

تبیین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر مبنای روایات ناظر به روابط متقابل در کتاب مفاتیح الحیات

حسین محمدی^{۱*}، سید محمد موسوی مقدم^۲

۱. استادیار، گروه معارف، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

۲. استادیار، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۰۷)

چکیده

سرمایه اجتماعی یکی از اصلی‌ترین مفاهیمی است که مورد توجه دانشمندان علوم اجتماعی قرار گرفته است. این مفهوم در حوزه معارف دینی قابل بررسی است. در این مقاله روایات مربوط به ارتباط متقابل بین افراد از جمله بسترهای بررسی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بررسی شده است. روایات یادشده با رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش تحلیل محتوا در راستای تبیین مؤلفه‌های ارتباطی، شناختی و ساختاری بررسی شد. مؤلفه‌های ارتباطی زمینه را برای پیوند ذهنی در معنای تمایل به مشارکت اجتماعی فراهم می‌کند که نقطه شروع فرایند تولید سرمایه اجتماعی است. تداوم خط تولید آن منوط به تحقق عنصر اعتماد است. این عنصر می‌تواند پیوند افراد را از سطح ذهنی به عینی ارتقا دهد که در ذیل مؤلفه‌های شناختی به عنوان اصول اعتماد از آن بحث شده است. جایگاه بروز سطح عینی ارتباطات، سازمان «اخوت» است که بستر تولید سرمایه اجتماعی تلقی شده است. بر این اساس، ساختار مفهومی سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد که کاربست آن می‌تواند نظام اجتماعی را تقویت بخشیده و بر بالندگی آن بیفزاید.

کلیدواژگان

اعتماد، روایت، سرمایه اجتماعی، مفاتیح الحیات.

مقدمه

یکی از مهم‌ترین کارکردهای دین سامان‌بخشی به حیات اجتماعی انسان است. بدین دلیل عمده کتب حدیثی، بخشی از کتاب خود را به تبیین روابط اجتماعی با عناوینی مثل آداب معاشرت اختصاص داده‌اند (مجلسی، ۱۴۰۳ هـ.ق، ج ۷۱، ص ۴۲۹-۱؛ شیخ حرعاملی، ۱۴۰۹ هـ.ق، ج ۱۲، ص ۳۱۳-۵). با بررسی این روایات می‌توان به یک‌سری اصول اجتماعی دست یافت که در پیوند وثیق با سرمایه اجتماعی قرار دارند.

سرمایه اجتماعی، نوعی دارایی است که بر مبنای ایجاد، گسترش و تعمیق روابط اجتماعی و روش تعامل کنشگران اجتماعی به وجود می‌آید، به طوری که در صورت توزیع صحیح و بهینه آن می‌تواند بر انسجام اجتماعی بیفزاید. از این رو، امروزه توفیق سازمان‌ها را نمی‌توان در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات فیزیکی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی کرد (مقیم و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۲۴). در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و فیزیکی، شکل دیگری از سرمایه اجتماعی مورد توجه روزافزون قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطاتی میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (باستانی و رزمی، ۱۳۹۳، ص ۴۶). به بیان دیگر، سرمایه اجتماعی با ایجاد شبکه‌های ارتباطی از ذره‌ای شدن جامعه پیشگیری کرده و کنش را تسهیل می‌کند (فصیحی، ۱۳۸۶، ص ۸۰).

بنابراین، باید زمینه‌های سرمایه اجتماعی بازبازی شده و بر توسعه آن اقدام شود؛ زیرا امکان دارد به دلیل ناملموس بودن، کمتر مورد شناسایی قرار گیرد (قاسمی و امیری اسفرجانی، ۱۳۹۰، ص ۲۲). بی‌تردید شناخت چنین پدیده‌ای در گرو شناخت انسان و اقتضات حاکم بر ابعاد وجودی اوست که از طریق دست یازیدن به روایات میسر است. در روایات اشاره‌های مستقیم و غیرمستقیم به مفاهیم ناظر به سرمایه اجتماعی شده است. مطالعه روش‌مند آنها می‌تواند مطالعات سرمایه اجتماعی را از تناقض و تعارض‌رهای بخشد و نظام اجتماعی را سامان دهد.

بیان مسئله

سرمایه اجتماعی ابعاد مختلفی دارد. افراد جامعه با برقراری ارتباط با یکدیگر شبکه‌ای از ارتباطات را تشکیل می‌دهند و با به‌اشتراک‌گذاردن ارزش‌های مشترک سعی در توسعه و ترویج آن می‌کنند. در چنین وضعیتی، هرچه بر تعداد افراد افزوده شود، به همان میزان بر گسترش شبکه‌های اجتماعی افزوده خواهد شد. تولید، انباشت و افزایش سرمایه اجتماعی مستلزم عواملی خواهد بود. دین یکی از مهم‌ترین آن‌هاست که بر حیات انسان در طول تاریخ سایه افکنده است؛ زیرا همواره دین نمودی بوده است که عموم افراد بشر را شامل می‌شده است (دورانت، ۱۳۶۵، ج ۱، ص ۷۰؛ لوکاس، ۱۳۷۶، ج ۱، ص ۳۰). بخش مهم دستورهای دین نیز به تبیین زندگی اجتماعی مطلوب اختصاص دارد؛ زیرا در قالب نهادهای مختلف جایگاه بسیار والایی در دستیابی به هدف آفرینش؛ یعنی تعالی و استکمال حقیقی دارد (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۴۶۱). بر این اساس، جامعه در بستر ارزش‌های اجتماعی مأخوذ از دین می‌تواند هویت دینی یابد که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد (گنجی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲).

