گرفت و در نهایت ایثارگری و تثبیت فرهنگ آن به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های هویت دینی و ملی، موجب پایداری و شکل‌گیری انقلاب اسلامی شد (طریحی و صمدی، ۱۳۹۵: ۵۴). دستاوردهای دیرین تاریخ ایران نمایانگر این واقعیت است که ایثار و شهادت به‌عنوان کارآمدترین عنصر فرهنگی در تأثیر بر فرآیندها و پدیده‌های اجتماعی پنداشته می‌شود. مقام معظم رهبری در این باره می‌فرماید: «یکی از بزرگ‌ترین خدمات انقلاب و امام به ملت و اسلام، احیای انگیزه فداکاری در راه خدا چه در ایران و چه در دیگر کشورهای اسلامی بود» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۶۸). این فرهنگ، در سطح جامعه موجب فدا کردن جان برای حفظ ارزش‌ها، عزت نفس بخشیدن به افراد جامعه، ایجاد هویت و هدف مشترک در میان افراد یک جامعه، همبستگی اجتماعی و ایجاد روحیه ظلم‌ستیزی و عدالت‌طلبی می‌شود (مسعودی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۰) که نموده‌های آن را می‌توان در محیط‌های کاری امروز مشاهده کرد که کارها بیش از پیش در تیم‌ها انجام‌شده و انعطاف‌پذیری محیط اهمیت بالایی دارد و سازمان‌ها برای پاسخگویی به این نیازها، به کارمندانی

نیاز دارند که خود را درگیر رفتارهای خوب شهروندی کنند (حاجیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴۲). رفتارهای شهروندی سازمانی^۱ از جمله رفتارهایی هستند که برای شکوفایی و عملی شدن به طور بسیار چشمگیری از عقاید دینی تأثیر می‌پذیرند (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۹). این نوع رفتارها در آموزه‌های دینی و اسلامی با عناوین و اصطلاحاتی مانند انفاق، ایثار، جوانمردی، اُخوت و برادری، مهرورزی، یتیم‌نوازی، مردم‌نگری و دیگرخواهی در روابط اجتماعی و جامعه مورد تأکید است که پرچمدار آن‌ها مضمون‌های ایثار و جوانمردی به‌عنوان رفتارهایی فراتر از منظومه تفکر اسلامی است (رعنایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۶).

نظر به تأثیر قابل توجه این رفتارها بر حوزه‌های مختلف عملکرد سازمان (گراث، ۲۰۰۵: ۱۱) از یک سو و لزوم تناسب میان ماهیت رفتارهای کارکنان با ارزش‌های حاکم بر سازمان (قلی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۰۴) و آموزه‌های دینی از سوی دیگر، مدیریت و هدایت کارکنان به سوی رفتارهایی که شهروندانه و مبتنی بر آموزه‌های دینی باشند ضروری و مفید خواهد بود. از دیگر سوی، فرهنگ ایثار و شهادت^۲ در عرصه روابط اجتماعی به‌عنوان ارزش‌های کلیدی فرهنگ اسلامی سرمایه‌ای قابل اتکا به شمار می‌رود.

توجه به این ویژگی‌های رفتاری، سرمایه اجتماعی^۳ را آفرید که برای نسل حاضر و آینده مثال‌زدنی است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۰). از آنجا که فرهنگ ایثار و شهادت بعد از دهه‌ها تلاش فکری و زمینه‌چینی در انقلاب اسلامی و هشت سال دفاع مقدس ثمره خود را نشان داد (حیدری و الماسی، ۱۳۹۵: ۱۴۹). در بررسی این دوران می‌توان به نقش هدایت‌گر سرمایه اجتماعی در پاسداری از انقلاب اسلامی دست یافت (مولائی و باقری‌کنی، ۱۳۹۵: ۷۸)؛ زیرا اعتماد و مشارکت عمومی دو مؤلفه اثرگذار در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت است (مسعودی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۳). در این میان، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در نهادینه‌سازی فرهنگ ایثار و شهادت نقشی به‌سزا داشته‌اند (ازغندی، ۱۳۸۵: ۲۱۶)؛ زیرا فضای دانشگاه که محل حضور اساتیدی متعهد و نخبگان جوان است، بهترین مکان برای ایجاد و رشد فرهنگ ایثار و شهادت است؛ بنابراین، دانشگاه به مثابه پایگاهی عظیم برای جذب، سازماندهی و اعزام نیروی انقلابی و ایثارگر در دوران دفاع مقدس نقش‌آفرینی کرده است که وجود شهدا و جانبازان دانشگاه

1. Organizational Citizenship Behavior (OCB)

2. Culture Sacrifice and Martyrdom (CSM)

3. Social Capital (SC)

اعم از اعضای هیئت علمی، کارکنان غیر هیئت علمی و دانشجویان بهترین دلیل بر این مدعاست. از طرف دیگر، نقش این سازمان‌ها در تربیت نیروی انسانی دلیل مهمی بر لزوم بهره‌مندی اعضای آن از رفتارهای فرانتشی است (دیالمه و افضل، ۱۳۹۵: ۴۱۸) که خود موجب تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود و به تحقق اهداف متعالی دانشگاه سرعتی دوچندانی می‌بخشد. این امر می‌تواند معکوس نیز باشد به گونه‌ای که تقویت و گسترش سرمایه اجتماعی، با رفتار شهروند سازمانی رابطه دارد و راه سازمان را به سوی آینده متعالی باز می‌کند.

بر این اساس، پژوهش حاضر درصدد است با بهره‌مندی از اندیشه‌های علامه شهید مطهری در خصوص فرهنگ ایثار و شهادت گامی نوین در این مسیر بردارد و این گزاره را در رابطه میان رفتارهای شهروند سازمانی و سرمایه اجتماعی در دانشگاه ایلام مورد بررسی قرار دهد و به این پرسش پاسخ دهد که آیا فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی تأثیر دارد؟

پیشینه پژوهش

ایثار و شهادت

ایثار به معنای بذل و گذشت کردن از حق خود برای دیگران، نفع دیگری یا دیگران را بر نفع خود ترجیح دادن است. می‌توان گفت ایثار یعنی برگزیدن و اختیار کردن و در اصطلاح، ترجیح دادن دیگری بر خود از روی قصد و نیت است (انوری، ۱۳۸۴: ۶۷۵). شهید مطهری می‌فرماید: «عده‌ای معیار فعل اخلاقی را ایثار می‌دانند، ولی باید انگیزه ایثار را بررسی کرد. گاهی انسان به دلیل حب شهرت و یا تعصب‌های قومی و فامیلی و... غیر را بر خود مقدم می‌دارد. گاهی هم افرادی تحت تأثیر احساسات خاص میهنی یا غیرمیهنی یا خودخواهی یا برای این که نامشان در تاریخ بماند، حتی خود را فدا می‌کنند؛ بنابراین هدف ایثار در اسلام اهمیت پیدا می‌کند که همانا رضای الله است» (مطهری، ۱۳۸۵: ۶۹). در جایی دیگر می‌فرماید: «ایثار یک اصل قرآنی است، ایثار یعنی گذشت، یعنی مقدم داشتن دیگران بر خود در آنچه مال خود انسان است و به آن کمال احتیاج دارد و در عین کمال احتیاج، دیگری را بر خود مقدم می‌دارد. ایثار یکی از باشکوه‌ترین مظاهر انسانیت است و قرآن، عجیب ایثار را ستوده است» (مطهری، ۱۳۸۶: ۲۵۷). اگر ایثار و از خودگذشتگی با نثار جان در راه خدا باشد، شهادت به شمار می‌رود (فاسمی، ۱۳۸۹: ۳۸۶). شهید مطهری معتقد است: «شهادت، مرگ آگاهانه‌ای در راه هدفی مقدس است» (مطهری، ۱۳۷۶: ۷۳). در تعبیری دیگر شهید مطهری می‌فرماید: «مثل شهید، مثل شمع است که خدمتش از نوع سوخته شدن و

فانی گشتن و پرتو افکندن است تا دیگران در این پرتو که به قیمت نیستی او تمام شده، بنشینند و آسایش بیابند و کار خویش را انجام دهند. آری، شهدا شمع محفل بشریت‌اند» (رضایی به نقل از مطهری، ۱۳۹۴: ۲۳۰).

