



Examining the conceptual model of the relationship between spiritual identity and the promotion of Mahdism discourse through intellectual capital

Sirous Hadadnia¹, Abas Sabet Ardkani²

1. Assistans Professor, Nouraabad Mamasani Branch, Islamic Azad Univwersity, Nourabad Mamasani, Iran .S_hadadnia@yahoo.com

2. . Master's student in human resources education and improvement, Islamic Azad University, Sepidan branch, Sepidan, Iran. Sabet.a@yahoo.com

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	Objective: The purpose of this study was to test the conceptual model of the relationship between spiritual identity and the promotion of Mahdism discourse through intellectual capital among the military personnel of Sepidan city.
Article history: Received ۲۰۲۴/۰۶/۲۵ Received in revised form ۲۰۲۴/۰۸/۰۰ Accepted ۲۰۲۴/۰۹/۱۱ Published online ۲۰۲۴/۰۹/۲۱	Methodology: The number of members of the statistical population of the research was ۶۳۰, and with the help of Cochran's formula, ۳۸۴ of these members were selected by simple random sampling. In order to collect data from Bontis and Holland (۲۰۰۲) questionnaires; Cheek et al.'s spiritual identity questionnaire (۱۹۹۴); And Mahdavit culture questionnaire of INFORS (۲۰۱۵) was used. Face validity was done with the help of professors and experts and Cronbach's alpha coefficient was used to check reliability, which was obtained as ۰.۹۷, ۰.۸۷ and ۰.۹۱ respectively. Also, the method of data analysis was based on the inferential statistics of correlation coefficient and regression, as well as the structural equation model with the help of SPSS and SMART PLS software.
Keywords: <i>intellectual capital,</i> <i>spiritual identity,</i> <i>promoting the discourse of</i> <i>spirituality, military</i> <i>personnel.</i>	Findings: The results of the present research showed that with the increase in spiritual identity and the subsequent increase in intellectual capital, the promotion of Mahdism discourse among employees is improved. In fact, with the increase of spiritual identity among the employees, the extent of promoting the discourse of Mahdism among them is strengthened. Also, by increasing the amount of spiritual identity among the employees, the amount of intellectual capital is also improved among them. In addition, by increasing the amount of intellectual capital among the employees, the amount of promoting the Mahdavit discourse is also increased.

Cite this article: Hadadnia, S., Sabet, A. A., (۲۰۲۴). Examining the conceptual model of the relationship between spiritual identity and the promotion of Mahdism discourse through intellectual capital. *Management of Human Defense Capacity*, ۴ (۱۲), ۱-۲۰



DOI:



آزمون الگوی مفهومی ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت از طریق سرمایه فکری کارکنان نظامی

سیروس حدادنیا^{۱*}، عباس ثابت اردکانی^۲

۱. نویسنده مسئول استادیار رشته برنامه ریزی درسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نورآباد ممسنی، نورآباد ممسنی، ایران. ،

S_Hadadnia@Yahoo.Com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش و بهسازی منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان، سپیدان، ایران.

Saber.a@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

پژوهش حاضر با هدف آزمون الگوی مفهومی ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت از طریق سرمایه فکری در بین کارکنان نظامی شهرستان سپیدان بود. تعداد اعضای جامعه آماری پژوهش ۶۳۰ نفر بود که با کمک فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر از این اعضا با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در جهت گردآوری داده‌های از پرسشنامه‌های بونتیسی و هولند (۲۰۰۲)؛ پرسشنامه هویت معنوی چیک و همکاران (۱۹۹۴)؛ و پرسشنامه فرهنگ مهدویت اینفورس (۱۳۹۵) استفاده شد. روایی صوری با کمک اساتید و صاحب‌نظران و در جهت بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۹۱ و ۰/۹۱ به دست آمد. همچنین روش تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس آمار استنباطی ضریب همبستگی و رگرسیون و نیز مدل معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزارهای SPSS و SMART PLS بوده است. نتیجه یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد با افزایش میزان هویت معنوی و در پی آن افزایش سرمایه فکری میزان ترویج گفتمان مهدویت در میان کارکنان ارتقا می‌یابد. در واقع با افزایش هویت معنوی در میان کارکنان میزان ترویج گفتمان مهدویت در آنان تقویت می‌شود. همچنین با افزایش میزان هویت معنوی در بین کارکنان میزان سرمایه فکری نیز در آنان ارتقا می‌یابد. علاوه بر این با افزایش میزان سرمایه فکری در میان کارکنان بر میزان ترویج گفتمان مهدویت نیز افزوده می‌شود.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۴/۰۵

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۵/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۶/۱۱

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۰۶/۳۱

کلیدواژه‌ها:

سرمایه فکری، هویت معنوی، گفتمان معنویت، کارکنان نظامی.

استناد: حدادنیا، سیروس؛ ثابت اردکانی، عباس؛ (۱۴۰۳). آزمون الگوی مفهومی ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت از طریق سرمایه فکری کارکنان نظامی. *فصلنامه مدیریت سرمایه انسانی دفاعی*. ۱۴ (۴)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/10.29253/2782-4604.14030405>

ناشر: دانشگاه افسری امام علی (ع)



