



## The Impact of Social Capital on Social Responsibility in Industrial Environments: Case Study of Manufacturing Workshops in Tehran A Province

Seyyed Rahim Abolhasani <sup>1</sup>✉ 

1. Associate Professor of Political Sciences, University of Tehran, [abhasani@ut.ac.ir](mailto:abhasani@ut.ac.ir).

---

### Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Article history:**

Received 25 November 2025

Received in 3 January 2026

Accepted 16 January 2026

Published online 14 April 2026

**Keywords:**

social capital, social responsibility, manufacturing workshops, informal relations, organizational trust, industrial development

---

### ABSTRACT

Contemporary transformations in production and industrial sectors have highlighted the critical role of human relations and ethical conduct in enhancing organizational efficiency and sustainability. Among these ethical and human-oriented actions, social responsibility occupies a central position. Within this context, social capital has been recognized by researchers as a fundamental component influencing such organizational behavior.

This study aims to examine the role of social capital in promoting employees' social responsibility through a case study of manufacturing workshops in Tehran Province. Accordingly, the central research question is: *How does social capital affect the emergence of responsible behavior and social commitment in industrial environments?*

Employing a quantitative approach and survey methodology, the study collected field data using a structured questionnaire. The statistical population included employees from various departments of industrial workshops across Tehran Province. The data were analyzed through descriptive and inferential statistical techniques.

Findings indicate that components such as informal relations, mutual trust, and participatory norms play a significant role in strengthening social responsibility. Considering the dimensions of social responsibility, the economic and social domains exhibited the highest frequency of responsible actions. Regression analysis further confirmed a significant positive relationship between social capital and social responsibility at a high confidence level.

The results emphasize the need to strengthen intra-organizational social capital and to reconsider human resource strategies aimed at enhancing organizational ethics. The article concludes that sustainable industrial development crucially depends on recognizing social capital as an invisible yet influential capacity within organizations.

---

**Cite this article:** Abolhasani, S.R (2015). The Impact of Social Capital on Social Responsibility in Industrial Environments.. *Sociological Review (Social Science Letter)*, 32 (2), 25-43.



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

---

## سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مورد مطالعه: کارگاه‌های تولیدی استان تهران

سیدرحیم ابوالحسنی<sup>۱</sup>۱. دانشیار علوم سیاسی، دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول). [abhasani@ut.ac.ir](mailto:abhasani@ut.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۵</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۰۸</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۱/۲۵</p> <p><b>کلیدواژه‌ها:</b> سرمایه اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کارگاه‌های تولیدی، روابط غیررسمی، اعتماد سازمانی</p>	<p>تحولات معاصر در عرصه تولید و صنعت، نقش روابط انسانی و کنش‌های اخلاقی را در کارآمدی و پایداری سازمان‌ها برجسته کرده‌اند. یکی از کنش‌های مهم اخلاقی و انسانی در این قلمرو مسأله مسئولیت‌پذیری اجتماعی است، در چنین بستری، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین موثر بر این نوع از رفتار سازمانی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. این مقاله با هدف تبیین نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان، به بررسی موردی در کارگاه‌های تولیدی استان تهران می‌پردازد. از این رهگذر، پرسشی اصلی شکل می‌گیرد: سرمایه اجتماعی چه تأثیری بر شکل‌گیری رفتارهای مسئولانه و تعهد اجتماعی در محیط‌های صنعتی دارد؟ پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد کمی و روش پیمایشی، داده‌های میدانی را از طریق پرسش‌نامه ساختاریافته گردآوری کرده است. جامعه آماری شامل کارکنان بخش‌های مختلف کارگاه‌های صنعتی استان تهران بوده و داده‌ها با استفاده از تحلیل‌های توصیفی و استنباطی بررسی شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه‌هایی چون روابط غیررسمی، اعتماد متقابل و هنجارهای مشارکتی، نقش برجسته‌ای در تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا می‌کنند. با توجه به ابعاد مسئولیت‌پذیری، این نوع کنش در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، تحلیل رگرسیونی وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در سطح اطمینان بالا تأیید کرده است. نتایج به لزوم تقویت بسترهای سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی و بازاندیشی در راهبردهای منابع انسانی برای ارتقاء اخلاق سازمانی اشاره دارد. این مقاله بر این باور است که توسعه پایدار صنعتی در گرو توجه به سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک ظرفیت نامرئی اما مؤثر است.</p>

استناد: ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۴۰۴). تحلیل نسبت امنیت جمعی و بحران‌های هویتی: بر اساس نظریه محرومیت نسبی. *مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)*، ۳۲ (۲)، ۲۵-۴۳.



## ۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌مثابه یکی از ارکان کارکردهای مثبت سازمان‌ها در محیط‌های صنعتی شناخته شده است. این مفهوم به معنای کنش‌های فراتر از تعهدات قانونی، یعنی پاسخگویی اخلاقی بنگاه‌ها نسبت به جامعه، محیط‌زیست و ذی‌نفعان است. مطابق با یافته‌های بوئنال و همکاران، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان معیاری برای سنجش تعهدات سازمانی در قبال رفاه عمومی تلقی می‌شود. در عین حال، مسئولیت‌پذیری نوعی سرمایه اجتماعی ثانویه نیز محسوب می‌شود که موجب تقویت رابطه میان بنگاه و جامعه هدف می‌گردد. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سنجش مسئولیت‌پذیری، میزان مشارکت سازمان‌ها در حل مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی است. این ویژگی نه تنها بر شهرت بنگاه اثرگذار است، بلکه موجب بهبود همبستگی اجتماعی نیز می‌شود. بر اساس مطالعه جونز و باودن، حضور مؤثر بنگاه‌ها در فعالیت‌های اجتماعی زمینه‌ساز افزایش تاب‌آوری نهادهای محلی است (Jones & Bowden, 2017: 27). در محیط‌های صنعتی که تمرکز بر تولید و بازده اقتصادی است، ادغام مساله مسئولیت‌پذیری اجتماعی با فرایندهای سازمانی چالشی جدی محسوب می‌شود. با این حال، در جوامعی که به عدالت اجتماعی و توسعه پایدار اولویت می‌دهند، این چالش، فرصتی راهبردی تلقی می‌گردد. بنابراین، فهم ابعاد نظری و عملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی ضرورتی انکارناپذیر در ادبیات معاصر مدیریت صنعتی است. امروزه، بنگاه‌ها به‌جای تمرکز صرف بر منافع کوتاه‌مدت، به پایداری بلندمدت و تأثیرات اجتماعی فعالیت‌های خود توجه دارند. همان‌گونه که آلفی و همکاران در تحلیل تکاملی ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت نشان داده‌اند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دوره اهداف توسعه پایدار سازمان ملل به ابزاری بنیادین در ارزیابی عملکرد سازمانی بدل شده است (Elalfy et al., 2020: 5546).

با توجه به اهمیت فزاینده مسئولیت‌پذیری اجتماعی در موفقیت راهبردی بنگاه‌های صنعتی، این پژوهش در صدد شناسایی عوامل و شرایط مؤثر بر تحقق این مسئولیت در کارگاه‌های تولیدی در سطح شهرستان تهران است. اما با اذعان به تأثیر متغیرهای متعدد محیطی و سازمانی، پژوهش حاضر بر نقش سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین کنش جمعی تمرکز دارد. پرسش اصلی در این پژوهش آن است که سرمایه اجتماعی چگونه زمینه‌ساز یا مانعی برای تحقق مؤثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در محیط‌های صنعتی است؟ فرض پژوهش آن است که سرمایه اجتماعی، از رهگذر تقویت پیوندهای درون‌سازمانی و اعتماد متقابل، می‌تواند به ارتقای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بینجامد. بنابراین، بررسی این ارتباط در بستر مشخص کارگاه‌های تولیدی استان تهران، زمینه‌ای تجربی برای آزمون نظریه‌ها و ارائه راهکارهای عملی در ارتقای اخلاق صنعتی فراهم می‌آورد. برای بررسی و تحلیل این رابطه پژوهشی میدانی با تکمیل پرسشنامه ساختارمند به تعداد نمونه مورد نیاز در سطح جامعه آماری کارگاه‌های تولیدی فعال در استان تهران و استخراج و تحلیل داده‌ها انجام شده است که با استفاده از حاصل این پژوهش مقاله زیر نگاشته شده است.

## ۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های پیشین در حوزه پیوند میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بر اهمیت این دو مؤلفه در ارتقای فضیلت و پایداری سازمانی تأکید دارند. ناصر سیف‌اللهی (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با روش توصیفی-همبستگی نشان داد که سرمایه اجتماعی از طریق تقویت اعتماد متقابل، اخلاق حرفه‌ای و وفاداری سازمانی، می‌تواند به افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و در نتیجه بهبود فضیلت‌های سازمانی منجر شود. یافته‌های او حاکی از آن است که نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در این رابطه معنادار است و ادغام این دو متغیر، سازمان را به سمت اخلاق‌محوری و پایداری هدایت می‌کند. در همین راستا، میر و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی

پدیدارشناختی درباره نظام بانکی ایران به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی، هنگامی که با اخلاق سازمانی تلفیق شود، تأثیر بیشتری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارد. مدل اخلاقی سونسون و وود در این پژوهش به‌عنوان متغیر میانجی به ارتقای نقش سرمایه اجتماعی در شکل‌دهی رفتارهای اخلاقی سازمانی کمک کرده است. این نتایج ضمن تأکید بر تعامل سه‌جانبه میان بانک‌ها، جامعه و دولت، پیشنهاد می‌کند که سرمایه اجتماعی به‌عنوان دارایی راهبردی در تدوین سیاست‌های مدیریتی به‌کار گرفته شود، زیرا با افزایش مشروعیت نهادی و اعتماد عمومی، کارکرد اجتماعی و عملکرد اقتصادی سازمان‌ها نیز ارتقا می‌یابد.