فرهنگ ایثار و شهادت

با توجه به مواردی که در مفهوم‌شناسی ایثار و شهادت مرور شد، فرهنگ شهادت مجموعه اصول و معارفی است که از حیات معنوی شهیدان راه خدا برآمده و نمایانگر سیره عملی آن‌ها است. در بیانی کلی‌تر، فرهنگ شهادت عبارت است از: «مجموعه آگاهی‌ها، باورها، آداب و اعتقادات و اعمالی که موجب وصل انسان به عالی‌ترین و والاترین درجه کمال، یعنی مرگ آگاهانه در راه خدا می‌شود». فرهنگ شهادت تعیین عاشقانه‌ای است که انسان دنیوی را در عبور از حیات مادی به حیات معنوی لقاءالله می‌رساند (معدنی، ۱۳۷۸: ۲۲). در بحث فرهنگ شهادت نیز فرهنگ مادی (وجهه فیزیکی مانند تربت و مقبره شهید، وسایل و آثار به‌جای مانده و موزه شهدا) و فرهنگ معنوی (باورها، ارزش‌ها و اعتقادات) مطرح است. بر این اساس، فرهنگ ایثار و شهادت عبارت است از: «آثار باقی مانده از شهید، اعم از معنوی مثل باورها، اعتقادات، خُلقیات، رفتارها و اهداف الهی شهید که از قرآن و سیره معصومین (ع) الهام گرفته است و آثار مادی آن همچون تربت پاک شهید، وسایل شخصی، اسامی خیابان‌ها، آثار مکتوب و هر چیزی که قابل مشاهده و لمس بوده و یادآور شهید باشد» (اسماعیل زاده، ۱۳۹۲: ۶۵). در واقع فرهنگ ایثار و شهادت مجموعه‌ای از نظام ارزش‌ها، باورها و الگوهای هنجاری هدایت‌گر نقش‌ها، رفتارها و روابط اجتماعی برخاسته از جهان‌بینی اسلامی، فرهنگ عاشورایی، آرمان‌های انقلاب اسلامی و اندیشه‌های حضرت امام خمینی و جامعه ایثارگران است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۴). برای شکل‌گیری فرهنگ ایثار و شهادت به شاخص‌هایی نیاز است که از ارزش‌های اسلامی ریشه می‌گیرند و این ارزش‌ها از سه مبنای توحید، معاد و عدل حاصل می‌شوند. انسان با اعتقاد به وحدانیت خدا و با توجه به اعتماد و باوری که به وعده‌های الهی دارد و اعتقادی که به معاد و بازگشت مردگان و زنده شدن آن‌ها و مقام شهید و جانبازی دارد خود را مقید به عملی کردن این فریضه می‌داند. وقتی این دیدگاه در جامعه عملی شود، شاهد شکل‌گیری فرهنگ ایثار و شهادت خواهیم بود (قربانی، ۱۳۹۴: ۳۴). تأکید بر این سه اصل به این دلیل است که دو اصل نبوت و امامت گسترش‌دهنده فرهنگ ایثار و شهادت محسوب

می‌شوند. اصل توحید در شکل‌گیری مؤلفه‌ی خدامحوری نقش اساسی دارد. در رابطه با اصل معاد هم وضع به همین شکل است؛ یعنی با توجه به آخرت‌گرایی و زندگی پس از مرگ است که ایثار و شهادت مفهوم پیدا می‌کند. مؤلفه‌هایی چون عدم‌تعلق به دنیا، عمل صالح و پرهیزکاری از اصل معاد حاصل می‌شوند. اصل عدل نیز محور و اساس حکومت شیعه است؛ مثل حکومت امام علی (ع) که عدالت را در رأس امور قرار می‌داد. بدون وجود چنین اصلی نباید انتظار داشت فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه شکل گیرد که مؤلفه‌های عزت‌نفس و مبارزه با ظلم به نوعی حاصل از آن است؛ بنابراین، مجموع این سه اصل باعث شکل‌گیری مؤلفه‌های فرهنگ ایثار و شهادت و در نهایت، استقرار فرهنگ ناب ایثار و شهادت می‌شود (غفاری‌هشجین و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۸).

رفتار شهروند سازمانی

رفتار شهروند سازمانی نوعی مفهوم کلیدی در مدیریت به شمار می‌رود (چان و لای^۱، ۲۰۱۷: ۲۱۴)؛ اگرچه ریشه‌های پیدایش آن را می‌توان در مطالعات بتمن و اورگان^۲ (۱۹۸۳) جستجو کرد، اما خاستگاه این مفهوم از نوشته‌های چستر بارنارد^۳ در مورد «تمایل به همکاری» و مطالعات کتز و کان^۴ در مورد «رفتارهای خودجوش» برگرفته شده است (پاولاچه و ایلی^۵، ۲۰۱۴: ۴۹۰). این رفتارها که گاهی از آن‌ها با عناوینی مانند «رفتارهای خیرخواهانه» و «فرانقش» نیز یاد می‌شود رفتارهایی هستند که به‌صورت رسمی و در قالب دستورالعمل‌های سازمانی از کارکنان خواسته نشده است، اما کارکنان به‌صورت اختیاری و فراتر از وظایف رسمی خود آن‌ها را انجام می‌دهند و از این راه، نقش خود را در بهبود عملکرد سازمان و اثربخشی آن ایفا می‌کنند (رعنایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۸). از هنگامی که علاقه برای مطالعه رفتار شهروند سازمانی رشد یافت، همواره فقدان اجماع در مورد مؤلفه‌های آن نیز در ادبیات وجود داشته باشد. یکی از دسته‌بندی‌های پرکاربرد رفتار شهروند سازمانی متعلق به ارگان (۲۰۰۶) است که در نوشتار خود به تفصیل به مفهوم‌سازی این پدیده پرداخته است. او این رفتارها را به‌طور کلی در پنج بُعد معرفی می‌کند. آداب اجتماعی، وجدان کاری و

1. Chan & Lai
 2. Batman & Organ
 3. Chester Barnard
 4. Ketz & Kahn
 5. Pavalache-Ilie

نوع دوستی به عنوان مؤلفه‌های کمک‌کننده فعال و مثبت مطرح هستند. آداب اجتماعی به عنوان رفتاری است که توجه به مشارکت در زندگی اجتماعی سازمانی را نشان می‌دهد. وجدان کاری رفتاری فراتر از الزامات تعیین‌شده به‌وسیله سازمان در محیط کار است. نوع دوستی نیز عبارت است از کمک کردن به همکاران در عملکرد مربوط به وظایفشان. جوانمردی و نزاکت مؤلفه‌هایی هستند که بیانگر پرهیز از وارد کردن خسارت به سازمان‌اند. جوانمردی عبارت است از تمایل به شکیبایی در برابر دشواری‌های گریزناپذیر و اجحاف‌های کاری بدون این که گله و شکایتی صورت گیرد. در حالی که نزاکت به این می‌اندیشد که چطور اقدامات فرد بر دیگران تأثیر می‌گذارد (مقیم، ۱۳۹۵: ۴۴۹-۴۵۰).