مقدمه

یکی از مفاهیمی که در سال‌های اخیر توجه محققان را به سمت خو جلب نموده است و به عنوان شناسایی خود بر اساس معنویت و تجربه‌های معنوی تعریف شده است، هویت معنوی^۱ است (Gholami & Geravand, ۲۰۲۱). نظریه‌پرداز پیشگامی همچون جیمز^۲ (۱۹۸۰) با مطرح ساختن خودمعنوی به بررسی رابطه دو متغیر هویت و معنویت پرداخته است. از نظر وی، خود معنوی به معنای زندگی درونی افراد است و آن را خودی که حقیقی، نهایی، دایمی و بالاترین سطح نظم و پیشرفته‌تر از خود مادی و اجتماعی است، تعریف نموده است (کازمی و همکاران، ۱۴۰۰). خود معنوی افراد در تجربه‌های عرفانی و معنوی آنها هویدا می‌گردد. سپس این تجربه‌ها درونی شده و با هویت فرد یکپارچه می‌گردند تا نهایتاً فرد خود را به عنوان یک وجود معنوی درک نماید (Gholami & Geravand, ۲۰۲۱). در واقع هر یک از محققان بر اساس یک دیدگاه به بررسی دو سازه هویت و معنویت توجه داشته‌اند؛ اما به طور کلی مطالعات در این زمینه شامل دو رویکرد: عرفی یا روانی اجتماعی و رویکرد فراشخصی می‌باشند (عباسپور و حسین‌زاده، ۱۳۹۸). در رویکرد عرفی، هویت به عنوان من تعریف شده که مرز و حدود مشخصی را دارا می‌باشد. بر اساس این دیدگاه، هویت معنوی به عنوان نحوه‌ایکه فرد معنویت و تجربه‌های معنوی خود مانند احساس تعالی را با من خود یکپارچه می‌نماید تعریف شده است. از سوی دیگر، در رویکرد فراشخصی، هویت به خود و کارکرد آن محدود نمی‌شود. بلکه هویت اساساً در سرشت و طبیعت امری معنوی است. در این رویکرد، هویت و معنویت از هم جدا نبوده بلکه شبیه به هم در نظر گرفته شده‌اند. از این رو، در این دیدگاه هویت معنوی بدین معنا نیست که محتوای هویت با معنویت ساخته شود، بلکه هم ساختار و هم فرایندهایی که از طریق آنها هویت ایجاد می‌شود، معنوی هستند (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۱). از طرفی پیش‌نیاز و مقدمه‌ی توسعه‌ی عملکرد سازمان‌ها در جهت نیل به اهداف از قبل تعیین شده آنها سرمایه‌های اجتماعی و فکری آنها است (گرامی و همکاران، ۱۴۰۱). سرمایه فکری^۳ از دسته مفاهیمی می‌باشد که امروزه به طور فزاینده‌ی اهمیت آن در سازمان‌ها افزوده شده و می‌تواند بر اکثر ساختارهای سازمانی تاثیرگذار باشد (Latas et al. ۲۰۱۷). سرمایه فکری یکی از اساسی‌ترین دارایی‌های سازمان بوده که بر سه مولفه

^۱ spiritual identity

^۲ James

^۳ Intellectual capital

اصلی: سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی تمرکز می‌نماید (Chen et al. ۲۰۱۴). به گونه‌ای که بین مولفه‌های سرمایه فکری و عملکرد سازمان ارتباط معناداری وجود دارد. از بین اجزای آن نیز سرمایه ساختاری، ارتباطی و انسانی به ترتیب بیشترین میزان تاثیر را بر عملکرد سازمانی دارند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۹). سرمایه فکری ترکیبی از حقیقت‌ها، داده‌ها، منابع منطقی و تجربه-های فرد در یک سازمان است (Patthirasinsiri & Wiboonrat. ۲۰۱۹). محققان برای سرمایه فکری مفاهیم مختلفی را بیان نموده و آن را ترکیبی از دارایی‌ها و فعالیت‌های نامشهود معرفی کرده‌اند که سازمان‌ها را قادر نموده تا از طریق منابع را به ارزش‌ها سرمایه‌گذار تبدیل نمایند و سرمایه فکری به عنوان ترکیبی از منابع انسانی، ارتباطی، سازمانی و ساختاری می‌باشد (محمدآبادی و همکاران، ۱۴۰۱).

از طرفی اصل اعتقاد و باور به مهدویت، اصلی فراگیر در میان گروه‌ها و فرقه‌های مختلف اسلامی است و اندیشه مهدویت اندیشه‌ای فرا مذهبی است که همه گروه‌های اسلامی بدان اعتقاد دارند. روایات متواتری از پیامبر اکرم (ص) رسیده است که حضرت مهدی عجل از اهل بیت پیامبر (ص) است (آیت‌الله سبحانی، ۱۳۹۵). در واقع فرهنگ مهدویت مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که درباره ظهور منجی موعود از نسل پیامبر (ص) شکل گرفته و ریشه‌های معرفتی آن از کتاب و سنت استخراج می‌شود. از این منظر، فرهنگ مهدویت ریشه در تاریخ بشر دارد. به بیان دیگر، همه ادیان الهی از همان آغاز، منادی ظهور منجی موعود بوده‌اند. از آن‌جا که نگرش ادیان به تاریخ تحول خطی و سرانجام نیک برای انسان و جهان و تحقق وعده الهی بوده است، پیامبران آسمانی همواره از فرارسیدن عصری طلایی که تحقق‌بخش وعده الهی باشد، خبر داده‌اند. اما به طور خاص، در اسلام نیز آموزه مهدویت و به پیروی از آن، فرهنگ شکل گرفته بر اساس آن نیز قدمتی هم‌پای ظهور اسلام دارد. مؤمنان همواره به فرارسیدن چنین عصری بشارت داده می‌شدند. از این‌رو محور اساسی فرهنگ مهدویت را می‌توان تحقق فرج و ظهور منجی موعود دانست. هرگونه نگرش، هنجار و سنت‌ها و شعائر خاصی که در یک جامعه حول چنین اعتقادی شکل می‌گیرد، می‌تواند در مقوله فرهنگ مهدویت قرار گیرد (اینفورس، ۱۳۹۵). لذا ترویج و بررسی گفتمان‌های مربوط به مهدویت در بین کارکنان از موارد ضروری و با اهمیت است. با توجه به کم بودن تحقیق در این زمینه و وجود خلا پژوهشی، محقق در پژوهش حاضر درصدد بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه فکری در ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی شهر سپیدان خواهد بود.