در مطالعات بین‌المللی نیز، پژوهش چوتمانت بون‌نوال و همکاران (۲۰۲۴) بر اهمیت سرمایه اجتماعی در ترویج توسعه پایدار و عملکرد مسئولانه شرکت‌ها تأکید می‌کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی با تقویت عدالت اجتماعی، ایجاد فرصت‌های اقتصادی و حمایت از پایداری زیست‌محیطی، نقشی اساسی در تحقق مأموریت‌های اجتماعی شرکت‌ها ایفا می‌کند و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به‌عنوان دارایی راهبردی مطرح می‌سازد. در مقابل، لوند-تامسن و همکاران (۲۰۱۶) با بررسی خوشه‌های صنعتی در کشورهای در حال توسعه، ضعف شواهد تجربی در مورد اثربخشی سیاست‌های مسئولیت اجتماعی را گوشزد کرده و علل نهادی و ساختاری ناکامی این برنامه‌ها را تحلیل نموده‌اند. آنان نشان می‌دهند که نبود فشار از سوی مصرف‌کنندگان، ضعف نهادهای محلی و کمبود نظارت، مانع از نهادینه‌شدن رفتارهای مسئولانه در بنگاه‌های تولیدی شده است. مقایسه این مطالعات نشان می‌دهد که هرچند پیوند میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در هر دو بستر ملی و بین‌المللی تأیید می‌شود، اما پایداری و اثرگذاری آن، وابسته به زمینه‌های نهادی، سطح اعتماد و میزان انسجام اجتماعی است. این نتایج مسیر پژوهش‌های بومی آینده را به‌سوی شناخت عمیق‌تر از سازوکارهای اجتماعی و فرهنگی مسئولیت‌پذیری در سازمان‌های ایرانی هدایت می‌کند.

مرور پیشینه نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های موجود، رابطه سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در سطح کلان سازمان‌ها یا در قالب مسئولیت اجتماعی شرکتی بررسی کرده‌اند و کمتر به سطح خرد و رفتار فردی کارکنان در محیط‌های تولیدی پرداخته‌اند. این در حالی است که در بستر کارگاه‌های صنعتی، سازوکارهای غیررسمی اعتماد و پیوندهای میان‌فردی نقشی متفاوت از ساختارهای رسمی ایفا می‌کنند و در ادبیات داخلی کمتر سنجیده شده‌اند. از سوی دیگر، اغلب تحقیقات پیشین به بررسی تأثیر کلی سرمایه اجتماعی بسنده کرده و تفکیک ابعاد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای آن را در پیش‌بینی رفتارهای مسئولانه مورد غفلت قرار داده‌اند. تحقیق حاضر با تمرکز بر کارگاه‌های تولیدی استان تهران، این شکاف را با تحلیل تجربی تأثیر مؤلفه‌های متنوع سرمایه اجتماعی بر ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان پر می‌کند. بدین‌سان، نوآوری پژوهش در انتقال سطح تحلیل از سازمان به فرد و در تبیین نقش روابط غیررسمی به‌عنوان سازوکار اصلی ارتقای اخلاق اجتماعی در محیط‌های صنعتی نهفته است.

### ۳. چارچوب نظری

**سرمایه اجتماعی:** سرمایه اجتماعی مفهومی میان‌رشته‌ای و چندبعدی است که از جامعه‌شناسی کلاسیک تا نظریه‌های نوین حکمرانی و مدیریت سازمانی، تحول گسترده‌ای یافته است. در برداشت کلان، این مفهوم به شبکه‌های تعامل، هنجارهای اعتماد و الگوهای همکاری اشاره دارد که بستر کنش جمعی را فراهم می‌سازند. (Putnam, 1993: 173) بورديو آن را نوعی قدرت نمادین می‌داند که در کنار سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، موجب بازتولید نابرابری و تثبیت ساختارهای اجتماعی می‌شود (Bourdieu, 2018: 60). در مقابل، کلمن با رهیافتی عقلانی-نهادی، سرمایه اجتماعی را حاصل تعامل میان ساختار اجتماعی و کنش هدفمند فردی معرفی می‌کند که از طریق تعهدات متقابل، هزینه‌های کنش را کاهش می‌دهد. (Coleman, 2013: 102) پاتنام این مفهوم را عامل تقویت مشارکت مدنی و کارآمدی نهادی دانسته و بر نقش آن در کیفیت دموکراسی تأکید می‌ورزد. (Putnam, 2020: 77)

فوکویاما نیز با تمرکز بر اعتماد نهادی، سرمایه اجتماعی را شاخصی از مشروعیت سیاسی و ظرفیت حکمرانی تفسیر کرده است (Fukuyama, 2022: 14). در نهایت، پورتس نشان می‌دهد که این سرمایه، سازوکاری میانجی برای درک پویایی‌های فرهنگی و اخلاقی در روابط اجتماعی است. (Portes, 2014: 221) مجموع این دیدگاه‌ها سرمایه اجتماعی را نه تنها عنصری جامعه‌شناختی بلکه عاملی اخلاقی و نهادی در پایداری اجتماعی معرفی می‌کنند.

در سطح سازمانی، سرمایه اجتماعی به منزله دارایی نامشهود و منبعی استراتژیک برای بهبود عملکرد، نوآوری و انسجام نهادی مطرح است. (Nahapiet & Ghoshal, 2018: 382) ناهاردت و گووشال با تبیین سه بُعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای آن، نشان داده‌اند که شبکه‌های ارتباطی، ارزش‌های مشترک و اعتماد میان اعضا بستر خلق دانش و همکاری را فراهم می‌سازند (Tohidi & Nahapiet, 2023: 488). لورنز نیز سرمایه اجتماعی را عامل کاهش هزینه‌های نظارت و تضمین پایداری روابط نهادی می‌داند (Lorenz, 2018: 66). فوکویاما بر این باور است که اعتماد سازمانی، بهره‌وری و امنیت شغلی را تقویت کرده و انگیزه نوآوری را افزایش می‌دهد. (Fukuyama, 2020: 117) پاتنام و کمپل سرمایه اجتماعی را زیربنای مشروعیت نهادی معرفی کرده‌اند که با تقویت همبستگی و تعهد سازمانی، کارآمدی نهادها را افزایش می‌دهد. (Putnam & Campbell, 2010: 184) از منظر بوردیو، این سرمایه بخشی از میدان قدرت است که روابط کاری را در قالب قواعد نانوشته و انتظارات متقابل تنظیم می‌کند (Bourdieu, 2018: 60). در نتیجه، سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها نه صرفاً منبع ارتباطی بلکه زیرساختی برای خلق سرمایه فکری و اخلاقی است که پایداری نهادی را تضمین می‌کند.

در بعد مدیریتی، سرمایه اجتماعی ابزاری کارکردی برای ارتقای حکمرانی و کاهش هزینه‌های مبادله در سازمان به‌شمار می‌رود (Lorenz & Soucard, 2021: 1095). هنگامی که روابط کاری بر پایه اعتماد، احترام و ارتباطات افقی استوار باشد، نیاز به کنترل‌های سخت‌گیرانه کاهش یافته و تصمیم‌گیری تسهیل می‌شود (Coleman, 2013: 102). بوردیو در این چارچوب، سرمایه اجتماعی را نیرویی برای بازتولید نظم سازمانی در قالب شبکه‌های مشروعیت‌بخش تحلیل می‌کند (Bourdieu, 2018: 60). فوکویاما آن را زیربنای حکمرانی مؤثر می‌داند که موجب افزایش پاسخ‌گویی و شفافیت در ساختار اداری می‌شود (Fukuyama, 2022: 14). ناهاردت و گووشال نیز تأکید دارند که اعتماد میان مدیران و کارکنان، فرهنگ مسئولیت‌پذیری و همدلی را نهادینه کرده و انگیزه مشارکت را افزایش می‌دهد (Nahapiet & Ghoshal, 2018: 382). توحیدی و ناهاپیت در تحلیل خود، سرمایه اجتماعی را عامل تسهیل گردش دانش و یادگیری جمعی دانسته‌اند که موجب هم‌افزایی عملکرد می‌شود (Tohidi & Nahapiet, 2023: 488). از منظر پاتنام، این فرایند در نهایت به شکل‌گیری اعتماد نهادی و تداوم ارزش‌های اخلاقی منجر می‌گردد (Putnam, 2020: 77). بر این اساس، سرمایه اجتماعی پلی میان کارایی اقتصادی و فضیلت اخلاقی در سازمان‌هاست که از طریق پیوند میان اعتماد، همکاری و یادگیری جمعی، زمینه تحقق پایداری و مسئولیت‌پذیری نهادی را فراهم می‌سازد.

در بستر سازمانی، بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی به شبکه‌های ارتباطی، الگوهای تعامل و شیوه‌های سازمان‌یافتگی روابط میان اعضای سازمان اشاره دارد. این بُعد، زیربنای مادی و عینی سرمایه اجتماعی است و مشخص می‌کند که افراد چگونه و از چه مسیریایی به منابع، اطلاعات و حمایت‌های متقابل دسترسی می‌یابند. (Prayitno & Prayitno, 2022: 6) ساختارهای شبکه‌ای باز، غیرمتمرکز و افقی در سازمان‌ها موجب تسهیل جریان آزاد اطلاعات، افزایش هماهنگی میان واحدها و کاهش هزینه‌های مبادله می‌شوند. (Claridge, 2020: 4) در چنین ساختارهایی، ارتباط میان کارکنان محدود به روابط رسمی نیست، بلکه از طریق پیوندهای غیررسمی، گروه‌های دوستی و تعاملات افقی تقویت می‌گردد. (Farid et al., 2023: 14) وجود شبکه‌های ارتباطی متنوع درون سازمان باعث ارتقای احساس تعلق، هویت حرفه‌ای و انسجام جمعی می‌شود. این بُعد در سازمان‌هایی که بر شفافیت ارتباطات و

مشارکت کارکنان تأکید دارند، بیش از پیش اهمیت می‌یابد، زیرا جریان آزاد دانش را ممکن می‌سازد و خلاقیت سازمانی را افزایش می‌دهد. (Azad & Pritchard, 2023: 9) افزون بر آن، بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی با تقویت همکاری بین‌واحدی، زمینه‌ساز شکل‌گیری فرهنگ اعتماد و همکاری است. (Claridge, 2020: 3) این بُعد در نهایت، بنیانی برای تحقق ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی فراهم می‌کند و شرط لازم پایداری ارتباطات سازمانی محسوب می‌شود.