با وجود چنین اهمیتی، فقر مطالعاتی در زمینه سرمایه اجتماعی و رابطه آن با ارزش‌های اجتماعی مطرح در منابع دینی کاملاً مشهود است، و این امر موجب شده است بخش عظیمی از روایات ناظر به روابط اجتماعی هستند، نادیده گرفته شوند؛ یا در مقام تبیین آن‌ها توجهی به غرض صاحبان اصلی روایت نشود. بر این اساس، هدف اساسی تحقیق این است که با مطالعه روایات، مؤلفه‌های اساسی سرمایه اجتماعی استخراج و تبیین شود تا الگویی از بررسی روایات حوزه اجتماعی به‌دست آید.

اما از آنجا که گستره روایات مرتبط با این حوزه زیاد است، از بین کتب حدیثی، احادیث درج‌شده در کتاب *مفاتیح‌الحیات* تألیف عبدالله جوادی آملی محور مباحث قرار گرفته است. دلیل انتخاب این کتاب و توجه به احادیث موجود در آن این است که شاید به جرأت بتوان بیان کرد این کتاب یکی از معدودترین جوامع حدیثی است که سعی داشته است مناسبات فردی و اجتماعی را در عرصه زندگی سامان داده و آموزه‌های دینی را از سطح توجه به امور فردی به امور اجتماعی

انسان پیوند زند و آن را از حالت انزوا خارج کند. بر این اساس، مؤلف کتاب، آن را جلد دوم کتاب *مفاتیح الجنان* به شمار آورده است؛ زیرا همان گونه که *مفاتیح الجنان* راه سلوک بندگان و ارتباط انسان با خدا را از طریق انجام دادن اعمال عبادی هموار کرده است، کتاب *مفاتیح الحیات* نیز بنا دارد شئون دنیایی به ویژه امور اجتماعی بندگان را با همان رویکرد، با آموزه‌های و حیانی مرتبط کند. از این رو، مؤلف با تکیه بر منابع و حیانی، اصول و مبانی و نیز مواد و فروعاتی استنباط و استخراج کرده است که برای معنابخشی به زندگی انسان در ابعاد مختلف به ویژه بعد اجتماعی انسان به کار می‌آید (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۳۳). در واقع، هدف غایی تألیف آن توجه به امور دنیوی انسان و ساخت جامعه‌ای مبتنی بر دین است تا افراد آن جامعه همه مناسبات خود در متن حیات را با آموزه‌های دینی پیوند بزنند. نکته دیگر درباره این کتاب اعتبار روایات و پرهیز از نقل روایاتی است که با اصول عقلی و نقلی معارف اسلامی هماهنگ نیست (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۳۴).

بنابراین، پرسش اصلی تحقیق این است که مؤلفه‌های اساسی سرمایه اجتماعی بر مبنای مطالعه روایات کتاب یادشده کدام است، و آن‌ها در چه دسته‌هایی قابل تقسیم است؟ آیا امکان دستیابی به یکسری اصول و قاعده بر مبنای آن‌ها وجود دارد، یا خیر؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بررسی مفهوم سرمایه اجتماعی

علوم اجتماعی از دیرباز در مقولات متعددی مانند اعتماد، همبستگی، انسجام اجتماعی و جز آن بحث کرده است. این مقولات زمینه‌ساز شکل‌گیری مفهومی جدید با عنوان سرمایه اجتماعی شد. توسعه نظری سرمایه اجتماعی به طور عمده از رشته جامعه‌شناسی سرچشمه می‌گیرد (قلیچ‌لی، ۱۳۸۸، ص ۴۵). خاستگاه توجه این گروه علمی و پدیدارکردن سرمایه یادشده، تعامل ذاتی انسان‌ها با یکدیگر و تلاش برای رفع نیازهاست (Huvila et al., 2010, p.303). گفتنی است از مطرح شدن سرمایه اجتماعی چند دهه می‌گذرد، اما این مفهوم، تسلط درخور ملاحظه خود را اوایل دهه ۱۹۹۰ در پژوهش‌های اجتماعی کسب کرده است (Huvila et al., 2010, p.305). به طوری که در این دهه،

به مفهومی اثرگذار تبدیل و در رشته‌های علوم اجتماعی بسیار به آن توجه شد (فقیهی و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۳۰). البته این مفهوم به دلیل پیوند با علوم دیگر نظیر حقوق، روان‌شناسی، مطالعات فرهنگی، علوم اقتصادی و سیاسی و جز آن در حوزه این علوم وارد شده و مطالعات تخصصی آن‌ها را متأثر کرده است (Barbieri, 2004, p.29; Lin, 2004, p.37; Guesta, 2009, p.57; Gilbert, 2009, p.681). این امر زمینه قبض و بسط مفهومی سرمایه اجتماعی را موجب شد. می‌توان گفت در تعریف سرمایه اجتماعی اجماعی وجود ندارد (Forte et al., 2015, p.49).

در دستیابی به مفهوم سرمایه اجتماعی باید شاخصه‌های مفهومی آن در تطبیق با دیگر سرمایه‌های ملموس انسانی بررسی شود. از جمله این شاخصه‌ها، نقش جامعه‌سازی آن است. زیربنای جامعه را مجموعه‌ای از نهادها (در سطوح مختلف خرد و کلان) تشکیل می‌دهد، با وجود این، صرف قرارگرفتن نهادها در کنار یکدیگر به تشکیل جامعه منجر نمی‌شود، بلکه نیاز به عنصری است که به مثابه چسبی عمل کرده که کل این نهادها و سازمان‌ها را به هم متصل کند. این چسب همان سرمایه اجتماعی است (Bebbington et al., 2004, p.35). در حقیقت، سرمایه اجتماعی، بستری مناسب برای ارتقای سرمایه‌های انسانی و فیزیکی سازمان ایجاد می‌کند و راه کامیابی سازمانی را هموار می‌کند (الوانی و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۲).