لذا سوال اصلی تحقیق بدین صورت بیان می‌گردد که: آیا سرمایه فکری در ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی شهر سپیدان نقش واسطه‌ای دارد؟

پیشینه پژوهشی

در پژوهشی با عنوان تاثیر مدیریت دانش بر سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و نوآوری، گرامی و همکاران (۱۴۰۱)، نشان دادند که مدیریت دانش بین سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری دارد. مدیریت دانش تأثیر معناداری بر نوآوری داشته. با این حال، سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر نوآوری تأثیر بسزایی دارند. از سوی دیگر مدیریت دانش با میانجیگری سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین در پژوهشی دیگر با عنوان شناسایی مولفه‌های سرمایه فکری مدرسان دانشگاه فرهنگیان خراسان شمالی، محمدآبادی و همکاران (۱۴۰۱): نشان دادند، تیم‌سازی و مشارکت، یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، رهبری تحول‌آفرین، شایسته‌سالاری، پذیرش فناوری، فرهنگ‌پذیری و بصیرت مهارتی و به عنوان مولفه‌های سرمایه فکری مطرح می‌شوند. این مؤلفه‌ها می‌توانند در تصمیمات بهبود عملکرد سیستم‌های آموزشی به ویژه در دانشگاه‌های فرهنگیان مورد استفاده قرار گیرد. دالوند و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان اثر سرمایه فکری روی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری و فرهنگ یادگیری اعضای هیأت‌علمی دانشگاه لرستان انجام داده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که سرمایه فکری بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی از طریق نوآوری و فرهنگ یادگیری اثر مستقیم دارد. غفوری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با عملکرد مالی بر اساس نقش میانجی اشتراک دانش انجام داده‌اند. نتایج تحلیل مسیر نشان داد ابعاد سرمایه فکری ارتباط معناداری با اشتراک دانش دارد ولی ابعاد سرمایه فکری ارتباط معناداری با عملکرد مالی نداشت. همچنین اشتراک دانش ارتباط معناداری با عملکرد مالی شرکت مورد مطالعه دارد. پراکوسو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان سرمایه فکری چگونه باید توسعه یابد؟ دیدگاه دینی اسلامی انجام داده‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که ساخت سرمایه انسانی، جایگاه کارکنان را در جهت داشتن صداقت، امانت، مطالبه علم، شداقه، زکات و احکام اسلامی است. ثانیاً، سرمایه ساختاری یک تجارت با برکت است، نه

دلخواهی برای کارکنان، رفاه، تعهد تجاری به امانتداری، صدقه برای کسب و کار، اصل ریدو در سازمان و دادن حقوق کارکنان. ثالثاً، سرمایه مشترییک وعده است، انجام کار خیر/خدمت، صداقت به مشتریان، مسئولیت پذیری، احکام اسلامی، صداقت برای مسئولیت اجتماعی، امانت داری، و تعیین قیمت مانند برای مشابه. لکیک و همکاران^۱ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان دیدگاه کارکنان از رابطه سرمایه فکری و عملکرد تجاری شرکت‌های ICT انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار آماری بین مولفه‌های فردی سرمایه فکری و عملکرد تجاری شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات است که فرضیه‌ها را تایید می‌کند. ثابت شد که سرمایه انسانی قوی‌ترین تأثیر را بر عملکرد تجاری شرکت‌های ICT دارد. الخطیب و مارکو^۲ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان آیا سرمایه فکری می‌تواند مزیت رقابتی را ارتقا دهد؟ قابلیت‌های نوآوری خدمات و تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ در یک مدل میانجیگری تعدیل شده انجام داده‌اند. یافته‌ها- نتایج نشان داد که مدل میانجی‌گری پیشنهادی مورد پذیرش قرار گرفت، زیرا روابط بین سازه‌ها از نظر آماری معنی‌دار بود. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها از رابطه مثبت بین سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای و مزیت رقابتی و همچنین اثر میانجی نوآوری خدمات پشتیبانی می‌کند. سرولتوگس و همکاران^۳ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد بانک‌های تجاری در مغولستان انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که سرمایه انسانی و سرمایه به کار گرفته شده تأثیر مثبتی بر بازده حقوق صاحبان سهام دارد. همچنین سرمایه ساختاری به کار گرفته شده اثر مثبتی بر بازده کل دارایی‌ها دارد. سرمایه انسانیت تأثیر مثبت بر حاشیه سود خالص داشته در حالی که سرمایه به کار گرفته شده تأثیر منفی بر حاشیه سود خالص دارد. یاسین و همکاران^۴ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان رهبری معنوی و سرمایه فکری: نقش میانجی امنیت روانی و اشتراک دانش انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که رهبری معنوی تأثیر مثبت معناداری بر PS دارد. PS تأثیر مثبتی بر اشتراک دانش (KS) و KS تأثیر مثبتی بر سرمایه فکری دارد. علاوه بر این، PS بین رهبری معنوی و KS واسطه می‌شود. KS میانجی بین PS و سرمایه انسانی، اجتماعی و سازمانی است. غلامی و گراوند (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان عوامل موثر بر سرمایه معنوی کارکنان سازمان

۱. Lekić et al

۲. Alkhatib & Marco

۳. Saruultugs et al

۴. Yasin et al

های غیردولتی شهر تهران انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان داد که عوامل سازمانی و گروهی بر مقدار محوری تاثیر مثبت و معناداری دارند؛ همچنین یافته‌ها نشان داد فرهنگ جامعه؛ محیط خانواده؛ محیط مذهبی و محیط اجتماعی بر استراتژی فرهنگ محل کار تاثیر مثبت و معناداری دارند. علاوه بر این، تاثیر فرهنگ محیط کار و ارزش‌مداری بر پایداری، رضایت شغلی، افزایش علاقه، تعهد سازمانی، آرامش خاطر تاثیر معناداری دارد.