در مقابل، ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها بر لایه‌های نرم و معنایی روابط انسانی تمرکز دارند و به کیفیت ادراکات، ارزش‌ها، اعتماد و احساس تعلق اعضای سازمان مربوط می‌شوند. بُعد شناختی شامل درک مشترک از اهداف، ارزش‌ها و هنجارهای حرفه‌ای است که به هم‌افزایی و وحدت رویه در تصمیم‌گیری کمک می‌کند (Tran & Kim, 2025: 6). هنگامی که کارکنان نسبت به مأموریت سازمان درک مشترک دارند، میزان تعارض‌های درونی کاهش و همبستگی تیمی افزایش می‌یابد. بُعد رابطه‌ای نیز بر سطح اعتماد متقابل، احترام، وفاداری و تعهد میان اعضای سازمان دلالت دارد و به‌ویژه در روابط مدیر-کارمند یا همکاران هم‌رتبه نقشی اساسی دارد (Makridis & Wu, 2021: 10). وجود اعتماد رابطه‌ای در محیط کار، جریان اطلاعات را تسریع و زمینه یادگیری سازمانی و اشتراک دانش را فراهم می‌سازد (Demos, 2025: 18). این دو بُعد، جنبه درونی و ناملموس سرمایه اجتماعی‌اند که انسجام اخلاقی و روانی سازمان را تضمین می‌کنند. در نبود آن‌ها، روابط کاری به روابط صرفاً رسمی و ابزاری تبدیل می‌شود و سرمایه دانشی و خلاقیت سازمانی تحلیل می‌رود. از این‌رو، ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی، پشتوانه فرهنگی و عاطفی ساختارهای سازمانی‌اند و پویایی آن‌ها شرط اصلی پایداری، مسئولیت‌پذیری و نوآوری در سازمان تلقی می‌شود.

**مسئولیت‌پذیری اجتماعی:** مسئولیت‌پذیری اجتماعی مفهومی چندسطحی و میان‌رشته‌ای است که در پیوند میان اخلاق، جامعه‌شناسی و مدیریت معنا می‌یابد و به‌طور هم‌زمان واجد وجوه هنجاری، نهادی و راهبردی است. از دیدگاه نظری، این مفهوم به تعهد اخلاقی و نهادی کنشگران—اعم از فردی و سازمانی—در قبال پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی رفتار خود اشاره دارد. (Sethi, 2017: 36) در رویکردهای مدرن، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دیگر صرفاً امری اخلاقی یا داوطلبانه نیست، بلکه به‌عنوان یک الزام ساختاری و شاخص حکمرانی نیک تلقی می‌شود. نظریه‌های معاصر، آن را در چارچوب تعامل میان نهادهای اجتماعی و انتظارات ذی‌نفعان تعریف می‌کنند، به‌گونه‌ای که مشروعیت هر نهاد، در گرو میزان پاسخ‌گویی و شفافیت آن است. (Visser, 2020: 84) بر این اساس، مسئولیت اجتماعی پیوندی درونی میان منافع فردی و خیر عمومی برقرار می‌کند و هم‌زمان به عدالت اجتماعی، توسعه پایدار و حفظ محیط‌زیست نظر دارد. در این خوانش، نهادهای اجتماعی و اقتصادی نه صرفاً بازیگران اقتصادی، بلکه عاملان اخلاقی محسوب می‌شوند که ملزم به رعایت معیارهای انصاف، احترام و تعهد جمعی‌اند. به تعبیر جامعه‌شناختی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی صورت نهادی وجدان اخلاقی جمعی است که از طریق سازوکارهای فرهنگی، حقوقی و مدیریتی بازتولید می‌شود.

در سطح نظری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی واجد سه بُعد درهم‌تنیده است: بُعد اخلاقی، بُعد اجتماعی و بُعد سازمانی. بُعد اخلاقی بر مبنای فلسفه وظیفه‌گرایی کانتی و فضیلت‌گرایی ارسطویی، ناظر به التزام فرد و سازمان به رفتار درست مستقل از سود و زیان است. بُعد اجتماعی این مفهوم با تأکید بر جامعه‌پذیری و کنش جمعی، مسئولیت را به‌مثابه رابطه‌ای دوسویه میان فرد و جامعه تبیین می‌کند که در آن، رفاه عمومی بر ترجیحات فردی تقدم دارد (Sethi, 2017: 36). بُعد سازمانی نیز با الهام از نظریه‌های جدید مدیریت و حکمرانی، بر پاسخ‌گویی نهادها نسبت به ذی‌نفعان و تأثیر فعالیت‌های اقتصادی بر محیط پیرامونی تأکید می‌نماید (Visser, 2020: 84). در این بُعد، مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم ابزاری برای ارتقای اعتماد عمومی و هم راهبردی برای حفظ مشروعیت و پایداری

نهادهاست. بنابراین، مسئولیت اجتماعی در سطح مفهومی نه پدیده‌ای ایستا، بلکه نظامی پویا از تعهدات اخلاقی و ساختاری است که در تعامل میان ارزش‌های انسانی، نظم نهادی و انتظارات اجتماعی بازتعریف می‌شود.

**نسبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی با سرمایه اجتماعی:** پیوند میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی را باید در سطح مفهومی و نظری جست‌وجو کرد، زیرا هر دو ناظر به کیفیت روابط انسانی و تعهد متقابل در درون ساختارهای اجتماعی‌اند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس درک تعهد نسبت به منافع جمعی و پاسخ‌گویی در برابر آثار کنش تعریف می‌شود، در حالی که سرمایه اجتماعی ناظر به شبکه‌ها، اعتماد و هنجارهایی است که امکان کنش جمعی را فراهم می‌آورند. در این میان، سرمایه اجتماعی زمینه‌ای ضروری برای ظهور و نهادینه شدن مسئولیت‌پذیری تلقی می‌شود. در جامعه‌ای که اعتماد عمومی، انسجام ارزشی و هنجارهای همکاری ضعیف باشد، رفتار مسئولانه نیز با تضعیف و پراکندگی مواجه خواهد شد. مسئولیت‌پذیری بدون سرمایه اجتماعی، فاقد بستر تحقق است و سرمایه اجتماعی بدون مسئولیت‌پذیری، به کنش مؤثر و پایدار منتهی نمی‌شود. در این چارچوب، اعتماد اجتماعی به‌مثابه یک سرمایه، نه فقط پیامد بلکه پیش‌شرط کنش مسئولانه است. به‌ویژه در سطح نهادی، سازمان‌ها زمانی می‌توانند مسئولیت اجتماعی خود را اثربخش ایفا کنند که در شبکه‌ای از اعتماد نهادی و ارتباطات مشروع جای گرفته باشند. مطالعه مروری درباره نسبت میان این دو مفهوم، نشان داده است که سرمایه اجتماعی هم پیش‌نیاز و هم پیامد مسئولیت‌پذیری است. (Wang et al., 2016: 537) بنابراین، رابطه میان این دو سازه را نمی‌توان خطی یا یک‌سویه تلقی کرد، بلکه باید آن را تعاملی، هم‌افزا و در حال بازتولید دانست. این تلاقی مفهومی موجب شده است که در ادبیات جدید توسعه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی به‌صورت هم‌زمان به‌کار روند. از این رو، تحلیل یکی بدون دیگری، تصویر ناقصی از پویایی‌های اجتماعی و نهادی ارائه می‌دهد.

نسبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی در سطح کارکردی نیز از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا کنش مسئولانه هم محصول و هم مولد سرمایه اجتماعی در بستر جامعه است. سازمان‌ها و نهادهایی که به تعهدات اجتماعی خود پایبندند، به مرور زمان در ذهنیت جمعی، اعتبار و اعتماد کسب می‌کنند. این اعتبار در نهایت به افزایش ظرفیت نهاد برای ایجاد پیوندهای مشارکتی و تعامل معنادار با ذی‌نفعان منجر می‌شود. سرمایه اجتماعی حاصل از این فرآیند، نه فقط در درون سازمان، بلکه در سطح محیط پیرامونی نیز منتشر می‌شود. وجود رفتارهای داوطلبانه، شفافیت اطلاعاتی، و تعهد به عدالت در فرآیندهای مدیریتی، از جمله نشانگان هم‌زمان این دو مفهوم است. پژوهش‌های موردی نیز نشان داده‌اند که در زمان بحران، شرکت‌ها و نهادهایی که پیش‌تر سرمایه اجتماعی بالایی اندوخته‌اند، توان بیشتری برای پاسخ‌گویی و ترمیم روابط دارند. این یافته‌ها به‌ویژه در بررسی کنش سازمان‌ها در دوران همه‌گیری، با وضوح بالایی نمایان شده است. (Eccles et al., 2015: 122) در این شرایط، سرمایه اجتماعی به‌مثابه پشتوانه‌ای برای اجرای مسئولیت اجتماعی ایفای نقش می‌کند و در عین حال، رفتار مسئولانه نیز سرمایه اجتماعی بیشتری خلق می‌کند. از این منظر، کارکرد اصلی این پیوند، تقویت تاب‌آوری نهادی و مشروعیت اخلاقی در سطح جامعه است. از این رو، مسئولیت‌پذیری اجتماعی نباید صرفاً به‌عنوان پاسخ‌گویی حقوقی، بلکه به‌مثابه کنشی معطوف به تقویت روابط اجتماعی درک شود. چنین رویکردی امکان حرکت از مسئولیت‌پذیری سطحی به مسئولیت‌پذیری درونی‌شده و پایدار را فراهم می‌سازد. در نتیجه، سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی، به‌صورت کارکردی در جهت پایداری اجتماعی و توسعه هم‌افزا عمل می‌کنند.