علاوه بر این، کوشش برای پاسخ به این پرسش اصلی که چه نقاط مشترکی بین مفهوم متداول سرمایه و کاربرد آن در سرمایه اجتماعی وجود دارد، دستیابی به مفهوم آن را تسهیل کرده است. با این وصف، می‌توان گفت در وهله نخست، سرمایه اجتماعی منبعی است که به کمک آن می‌توان در منابع دیگر سرمایه‌گذاری کرد؛ دوم، سرمایه اجتماعی تصاحب‌شدنی و تا حدی تبدیل‌پذیر است؛ و سوم، سرمایه اجتماعی مانند سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی، برای آنکه قدرت تولیدی خود را حفظ کند، به مراقبت و نگهداری نیازمند است (نظریور و منتظری‌مقدم، ۱۳۸۹، ص ۵۷). با این تفاوت که برخلاف دیگر سرمایه‌ها، سرمایه اجتماعی در روابط یا شبکه‌های فرد با دیگر افراد وجود دارد (کیان تاجبخش، ۱۳۸۴؛ محسنی تبریزی و آقامحسنی، ۱۳۹۸، ص ۱۶۲-۱۴۹). کارآمدی دیگر سرمایه‌ها در گرو سرمایه اجتماعی است؛ زیرا تا سرمایه اجتماعی نباشد، دیگر سرمایه‌ها امکان ظهور و بروز مختص خود را نخواهند داشت. بنابراین، با توجه به نقش سرمایه اجتماعی در

فرایند جامعه‌سازی و نیز توجه به تفاوت‌های آن با دیگر سرمایه انسانی و فیزیکی، تعریف زیر برای سرمایه اجتماعی در این پژوهش مطرح می‌شود: «سرمایه اجتماعی مجموعه نظام‌مندی از هنجارهای اجتماعی است که با مشارکت افراد بر مبنای اعتماد در بستر نهادهای جامعه استقرار یافته و از طریق تسهیل تعاملات میان اعضای جامعه، زمینه را برای رشد و ارتقای آن نهادها و دیگر سرمایه‌های انسانی و فیزیکی فراهم می‌کند».

ابعاد سرمایه اجتماعی و نماگرهای آن

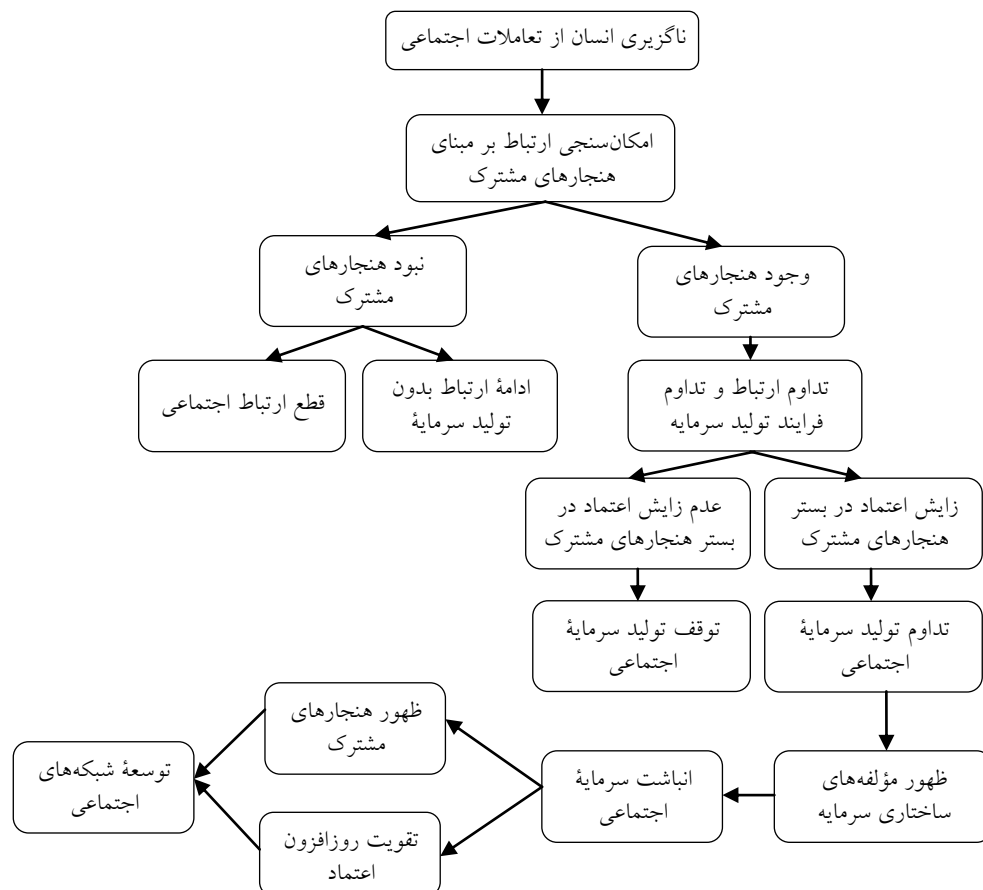
نظریه‌های مختلفی درباره مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی مطرح شده است. پاتنام سرمایه اجتماعی را با سه مؤلفه شبکه‌ها، هنجارهای همیاری و اعتماد به‌عنوان ویژگی سازمان اجتماعی تعریف می‌کند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴، ص ۱۴). دیگری، اعتماد، مشارکت و تعلق اجتماعی را از مؤلفه‌ها و ابعاد آن برمی‌شمرد (فیلد، ۱۳۸۶، ص ۷۰). پاتنام و همکاران، هشت شاخص اعتماد، مشارکت سیاسی، معاشرتی و رهبری مدنی، اجتماع‌سازی غیررسمی، بخشش و داوطلب‌شدن، مشارکت اعتقادی، برابری مشارکت مدنی در جامعه و تنوع دوستی‌ها را شاخص‌های مفهوم سرمایه اجتماعی مطرح کرده‌اند (Rogers et al., 2011, p.20). با اینکه در بین نماگرها و ابعاد یادشده، سه عنصر هنجارهای مشترک، اعتماد و مشارکت محوریت یافته‌اند، اما یک نوع از هم‌گسختگی در بین نظریه‌های یادشده وجود دارد که مطالعات بین‌رشته‌ای بر مبنای سرمایه اجتماعی را با مشکل مواجه می‌کند. علاوه بر این، برخی مدل‌های یادشده فقط در حد سازمان کاربرد دارند. بنابراین، در انتخاب یک مدل برای مطالعه ابعاد سرمایه اجتماعی باید، هم بیشتر مؤلفه‌ها و ابعاد آن را در نظر گرفت و هم در بعد ساختار فراتر از سازمان را مدنظر قرار داد؛ زیرا سازمان فقط نماگر بخشی از روابط اجتماعی است. با ملاحظه این دو نکته، در این پژوهش، مدلی که برای تبیین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی به‌کار گرفته شده است، مدل CRC است که از سوی برخی پژوهشگران مطرح شده است. این مدل، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را در سه حوزه مؤلفه‌های ساختاری، ارتباطی و شناختی قرار داده است (Nahapiet & Ghoshal, 1998, pp.254-256). در این مدل، مفهوم اعتماد محور تعریف سرمایه اجتماعی است. اعتماد تحت تأثیر هنجار و روابط متقابل انسانی تولید می‌شود و روح سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷).