روش پژوهشی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع توصیفی است که با کمک ابزار پرسشنامه‌های استاندارد و به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان نظامی شهرستان سپیدان به تعداد ۶۳۰ نفر بود که با کمک فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر از این اعضا با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها شامل دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی بود که در بخش کتابخانه‌ای از مطالعه کتب، مقاله‌ها، پایان‌نامه و سایت‌های علمی معتبر در جهت گردآوری پیشینه پژوهش و در جهت گردآوری داده‌های میدانی از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. بدین صورت که در جهت بررسی متغیر سرمایه فکری از پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری بر مبنای مدل بونتیس و هولند (۲۰۰۲)؛ و در جهت بررسی هویت معنوی از پرسشنامه چیک و همکاران (۱۹۹۴)؛ در جهت بررسی فرهنگ مهدیوت نیز از پرسشنامه اینفورس (۱۳۹۵) استفاده شد. در جهت بررسی روایی پژوهش با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه‌ها از روایی صوری با کمک اساتید و صاحب‌نظران و در جهت بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که پرسشنامه سرمایه فکری ۰/۹۲، هویت معنوی ۰/۸۷ و فرهنگ مهدیوت ۰/۹۱ به دست آمد. در جهت تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی از جداول، نمودار، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی در جهت بررسی ویژگی‌های اعضای نمونه و در بخش استنباطی از ضریب همبستگی و رگرسیون و نیز مدل معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزارهای SPSS و SMART PLS استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور بررسی همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول شماره ۱: بررسی همبستگی میان متغیرهای تحقیق

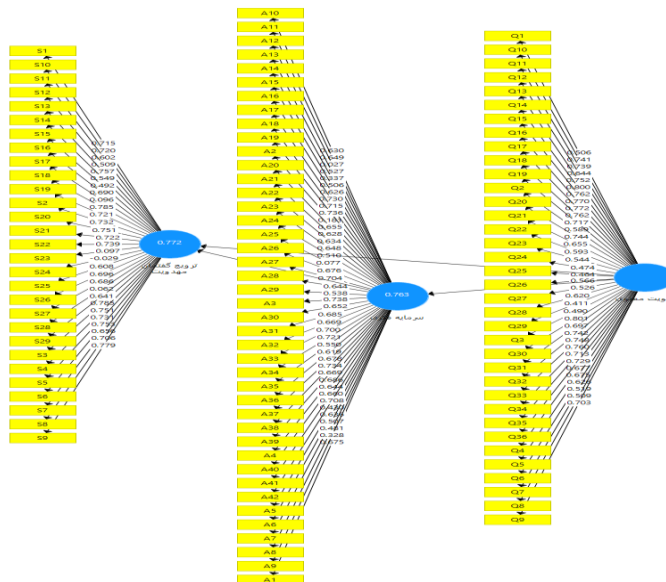
متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
سرمایه انسانی	۱							
سرمایه ساختاری	**۰/۷۴۶	۱						
سرمایه رابطه ای	**۰/۶۷۷	**۰/۸۰۸	۱					
سرمایه فکری	**۰/۸۸۴	**۰/۹۳۱	**۰/۹۱۶	۱				
باورهای ماورایی	**۰/۶۵۱	**۰/۷۶۵	**۰/۸۴۴	**۰/۸۳۰	۱			
باورهای اخلاقی	**۰/۵۹۵	**۰/۶۸۱	**۰/۷۰۷	**۰/۷۲۷	**۰/۷۷۶	۱		
هویت معنوی	**۰/۶۶۴	**۰/۷۷۲	**۰/۸۳۲	**۰/۸۳۳	**۰/۹۵۷	**۰/۹۲۵	۱	
ترویج گفتمان مهدویت	**۰/۵۶۲	**۰/۷۳۸	**۰/۷۸۳	**۰/۷۶۵	**۰/۷۵۴	**۰/۷۴۶	**۰/۷۹۵	۱

** در سطح معناداری ۰/۰۱ معنادار است.

جدول ۱، نتایج بررسی همبستگی بین متغیرهای تحقیق مبین آن است که متغیر سرمایه فکری با ضریب همبستگی ۰/۷۶۵ و متغیر هویت معنوی با ضریب همبستگی ۰/۷۹۵ دارای همبستگی مثبت و معناداری با متغیر ترویج گفتمان مهدویت می‌باشد زیرا میزان معناداری محاسبه شده کمتر از ضریب خطای ۰/۰۱ می‌باشد در نتیجه می‌توان بیان کرد که با افزایش

سرمایه فکری و هویت معنوی میزان ترویج گفتمان مهدویت نیز ارتقا می‌یابد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که متغیر سرمایه فکری با ضریب $0/833$ با متغیر هویت معنوی دارای همبستگی مثبت و معناداری در سطح معناداری $0/01$ است مبنی بر اینکه با افزایش سرمایه فکری میزان هویت معنوی در میان کارکنان افزایش می‌یابد.

نمودار شماره ۱، نتایج بررسی ضرایب بارهای عاملی هر یک از متغیرهای اصلی تحقیق را در مدل نشان می‌دهد همانطور که مشهود است میزان ضرایب بارهای عاملی اکثریت گویه‌های حاضر در مدل بالاتر از میزان $0/3$ شده است اما برخی از گویه‌های متغیرهای سرمایه فرهنگی و ترویج گفتمان مهدویت کمتر از میزان $0/3$ بوده است در میان گویه‌های متغیر سرمایه فکری شامل گویه‌های شماره ۱۲، ۲، ۲۵، از میان گویه‌های متغیر ترویج گفتمان مهدویت گویه‌های شماره ۱۷، ۲۳، ۲۴، و ۲۸ دارای ضرایب بار عاملی کمتر از $0/3$ بودند در نتیجه این چند گویه ضعیف از مدل حاضر حذف شدند و مابقی گویه‌ها دارای ضریب بار عاملی بالای $0/3$ در مدل باقی ماندند. در حالی که گویه‌های متغیر هویت معنوی تماماً دارای ضریب بار عاملی بالای سه دهم بودند و این گویه‌ها به خوبی توانایی سنجش مفهوم هویت معنوی را در مدل داشتند و همبستگی درونی مناسبی بین آنان برقرار بود.