از منظر راهبردی، نیز رابطه میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، واجد اهمیتی اساسی در نظریه‌های نوین حکمرانی، مدیریت و توسعه پایدار است. در رویکردهای نوین به ارزش‌آفرینی، سازمان‌ها زمانی قادر به خلق ارزش مشترک هستند که سرمایه اجتماعی لازم برای مشروعیت‌بخشی به فعالیت‌های خود را در اختیار داشته باشند. این سرمایه به آن‌ها امکان می‌دهد تا در تعامل با ذی‌نفعان، اعتماد بسازند، انتظارات را درک کنند، و پاسخ‌گو باقی بمانند. در عین حال، سازمان‌هایی که مسئولیت اجتماعی را در

راهبردهای کلان خود نهادینه کرده‌اند، در بلندمدت سرمایه اجتماعی پایدارتری خلق می‌کنند. بر اساس تحلیل‌های جدید، سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یک دارایی ناملموس، مزیت رقابتی بلندمدت برای سازمان‌هایی باشد که رویکرد مسئولانه دارند. نظریه خلق ارزش مشترک بر آن است که مسئولیت اجتماعی نه هزینه، بلکه فرصتی برای تعمیق پیوندهای اجتماعی و ارتقای عملکرد بلندمدت است (Porter & Kramer, 2019: 47). در چنین فضایی، سرمایه اجتماعی نقش تسهیل‌گر و تقویت‌کننده اجرای مسئولیت اجتماعی را برعهده دارد. راهبردهای مبتنی بر مسئولیت اجتماعی نیز باید به تقویت سرمایه اجتماعی سازمان از درون و بیرون توجه داشته باشند. از این منظر، هم‌پوشانی راهبردی این دو مفهوم، تضمین‌کننده پایداری، مشروعیت و اثربخشی سازمانی خواهد بود. نهادهایی که در پیوند این دو مفهوم ضعف دارند، معمولاً با بحران مشروعیت، بی‌اعتمادی عمومی و ناکارآمدی مواجه می‌شوند. به همین دلیل، تلفیق راهبردی سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی را می‌توان شرط تحقق حکمرانی پایدار در نظم اجتماعی جدید دانست.

#### ۴. روش تحقیق

روش تحقیق این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان شاغل در کارگاه‌های تولیدی منتخب استان تهران تشکیل می‌دهند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی و متناسب با پراکندگی جغرافیایی، تعداد ۲۵۰ نفر به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته شامل دو بخش اصلی بوده است: بخش اول مربوط به مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (با اقتباس از الگوی پاتنام، کلمن و فوکویاما) و بخش دوم شامل ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی (بر مبنای مدل‌های مسئولیت سازمانی نظیر کارول). روایی محتوایی پرسشنامه با نظر متخصصان و اساتید حوزه جامعه‌شناسی صنعتی و رفتار سازمانی تأیید شد و پایایی آن از طریق آزمون آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۸۹ به‌دست آمد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد مطلوب ابزار است. برای تحلیل داده‌ها در سطح توصیفی از شاخص‌هایی مانند کلیه تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام گردید. رویکرد کلی پژوهش، بررسی رابطه بین متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) و متغیر وابسته (مسئولیت‌پذیری اجتماعی) در بستر نهادی-سازمانی کارگاه‌های صنعتی بوده است. چارچوب نظری تحقیق نیز متکی بر سنت جامعه‌شناسی نهادگرایی نوین در تحلیل سرمایه اجتماعی و نظریات چندسطحی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان است.

#### ۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا به توصیف داده‌ها پرداخته و در ادامه بحث به تحلیل آماری یافته‌های خواهیم پرداخت.

##### ۵-۱. توصیف داده‌ها

نتایج توصیفی سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که بالاترین میانگین مربوط به بعد «روابط اجتماعی» با مقدار ۴/۱ بوده که بیانگر تعاملات مثبت و مستمر میان کارکنان در محیط کار است. پس از آن، «شبکه‌های اجتماعی» و «اعتماد بین‌فردی» به ترتیب با میانگین‌های ۳/۹ و ۳/۸ در سطح بالاتری نسبت به سایر ابعاد قرار دارند. پایین‌ترین میانگین به «اعتماد نهادی» با مقدار ۳/۲ اختصاص دارد که می‌تواند نشانه‌ای از تردید نسبت به نهادها و ساختارهای رسمی در محیط‌های تولیدی باشد. بیشترین انحراف معیار نیز در همین بعد دیده می‌شود که دلالت بر نوسانات شدید در میزان اعتماد به نهادها دارد. سایر ابعاد نظیر «اعتماد عمومی»، «اعتماد تعمیم‌یافته» و «پنداشته‌ها» میانگینی بین ۳/۵ تا ۳/۷ دارند که نشان از سطح متوسط به بالای آن‌هاست. تمام ابعاد سرمایه اجتماعی

داراى بيشترين مقدار ۵ هستند كه بيانگر وجود پاسخ‌هايى با ارزشيابى حداكثرى است. با اين حال، كمترين مقدار در برخى ابعاد حتى به ۱ يا ۱/۵ نيز رسيده كه حاكى از وجود ادراكات منفى نيز در بين پاسخ‌گويان است. در مجموع، اين الگو حاكى از آن است كه سرمايه اجتماعى در محيط‌هاى توليدى تهران بيشتر مبتنى بر تعاملات غيررسمى و بين‌فردى است تا اعتماد نهادى و رسمى.

جدول ۱ شاخص‌هاى توصيفى سرمايه اجتماعى

بيشترين مقدار	كمترين مقدار	انحراف معيار	میانگین	بعد سرمايه اجتماعى
۵	۲	۰٫۸	۳٫۸	اعتماد بين فردى
۵	۱٫۵	۰٫۹	۳٫۵	اعتماد عمومى
۵	۱٫۸	۰٫۸۵	۳٫۷	اعتماد تعميم‌يافته
۵	۱	۱٫۱	۳٫۲	اعتماد نهادى
۵	۲٫۵	۰٫۷۵	۴٫۱	روابط اجتماعى
۵	۲٫۸	۰٫۷	۳٫۹	شبكه‌هاى اجتماعى
۵	۲	۰٫۹۵	۳٫۶	پنداشته‌ها

داده‌هاى توصيفى مربوط به مسؤليت‌پذيرى اجتماعى نشان مى‌دهد كه بالاترين میانگین مربوط به حوزه اقتصادى با مقدار ۴/۰ بوده و اين حوزه از نظر پاسخ‌گويان اهميت بيشترى داشته است. در مقابل، حوزه سياسى با میانگین ۳/۲ پايين‌ترين ارزشيابى را در ميان پنج حوزه مورد بررسى داشته است. حوزه‌هاى اجتماعى، فرهنگى و زيست‌محيطى نيز به ترتيب با میانگین‌هاى ۳/۸، ۳/۶ و ۳/۵ در سطحى نسبتاً مطلوب قرار دارند. شاخص انحراف معيار در حوزه سياسى برابر با ۱ بوده كه نشان‌دهنده بيشترين پراكندهگى در پاسخ‌ها نسبت به ساير حوزه‌هاست. كمترين مقدار مشاهده‌شده براى حوزه سياسى عدد ۱ بوده كه نشان‌دهنده ارزشيابى منفى برخى از پاسخ‌گويان است. در مقابل، تمامى حوزه‌ها داراى بيشترين مقدار برابر با ۵ هستند كه نشان از وجود پاسخ‌هايى با ارزشيابى حداكثرى دارد. اختلاف ميان كمترين و بيشترين مقدار در حوزه‌هاى مختلف بيانگر ناهمگنى ادراك پاسخ‌دهندگان نسبت به ابعاد مختلف مسؤليت اجتماعى است. در مجموع، اين الگو حاكى از آن است كه مسؤليت‌پذيرى اجتماعى در حوزه اقتصادى بيشتر از ساير حوزه‌ها مورد توجه نيروى كار بوده است. اين امر مى‌تواند نشان‌دهنده دغدغه‌هاى معيشتى و اهميت نقش اقتصادى كارفرمايان در نگاه كارگران باشد.