مؤلفه‌های ساختاری مربوط به جایگاه بروز و ظهور سرمایه اجتماعی است. بدون این ساختارها، مؤلفه‌های دیگر به صورت غیرفعال و نهفته باقی می‌ماند (مهرگان و دلیری، ۱۳۸۹). از مؤلفه ساختاری به‌عنوان الگوهای کلی تماس و ارتباط بین افراد نیز یاد شده است (هرندی، ۱۳۹۳، ص ۶۵). این بعد، با تعداد دفعات تعاملات و وجود ارتباطات در سراسر سطوح سلسله‌مراتب و عملکرد بین طرفین ایجاد می‌شود (Whipel et al., 2015, p.6). بر این اساس، مؤلفه ارتباطی زیربنای شکل‌گیری مؤلفه ساختاری است.

مؤلفه شناختی ناظر به شناختی است که افراد از یکدیگر دارند. تمرکز این شناخت بر اشتراکاتی است که عامل پیوند اولیه و قوام‌بخش به روابط طرفینی هستند. از این اشتراکات با تعبیر مختلفی نظیر اشتراک دیدگاه (Bolino et al., 2002, p.506)، درک مشترک یا چشم‌انداز مشترک (Whipel et al., 2015, p.6)، زبان و کدهای مشترک و حکایات، اسطوره و استعاره‌های مشترک (هرندی، ۱۳۹۳، ص ۱۶۷) یاد شده است. البته این اشتراکات خودبه‌خود در روابط متقابل و به‌ویژه در شکل‌گیری آن، نقش طریقت و نه موضوعیت دارند؛ زیرا چه‌بسا افراد با وجود اشتراکات تمایلی به ارتباط نداشته باشند. اشتراکات، طریقی برای پیدایش عنصر مهمی به نام اعتماد هستند که شکل‌گیری روابط و قوام آن در گرو آن است.

بنابراین، در تحلیل این مدل باید گفت، با توجه به اینکه ایده اصلی و محوری سرمایه اجتماعی بر روابط قرار گرفته است، زمانی می‌توان انتظار تولید سرمایه اجتماعی را داشت که ارتباط بین افراد شکل بگیرد. مبادرت افراد به ارتباط بر مبنای اشتراکات طرفینی است. از این اشتراکات می‌توان به هنجارهای مشترک یاد کرد که کارکرد آن‌ها در بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی قابل ارزیابی است. بین این هنجارها و برقراری ارتباط رابطه مستقیمی وجود ندارد، یعنی این گونه نیست که هر کجا هنجارهای مشترک باشد، ضرورتاً ارتباط هم شکل بگیرد، بلکه گاهی با وجود هنجارهای مشترک، ارتباط مؤثری که بتواند محمل تولید سرمایه اجتماعی باشد، محقق نمی‌شود. بنابراین، نیاز است بعد دیگری از سرمایه اجتماعی نیز لحاظ شود و آن، مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی است. محور این مؤلفه، اعتماد است که موجب شکل‌گیری روابط می‌شود. تداوم این ارتباطات فراهم کرده‌اند مؤلفه‌های ساختاری سرمایه اجتماعی خواهد بود. بیان این نکته نیز

ضروری است که تداوم ارتباطات منوط به پایداری و مانایی اعتماد است. بدین دلیل، اعتماد در بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، این بعد را کارآمد و مولد سرمایه اجتماعی می‌کند. اگر اعتماد وجود نداشته باشد، نمی‌توان از سرمایه اجتماعی سخن گفت (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۸). با این تحلیل، مفهوم اعتماد محوری‌ترین مفهوم سرمایه اجتماعی در این مدل خواهد بود؛ زیرا شکل‌گیری روابط و تداوم آن منوط به وجود اعتماد است. اعتماد به‌عنوان بعد شناختی سرمایه اجتماعی، حلقه واسط میان بعد ارتباطی و ساختاری تلقی می‌شود (فوکویاما، ۱۳۸۲، ص ۹۱). از اعتماد می‌توان به‌عنوان سنجه فرایند سرمایه اجتماعی در مراحل تولید، انباشت و توزیع سرمایه اجتماعی نام برد.