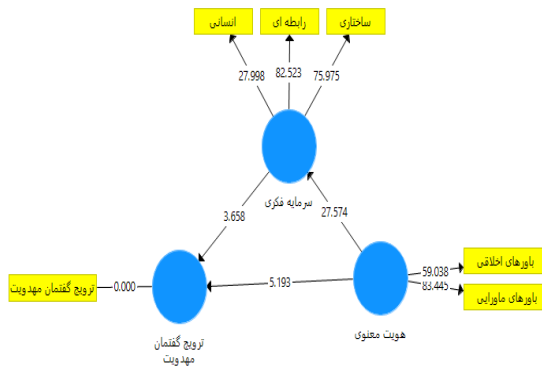


نمودار شماره ۱: بررسی ضرایب بارهای عاملی هر یک از متغیرهای اصلی تحقیق

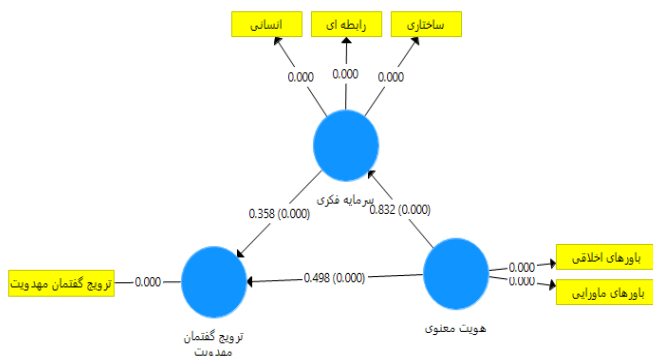
از آنجا که مقدار جذر AVE مربوط به هر سازه (متغیرهای مکنون) در تحقیق حاضر که در خانه های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته اند، تقریباً از مقدار همبستگی میان شان که در خانه های زیرین و چپ قطر اصلی قرار دارند بیشتر است، از این رو، می توان گفت که در تحقیق حاضر، سازه های مدل تعامل بیش تری با شاخص های خود دارند تا با سازه های دیگر. به عبارت دیگر، روایی واگرایی مدل مناسب است. نتایج در جدول شماره ۲، و میزان برازش مدل ساختاری در نمودار شمار ۲ و ۳، نشان داده شده است.

جدول ۲: ماتریس سنجش روایی واگرا با روش فورنل و لارکر

متغیرها	۱	۲	۳
ترویج گفتمان مهدویت	۰/۸۴۷		
سرمایه فکری	۰/۸۵۶	۰/۹۰۸	
هویت معنوی	۰/۸۴۳	۰/۸۷۴	۰/۸۶۳



نمودار شماره ۲، بررسی ضرایب استاندارد t-value رابطه ی هویت معنوی با ترویج گفتمان مهدویت با میانجی گری سرمایه فکری



نمودار شماره ۳، بررسی ضرایب استاندارد p-value رابطه ی هویت معنوی با ترویج گفتمان مهدویت با میانجی گری سرمایه فکری

فرضیه اول پژوهشی: سرمایه فکری در ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی نقش واسطه‌ای دارد. بررسی ضرایب استاندارد مستقیم، غیر مستقیم و کل، در جدول شماره ۴ آورده شده است.

جدول شماره ۴: بررسی ضرایب استاندارد مستقیم، غیر مستقیم و کل

مسیر رابطه	مستقیم	مقدار معناداری (t-value)	غیر مستقیم	مقدار معناداری (t-value)	کل
سرمایه فکری ← ترویج گفتمان مهدویت	۰/۳۵۸	۳/۶۵۸	۰/۳۵۸
هویت معنوی ← ترویج گفتمان مهدویت	۰/۴۹۸	۵/۱۹۳	۰/۲۹۸	۳/۶۶۴	۰/۷۹۶
هویت معنوی ← سرمایه فکری	۰/۸۳۲	۲۷/۵۷۴	۰/۸۳۲

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که متغیر برون‌زاد هویت معنوی بر متغیر درون‌زاد ترویج گفتمان مهدویت با میانجی‌گری سرمایه فکری دارای اثر غیر

مستقیم و معناداری دارد. مبنی بر اینکه میزان ضریب استاندارد این رابطه غیر مستقیم ۰/۲۹۸ با میزان تی ۳/۶۶۴ است میزان تی محاسبه شده از ۱/۹۶ بیشتر است در نتیجه می توان بیان کرد که با افزایش میزان هویت معنوی و در پی آن افزایش سرمایه فکری میزان ترویج گفتمان مهدویت در میان کارکنان ارتقا می یابد. فرضیه اصلی تایید می شود.

فرضیه فرعی اول: بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد. ضرایب استاندارد مستقیم مسیر های در مدل همراه با میزان معناداری t-value و p-value در جدول ۳، آمده است.

جدول شماره ۳، بررسی ضریب تاثیر متغیرهای تحقیق

نتیجه بررسی	مقدار معناداری (P-value)	مقدار معناداری (t-value)	ضریب مسیر استاندارد (β)	مسیر رابطه	
				به متغیر	از متغیر
تایید	۰/۰۰۰	۳/۶۵۸	۰/۳۵۸	سرمایه فکری ← ترویج گفتمان مهدویت	
تایید	۰/۰۰۰	۵/۱۹۳	۰/۴۹۸	هویت معنوی ← ترویج گفتمان مهدویت	
تایید	۰/۰۰۰	۲۷/۵۷۴	۰/۸۳۲	هویت معنوی ← سرمایه فکری	

بر طبق نتایج جدول ۳، نشان می دهد که بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. بدین ترتیب که میزان ضریب استاندارد مستقیم این رابطه ۰/۴۹۸ با میزان ضریب تی ۵/۱۹۳ است که از میزان تی ۱/۹۶ بیشتر است در نتیجه می توان بیان کرد که با افزایش هویت معنوی در میان کارکنان میزان ترویج گفتمان مهدویت در آنان تقویت می شود. فرضیه تایید می شود.

فرضیه فرعی دوم: بین هویت معنوی و سرمایه فکری در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضرایب استاندارد مستقیم مسیر های در مدل همراه با میزان معناداری t-value و p-value در جدول ۳، آمده است.