جدول ۲: شاخص‌هاى توصيفى مسؤليت‌پذيرى اجتماعى

بيشترين مقدار	كمترين مقدار	انحراف معيار	میانگین	حوزه مسؤليت‌پذيرى اجتماعى
5	2.2	0.85	4	اقتصادى
5	1.9	0.95	3.6	فرهنگى
5	1	1	3.2	سياسى
5	2.1	0.9	3.8	اجتماعى
5	2	0.88	3.5	زيست‌محيطى

## ۵-۲. یافته‌های استنباطی

یافته‌های استنباطی این پژوهش نشان داد که چهار محور اصلی در تبیین رابطه میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نقش معناداری ایفا می‌کنند. نخست آنکه، مؤلفه‌های غیررسمی سرمایه اجتماعی نظیر روابط اجتماعی، اعتماد بین‌فردی و شبکه‌های تعاملی، سهم بالاتری در شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کارگاه‌های صنعتی داشته‌اند (میانگین روابط اجتماعی: ۴/۱). دوم، مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان بیشتر در ابعاد اقتصادی و اجتماعی نمود یافته و در مؤلفه‌های سیاسی و زیست‌محیطی ضعیف‌تر ظاهر شده است (میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی: ۳/۷۲). سوم، رابطه‌ای معنادار و نسبتاً قوی میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به تأیید رسید ( $\text{sig} = 0.000$   $t = 0.643$ ) و مدل رگرسیون نشان داد که سرمایه اجتماعی می‌تواند ۴۸/۵٪ از تغییرات مسئولیت‌پذیری را تبیین کند. این نتایج در مجموع نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی، در پیوند با متغیرهای زمینه‌ای، عاملی کلیدی در نهادینه‌سازی رفتارهای مسئولانه در محیط‌های صنعتی محسوب می‌شود. لذا سیاست‌گذاری‌های سازمانی در این حوزه باید ناظر بر تقویت پیوندهای افقی و عوامل فردی مؤثر باشد.

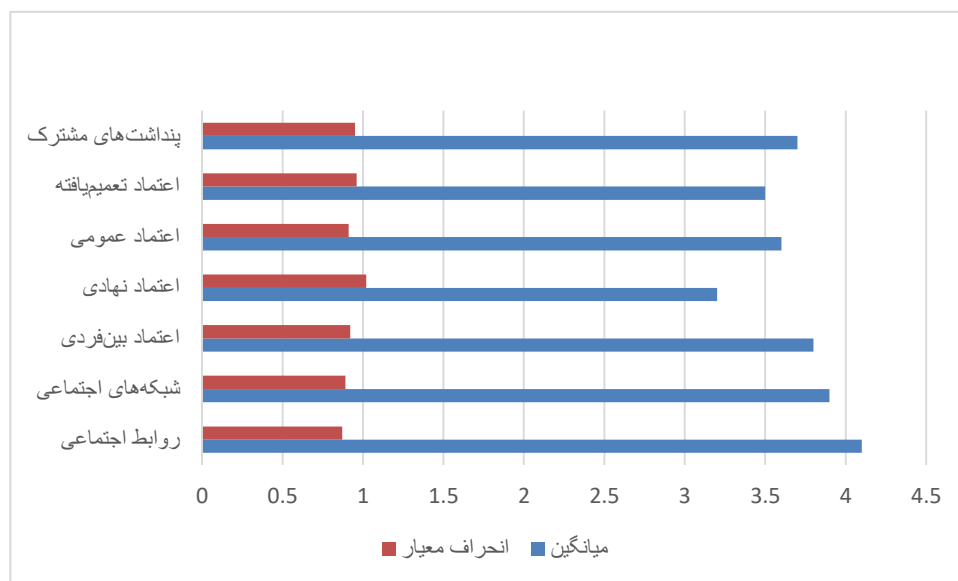
## ارتقاء سطح سرمایه اجتماعی با غلبه مؤلفه‌های غیررسمی در محیط‌های صنعتی

تحلیل شاخص‌های توصیفی سرمایه اجتماعی نشان داد که روابط اجتماعی با میانگین بالا و انحراف معیار نسبتاً پایین، ستون اصلی شکل‌گیری اعتماد و همکاری در کارگاه‌های تولیدی استان تهران است. این شاخص، بیانگر تراکم پیوندهای انسانی، تعاملات مستمر و حس همبستگی میان کارگران است که در نبود ساختارهای رسمی اعتماد، جایگزین نهادهای بوروکراتیک شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی و اعتماد بین‌فردی نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند و نشان می‌دهند که کنشگران به‌جای اتکاء بر قواعد رسمی، بر حافظه جمعی و روابط تکرارشونده متکی‌اند. پایین‌بودن میانگین اعتماد نهادی و انحراف معیار بالای آن مؤید ناهمگنی ادراک‌ها و ضعف در مشروعیت نهادهای رسمی است که نتوانسته‌اند در تثبیت هنجارهای اعتماد نقش‌آفرین باشند. این وضعیت را می‌توان با تحلیل فوکویاما تبیین کرد که بر پیوند میان اعتماد نهادی و بازتولید پایدار سرمایه اجتماعی تأکید دارد؛ در غیاب چنین پیوندی، شبکه‌های افقی به شکل‌های بسته و محدود میل می‌کنند. در نتیجه، سرمایه اجتماعی موجود گرچه از لحاظ شدت روابط درون‌گروهی غنی است، اما از حیث نهادینه‌سازی در سطح کلان دچار ضعف ساختاری است. همین اتکای شدید به روابط غیررسمی، پایداری نهادی سرمایه اجتماعی را تهدید می‌کند و آن را وابسته به استمرار حضور افراد و تجربه‌های زیسته می‌سازد. بنابراین، می‌توان گفت که الگوی غالب سرمایه اجتماعی در این کارگاه‌ها بیشتر مبتنی بر اعتماد شخصی و شبکه‌ای است تا اعتماد نهادی و سازمانی، و این امر موجب ناپایداری اخلاق جمعی در بلندمدت می‌شود.

جدول ۳: شاخص‌های سرمایه اجتماعی در کارگاه‌های صنعتی

شاخص / بُعد	میانگین	انحراف معیار
روابط اجتماعی	4.1	0.87
شبکه‌های اجتماعی	3.9	0.89
اعتماد بین‌فردی	3.8	0.92
اعتماد نهادی	3.2	1.02
اعتماد عمومی	3.6	0.91
اعتماد تعمیم‌یافته	3.5	0.96
پنداشت‌های مشترک	3.7	0.95

از سوی دیگر، بررسی شاخص‌های اعتماد عمومی و اعتماد تعمیم‌یافته نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در این محیط‌ها در مرحله گذار از سطح درون‌گروهی به برون‌گروهی قرار دارد. میانگین نسبتاً بالای این دو شاخص گواه آن است که هنجارهای همیاری و تجربه‌های مشترک کاری، زمینه گسترش اعتماد به فراتر از حلقه‌های نزدیک را فراهم آورده‌اند. این روند را می‌توان در چارچوب نظری کلمن و پاتنام تحلیل کرد که عبور از روابط خاص به روابط عام را نشانه آغاز فرآیند نهادینه‌سازی سرمایه اجتماعی می‌دانند. هرچند این گسترش هنوز شکننده است، اما بیانگر توانایی کنشگران در یادگیری اعتماد فراتر از تعاملات شخصی است. همچنین، میانگین نسبتاً بالای پنداشت‌های مشترک نشان می‌دهد که وجود زبان رفتاری مشترک و پیش‌فرض‌های ضمنی، کنش اجتماعی را قابل پیش‌بینی و هماهنگ ساخته است. این هماهنگی شناختی، نوعی فرهنگ سازمانی مشترک را پدید آورده که در آن ارزش‌های اخلاقی و الگوهای تعامل از طریق یادگیری جمعی بازتولید می‌شوند. مطابق تبیین نظریه کنش، چنین پنداشت‌هایی نه تنها نتیجه روابط اجتماعی بلکه شرط استمرار آن نیز به‌شمار می‌آیند. در نهایت، داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در کارگاه‌های صنعتی تهران حاصل ترکیب تجربه زیسته، تعاملات افقی و حافظه جمعی است و گرچه در سطح خرد قوام یافته، برای پایداری در سطح نهادی نیازمند حمایت ساختاری و تقویت اعتماد رسمی است.



#### نمودار ۱: شاخص‌های سرمایه اجتماعی

#### تمرکز مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی در کارگاه‌های تولیدی

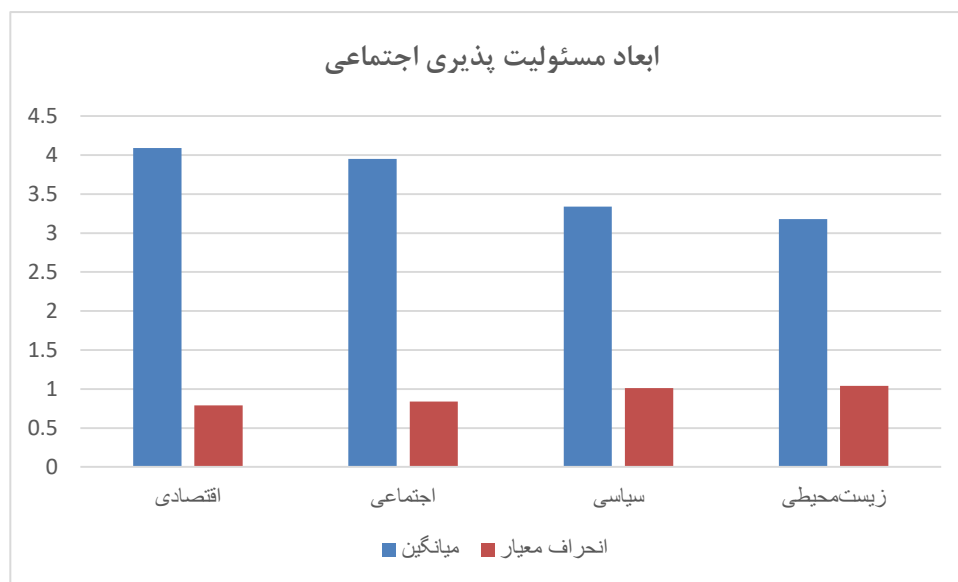
یافته‌های پژوهش نشان داد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کارگاه‌های تولیدی استان تهران بیشترین تمرکز را بر بعد اقتصادی دارد و این امر ریشه در ساختارهای اعتماد و منافع ملموس در محیط‌های صنعتی دارد. میانگین بالای شاخص‌های اقتصادی مانند پرداخت منصفانه دستمزد، امنیت شغلی و پاداش عملکرد نشان می‌دهد که کارگران، عدالت توزیعی و ثبات مالی را مبنای اصلی قضاوت اخلاقی خود درباره سازمان می‌دانند. در چارچوب نظریه‌های کلمن و پاتنام، چنین الگویی بیانگر مرحله نخست رشد اخلاق جمعی است که در آن منافع شخصی و اعتماد متقابل در سطح خرد با هنجارهای جمعی درهم‌تنیده می‌شوند. در این شرایط، وفای به تعهدات مالی از سوی کارفرما به‌مثابه سازوکاری برای ایجاد اعتماد و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی عمل می‌کند. هنگامی که اعتماد در