سرمایه اجتماعی

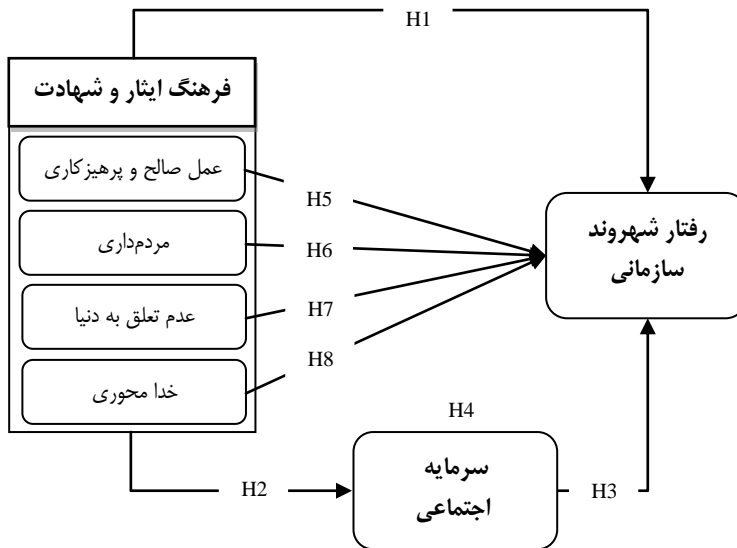
سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به مثابه منبع بالارزشی که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود، اشاره می‌کند (مقتدایی، ۱۳۹۶: ۵۰۸). به گمان استون^۱ سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌هایی از روابط اجتماعی که با هنجارهای اعتماد و کنش متقابل شناخته می‌شود، می‌تواند با ارائه برنامه‌هایی در سطوح رویه‌های اجتماعی به دولت ملی کمک شایانی کند (استون، ۲۰۱۱: ۹۱). پاتنام^۲ به‌عنوان مؤثرترین چهره سرمایه اجتماعی برای تعریف آن به ویژگی‌های از سازمان اجتماعی از جمله اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها اشاره دارد که قادرند کارایی جامعه را با تسهیل کنش‌های مشارکتی بهبود بخشند. وی می‌گوید: «سرمایه اجتماعی مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی است که اعضای گروهی که همکاری و تعاون بین آن‌ها برقرار است، در آن سهیم هستند» (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۳). به عقیده وی بالا رفتن سرمایه اجتماعی نتایج مثبتی از جمله افزایش رفاه اجتماعی، سلامت روان بهتر، دستاوردهای آموزشی بالاتر، سطوح پایین‌تر جرم و جنایت و همچنین افزایش کیفیت زندگی را در پی دارد (باقری‌مجد و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۱۲). امروزه سرمایه اجتماعی برای سازمان‌ها به عنوان نوعی عامل موفقیت مورد اقبال فراوان است. سرمایه اجتماعی می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کند و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی

1. Stone
2. Putnam

پایدار ایجاد کند (ناهاییت و گوشال^۱، ۱۹۹۸: ۲۴۷). طبق نظر آنان، سرمایه اجتماعی سازمانی به سه بُعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای تقسیم شده است. ۱. بُعد شناختی: این بُعد در بر گیرنده میزان اشتراک کارکنان درون یک شبکه اجتماعی در یک درک مشترک میان آنان است و شامل ادراک، باورها و تصویرهای فرهنگی و اجتماعی مشترک است که به وسیله مفاهیم مشترک مورد پذیرش افراد قرار می‌گیرد و میان آن‌ها باقی می‌ماند. ۲. بُعد ساختاری: به ارتباطات میان بازیگران اشاره دارد که به‌طور متوالی در حال تسهیم اطلاعات هستند. ۳. بُعد رابطه‌ای: ماهیت روابط در سازمان را در برمی‌گیرد و در برگیرنده اعتماد متقابل اعضای یک واحد اجتماعی است (حمیدزاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۹).

مدل مفهومی پژوهش

بر اساس پیشینه مرور شده مدل مفهومی تحقیق که در آن، فرهنگ ایثار و شهادت متغیر پیش‌بین، رفتار شهروند سازمانی، رفتار شهروند سازمانی متغیر ملاک و سرمایه اجتماعی متغیر میانجی در نظر گرفته شده در شکل ۱ ارائه می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

بر مبنای روابط پیش‌بینی شده در مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر مطرح شده‌اند:

- فرضیه ۱: فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.
- فرضیه ۲: فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر معناداری و مثبتی بر سرمایه اجتماعی دارد.
- فرضیه ۳: سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.
- فرضیه ۴: سرمایه اجتماعی به طور معنادار و مثبت رابطه بین فرهنگ ایثار و شهادت و رفتار شهروند سازمانی را میانجی‌گری می‌کند.
- فرضیه ۵: عمل صالح و پرهیزکاری تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.
- فرضیه ۶: مردم‌داری تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.
- فرضیه ۷: عدم تعلق به دنیا تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.
- فرضیه ۸: خدامحوری تأثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروند سازمانی دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ استفاده از داده‌های آماری از نوع تحقیق‌های کمی است. از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی به‌شمار می‌رود. افزون بر این، از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و از طرفی با توجه به اهداف تحقیق که به سنجش رابطه بین متغیرها می‌پردازد از نوع همبستگی است.

در این تحقیق برای تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ از طریق نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۲ استفاده شده است. گفتنی است از مزایای بارز این نرم‌افزار، نداشتن حساسیت به اندازه نمونه و بی‌نیازی از نرمال بودن توزیع نمونه است. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای و گردآوری داده‌ها به روش میدانی به وسیله توزیع پرسشنامه صورت گرفته است. بر این اساس، برای سنجش متغیر فرهنگ ایثار و شهادت از مدل برگرفته شده از اندیشه‌های شهید مطهری در مقاله غفاری هاشجین و همکاران (۱۳۹۶) با ۱۳ سؤال در چهار بُعد عمل صالح و پرهیزکاری، مردم‌داری، عدم تعلق به دنیا و خدامحوری استفاده شد. ارزیابی متغیر رفتار شهروند سازمانی از

طریق پرسشنامه اورگان و کانوسکی^۱ (۲۰۰۶) با ۱۵ سؤال شامل ابعاد نوع دوستی، وجدان، جوانمردی، رفتار مدنی و ادب و ملاحظه انجام شده است و برای سنجش متغیر سرمایه اجتماعی نیز از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با سه بُعد رابطه‌ای، شناختی و ساختاری در ۱۳ سؤال پس از تجمیع استفاده شده است. به منظور ارزیابی روایی ابزار، دیدگاه ۱۰ نفر از خبرگان بررسی شد. در اصل، این ارزیابی بر روایی محتوایی شاخص‌های ارائه‌شده برای سنجش متغیرهای موردنظر در طرح تحقیق، تمرکز داشت. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دانشگاه ایلام به تعداد ۴۸۵ نفر است که حجم نمونه برآورد شده با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۱۵ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شده است. با در نظر گرفتن احتمال عدم بازگشت برخی از پرسشنامه‌ها تعداد ۲۲۰ پرسشنامه توزیع شد که تعداد ۲۰۹ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل برگشت خورد.