بر طبق نتایج جدول ۳، نشان می دهد که به متغیر برونزاد هویت معنوی دارای اثر مستقیم و معناداری بر متغیر میانجی سرمایه فکری می باشد. مبنی بر اینکه میزان ضریب استاندارد بتا این رابطه ۰/۸۳۲

با میزان تی ۲۷/۵۷۴ است که از میزان ۱/۹۶ بیشتر است در نتیجه می‌توان بیان کرد که با افزایش میزان هویت معنوی در بین کارکنان میزان سرمایه فکری نیز در آنان ارتقا می‌یابد.

فرضیه فرعی سوم: بین سرمایه فکری و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضرایب استاندارد مستقیم مسیر های در مدل همراه با میزان معناداری t-value و p-value در جدول ۳، آمده است.

بر طبق نتایج جدول شماره ۳، نشان می‌دهد که متغیر میانجی سرمایه فکری بر متغیر درون زاد ترویج گفتمان معنویت دارای اثر مستقیم و معناداری می‌باشد میزان ضریب استاندارد بتا این رابطه ۰/۳۵۸ با میزان تی ۳/۶۵۸ می‌باشد مبنی بر اینکه میزان تی محاسبه شده از ۱/۹۶ بیشتر است در نتیجه می‌توان بیان کرد که با افزایش میزان سرمایه فکری در میان کارکنان بر میزان ترویج گفتمان مهدویت نیز افزوده می‌شود فرضیه تایید می‌گردد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج فرضیه اصلی پژوهشی: سرمایه فکری در ارتباط بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی نقش واسطه‌ای دارد، نشان داد که متغیر برون زاد هویت معنوی بر متغیر درون زاد ترویج گفتمان مهدویت با میانجی‌گری سرمایه فکری دارای اثر غیر مستقیم و معناداری است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که با افزایش میزان هویت معنوی و در پی آن افزایش سرمایه فکری میزان ترویج گفتمان مهدویت در میان کارکنان ارتقا می‌یابد. بنابراین فرضیه اصلی تایید می‌شود. بر این اساس می‌توان بیان داشت که در واقع فرهنگ مهدویت مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که درباره ظهور منجی موعود از نسل پیامبر(ص) شکل گرفته و ریشه‌های معرفتی آن از کتاب و سنت استخراج می‌شود. از این منظر، فرهنگ مهدویت ریشه در تاریخ بشر دارد. به بیان دیگر، همه ادیان الهی از همان آغاز، منادی ظهور منجی موعود بوده‌اند. از آن جا که نگرش ادیان به تاریخ تحول خطی و سرانجام نیک برای انسان و جهان و تحقق وعده الهی بوده است، پیامبران آسمانی همواره از فرارسیدن عصری طلایی که تحقق بخش وعده الهی باشد، خبر داده‌اند. اما به طور خاص، در اسلام نیز آموزه مهدویت و به پیروی از آن، فرهنگ شکل گرفته بر اساس آن نیز قدمتی هم‌پای ظهور اسلام دارد. مؤمنان همواره به فرارسیدن چنین عصری بشارت داده می‌شدند. از این رو محور اساسی فرهنگ مهدویت را می‌توان تحقق

فرج و ظهور منجی موعود دانست. هرگونه نگرش، هنجار و سنت‌ها و شعائر خاصی که در یک جامعه حول چنین اعتقادی شکل می‌گیرد، می‌تواند در مقوله فرهنگ مهدویت قرار گیرد.

نتایج فرضیه فرعی اول: بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد. نشان داد که بین هویت معنوی و ترویج گفتمان مهدویت رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. در نتیجه می‌توان بیان کرد که با افزایش هویت معنوی در میان کارکنان میزان ترویج گفتمان مهدویت در آنان تقویت می‌شود. بنابراین فرضیه تأیید شده است. در واقع هویت معنوی یک حس اتصال بین شخص و قدرت بالاتر، یا یک جامعه معنوی و یا جنبه‌های بسیار ارزشمندی از خود ایجاد می‌کند. ارتباط با افراد دیگر که برای شخص مهم هستند، تاثیر بسیاری بر نحوه عملکرد هویت معنوی در چگونگی ایجاد معنا دارد. هویت معنوی به عنوان یک هویت فردی شناخته می‌شود، زیرا که با گروهی در اشتراک نیست و به ویژگی‌های معنوی خود شخص وابسته است. در واقع معنویت با احساس تعلق به یک گروه وابسته نیست. معنویت و هویت معنوی پایه و اساس جستجوی معنی در زندگی و دنیای فردی است که سعی دارند پیچیدگی آن را کشف نمایند؛ زیرا هویت معنوی برای آنان ارزشی به روز و مهم است که در آن اصول، اخلاقیات و دیدگاه‌هایی که می‌توانند با آن دنیا را ببینند، ترسیم می‌کنند. هویت معنوی زمینه ساز گفتمان مهدویت است که با رشد و ترویج هویت معنوی در یک جامعه به ویژه کارکنان نظامی گفتمان مهدویت نیز رشد و ترویج خواهد کرد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های غلامی و گراوند (۲۰۲۱)، همسو می‌باشد.

نتایج فرضیه فرعی دوم: بین هویت معنوی و سرمایه فکری در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد. نشان داد که متغیر برونزاد هویت معنوی دارای اثر مستقیم و معناداری بر متغیر میانجی سرمایه فکری می‌باشد. می‌توان بیان کرد که با افزایش میزان هویت معنوی در بین کارکنان میزان سرمایه فکری نیز در آنان ارتقا می‌یابد. در تبیین نتیجه حاضر، سرمایه فکری عامل اصلی و اساسی برای رشد هویت ارزشی و معنوی در سازمان محسوب می‌شود و کلیه سازمان‌هایی که مدیریت سرمایه فکری را دنبال می‌نمایند، بر این امر تاکید دارند که سرمایه فکری قابلیت‌های آینده سازمان را تعریف می‌کند. سرمایه فکری را دارایی‌های نامشهود مانند دارایی‌های مبتنی بر اطلاعات که شامل فناوری، اعتماد مشتری، تصویر سازمانی حاصل از علائم تجاری، فرهنگ سازمانی و مهارت‌های مدیریتی می‌باشند، تعریف کرده‌اند. بنابراین سرمایه فکری در سازمان پدیده‌ی مهم و قابل توجهی می‌باشد. مبتنی بر این مباحث می‌توان بیان داشت که

در راستای نتایج تحقیق، افزایش در سطح هویت معنوی و یافتن معنای زندگی در بین کارکنان یک سازمان می تواند سرمایه فکری که نوعی دارایی نامشهود است را در سازمان ارتقا داد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های پراکوسو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) و لکیک و همکاران^۲ (۲۰۲۲)، همسو می باشد.