سطوح ابتدایی روابط کاری تثبیت شود، تمایل به مشارکت و رفتار داوطلبانه نیز تقویت می‌شود. از این رو، بعد اقتصادی را می‌توان زیربنای سایر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانست که بدون تحقق آن، سایر جنبه‌ها کارکرد مؤثری نخواهند داشت. تمرکز بر عدالت و امنیت شغلی در کارگاه‌ها همچنین بازتابی از نیاز به مشروعیت نهادی و احساس اطمینان در برابر آینده است. این یافته نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در این محیط‌ها هنوز در مرحله‌ای قرار دارد که پیوندهای افقی غیررسمی و روابط چهره‌به‌چهره نقش اصلی در ایجاد اخلاق حرفه‌ای ایفا می‌کنند. بنابراین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در چنین کارگاه‌هایی بیشتر محصول روابط عرفی و غیررسمی است تا سیاست‌های نظام‌مند و رسمی.

جدول ۴: ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

انحراف معیار	میانگین	بعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی
0.79	4.09	اقتصادی
0.84	3.95	اجتماعی
1.01	3.34	سیاسی
1.04	3.18	زیست‌محیطی

در سطح اجتماعی، شاخص‌هایی مانند احترام به کرامت انسانی و فرصت برابر در ارتقاء شغلی بیانگر تلاش کارگاه‌ها برای نهادینه‌سازی فرهنگ همیاری و احترام متقابل هستند، اما این تلاش هنوز به مرحله تعمیم‌یافته نرسیده است. در چنین ساختارهایی، رفتار مسئولانه بیشتر از دل روابط انسانی و اعتماد میان فردی برمی‌خیزد تا از الزامات قانونی یا فشارهای بیرونی. تفاوت معنادار میان میانگین ابعاد اجتماعی و ابعاد سیاسی و زیست‌محیطی نشان می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی در سازمان‌ها بیشتر بر روابط درون‌گروهی متمرکز است تا بر تعهدات کلان‌تر نسبت به جامعه و محیط زیست. نظریه فوکویاما در این زمینه کمک می‌کند تا دریابیم که ضعف نهادهای رسمی و کمبود اعتماد نهادی مانع از گسترش مسئولیت‌پذیری به حوزه‌های عمومی‌تر شده است. کارگاه‌هایی که فاقد سازوکارهای شفاف در زمینه پاسخگویی به نهادهای نظارتی یا کاهش آلاینده‌ها هستند، بیشتر به کنش‌های مقطعی و نمایشی بسنده می‌کنند. این وضعیت نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی غیررسمی، اگرچه در حفظ روابط درون‌سازمانی مؤثر است، اما بدون پشتوانه نهادی نمی‌تواند به رفتارهای کلان‌تر و پایدار منجر شود. شکاف میان میانگین ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی نیز گواهی است بر محدودماندن اخلاق صنعتی در سطح منافع فردی و گروهی. برای گذار از این مرحله، لازم است سرمایه اجتماعی با نهادهای رسمی پیوند بخورد تا اعتماد از سطح روابط شخصی به سطح ساختاری ارتقاء یابد. تنها در این صورت است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند از قالب رفتارهای محدود و موردی به سطحی فراگیر، پایدار و مبتنی بر تعهدات جمعی ارتقاء یابد.



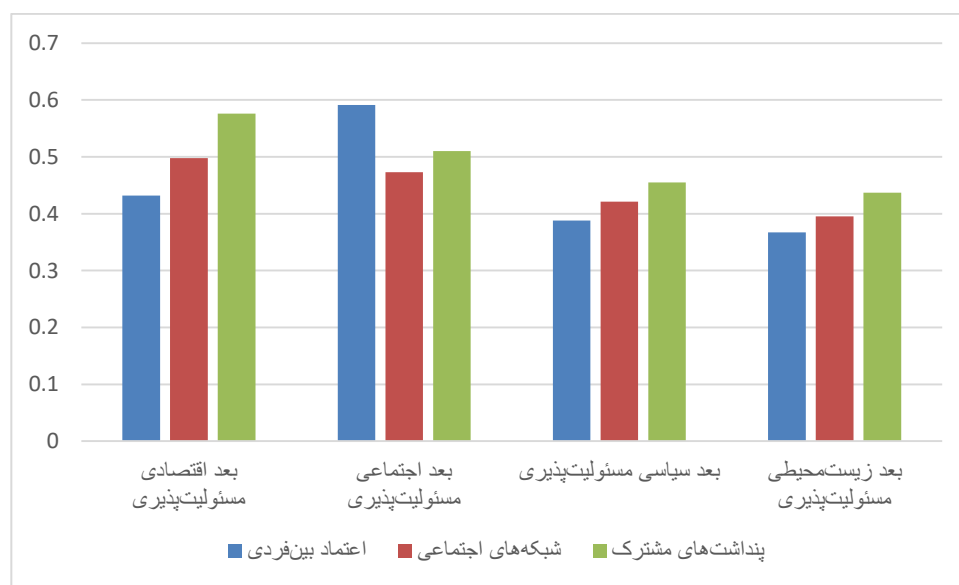
**نمودار ۲: ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی**  
تأیید رابطه معنادار میان ابعاد سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان

نتایج آزمون همبستگی نشان داد میان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان رابطه‌ای مثبت و معنادار در سطح اطمینان نود و نه درصد وجود دارد و این همبستگی نسبتاً بالا حاکی از پیوند عمیق میان ساختار روابط انسانی و رفتارهای اخلاقی در محیط‌های صنعتی است. افزایش اعتماد بین‌فردی، گسترش شبکه‌های اجتماعی و وجود پنداشت‌های مشترک میان کارکنان، به‌طور مستقیم موجب تقویت گرایش به مسئولیت‌پذیری در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شده است. این یافته با مبنای نظری کلمن سازگار است که سرمایه اجتماعی را بستری برای شکل‌گیری کنش‌های هماهنگ و اخلاق‌مدار می‌داند و نشان می‌دهد روابط افقی و مبتنی بر اعتماد شخصی در محیط کار، جایگاه واقعی تولید مسئولیت اخلاقی است. رفتارهایی همچون رعایت حقوق دیگران، دقت در انجام وظیفه و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها در چنین محیط‌هایی نه از الزام بیرونی، بلکه از درونی‌سازی ارزش‌های اجتماعی ناشی می‌شوند. تحلیل رگرسیونی نیز آشکار ساخت که حدود نیمی از تغییرات مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود و در این میان، اعتماد بین‌فردی و پنداشت‌های مشترک بیشترین نقش را دارند. این دو عامل، زبان مشترک و احساس همبستگی اخلاقی میان افراد را ایجاد کرده و رفتارهای جمعی را به سمت همکاری و پاسخ‌گویی سوق می‌دهند. از سوی دیگر، نقش کمرنگ‌تر اعتماد نهادی در نتایج، نشان می‌دهد که ساختارهای رسمی هنوز نتوانسته‌اند جایگزین روابط شخصی و شبکه‌های غیررسمی در شکل‌دهی اخلاق سازمانی شوند. بر این اساس، تقویت سرمایه اجتماعی به‌ویژه در ابعاد تعاملی و شناختی، پیش‌شرط توسعه پایدار مسئولیت‌پذیری در سازمان‌های صنعتی محسوب می‌شود.

جدول ۵: ابعاد سرمایه اجتماعی

ابعاد سرمایه اجتماعی	بعد اقتصادی مسئولیت پذیری	بعد اجتماعی مسئولیت پذیری	بعد سیاسی مسئولیت پذیری	بعد زیست‌محیطی مسئولیت پذیری
اعتماد بین فردی	0.432	0.591	0.388	0.367
شبکه‌های اجتماعی	0.498	0.473	0.421	0.395
پنداشت‌های مشترک	0.576	0.51	0.455	0.437

در تحلیل دقیق‌تر ابعاد رابطه، مشخص شد که تمام مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با ابعاد گوناگون مسئولیت‌پذیری همبستگی مثبت دارند، اما شدت این رابطه در هر بُعد متفاوت است. اعتماد بین فردی بیشترین ارتباط را با بعد اجتماعی مسئولیت‌پذیری داشته و نشان داده است هرچه اعتماد میان کارکنان بالاتر باشد، تمایل آنان به مشارکت و یاری‌گری نیز افزایش می‌یابد. همچنین پنداشت‌های مشترک با بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری بیشترین ضریب ارتباط را داشته و نشان می‌دهد فهم مشترک از عدالت و انصاف، بنیان رعایت حقوق مالی و شغلی دیگران است. این نتایج نشان می‌دهد که ارزش‌ها و ادراکات مشترک، زمینه‌ساز انسجام رفتاری و اخلاقی در سازمان هستند و نبود آن‌ها موجب بروز رفتارهای ابزاری و ناپایدار می‌شود. از این منظر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی نه صرفاً سیاستی اداری، بلکه نتیجه فرایند درونی شدن اعتماد، هویت جمعی و یادگیری اجتماعی است. یافته‌های پژوهش با دیدگاه فوکویاما نیز هم‌راستا است که بر پیوند میان تراکم سرمایه اجتماعی و پایداری رفتارهای اخلاقی تأکید دارد. در محیط‌های صنعتی ایران، ضعف اعتماد نهادی سبب شده است که شبکه‌های انسانی و تعاملات چهره‌به‌چهره نقش اصلی در تولید و انتقال ارزش‌های اخلاقی را برعهده گیرند. بنابراین، تقویت سرمایه اجتماعی در سطح خرد و میان فردی شرط لازم برای تحقق مسئولیت‌پذیری اجتماعی عمیق و پایدار است و سیاست‌های ارتقاء اخلاق سازمانی باید بر توسعه شبکه‌های ارتباطی، تقویت گفت‌وگو و نهادینه‌سازی اعتماد متقابل متمرکز شوند.