یافته‌های پژوهش

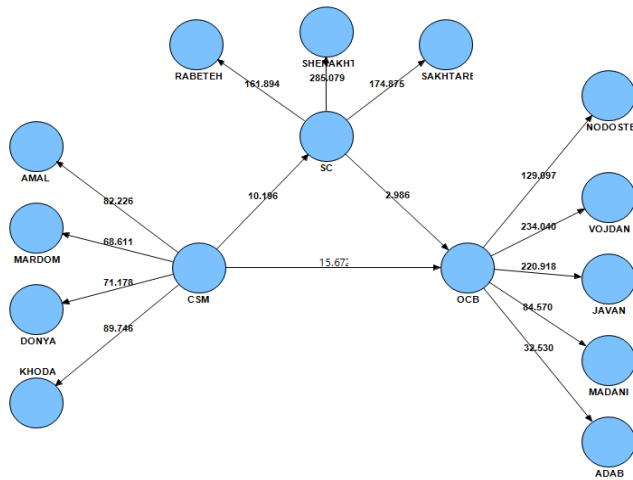
پیش از مدل‌سازی معادله ساختاری به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، اعتبار ابزار سنجش پژوهش از طریق مدل اندازه‌گیری به تأیید می‌رسد. در مدل اندازه‌گیری ارزیابی می‌شود که آیا مفاهیم نظری به درستی توسط متغیرهای مشاهده‌شده (پرسش‌های تحقیق) اندازه‌گیری شده‌اند یا خیر. بدین منظور پایایی و روایی آن‌ها بررسی می‌شود. برای بررسی پایایی از شاخص‌های پایایی مرکب، آلفای کرونباخ و بار عاملی و برای بررسی روایی از آزمون روایی همگرا و شاخص متوسط میانگین استخراج‌شده (AVE) استفاده شده است. ارزش هر یک از بارهای عاملی شاخص‌های متغیر مکنون مربوطه، باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد. مقدار ضریب آلفای کرونباخ نیز باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۷، میزان پایایی ترکیبی نیز باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۷، مقدار روایی همگرا هر یک از متغیرهای تحقیق باید بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد. همچنین، ارائه شاخص کیفیت مدل اندازه‌گیری (CV Com) اهمیت وافر دارد که در گزارش الگوریتم حداقل مربعات جزئی به آن اشاره می‌شود.

جدول ۲. نتایج مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

متغیر	ابعاد	معرف‌ها	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا	کیفیت مدل
	عمل صالح و پرهیزکاری	سؤال ۱	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۷۳	۰/۶۴
		سؤال ۲	۰/۶۸				
		سؤال ۳	۰/۹۴				
		سؤال ۴	۰/۹۴				
	مردم‌داری	سؤال ۵	۰/۸۳	۰/۷۰	۰/۸۳	۰/۶۳	۰/۶۲
		سؤال ۶	۰/۸۵				
		سؤال ۷	۰/۶۸				
	عدم تعلق به دنیا	سؤال ۸	۰/۸۳	۰/۷۲	۰/۷۹	۰/۵۷	۰/۵۷
		سؤال ۹	۰/۶۷				
		سؤال ۱۰	۰/۷۴				
	خداحوری	سؤال ۱۱	۰/۷۳	۰/۷۱	۰/۸۳	۰/۶۲	۰/۶۶
		سؤال ۱۲	۰/۸۴				
		سؤال ۱۳	۰/۷۹				
	نوع دوستی	سؤال ۱۴	۰/۷۸	۰/۷۷	۰/۸۶	۰/۶۸	۰/۶۸
		سؤال ۱۵	۰/۸۶				
		سؤال ۱۶	۰/۸۳				
	وجدان کاری	سؤال ۱۷	۰/۸۶	۰/۸۱	۰/۸۹	۰/۷۳	۰/۷۳
		سؤال ۱۸	۰/۸۵				
		سؤال ۱۹	۰/۸۴				
	جوانمردی	سؤال ۲۰	۰/۸۳	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۶۹	۰/۶۴
		سؤال ۲۱	۰/۸۵				
		سؤال ۲۲	۰/۸۳				
		سؤال ۲۳	۰/۸۰				
	رفتار مدنی	سؤال ۲۴	۰/۹۶	۰/۸۴	۰/۹۱	۰/۷۷	۰/۷۹
		سؤال ۲۵	۰/۹۶				
		سؤال ۲۶	۰/۶۸				

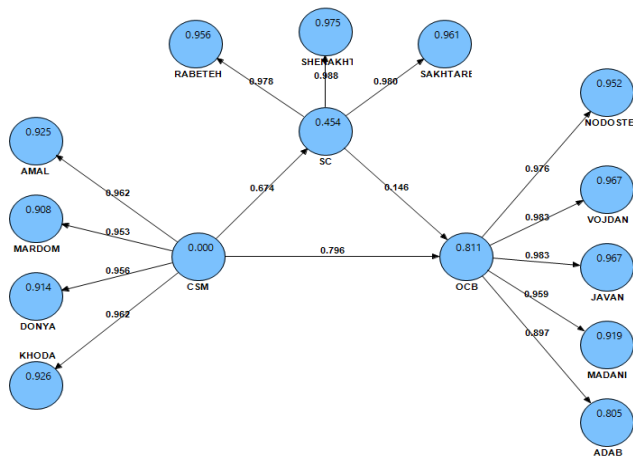
۰/۵۷	۰/۷۸	۰/۸۷	۰/۷۲	۰/۸۶	سؤال ۲۷	ادب و ملاحظه	سرمایه اجتماعی
				۰/۹۰	سؤال ۲۸		
۰/۷۴	۰/۷۴	۰/۹۱	۰/۸۸	۰/۸۹	سؤال ۲۹	رابطه‌ای	
				۰/۸۷	سؤال ۳۰		
				۰/۸۶	سؤال ۳۱		
				۰/۸۱	سؤال ۳۲		
۰/۵۳	۰/۵۷	۰/۸۶	۰/۸۱	۰/۶۸	سؤال ۳۳	شناختی	
				۰/۸۱	سؤال ۳۴		
				۰/۷۸	سؤال ۳۵		
				۰/۷۹	سؤال ۳۶		
				۰/۶۸	سؤال ۳۷		
۰/۶۸	۰/۶۷	۰/۸۹	۰/۸۳	۰/۸۴	سؤال ۳۸	ساختاری	
				۰/۸۶	سؤال ۳۹		
				۰/۷۸	سؤال ۴۰		
				۰/۷۸	سؤال ۴۱		

همان‌طور که دیده می‌شود همه شاخص‌های برازش مدل به‌خوبی برآورده شده‌اند. در ادامه، رابطه علت و معلولی بین متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی در مدل ساختاری به کمک نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس سنجیده شده است. ابتدا برای تأیید فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش از فرمان بوث‌استرپینگ^۱ نرم‌افزار استفاده شد که خروجی حاصل، ضرایب معناداری را نشان می‌دهد. اگر مقادیر معناداری در بازه‌ای بیشتر $۱/۹۶+$ باشند، بیانگر معناداری متغیر مربوطه و در نتیجه تأیید فرضیه‌های تحقیق است. همان‌گونه که در شکل ۲ مشخص است ضرایب معناداری بین سه سازه اصلی تحقیق همگی رقم بیش از $۱/۹۶$ را نشان می‌دهند که نمایانگر پذیرش فرضیه اول، دوم و سوم تحقیق است.