شکل ۱. فرایند تولید سرمایه اجتماعی براساس مؤلفه‌های ارتباطی، شناختی و ساختاری آن

یکی از مباحث جدی در حوزه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، سخن گفتن از تقدم و تأخر زمانی ظهور و بروز این مؤلفه‌ها در جریان ارتباط است. با این توضیح که انسان به‌عنوان موجودی اجتماعی یا قانون‌گذار تعریف می‌شود (دیرکس، ۱۳۹۱، ص ۹۹). امکان‌سنجی ارتباط با دیگران بر مبنای هنجارهای مشترک صورت می‌گیرد. بنابراین، مؤلفه‌های ارتباطی اولین محفل ظهور سرمایه اجتماعی به لحاظ زمانی است. زایش اعتماد و یا فقدان آن، مسیر تولید سرمایه اجتماعی را متفاوت خواهد کرد. اگر در بستر هنجارها و اعتماد اولیه ناشی از آن، اعتماد ثانوی ایجاد و تقویت شود، سرمایه اجتماعی قابلیت رشد خواهد داشت. از این نظر، دومین مؤلفه سرمایه اجتماعی به لحاظ ظهور زمانی، مؤلفه شناختی است. تقویت این اعتماد و ظهور هنجارهای مشترک ناشی از آن، موجبات توسعه شبکه‌های اجتماعی خواهد شد که در پی آن مؤلفه‌های ساختاری شکل می‌گیرد. نمودار مفهومی این مدل را می‌توان به شرح شکل ۱ ترسیم کرد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات تحلیلی- توصیفی است. بر این اساس، به گونه‌شناسی روایات مندرج در کتاب *مفاتیح‌الحیات* در موضوع تعامل مؤمنان با یکدیگر مبتنی بر مؤلفه‌های ارتباطی، شناختی و ساختاری پرداخته شده است.

مؤلفه‌های ارتباطی بیان‌کننده نوع روابط شخصی مردم با یکدیگر در طول مدت تعاملات آنهاست (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۶۱۹). به عبارت دیگر، بعد ارتباطی، بر ارتباط میان افراد تأکید می‌کند؛ زیرا در ارتباط متقابل بین انسان‌هاست که شبکه حامل سرمایه اجتماعی به وجود می‌آید (Putnam et al., 1988. p.19). از جمله مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل انگیزشی مهم در گرایش انسان‌ها به سمت ارتباط متقابل، هنجارهای مشترک است. این هنجارها، سیستم عقیدتی مشترکی‌اند که به مشارکت‌دهندگان اجازه می‌دهند نظرهای خود را با هم در میان گذارند و تجربه‌های مشترکی داشته باشند (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۰). با تتبع در روایات، هنجارهای مشترک جامعه ایمانی شناسایی شده است و نوع‌شناختی که روایات درباره

آن‌ها ارائه می‌دهد، تبیین شده است. بر این اساس، هنجارهای مشترک ملاک گونه‌شناسی روایات در این بعد از سرمایه اجتماعی قرار گرفته است.

مؤلفه‌های شناختی بیان‌کننده مؤلفه‌هایی‌اند که امکان ترکیب‌شدن افراد با یکدیگر را فراهم می‌کند (بهروان و بهروان، ۱۳۹۲). در حقیقت، این مؤلفه‌ها موجب تعمیق ارتباط متقابل بین افراد می‌شود و آن را در مسیری قرار می‌دهد که می‌توانند اهداف خود را تنظیم کنند (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۹۰). مهم‌ترین جنبه این بعد از سرمایه اجتماعی، اعتماد تحت تأثیر هنجارهای مشترک و ارتباط متقابل انسانی تولید می‌شود و روح سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۹) و از آنجا که سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته می‌شود، از آن تعبیر به بعد شناختی سرمایه اجتماعی شده است. بر این اساس، روایات ناظر به ارتباطات متقابل افراد بر مبنای انجام‌دادن یا ترک فعلی خاص که به ایجاد اعتماد در روابط متقابل منجر می‌شود، دسته‌بندی شده، و بر مبنای نوع شناختی که روایات از افعال اعتمادزا به دست می‌دهند گونه‌شناسی انجام گرفته، و اصول اعتمادزا استخراج شده است.

مؤلفه ساختاری بیان‌کننده آرایش، ترکیب و پیوندهای شبکه است (خورشید و تسلیمی، ۱۳۹۱). که از جمله مهم‌ترین جنبه‌های آن پیوندهای شبکه‌ای افراد با یکدیگر در قالب یک ساختار اجتماعی و پایبندی افراد به اصول آن است (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). با تتبع در روایات مشخص شد مفهوم اخوت در بین مفاهیم دینی، پیوندهای شبکه‌ای افراد را در قالب یک ساختار و سازمان تشکیل می‌دهد.

گونه‌شناسی روایات ناظر به مؤلفه‌های ارتباطی

همان‌طور که بیان شد، مهم‌ترین جنبه مؤلفه‌های ارتباطی، هنجارهای مشترک است. گونه‌شناسی روایات در ذیل مؤلفه‌های ارتباطی از نظر هنجارهای مشترک انجام می‌گیرد.