نمودار ۳: ابعاد سرمایه اجتماعی

### نقش تعیین کننده متغیرهای فردی در تبیین تفاوت‌های ساختاری سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی

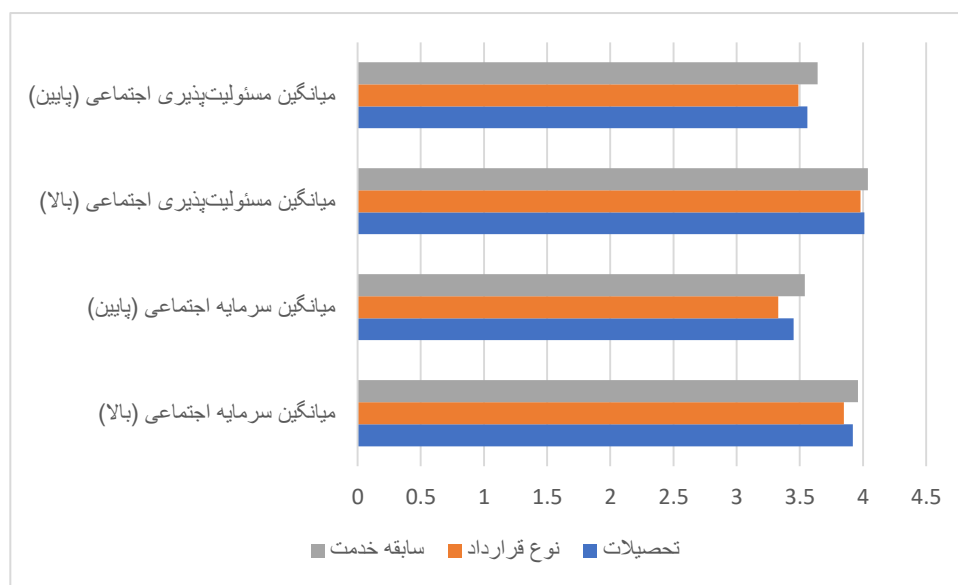
یافته‌های آماری این پژوهش نشان داد متغیرهایی مانند تحصیلات، نوع قرارداد و سابقه خدمت تأثیر معناداری بر میزان سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان دارند و این رابطه از سطح توصیف آماری فراتر رفته و در چارچوب نظریه‌های جامعه‌شناختی قابل تبیین است. کارکنان دارای تحصیلات دانشگاهی، به‌طور میانگین، سطح بالاتری از اعتماد، مشارکت و تعهد اخلاقی نشان داده‌اند، زیرا تحصیلات به‌عنوان شکلی از سرمایه فرهنگی و نمادین، ظرفیت درک هنجارهای جمعی و کنش اخلاقی را افزایش می‌دهد. این یافته در تداوم تحلیل بوردیو قابل فهم است که سرمایه فرهنگی را عامل تقویت کنش ارتباطی و بازتولید روابط اجتماعی پایدار می‌داند. همچنین، در ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کارکنان تحصیل کرده در حوزه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی نمرات بالاتری کسب کرده‌اند که بیانگر پیوند میان سواد اجتماعی و مسئولیت اخلاقی است. نوع قرارداد نیز به‌عنوان متغیری ساختاری، در تبیین اختلاف سطوح سرمایه اجتماعی نقش چشم‌گیر دارد؛ به‌گونه‌ای که کارکنان رسمی با برخورداری از امنیت شغلی و روابط پایدار، اعتماد نهادی و پنداشت‌های مشترک بیشتری نسبت به کارکنان موقت یا روزمزد نشان داده‌اند. این نتیجه با دیدگاه کلمن هماهنگ است که تداوم تعامل و ثبات روابط را شرط شکل‌گیری اعتماد اجتماعی می‌داند. در مقابل، بی‌ثباتی شغلی و ناطمینانی قراردادی، با فرسایش اعتماد، کاهش همبستگی و تضعیف احساس تعلق همراه بوده است. اختلاف میانگین ۰/۵ واحدی در شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی میان کارکنان رسمی و موقت، نشانه‌ای از این تفاوت ساختاری است. بنابراین، امنیت شغلی نه تنها عامل اقتصادی، بلکه متغیری نهادی برای شکل‌گیری اخلاق جمعی و مشارکت پایدار تلقی می‌شود.

جدول ۶: تأثیر متغیرهای فردی بر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری

متغیر فردی	گروه‌بندی	میانگین سرمایه اجتماعی (بالا)	میانگین سرمایه اجتماعی (پایین)	میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی (بالا)	میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی (پایین)	سطح معناداری (sig)
تحصیلات	دانشگاهی / زیر دیپلم	3.92	3.45	4.01	3.56	< 0.01
نوع قرارداد	رسمی / موقت	3.85	3.33	3.98	3.49	< 0.05
سابقه خدمت	بیش از ۱۰ / کمتر از ۵	3.96	3.54	4.04	3.64	< 0.01

سابقه خدمت نیز تأثیر مستقیمی بر هر دو متغیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد و کارکنانی که بیش از ده سال سابقه دارند، به‌طور معناداری از سطح بالاتری از اعتماد، تعهد و همکاری برخوردارند. این تفاوت را می‌توان در پرتو نظریه یادگیری اجتماعی توضیح داد که بر نقش تجربه، تکرار تعامل و حافظه نهادی در شکل‌گیری الگوهای اخلاقی تأکید دارد. کارکنان باسابقه، به دلیل حضور طولانی‌تر در شبکه‌های کاری، پیوندهای عمیق‌تری با همکاران ایجاد کرده و درونی‌سازی ارزش‌های مشارکتی را تجربه کرده‌اند. به‌علاوه، در ابعاد اقتصادی و اجتماعی مسئولیت‌پذیری، آنان حدود ۰/۴ واحد امتیاز بالاتر از کارکنان تازه‌وارد کسب کرده‌اند، که نشان از انتقال تدریجی ارزش‌های اخلاقی از طریق تجربه دارد. ترکیب سه متغیر تحصیلات، نوع قرارداد و سابقه خدمت، نشان می‌دهد که این عوامل بیش از آنکه صرفاً ویژگی‌های فردی باشند، عناصر ساختاری تولیدکننده کنش جمعی‌اند. به تعبیر پاتنام، این

متغیرها ظرفیت‌های درونی افراد را برای اعتماد و همیاری به منابع اجتماعی قابل تبدیل می‌سازند. تحلیل رگرسیونی نیز نشان داد که این متغیرها توان تبیین بخش مهمی از واریانس سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را دارند، که بیانگر اثرگذاری چندبعدی آن‌ها بر پویایی‌های اخلاقی سازمان است. از این رو، سیاست‌گذاری برای تقویت سرمایه اجتماعی باید هم‌زمان به ابعاد فردی، شغلی و فرهنگی توجه کند، زیرا غفلت از این سطوح، منجر به بازتولید نابرابری و تضعیف اعتماد درون‌سازمانی می‌شود. بر پایه این تحلیل، توسعه رفتارهای اخلاقی و اجتماعی پایدار مستلزم سیاست‌هایی است که تجربه، آموزش و امنیت را به صورت هم‌زمان تقویت کند.



نمودار ۴: تأثیر متغیرهای فردی بر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری

## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق حاضر در مقایسه با پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در محیط‌های صنعتی ایران نه تنها به‌عنوان یک عامل زمینه‌ای، بلکه به‌مثابه نیروی مولد مسئولیت‌پذیری اجتماعی عمل می‌کند. در حالی که مطالعات سیف‌اللهی (۱۳۹۹) و میر و همکاران (۱۴۰۰) بر نقش میانجی اخلاق سازمانی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی تأکید داشتند، یافته‌های این پژوهش نشان داد که حتی در غیاب ساختارهای رسمی اخلاقی نیز، سرمایه اجتماعی می‌تواند بستر ظهور رفتارهای مسئولانه را فراهم سازد. این نتیجه بیانگر نوعی خودزاینده‌گی اخلاقی در بستر روابط غیررسمی است؛ به این معنا که اعتماد بین فردی و پنداشت‌های مشترک قادرند در نبود سیاست‌های مدون، رفتارهای همیارانه و پاسخ‌گو را بازتولید کنند. برخلاف یافته‌های لوند-تامسن و همکاران (۲۰۱۶) که نهادینه‌نشدن مسئولیت اجتماعی را ناشی از ضعف نظارت می‌دانستند، این پژوهش نشان داد که در جامعه‌ای با روابط افقی و پیوندهای غیررسمی قوی، تعهد اخلاقی می‌تواند بدون الزام بیرونی نیز استمرار یابد. این امر نشانگر ظرفیت درونی سرمایه اجتماعی در شکل‌دهی به فضیلت جمعی است؛ ظرفیتی که ریشه در تجربه زیسته، حافظه جمعی و هنجارهای عرفی کار دارد و می‌تواند بنیان پایداری سازمانی را تقویت کند.