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت ضرایب معناداری

در ادامه، از طریق فرمان پی‌ال‌اس الگوریتم^۱ ضرایب استاندارد مسیر میان متغیرها به دست آمد که در شکل ۳ قابل مشاهده هستند.



شکل ۳. مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد

در مرحله بعدی، برای تأیید یا رد فرضیه چهارم تحقیق از آزمون سوبل استفاده شده است که یکی از آزمون‌های پرکاربرد برای سنجش معناداری تأثیر میانجی‌گری یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر است. در آزمون سوبل اگر مقدار Z-Value بیشتر از مقدار ۱/۹۶ باشد می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید کرد. در این فرمول: (a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی؛ b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته؛ S_a : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی؛ S_b : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر وابسته و میانجی).

$$Z - Value = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

با به دست آوردن ضرایب مدنظر از خروجی گزارش Bootstrapping و جایگذاری آن‌ها در فرمول مطروحه، مقدار عددی به دست می‌آید.

$$(a = 0/673), (b = 0/246), (c = 0/894), (S_a = 0/06) \text{ و } (S_b = 0/04)$$

$$Z - Value = \frac{0.673 * 0.246}{\sqrt{(0.246^2 * 0.06^2) + (0.673^2 * 0.04^2) + (0.06^2 * 0.04^2)}} = 5/39$$

همان‌طور که دیده می‌شود مقدار Z - Value حاصل از آزمون سوبل برابر با ۵/۳۹ شد، به دلیل بیشتر بودن از ۱/۹۶ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر متغیر میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه بین فرهنگ ایشار و شهادت و رفتار شهروند سازمانی معنادار است. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم متغیر میانجی از آماره‌ای به نام واف^۱ استفاده می‌شود که مقداری بین صفر و یک را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد. VAF از طریق فرمول زیر به دست می‌آید.

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

که در آن، a مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی، b مقدار ضریب مسیر میان متغیر وابسته و میانجی و c مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته است. با جایگذاری اعداد در فرمول به دست می‌آوریم:

$$VAF = \frac{0.673 \times 0.246}{(0.673 \times 0.246) + 0.894} = 0.16$$

این یافته نشان می‌دهد ۱۶ درصد از اثر کل فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروندی سازمانی به طور غیرمستقیم توسط متغیر میانجی سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود.

بعد از دستیابی به میزان اثرگذاری متغیرهای تحقیق، اینک آزمون کیفیت مدل ساختاری ضرورت می‌یابد. برای برازش مدل ساختاری معیار ضروری، ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون درون‌زا است. چین^۱ (۱۹۹۸) مقادیر ضریب تعیین؛ ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ در مدل مسیر PLS را به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف می‌کند. ملاک دیگر ارزشیابی مدل ساختاری توانایی مدل برای پیش‌بینی است. شاخص اندازه‌گیری روابط پیش‌بینی Q^2 استون و گایسلر است. مقادیر بالای صفر نشان می‌دهند که مقادیر مشاهده‌شده خوب بازسازی شده‌اند و این که مدل روابط پیش‌بینی دارد، اما مقادیر Q^2 زیر صفر نبود روابط پیش‌بینی را نشان می‌دهد (جلیلیان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۷).

جدول ۳. شاخص‌های کیفیت مدل ساختاری

متغیر	ارتباط پیش‌بین Q^2	ضریب تعیین R^2
فرهنگ ایثار و شهادت	۰/۸۰۷	----
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۶۷۸	۰/۸۱۱
سرمایه اجتماعی	۰/۴۱۱	۰/۴۵۴

برای ارزیابی برازش کلی مدل از شاخصی به نام نیکویی برازش (GOF) که توسط تننهاوس و همکاران^۲ (۲۰۰۵) پیشنهاد شده استفاده می‌شود. این شاخص از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times \bar{R}^2}$$

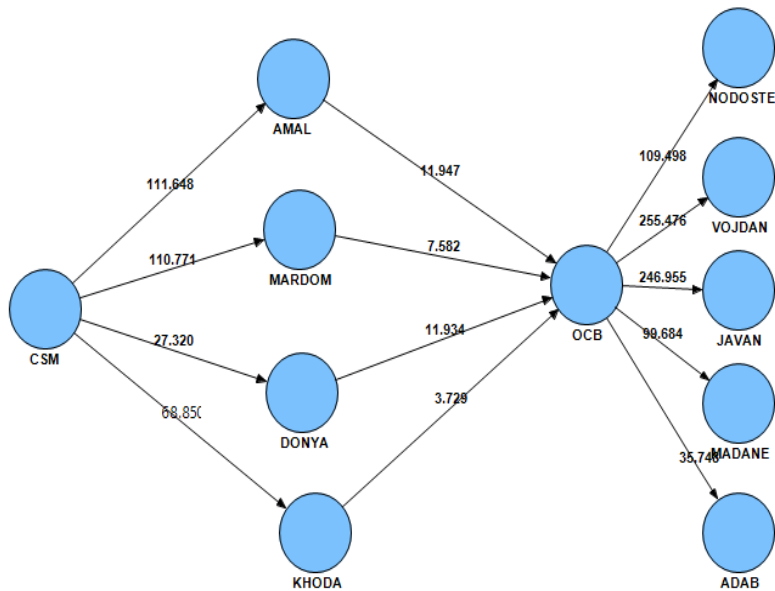
1. Chin
2. Tenenhaus

این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی^۱ و متوسط ضریب تعیین^۲ است. محاسبه تناسب مدل کلی تحقیق این گونه است:

$$GOF = \sqrt{0.798498 \times 0.852487} = 0.8251$$

حاصل آزمون برای شاخص برازش مدل برابر با ۰/۸۲۵۱ است. از آنجا که حداقل مقدار قابل قبول برای این شاخص ۰/۳۶ است. می توان ادعا کرد مدل پژوهش از مطلوبیت کلی برخوردار است.

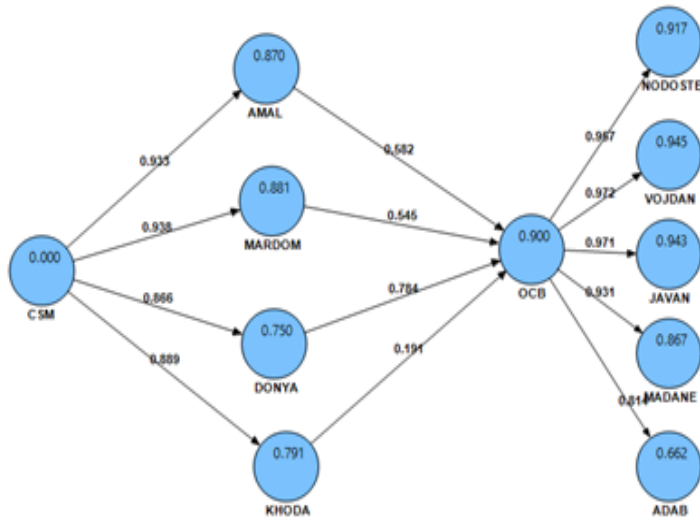
در ادامه، فرضیه‌های پنجم تا هشتم پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. همان گونه که در شکل ۴ نیز دیده می شود مقادیر این ضرایب به ترتیب ۱۱/۹۴۷، ۷/۵۸۲، ۱۱/۹۳۴ و ۳/۷۲۹ به دست آمد که از رقم استاندارد (۱/۹۶) بالاتر است و معناداری همه فرضیه‌های مورد نظر را نشان می دهد.