نتایج فرضیه فرعی سوم: بین سرمایه فکری و ترویج گفتمان مهدویت در بین کارکنان نظامی ارتباط معناداری وجود دارد. نشان داد که متغیر میانجی سرمایه فکری بر متغیر درون زاد ترویج گفتمان معنویت دارای اثر مستقیم و معناداری می باشد. می توان بیان کرد که با افزایش میزان سرمایه فکری در میان کارکنان بر میزان ترویج گفتمان مهدویت نیز افزوده می شود. بنابراین فرضیه تایید شده است. ترویج گفتمان مهدویت از جمله عواملی است که از سرمایه فکری و هویت معنوی کارکنان نشات گرفته و در صورت ارتقای این دو متغیر، این متغیر نیز ارتقا می یابد. در واقع زمانی که کارکنان یک سازمان دارای فرهنگ مهدویت باشند و امام زمان را ناظر بر اعمال و رفتار و گفتار خود ببینند؛ این پدیده به آنها آرامش داده و موجب امیدواری در آنان گشته که به نوبه ی خود این امر سبب بروز رفتارهایی متناسب با فرهنگ مهدویت و در راه رضای خداوند می شود. در واقع افراد در چنین زمانی سعی دارند که کارهای مفیدی انجام دهند. از طرفی هویت معنوی سبب می شود که افکار بخش بزرگی از افکار خود را به مسائل معنوی اختصاص داده و معنویت بخش ضروری از زندگی آنان شود به گونه ای که رشد معنوی خود را در کلیه زمینه ها و به ویژه شغل خود در نظر داشته باشند که این امر سبب ارتقای فعالیت های شغلی آنان در راستای باورهای معنوی می شود که در نهایت این پدیده سبب می گردد سرمایه فکری در سازمان گسترش یافته و در نهایت این امر منجر به توسعه گفتمان مهدویت می شود. این نتایج با پژوهش های: پراکوسو و همکاران (۲۰۲۳)؛ یاسین و همکاران (۲۰۲۲)؛ غلامی و گراوند (۲۰۲۱)؛ در یک راستا می باشد.

نتیجه یافته های پژوهش حاضر نشان داد با افزایش میزان هویت معنوی و در پی آن افزایش سرمایه فکری میزان ترویج گفتمان مهدویت در میان کارکنان ارتقا می یابد. در واقع با افزایش هویت معنوی در میان کارکنان میزان ترویج گفتمان مهدویت در آنان تقویت می شود. همچنین با افزایش میزان هویت معنوی در بین کارکنان میزان سرمایه فکری نیز در آنان ارتقا می یابد.

۱. Prakoso et al

۲. Lekić et al

علاوه بر این با افزایش میزان سرمایه فکری در میان کارکنان بر میزان ترویج گفتمان مهدویت نیز افزوده می‌شود.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- مدیران سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های نظامی در جهت بهبود سرمایه فکری کارکنان خود برنامه‌هایی را در جهت ارتقای سطح هویت معنوی طراحی نمایند.
- با افزایش و ترویج فرهنگ معنویت از طریق برگزاری دوره‌های تخصصی معناسازی خود، ایجاد فرهنگ صحیح معنویت، در جهت ترویج گفتمان مهدویت و در نتیجه درک صحیح افراد از فرهنگ و جو معنوی سازمان استفاده موثر گردد.
- استفاده از نظرات و پیشنهادات کارکنان در جهت برگزاری دوره‌های متناسب با ترویج معنویت در بین آنان به منظور پیدا کردن راه‌حل، اصلاح و بهبود فرایندهای معنوی در کار می‌تواند اقدام مهمی در جهت افزایش گفتمان مهدویت به تبع آن سرمایه فکری کارکنان تلقی شود.
- ایجاد فرهنگ معنویت در سازمان و جستجوی معنای افراد مبتنی بر افزایش در سطح سرمایه فکری افراد باشد. بدین گونه که اهداف سازمانی و زندگی فردی افراد طوری طراحی شوند که از وسواس‌های فکری به دور بوده و متناسب با منابع انسانی، عملکرد سازمان و روابط آن باشند که بتوانند سرمایه فکری افراد را ارتقا دهند.
- به مدیران و مسئولان سازمان‌های نظامی توصیه می‌شود که به لحاظ معنوی از کارکنان خود حمایت کنند و رابطه فردی و معنوی با آن‌ها بوجود آورند. گوش فرادادن به نیازهای معنوی، خواسته‌ها و تنگناهای کارکنان، توجه کردن و در اوقات سخت و دشوار آن‌ها را مورد حمایت معنوی و عاطفی قرار دادن، از جمله مواردی است که به مسئولان کمک می‌کند تا بتوانند رابطه معنوی مطلوبی که موجب افزایش سرمایه فکری است، در کارکنان خود ارتقا دهند.
- عاملان منابع انسانی و سرمایه فکری در همکاری با مدیریت سازمانی به بازسازی روش‌های کار خود پرداخته تا بتوانند فرهنگ مناسب مهدویت را برای مدیریت و نیروی کار ایجاد نمایند.

قدردانی

- از همکاری و مساعدت فرماندهی ارتش جمهوری اسلامی ایران، ناحیه مقاومت سپاه پاسداران، فرماندهی نیروهای انتظامی، فرماندهی پلیس راهنمایی و رانندگی و... شهرستان سپیدان، سپاسگزاریم.
- از همه کارکنان خدوم و زحمتکش نظامی شهرستان که در تکمیل پرسشنامه ها همکاری نمودند، سپاسگزاریم.
- از دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان و استان فارس که همکاری لازم جهت اجرا و ارائه خدمات، امکانات، مشاوره اساتید و... داشتند، سپاسگزاریم.