هنجارهای مشترک

هنجارهای مشترک عامل پیوندی و سوق‌دهنده به سمت برقراری ارتباط متقابل است. اهمیت آن

در تولید سرمایه اجتماعی به اندازه‌ای است که برخی آن را مترادف با سرمایه اجتماعی دانسته‌اند (فوکویاما، ۱۳۷۹، ص ۴۰). در حقیقت، هنجارهای مشترک، شالوده سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید؛ زیرا، خاستگاه ارتباطات اجتماعی، تمایل افراد به مشارکت با یکدیگر است که از هنجارهای مشترک بین آنان نشأت می‌گیرد. به عبارت دیگر، فرد با ملاحظه هنجارهای مشترک بین خود و دیگری تمایل به ارتباط پیدا می‌کند. از این تمایل به سطح ذهنی مشارکت اجتماعی فرد تعبیر می‌شود. فراتر از این سطح، سطح عینی مشارکت است که با حضور فعال فرد در یک تعامل اجتماعی تحقق می‌یابد (موسوی، ۱۳۸۵، ص ۶۷). بررسی روایات بیان‌کننده یک‌سری گزاره‌های ناظر به هنجارهای مشترک است. از این روایات می‌توان به روایاتی یاد کرد که اصول بنیادین اجتماع افراد را در لایه‌های مختلف آن تبیین می‌کنند.

در جامعه اسلامی جایگاه ارزشی افراد نزد خدا براساس لیاقت‌های دینی و ایمانی آنان است و این یک اصل قرآنی است که می‌گوید: پس آیا کسانی که فاسق هستند، مانند کسانی‌اند که فاسق و سرکش‌اند؟ (سجده: ۱۸). البته ایمان همه مسلمانان در یک سطح نیست، بلکه مراتبی گوناگون دارد که به تناسب هر یک از این مراتب، حقوق خاصی در روایات در نظر گرفته شده است که شاکله تعاملات افراد در یک جامعه ایمانی را تشکیل می‌دهد (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۷۸). قرآن به‌صراحت از وجود چنین مراتبی یاد کرده و ادعای اعراب بادیه‌نشین مبنی بر داشتن ایمان را رد کرده و آن را در زمره اسلام قرار داده است: «قَالَتِ الْأَعْرَابُ آمَنَّا قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَ لَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَ لَمَّا يَدْخُلِ الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ» (حجرات: ۱۴)؛ اعراب بادیه‌نشین گفتند: ایمان آورده‌ایم، به آن‌ها بگو: شما ایمان نیاورده‌اید، بگویید اسلام آورده‌ایم، ولی هنوز ایمان وارد قلب شما نشده است.». طبق این آیه تفاوت اسلام و ایمان، در این است که اسلام شکل ظاهری قانونی دارد، و هر کس شهادتین را بر زبان جاری کند در سلک مسلمانان وارد می‌شود، و احکام اسلام بر او جاری می‌شود. ولی ایمان یک امر واقعی و باطنی است و جایگاه آن قلب آدمی است، نه زبان و ظاهر او. همچنین اسلام ممکن است انگیزه‌های مختلفی داشته باشد، حتی انگیزه‌های مادی و منافع شخصی، ولی ایمان حتماً از انگیزه‌های معنوی، از علم و آگاهی، سرچشمه می‌گیرد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۲۲، ص ۲۱۱). بنابراین، فرد قبل از قرارگرفتن در مرتبه ایمان، در مرتبه اسلام قرار دارد: «فَقَدْ يَكُونُ الْعَبْدُ

مُسْلِمًا قَبْلَ أَنْ يَكُونَ مُؤْمِنًا وَ لَا يَكُونُ مُؤْمِنًا حَتَّى يَكُونَ مُسْلِمًا» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۲۷). نیز به همین دلیل است که در بعضی از روایات مفهوم اسلام منحصر به اقرار لفظی شمرده شده‌اند، در حالی که ایمان اقرار توأم با عمل معرفی شده است: «الایمان اقرار و عمل، و الاسلام اقرار بلا عمل» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۲۵).

بنابراین، اولین هنجار مشترک در یک جامعه ایمانی برای برقراری تعامل افراد با یکدیگر، اسلام است؛ زیرا فرد به محض اقرار ظاهری و ذکر شهادتین (حتی با بی‌اعتقادی قلبی) وارد در حیطه جامعه مسلمین می‌شود (طباطبائی، ۱۳۹۰ هـ. ق، ج ۱، ص ۳۰۲). این سطح از باور ایمانی موجب شکل‌گیری سازمانی از حقوق متقابل می‌شود که رعایت آن در روایات مورد سفارش قرار گرفته است (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۷۸). توجه به این ملاک‌های ظاهری، موجب توسعه گستره تعاملات اجتماعی می‌ود؛ زیرا صحت‌سنجی آن برای همگان میسر بوده و نیاز به تحقیق و کنکاش باطنی برای قضاوت درباره طرف مقابل ارتباط نیست. با توجه به همین مسئله، از این مرتبه به عنوان لایه رویین و ظاهری یاد می‌شود؛ زیرا تعاملات افراد در این لایه مبتنی بر یکسری رفتارهای ظاهری فرد است که اقرار به اسلام کرده است و بر مبنای همین اقرار ظاهری، وارد در گستره تعاملی جامعه شده است. محورهای سازمان‌دهنده تعامل افراد بر مبنای روایات مندرج در کتاب *مفاتیح الحیات* در لایه رویین ارتباطی عبارت‌اند از خیانت‌نکردن و مکرنداشتن، نبود بدخواهی، غیبت‌نکردن، ظلم و ستم نکردن، محروم نکردن (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۷۹).