شکل ۴. مدل ساختاری در حالت ضرایب معناداری

در شکل ۵ تأثیر چهار بُعد فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی نشان داده شده است.

1. Communalities
2. R Square Average



شکل ۵. مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه ایلام با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی انجام شده است. بر اساس پیشینه نظری و مطالعات تجربی در مجموع ۸ فرضیه طراحی و تدوین شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر معنادار و مثبتی دارد (فرضیه ۱). بررسی‌های مقایسه‌ای نتایج نشان می‌دهد هر چند در پژوهش‌های داخلی به‌طور مستقیم رابطه میان متغیر فرهنگ ایثار و شهادت و رفتار شهروندی سازمانی مورد مطالعه قرار نگرفته است، اما به‌طور غیرمستقیم پژوهش‌های صحت و محمدی‌دیانی (۱۳۹۳) و میرزاپوری (۱۳۹۶) وجود رابطه میان این متغیرها را تأیید کرده‌اند. در تبیین نتیجه به‌دست‌آمده می‌توان چنین استنباط کرد که کارکنان با آگاهی و آشنایی با فرهنگ ایثارگری و شهادت‌طلبی و پایبندی به آن که در اعتقادات و ارزش‌های ملی و مذهبی او ریشه دارد، رفتارهای فراتر از جزئی از وظایف و شرح شغل خود می‌دانند. به همین دلیل خدمت به ارباب‌رجوع را افتخار خود می‌دانند و در رفع خواسته‌ی وی و کسب رضایت او اهتمام ویژه‌ای می‌ورزد؛ زیرا در اعتقادات دینی این فرد رفتارهای این‌چنینی در قالب احسان، فضل و ایثار مورد تأکید است و جزء رفتارهایی به‌شمار می‌رود که افراد بر اساس اعتقادات و عقاید درونی خود انجام می‌دهند و برای انجام آن نیازی به منابع بیرونی ندارند.

نتیجه دیگری که از این تحقیق به دست آمد، تأثیر معنادار و مثبت فرهنگ ایثار و شهادت بر سرمایه اجتماعی است (فرضیه ۲). پژوهش‌های کاظمی و همکاران (۱۳۹۵) و مولائی آرانی و مهدوی کنی (۱۳۹۵) وجود رابطه میان این متغیرها را تأیید می‌کنند. درباره نتیجه به دست آمده می‌توان گفت فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اندیشه دینی، اسباب تسهیل کنش‌های اجتماعی را در جامعه فراهم می‌آورند. افزایش ایثار در جامعه باعث رشد سرمایه اجتماعی و از طرف دیگر، تقویت سرمایه اجتماعی موجب افزایش فرهنگ ایثار در جامعه می‌گردد. ایثار و از خودگذشتگی با ترک منافع شخصی و عمل به سوی منافع جمعی، ایجاد هویت ملی و احساس تعلق، ترجیح منافع دیگران بر خود حتی با بذل جان، همگرایی بیشتر افراد و پایبندی به اصول اساسی، ایجاد شبکه‌ای از اعتماد بین فردی و همبستگی، موجب تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود.

در ادامه، نتایج تحقیق حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی است (فرضیه ۳) بررسی مقایسه‌ای نشان می‌دهد با یافته‌های شمس‌ی و همکاران (۱۳۹۴)، رحیم‌آقایی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. در تبیین نتیجه به دست آمده می‌توان گفت افرادی که رفتارهای فراتر از حد انتظار پاداش انجام می‌دهند و یا افرادی که برای رسیدن به اهداف مشترک به طور مؤثر همکاری می‌کنند از کار خود احساس رضایت دارند و هنگامی که زندگی شخصی و کاری با مسائلی مواجه می‌شوند به تنهایی و یا با کمک دیگران به خوبی بر آن‌ها چیره می‌شوند. از دیدگاه سازمانی رفتارهای شهروندی نیز مانند سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد سازمان مؤثر هستند زیرا ماشین اجتماعی سازمان را «روغن کاری» می‌کنند. این نکته یادآور سخن پوتنام (۲۰۰۰) است که سرمایه اجتماعی را عامل روغن کاری اجتماعات می‌دانست؛ بنابراین، این سرمایه اقدامات هماهنگ و گروهی اجتماعات را تسهیل کرده و هزینه‌های کلی عملکرد را کاهش می‌دهد (میرمحمدی، ۱۳۹۲: ۲۸).

مشخص شدن نقش میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه بین فرهنگ ایثار و شهادت و رفتار شهروند سازمانی نتیجه دیگری بود که به دست آمد. بدین معنا که سرمایه اجتماعی به عنوان رابط بین متغیر فرهنگ ایثار و شهادت و رفتار شهروند سازمانی قرار می‌گیرد و به صورت غیرمستقیم میزان رابطه متغیرها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با تأیید نقش میانجی

سرمایه اجتماعی می‌توان گفت فرهنگ ایثار و شهادت می‌تواند از راه سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی اثر غیرمستقیم داشته باشد. یک نتیجه گیری معقول در این رابطه می‌تواند چنین باشد که فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان فرهنگی غنی که مؤلفه‌های رفتار جمعی مثبتی را در برمی‌گیرد با انسجام‌بخشی و ایجاد مشارکت و همکاری و همچنین با نظارت همگانی و نگرانی در مسائل عمومی که همه آن‌ها از اصول ارزشی جامعه شهری است و شهروند جامعه اسلامی برای طی سیر سعادت و نیک‌بختی باید به آن‌ها آراسته شود گام مؤثری در افزایش سرمایه اجتماعی برمی‌دارد و رشد شبکه‌های انسانی را به بهترین وجه سبب می‌شود.

در نهایت، مشخص شد ابعاد فرهنگ ایثار و شهادت شامل عمل صالح و پرهیزکاری، مردم‌داری، عدم‌تعلق به دنیا و خدامحوری بر رفتار شهروند سازمانی تأثیر معنادار و مثبتی دارند. این یافته تاکنون در قالب مطالعات تجربی حاصل نشده است؛ اما می‌توان به تحقیقات حاجیان و همکاران (۱۳۹۲)، رعنائی و همکاران (۱۳۹۲) و تقی‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) اشاره کرد که نتایج آن‌ها به صورت غیرمستقیم با نتیجه به دست آمده همخوانی دارند. در تبیین نتیجه به دست آمده می‌توان چنین استنباط کرد دین اسلام با ماهیت وحدت‌بخش خود با افزایش همبستگی اجتماعی، موجب گسترش شبکه‌های بین‌فردی در میان آحاد جامعه شده و از طریق تعمیق و ترسیم اهداف خداپسندانه با نیت کسب رضایت خداوند، زمینه رشد رفتار شهروندی را فراهم می‌آورد. رفتار شهروند سازمانی علاوه بر فرهنگ سازمانی متأثر از فرهنگ جامعه‌ای است که سازمان در آن مشغول به فعالیت است؛ بنابراین، می‌توان گفت اگر فرهنگ جامعه‌ای به طور اعم و فرهنگ سازمانی به طور اخص دربرگیرنده و حامی اصول و ارزش‌های انسانی باشند؛ بستری مناسب جهت ایجاد و حمایت از رفتارهای شهروندی فراهم می‌شود و از آنجایی که سازمان‌ها به‌ویژه در کشورهای جهان سوم نیازمند جهشی عملی در کارآمدی می‌باشند باید شرایطی فراهم شود تا کارکنان و مدیران با طیب خاطر همه تجربیات و ظرفیت‌هایشان را در جهت تحقق اهداف سازمانی به کار گیرند و این امر محقق نمی‌شود مگر آنکه اصول و قواعد رفتار شهروندی سازمانی در افراد نهادینه شود و از طرفی نهادینه‌سازی امور ارزشی و اخلاقی زمانی به نحو احسن انجام می‌گیرد که فرهنگ حامی این اصول نه تنها در سازمان بلکه در آن جامعه حکم‌فرما باشد.