تحلیل تطبیقی نتایج پژوهش حاضر با نظریه‌های کلمن، پاتنام و فوکویاما نشان می‌دهد که الگوی ایرانی سرمایه اجتماعی، بیش از آنکه بر اعتماد نهادی و ساختارهای بوروکراتیک استوار باشد، به کشش‌های خرد و روابط بین فردی متکی است. در این معنا، سرمایه

اجتماعی در محیط‌های صنعتی نه از طریق قوانین رسمی، بلکه از رهگذر تعاملات روزمره و یادگیری جمعی شکل می‌گیرد. این یافته با دیدگاه پاتنام در خصوص نقش شبکه‌های افقی در ایجاد اعتماد اجتماعی همخوان است، اما در عین حال از بُعدی فرهنگی و بومی نیز برخوردار است؛ چراکه اعتماد در این محیط‌ها از دل روابط شخصی، سابقه همکاری و هنجارهای شغلی به دست می‌آید. در مقایسه با پژوهش‌های بین‌المللی مانند بون‌نوال و همکاران (۲۰۲۴) که بر تأثیر سرمایه اجتماعی در ارتقای توسعه پایدار در سطح شرکت‌های چندملیتی تأکید دارند، این تحقیق نشان داد که در ساختارهای صنعتی ایران، مفهوم پایداری بیش از آنکه نهادی باشد، اخلاقی و اجتماعی است. به بیان دیگر، سرمایه اجتماعی در این بستر نه صرفاً ابزاری مدیریتی، بلکه بنیان فرهنگی برای حفظ انسجام و بازتولید ارزش‌های حرفه‌ای است. این تبیین، وجه نوآورانه پژوهش را در برجسته‌سازی پیوند میان اعتماد غیررسمی، اخلاق کار و مسئولیت جمعی نشان می‌دهد.

نوآوری اصلی این تحقیق در آن است که به جای تمرکز بر مدل‌های صرفاً اقتصادی یا اداری، نقش سرمایه اجتماعی را در درونی‌سازی رفتارهای مسئولانه به مثابه فرآیندی فرهنگی و تعاملی مورد تحلیل قرار داده است. این نگاه تازه، از تبیین خطی و سلسله‌مراتبی مسئولیت اجتماعی فاصله گرفته و آن را پدیده‌ای چندسطحی و خودپایدار معرفی می‌کند. در واقع، یافته‌ها نشان می‌دهد که وقتی سرمایه اجتماعی در قالب روابط انسانی متراکم، اعتماد میان‌فردی و پنداشت‌های مشترک تقویت شود، مسئولیت‌پذیری به بخشی از هویت حرفه‌ای تبدیل می‌گردد نه صرفاً وظیفه‌ای شغلی. چنین برداشتی می‌تواند مبنای بازطراحی سیاست‌های صنعتی در ایران باشد، به گونه‌ای که سیاست‌گذاران به جای تأکید بر نظارت بیرونی، به پرورش شبکه‌های اعتماد و فرهنگ گفت‌وگو در درون سازمان‌ها بپردازند. از این منظر، نوآوری پژوهش حاضر در ارائه الگویی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر پایه سرمایه اجتماعی غیررسمی است؛ الگویی که به جای کنترل، بر همکاری، و به جای اجبار، بر همدلی تکیه دارد و می‌تواند زمینه‌ساز تحول در اخلاق صنعتی و حکمرانی سازمانی گردد.

## منابع

- دلاویز، محسن، مرتضوی اصل، سید خدایار، و سینیایی، عطاالله (۱۳۹۹). تأملی تطبیقی در مفهوم سرمایه اجتماعی از دیدگاه پاتنام و فوکویاما. ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۳(۴)، ۲۲۸۸-۲۳۰۶.
- میر، علی، نامیان، فرشید، معروفی نقدهی، فخرالدین، و مرادی، علیرضا (۱۴۰۰). پدیدارشناسی سرمایه اجتماعی و نقش آن در تبیین راهبرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با توجه به نقش میانجیگری اخلاق سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۲(۴۶)، ۲۳۷-۲۶۳.
- نصرالهی وسطی، لیلان، و جلیلود، محمدرضا (۱۴۰۲). نقد و بررسی نظریه سرمایه اجتماعی کلمن بر مبنای معیارهای سنجش معرفت اجتماعی. معرفت فرهنگی اجتماعی، ۱۴(۳)، ۸۳-۹۸.

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2010). Social capital: Prospects for a new concept. In M. C. Suchman, L. M. G., R. C. G., & D. P. G. (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis* (pp. 487-511). University of Chicago Press.
- Azad, A., & Pritchard, R. (2023). Measuring bonding, bridging and linking dimensions of social capital: The case of city-dwellers in Vietnam. *Journal of Urban Affairs*. Advance online publication.
- Boonnual, C., Boonnual, T., & de Correa, M. (2024). Social capital and corporate social responsibility: Pathways to the sustainability of community enterprises in Chumphon Province. *International Journal of Professional Business Review*, 9(1), 01-21.
- Boonnual, C., Prasertsri, W., & Panmanee, P. (2017). Corporate social responsibility and firm performance in Thailand. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(1), 1-10.
- Bourdieu, P. (2018). *The forms of capital*. John Wiley & Sons.

- Claridge, T. (2020, December 13). Dimensions of social capital. *Social Capital Research*. <https://www.socialcapitalresearch.com/category/dimensions/>
- Coleman, J. S. (2013). *Foundations of social theory*. Belknap Press.
- Demos. (2025). Social capital 2025: The case for strengthening social bonds to prevent crime. *Demos*. [https://demos.co.uk/wp-content/uploads/2025/02/Social-Capital-2025\\_Crime\\_Paper\\_Feb.ac\\_.pdf](https://demos.co.uk/wp-content/uploads/2025/02/Social-Capital-2025_Crime_Paper_Feb.ac_.pdf)
- Eccles, R. G., Serafeim, G., & Krzus, M. P. (2015). The integrated reporting movement: Meaning, momentum, obstacles, and the way forward. *John Wiley & Sons*.
- Elalfy, A., Palaschuk, N., El-Bassiouny, D., Wilson, J., & Weber, O. (2020). Scoping the evolution of corporate social responsibility (CSR) research in the sustainable development goals (SDGs) era. *Sustainability*, 12(14), 5544–5564.
- Farid, S., Hassan, F. N., Shah, S. A., & Yasin, M. A. (2023). Social capital and happiness in university students: A higher-order analysis. *Journal of Community Psychology*. Advance online publication.
- Fukuyama, F. (2020). The upswing: How America came together a century ago and how we can do it again. Farrar, Straus and Giroux.
- Fukuyama, F. (2022). Liberalism and its discontents. *Foreign Affairs*, 101(5), 10–18.
- Grenfell, M. (2019). *Pierre Bourdieu: Key concepts*. Routledge.
- Jones, M., & Bowden, A. (2017). The role of social responsibility in sustaining community enterprises. *Community Business Review*, 5(1), 22–35.
- Lin, N. (2012). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.
- Lorenz, E. (2018). *The evolution of social capital: A study of norms and networks*. Edward Elgar Publishing.
- Lorenz, E., & Souchard, F. (2021). Trust and cooperation in organizations: The role of social capital. *Organization Studies*, 42(7), 1089–1110.
- Lund-Thomsen, P., Lindgreen, A., & Vanhamme, J. (2016). Industrial clusters and corporate social responsibility in developing countries: What we know, what we do not know, and what we need to know. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 9–24.
- Makridis, C. A., & Wu, C. (2021). The effect of social capital, social support and social network formation on the quality of life of American adults during COVID-19. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 40(1), 1–22.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (2018). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. In *The SAGE handbook of management learning, education and development* (pp. 377–393). SAGE Publications.
- Navarro, F. (2025). Bourdieu's forms of capital. In M. Grenfell (Ed.), *Pierre Bourdieu: Key concepts for the 21st century* (pp. 71–88). Routledge.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. In J. D. Margolis & A. J. Walsh (Eds.), *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (pp. 32–58). Oxford University Press.
- Portes, A. (2014). The social capital of the poor: What is it and where does it come from? In C. C. Gibson, M. A. Ostrom, & T. K. Ahn (Eds.), *The drama of the commons* (pp. 217–236). National Academies Press.
- Prayitno, H., & Prayitno, A. (2022). The role of social capital facing pandemic COVID-19 in tourism village to support sustainable agriculture: Empirical evidence from two tourism villages in Indonesia. *Sustainability*, 14(23), 15998.
- Putnam, R. D. (2018). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (2020). *The upswing: How America came together a century ago and how we can do it again*. Simon & Schuster.
- Putnam, R. D., & Campbell, D. E. (2010). *American grace: How religion divides and unites us*. Simon & Schuster.
- Schinkel, W. (2016). Bourdieu's sociology of capital: A critical assessment. *Sociology*, 50(6), 1047–1063. <https://doi.org/10.1177/0038038515603773>
- Thomson, P. (2019). Bourdieu on capital: An introduction to a key idea. In *Bourdieu, social capital, and education* (pp. 1–18). Brill.
- Tohidi, H., & Nahapiet, J. (2023). Social capital, knowledge sharing, and organizational performance: A systematic review and future research agenda. *Journal of Management & Organization*, 29(3), 478–500.
- Tran, N., & Kim, M. (2025). Exploring the relationship between social capital and hedonic well-being in sport and physical activity contexts: A scoping review. *Frontiers in Psychology*. Advance online publication.

- Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. (2016). Corporate social responsibility: An overview and new research directions. *Journal of Management*, 42(5), 534–547.
- Webb, J., Schirato, T., & Danaher, G. (2020). *Understanding Bourdieu*. SAGE Publications.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2011). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. In M. Woolcock (Ed.), *The social capital reader* (pp. 13–48). The World Bank.
- Zmerli, S., & Newton, K. (Eds.). (2017). *Handbook of research on social capital, trust, and social cohesion*. Edward Elgar Publishing.