علاوه بر روایات دسته اول که لایه رویین ارتباط را تبیین می‌کردند، دسته دوم از روایات وجود دارند که محور ارتباطی را عمق بخشیده و از گزاره‌هایی متفاوت از گزاره‌های رویین سخن گفته شده است. محور این گزاره‌ها، ایمان است. همان‌طور که گفته شد، ایمان در مرتبه‌ای بالاتر از اسلام قرار داشته و حکایت از باورهای قلبی فرد بر مبنای انگیزه‌های الهی و نه مادی دارد. در روایات، ایمان شاخصه زیرین و لایه عمیق‌تر ارتباطات اجتماعی افراد تعریف شده است. گویا، با توسعه ارتباطات اجتماعی بر مبنای شاخصه‌های رویین، لایه دومی برای تعمیق آن در نظر گرفته شده است، که محوریت آن با ایمان است.

بر اساس روایاتی که ذیل عنصر ایمان در کتاب *مفاتیح الحیات* آمده است، بدو عامل پیونددهنده افراد در بعد ذهنی وجود دارد که در ذیل ایمان تعریف می‌شوند. عامل نخست، ابدیت باوری است. بر این اساس، حیات انسان به دنیا محدود نبوده، و افقی به بلندای ابدیت را شامل می‌شود. از این رو، در روایات وقتی سخن از تعاملات اجتماعی مؤمنان است، از ملاک‌های ناظر به آن عالم سخن گفته شده است تا انگیزه کافی برای مؤمنان فراهم کرده، و نیز به آن‌ها تفهیم کند که دستیابی به بلندای ابدیت در بستر تعاملات اجتماعی و نه دوری از آن امکان‌پذیر است. در روایتی از امام صادق (ع)، از دارایی‌های هر مؤمن سخن به میان آمده است که بهره‌مندی از آن‌ها منوط به پیوند اجتماعی است. به همین دلیل، سفارش به توسعه ارتباطات با مؤمنین شده است. در حقیقت، عامل پیونددهنده افراد در بعد ذهنی در چنین فضایی، امکان بهره‌بردن از دارایی‌های اخروی فرد مؤمن برای تأمین ابدیت است: «بر برادران مؤمن خود بیفزایید، زیرا هر مؤمنی یک دعای مستجاب دارد و فرمود: برادران مؤمن خویش را بیفزایید؛ زیرا برای هر مؤمنی شفاعتی است و فرمود: برادری مؤمنان را افزایش دهید؛ چرا که نزد خدا برای ایشان حقی است که در روز قیامت با آن، پاداش آنان را می‌دهد» (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۸۰).

علاوه بر این، چنین کسانی می‌دانند که طی مسیر ابدیت فقط با اکتفا به عوامل ظاهری میسر نیست و تا عوامل معنوی و امدادهای غیبی شامل حال انسان نشود، از دستیابی به خواسته‌های ابدی باز می‌مانند. بر این بیفزاییم موانع راه را که به صورت بدی‌ها و شرور دامن انسان را گرفته و او را از مسیر باز می‌دارد. بنابراین، یاری‌جستن از آن امدادهای غیبی از لوازم ایمانی افراد به ابدیت است. در روایات به این مسئله توجه شده و جلب بخش شایان توجهی از امدادهای غیبی را در بستر ارتباطات اجتماعی تعریف کرده است، تا مؤمنان متوجه این امر بشوند که رهیافت به ابدیت از تعاملات اجتماعی مؤمنانه امکان‌پذیر خواهد بود. در روایتی از امام صادق (ع) امدادسانی فرشتگان به مؤمنان از منظر مستجاب شدن دعا، دورماندن از شرور، برآوردن حاجات منوط به اجتماع سه نفر یا بیشتر مؤمنان شده است: «اجتماعی از سه نفر از مؤمنان یا بیشتر شکل نگرفته، مگر اینکه فرشتگانی همانندشان حضور یابند که اگر آن جمع دعای خیری کنند، آمین می‌گویند و اگر آنان، از شری به خدا پناه برند، از خدا می‌خواهند که این بدی را از آن‌ها دور کند و اگر آن

گروه، حاجتی بخواهند، نزد خدا شفاعت می‌کنند تا حاجت آنان را برآورد» (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۸۰). در حقیقت، عامل پیونددهنده ذهنی افراد مؤمن در معنای تمایل آنان به مشارکت اجتماعی، امکان بهره‌مندی از امدادهای غیبی است که در پرتو قرارگرفتن در کنار دیگر مؤمنان و حضور اجتماعی آنان به دست می‌آید.

عامل دوم، احیای امر اهل بیت است. دارندگان ایمان واقعی کسانی هستند که در زمره باورمندان به ولایت اهل بیت قرار دارند. یکی از مهم‌ترین وجوه ولایت اهل بیت، پیوندی است که بین آن و اجتماع مؤمنین در روایات برقرار شده است. به مؤمنان سفارش شده است که با قرارگرفتن در کنار هم و گفت‌وگو با یکدیگر، زمینه احیای امر اهل بیت را فراهم کنند: «گرد هم آید و با هم گفت‌وگو کنید که فرشتگان، شما را احاطه می‌کنند. خدا رحمت کند کسی را که امر ما را زنده می‌کند» (مصادقه الاخوان، ۱۴۰۲، ص ۳۸).

بنابراین، از جمله عناصر پیونددهنده در بعد ذهنی، ولایت‌باوری و ولایت‌پذیری مؤمنان است که احیا و توسعه آن، نه به‌تنهایی بلکه در اجتماع مؤمنان امکان‌پذیر است و این خود، عامل انگیزه مشارکت مؤمنان در یک جمع مؤمنانه است. خاستگاه و عوامل پیونددهنده ذهنی افراد بر مبنای عنصر ایمانی افراد به شرح جدول ۱ بیان می‌شود.