با توجه به تأثیر معنادار و مثبت فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی، اقدامات زیر پیشنهاد می‌شود: ۱. نهادینه کردن اصول فرهنگ ایثار و شهادت در فرایند جامعه‌پذیری سازمانی؛ ۲. اهتمام ویژه مدیران به فریضه امر به معروف و نهی از منکر در فعالیت‌های سازمانی.

با تأیید تأثیر معنادار و مثبت فرهنگ ایثار و شهادت بر سرمایه اجتماعی، می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد: ۱. ایجاد ارتباط و تعامل متقابل از سوی نهادهای فعال در حوزه فرهنگ ایثار و شهادت با کارکنان از طریق برگزاری نشست‌های مشترک و تخصصی دوره‌ای؛ ۲. حمایت از مطالعات علمی و عملیاتی آنان و همچنین ایجاد تعامل سازنده با دیگر نهادهای آموزشی و پژوهشی و استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه علوم دینی؛ ۳. اهتمام مدیران به ایجاد جو سازمانی مشارکتی به‌منظور بروز رفتارهای شهروند سازمانی که در قالب احسان، فضل و ایثار برای کارمند معتقد به فرهنگ اسلامی تعبیر می‌شود.

تأیید اثرگذاری معنادار و مثبت سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی، ارائه پیشنهادهای زیر را ممکن می‌سازد: ۱. دقت و توجه لازم در انتخاب مسئولان دارای رفتار و عملکرد مناسب به عنوان عامل پیش برنده و یا بازدارنده در گسترش فرهنگ ایثار و شهادت؛ ۲. اهمیت و ارزش قائل شدن مدیران دانشگاه به فعالیت‌های شغلی فراتر از شرح شغل کارکنان با برگزاری مراسم سالانه تجلیل از کارکنان نمونه در این زمینه و تبدیل آن به عنوان شاخصی در فرایند ارزیابی عملکرد؛ ۳. تعریف دوره‌های آموزشی آشنایی با فرهنگ ایثار و شهادت و رفتارهای شهروندی در تقویم آموزشی کارکنان؛ ۴. تقویت حس تعهد به عنوان شاکله اصلی فرهنگ ایثارگری و رفتارهای شهروندی از راه مشارکت دادن کارکنان در تدوین سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های سازمانی در این حوزه.

با توجه به این که سرمایه اجتماعی به طور معنادار و مثبت رابطه بین فرهنگ ایثار و شهادت و رفتار شهروند سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. بر این اساس پیشنهادهای در این راستا ارائه می‌شود: ۱. ایجاد محیط معنوی با جوی حمایت‌کننده از فرهنگ ایثار و شهادت برای بروز رفتارهای فرانقشی؛ ۲. برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی در جهت آشناسازی کارکنان با رفتارهای خودجوش سازمانی.

در ادامه، نتایج پژوهش حاکی از تأثیر معنادار و مثبت عمل صالح و پرهیزکاری بر رفتار شهروند سازمانی دارد. در این راستا پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود: ۱. به‌کارگیری نیروی انسانی مقید به رعایت اخلاقیات و قانون در سازمان؛ ۲. بازنویسی منشور اخلاقی دانشگاه و محور قرار دادن رفتارهای فرانقشی و مقید کردن کارکنان به رعایت منشور به عنوان راهنمای عمل برای کارکنان.

از آنجا که مردم‌داری از توانایی افراد در برقراری ارتباطات اثربخش با ذی‌نفعان ناشی می‌شود، بسیاری از مناقشات، سوءتفاهم‌ها، کم‌کاری‌ها و فرار از اجرای خوب کارها در سازمان‌ها ناشی از ارتباط غیراثربخش با افراد زیرمجموعه است که رفتارهای فرانقشی را با چالش مواجه می‌کند؛ زیرا رسیدگی به کار مردم با قصد و نیت خدایی به توانایی برقراری روابط مؤثر بستگی دارد؛ بنابراین پیشنهاد زیر ارائه می‌شود:

۱. الگو قرار دادن پیامبر اکرم (ص) و امامان معصوم (ع) در شاخص‌هایی از قبیل حُسن خُلق، تسامح با مردم، رسیدگی شخصی به امور مردم، تواضع، تأمین نیازهای مردم با سرعت و بدون تأخیر، گشاده‌رویی و ...

از آنجا که عدم تعلق به دنیا یعنی ترس از خدا را در دل نداشتن و وابستگی بیش از حد به بُعد مادی زندگی باعث بروز رفتارهای نظیر جاه‌طلبی، تطمیع شخصی، ریاست‌طلبی، رابطه بازی و ... می‌شود؛ بنابراین، برای جلوگیری از بروز چنین رفتارهایی که بازدارنده رفتارهای شهروندی سازمانی هستند، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:

۱. توجه به شاخص روان‌شناختی در ارتقای شغلی برای درک تناسب توانایی‌های روحی فرد با شغل، زیرا وجود ویژگی‌های مطروحه در بالا که مورد مذمت دین و بزرگانی دینی قرار گرفته است، رفتارهای فرانقشی را با چالش مواجه می‌کند. مدیرانی به دور از رفتارهای مذمت شده، پیشران سازمان‌های اخلاق‌مدار خواهند بود.

۲. تفویض اختیار به کارکنان باعث افزایش قدرت سازمانی و انگیزه منابع انسانی می‌شود. از این طریق حس شایستگی و مؤثر بودن در کارکنان تقویت می‌شود و موجب کاهش بروز رفتارهای مخربی همچون جاه‌طلبی و تطمیع شخصی می‌گردد.

با توجه به اینکه خدامحوری به این معناست که تمامی افکار و اعمال انسان‌ها باید بر مدار توحید باشد و اینکه خدامحوری بر رفتار شهروندی سازمانی اثرگذاری مثبت و معناداری دارد، می‌توان پیشنهاد زیر را ارائه کرد:

۱. تشویق به کتاب‌خوانی و مطالعه در زمینه خدانشناسی و حمایت‌های مادی و معنوی از طرح‌های پژوهشی خدانشناسی و خدامحوری در امور اجرایی و سازمانی.