منابع

- احمدی، غ؛ عنایتی، ت و تقوایی، م. (۱۳۹۹). تاثیر سرمایه‌های اجتماعی و فکری بر عملکرد آموزشی مربیان و آموزشگران مرکز تحقیقات و آموزشی کشاورزی مازندان، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۵۳.
- اینفورس: شبکه بین‌المللی مطالعات ادیان، فرهنگ مهدویت دانش‌آموزان متوسطه قم (۱۳۹۵)، <https://www.infors.ir/other/۳۶۶۶.html>
- دالوند، و؛ سپهوند، ر و نظرپوری، ا. (۱۴۰۰). اثر سرمایه فکری روی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری و فرهنگ یادگیری اعضای هیأت‌علمی دانشگاه لرستان، رشد فناوری، شماره ۶۹، دوره ۱۸.
- سبحانی، ج. (۱۳۹۵). همایش گفتمان مهدویت، تبریز، <http://www.azaruniv.ac.ir/News/۱۴۳۸>.
- عباسپور قاضی جهانی، ز، حسین‌زاده، ا. (۱۳۹۸). 'بررسی رابطه رهبری معنوی و سرمایه فکری با اخلاق حرفه‌ای مدیران مدارس منطقه آذرشهر،' مطالعات جامعه‌شناسی-۱۰۹، pp. ۱۲(۴۳) ، ۱۲۷. doi: ۱۰,۳۰۴۹۵/jss.۲۰۱۹,۶۶۷۹۶۰.
- غفوری، ا. ثابت، ع. انوری، ع (۱۳۹۹). بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با عملکرد مالی بر اساس نقش میانجی اشتراک دانش. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۴ (۱۲): ۱-۱۴.

- کاظمی شیما، رضانی طاهره، باقریان سمانه، بانسی محمد رضا، خشنود زهره (۱۴۰۰). نقش هوش معنوی و سبک های هویت در پیش بینی سرسختی روانشناختی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کرمان. مجله دانشگاه علوم پزشکی جیرفت ۱۴۰۰؛ ۸ (۱): ۶۰۵-۵۹۷
- گرامی. آ؛ حمید. ص و غفوریان. ع. (۱۴۰۱). تاثیر مدیریت دانش بر سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و نوآوری شرکت، فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۵، شماره ۶۹، صص ۳۶-۱۷.
- محمدآبادی. م؛ ممدآبادی. ا و کرد فیروجائی. ف. (۱۴۰۱). شناسایی مولفه های سرمایه فکری مدرسان دانشگاه فرهنگیان خراسان شمالی: یک پژوهش کیفی، فصلنامه مدیریت دانشگاهی، سال اول، شماره دوم، ۱۶۶-۱۳۷.
- میرزایی، مهدی و عبدی، شیما و نجات، سید کاظم و خوب آیند، رضا و یاور، شهناز (۱۴۰۰). رابطه بین فرهنگ اقامه نماز و انسجام سازی هویت معنوی دانش آموزان نوجوان در محیط خانه و مدرسه، هشتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های دینی و اسلامی، حقوق، علوم تربیتی و روانشناسی، تهران، <https://civilica.com/doc/۱۵۲۴۷۰۸>
- Alkhatib, A & Marco, V. (۲۰۲۲). Can Intellectual Capital Promote the Competitive Advantage? Service Innovation and Big Data Analytics Capabilities in a Moderated Mediation Model, *International Journal of Innovation Management*.
- Chen, C. J., Liu, T. C., Chu, M. A., & Hsiao, Y. C. (۲۰۱۴). "Intellectual capital and new product development. *Journal of Engineering and Technology Management*", ۳۳, ۱۵۴-۱۷۳.
- Łataś, R., & Walasek, D. (۲۰۱۶). Intellectual capital within the project management. *Procedia Engineering*, ۱۵۳, ۳۸۴-۳۹۱.
- Lekić, N.; Carić, M.; Soleša, D.; Vapa Tankosić, J.; Rajaković-Mijailović, J.; Bogetić, S.; Vučićević, M. (۲۰۲۲), Employees' Perceptions on the Relationship of Intellectual Capital and Business Performance of ICT Companies. *Sustainability*, 14, ۲۷۵. <https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۴۰۱۰۲۷۵>
- Gholami, B & Auob Garavand. (۲۰۲۱). Factors Affecting the Spiritual Capital of Employees in Non-Governmental Organizations in Tehran, *International Journal of Advanced Management and Accounting*, Vol. ۱, No. ۱ (۲۰۲۱).
- Patthirasinsiri, N., & Wiboonrat, M. (۲۰۱۹). Measuring intellectual capital of science park performance for newly established science parks in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, ۴۰(۱), ۸۲-۹۰.

- Prakoso, A., Triyuwomo, I., Purwanti, L & Roekhudin, R. (۲۰۲۳). How should intellectual capital development? An islamic religious perspective, International Journal of Professional Business Review ۸(۵):e۰۱۸۱۹.
- Saruultugs, N., Erdenebat, M. and Tsetsegmaa, T. (۲۰۲۲). The Impact of Intellectual Capital on Performance of Commercial Banks in Mongolia. iBusiness, ۱۴, ۱۷۹-۱۹۰.
- Yasin, R., Yang, S., Husenova, A., Atif, M. (۲۰۲۲). Spiritual leadership and intellectual capital: mediating role of psychological safety and knowledge sharing, Journal of Intellectual Capital ۲۴(۱).
- Chek; S. Chong Aik Lee; Arokiasamy, Lawrence, (۱۹۹۴), "Review of Empirical Research on Intellectual Capital and Financial Performance in the Banking Sector", Global Business & Management Research, Vol. ۱۱, Issue ۱, PP. ۵۳۸-۵۵۰.
- Bontis, M, Houland, E. (۲۰۲۲). Pathology of religious identity formation process in first secondary schools: a case study of Hormozgan province. IJER. ۱(۱), ۱۴-۳۷.