منابع

- ازغندی، علی اکبر. (۱۳۸۵). دانشگاه و پروژه‌های تحقیقاتی و پایان‌نامه‌ها درباره ایثار، جهاد و شهادت. مجموعه مقالات همایش دانشگاه و دفاع مقدس، دانشگاه مازندران، ۲۱۵-۲۳۰.
- اسماعیل‌زاده، رضا. (۱۳۹۲). مبانی فرهنگ شهادت و ایثار از دیدگاه اسلام. مجموعه مقالات تاریخ شفاهی ایثار و شهادت، ۵۷-۹۸.
- باقری مجد، روح‌اله؛ مهاجران، بهناز و فلاح فرامرزی، محسن. (۱۳۹۴). بررسی روابط بین سرمایه اجتماعی، مشارکت سازمانی و سرمایه انسانی در نظام آموزش عالی. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۷ (۳)، ۲۰۷-۲۲۵.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۷۳). *قیام و انقلاب مهدی (ع) از دیدگاه فلسفه تاریخ*. تهران: صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵). *مجموعه آثار*، تهران: صدرا.
- مولائی آرانی، مهدی و باقری کنی، مصباح‌الهدی. (۱۳۹۵). بررسی عوامل جهت‌دهنده سرمایه اجتماعی در دروان دفاع مقدس. *مدیریت اسلامی*، ۲۴ (۲)، ۱۰۳-۷۷.
- مقیم، سیدمحمد. (۱۳۹۵). *مبانی سازمان و مدیریت*. تهران: نگاه دانش.
- میرزاپوری، جابر. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر دین‌داری اسلامی بر شکل‌گیری فرهنگ نوع‌دوستی. *پژوهش‌های اجتماعی اسلامی*، ۲۳ (۲)، ۵۶-۳۳.
- مقتدایی، لیلاد. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فراموشی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴ (۴)، ۵۲۶-۵۰۱.
- معنی، سعید. (۱۳۷۸). *مقدمه‌ای بر فرهنگ شهادت و شیوه‌های ترویج آن*. تهران: اداره تحقیقات و مطالعات بنیاد شهید انقلاب اسلامی.
- میرمحمدی، سیدمحمد (۱۳۹۲). *مفاهیم کلیدی نظام اداری*. تهران: نگاه دانش.
- رضایی، محمد مهدی. (۱۳۹۴). *چهل حدیث مرتضی، قم: جمال*.
- رضائی‌منش، بهروز و قربانی‌پاجی، عقیل. (۱۳۹۶). تأثیر عوامل استرس‌زا شغلی با رفتار شهروند سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک‌شده. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۶ (۸۶)، ۶۰-۲۵.
- جلیلیان، طیبه؛ تابان، محمد؛ یاسینی، علی و پوراشرف، یاسان‌الله. (۱۳۹۶). بررسی اثرات فردی و سازمانی تفکر راهبردی بر سرمایه معنوی با نقش تعدیل‌گر سبک تصمیم‌گیری شهودی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی شهر ایلام). *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۲۱ (۴)، ۲۸-۱.
- کاظمی، افسانه؛ غفاری هاشجین، زاهد و شکری کشاور، عباس. (۱۳۹۵). بررسی مؤلفه‌های جمعی فرهنگ ایثار و شهادت در خاطرات آزادگان دفاع مقدس به مثابه سرمایه اجتماعی. *پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، ۶ (۱۴)، ۱۳۹-۱۴۷.
- عباس‌زاده، محمد؛ بوداقتی، علی؛ حسن‌پور، محمد و حسینی، سیدصمد. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی. *مطالعات رفتار سازمانی*، ۴ (۳)، ۱۷۴-۱۴۵.
- غفاری هاشجین، زاهد؛ قربانی، سعید و رحیمیان، محمد. (۱۳۹۶). بررسی مؤلفه‌های فرهنگ ایثار و شهادت در اندیشه شهید مطهری. *پژوهش‌های اجتماعی اسلامی*، ۲۳ (۱)، ۸۵-۶۱.
- سپهوند، رضا؛ امیری، زینب؛ فرخی، محتبی و امیری، یداله. (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه مذهبی بر رفتار شهروند سازمانی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی استان اصفهان). *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۲۱ (۲)، ۴۷-۶۸.
- صحت، سعید و محمدی دینانی، مریم. (۱۳۹۳). تبیین مقوله‌ها و مفاهیم رفتار شهروند سازمانی با رویکرد اسلامی ایرانی: *فراترکیب، اسلام و مدیریت*، ۳ (۵)، ۶۸-۳۵.
- قربانی، سعید. (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی پیش‌روی فرهنگ ایثار و شهادت و راهکارهای صیانت از آن‌ها از منظر مقام معظم رهبری. *مهندسی فرهنگی*، ۱۰ (۸۵)، ۴۹-۳۰.

حمیدزاده، علی؛ کوچکزاده، زهرا و حاج کریمی، فاطمه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴ (۱)، ۹۴-۷۵.

حاجیان، طالب؛ کریمی، مهدی؛ آقاسینی، تقی و موسوی‌زاده، سیدجواد. (۱۳۹۲). بررسی رابطه ابعاد مدیریت اسلامی و رفتار شهروند سازمانی در بین کارکنان علوم پزشکی استان اصفهان. *اسلام و مدیریت*، ۲ (۳)، ۱۴۱-۱۶۰.

دیانی، محمدحسین و محمودی، حسن. (۱۳۹۰). بررسی مقایسه‌ای وضعیت سرمایه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد). *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۴ (۴)، ۲۴۴-۲۱۳.

رعنائی کردشولی، حبیب‌الله؛ محمدی، نوراله؛ شهیدیان، زهراسادات و الهیاری پورزنجانی، احمد. (۱۳۹۶). ساخت مقیاس سنجش رفتارهای شهروندی سازمانی مبتنی بر آموزه‌های دینی، *مدیریت اسلامی*، ۲۵ (۱)، ۵۵-۳۵.

رعنائی کردشولی، حبیب‌الله؛ شکر، عبدالعلی؛ پورمولا، محمد هاشم و سادات شهیدیان، زهرا. (۱۳۹۲). تبیین رفتارهای شهروند سازمانی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی. *مدیریت اسلامی*، ۲۱ (۱)، ۸۲-۴۵.

تقی‌زاده، هوشنگ؛ ضیائی حاجی پیرلو، مصطفی و شکر، عبدالحسین. (۱۳۹۴). بررسی رفتارهای فراتقشی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی با رویکرد سیستمی. *مدیریت اسلامی*، ۲۳ (۳)، ۱۶۸-۱۴۳.

شفیعی، نوذر؛ قنبری، هادی و کیانی، آذین. (۱۳۹۵). فرهنگ و نقش آن در دیپلماسی عمومی. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۱ (۳۹)، ۱۸۷-۱۶۷.

- Chan, S. H. & Lai, H. Y. (2017). Understanding the link between communication satisfaction, perceived justice and organizational citizenship behavior. *Journal of Business Research*, 70, 214-223.
- Groth, M. (2005). Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries. *Journal of management*, 31(1), 7-27.
- Lu, J. Yang, J. & Yu, C. S. (2016). Is social capital effective for online learning? *Journal of Information & Management*, 50(7), 507-522.
- Stone, W. & Jody, H. (2011). *Measuring Social Capital: Towards Standardized Approach*. <http://www.aes.asn.au/conferences/2002/PAPERS/Hughes.pdf>.
- Mohammad, J. Quoquab, F. Makhbul, M.Z. & Ramayah, T. (2016). Bridging the gap between justice and citizenship behaviour behavior in Asian culture. *Cross Cultural & Strategic Management*, 23(4), 633-656.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
- Pavalavhe-Ilie Mariela, (2014). Organizational citizenship behaviour, work satisfaction and employees' personality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 127. 489 - 493.
- Pooja, A. A. Clercq, D. A. & Belausteguigoitia, I. (2016). Job Stressors and Organizational Citizenship Behavior: The Roles of Organizational Commitment and Social Interaction. *Human Resource Development Quarterly*, 2016, 1-33.
- Warrick, D. D. (2017). *What leaders need to know about organization culture*, Published by Elsevier Inc. All rights reserved. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2017.01.011>