جدول ۱. خاستگاه پیوند ذهنی افراد در سطح زیرین (ایمان)

عامل پیوند ذهنی	شاخصه ایمان	عامل پیوند ذهنی	شاخصه
امکان احیای ولایت اهل بیت	ولایت‌باوری	امکان بهره‌بردن از دارایی‌های فرد مؤمن	ابدیت باوری
		امکان بهره‌بردن از امدادهای غیبی	

در پایان بیان این نکته ضروری است که عامل‌های رویین به دلیل استحکام و انسجام به حیات دنیایی انسان تعبیه شده است، تا در پرتو آن، جامعه اسلامی از هرگونه تفرقه جدا بوده و زمینه برای تولید سرمایه اجتماعی فراهم باشد. هدف از تولید این سرمایه، زمینه‌سازی برای ساخت جامعه‌ای است که افراد در پرتو ارتباطات با یکدیگر زمینه را برای رشد و شکوفایی استعدادها و انسانی و جلب عنایات الهی فراهم کنند که این هم، منوط به تحقق عامل زیرین ایمان است که

ناظر به انسجام حیات دنیایی و اخروی به صورت توأمان است. در حقیقت، جامعه مطلوب از منظر روایات جامعه‌ای خواهد بود که افراد آن با توسعه تعاملات اجتماعی خود موجبات آرامش و امنیت را در دنیا فراهم می‌کنند و بر توسعه حیات اخروی خود می‌افزایند. واضح است که در یک جامعه افق نگاه همه افراد آن جامعه یکسان نیستند و اختلاف دیدگاه و سطح ایمانی با یکدیگر دارند. توجه به ارزش‌های انسانی و نیز ظواهر اسلامی در سطح رویین ارتباطات و تعمیق آن به سطح زیرین ناشی از توجه به همین تفاوت‌ها است.

گونه‌شناسی روایات ناظر به مؤلفه‌های شناختی

مؤلفه‌های ارتباطی سرمایه اجتماعی ناظر به بعد ذهنی مشارکت است. گذر از ابعاد ذهنی مشارکت به ابعاد عینی آن و حضور فعالانه در سطح نهادهای اجتماعی منوط به تحقق عنصر اعتماد است که اساس و بنیاد مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی را فراهم می‌کند. بدون تحقق اعتماد، ارتباطات افراد در همان بعد ذهنی باقیمانده و با وجود تحقق لایه‌های رویین و زیرین آن، ارتباط به صورت عینی و در خارج شکل نخواهد گرفت. در واقع، سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته می‌شود و رابطه دوسویه‌ای با آن دارد. از طرفی، اعتماد، سرمایه اجتماعی را به وجود می‌آورد و از طرف دیگر، اگر در جامعه‌ای سرمایه اجتماعی به اندازه کافی وجود داشته باشد، اعتماد میان افراد تقویت می‌شود (توکلی و همه، ۱۳۹۵، ص ۵۰۶). بنابراین، ظهور عینی سرمایه اجتماعی با مقوله اعتماد پیوند خورده است، به طوری که می‌توان بیان کرد سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته می‌شود. اعتماد موجب می‌شود روابط میان افراد به اندازه کافی عمیق باشد تا سرمایه اجتماعی مطلوب تولید شود (کوهکن، ۱۳۸۷، ص ۱۳۳).

بررسی روایات کتاب *مفاتیح الحیات* حکایت از گزاره‌هایی دارد که تعهد نسبت به آن‌ها می‌تواند، موجب ایجاد اعتماد و تعمیق آن در تعامل افراد شود. یکی از مشکلات اساسی در تعهد نسبت به این گزاره‌ها از سوی افراد، تنوع و بی‌ارتباطی ظاهری بین آن‌ها در منظومه گزاره‌های اجتماعی است که در روایات بدان‌ها اشاره شده است. در این تحقیق براساس روش تحلیل داده

سعی بر آن شده است اصولی استخراج شود که بتوان گزاره‌های منجر به ایجاد اعتماد را در ذیل آن ساماندهی کرد.

روش تحلیل داده، در واقع، نوعی استنتاج از داده‌های کیفی است که با یافتن الگوهای پوشیده موجود در داده‌ها تلاش می‌کند یافته‌های تحقیق را بهبود بخشد. به کمک این روش می‌توان از تمرکز صرف بر ظاهر گزاره‌های متنوع گذر کرده و مضامین دقیق‌تری به دست آورد (Sandelowski & Barroso, 2006, p.145). فرایند تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز آغاز می‌شود. کدگذاری باز تحلیلی است که طی آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد مربوط به هر مفهوم کشف می‌شود. در کدگذاری باز، وقایع یا چیزهای مشاهده‌شده در داده‌ها نام‌گذاری می‌شود و بر فهم مشخصه‌هایی تمرکز می‌شود که موجب منحصربه‌فرد شدن این وقایع شده است (ایرانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

در این پژوهش، روایات تبیین‌کننده روابط اجتماعی در کتاب *مفاتیح الحیات* بررسی شد که گزاره‌های متنوع آن کدگذاری و سپس، با بررسی ابعاد مشترک آن‌ها مضامین دقیق‌تری کشف شد که در ایجاد اعتماد و تعمیق آن نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. محتوای این مضامین بیان‌کننده توصیه‌های نگرشی است. این توصیه‌ها، پیش‌فرض‌های ذهنی یا رویکرد کلی افرادی است که درصدد تعامل با دیگران هستند. مدنظر قراردادن این نگرش‌ها می‌تواند عاملی بسیار مهم در ایجاد حس اعتماد در روابط اجتماعی باشد. البته ظهور سرمایه اجتماعی فقط با وجود حس اعتماد در روابط ایجاد نمی‌شود و باید رفتارهایی از سوی طرفین رابطه در مقام عمل نیز مشاهده شود تا زمینه برای تعمیق اعتماد و به تبع آن تولید سرمایه اجتماعی فراهم شود. این رفتارها ناظر به همان توصیه‌های نگرشی‌اند که در اینجا از آن‌ها به عنوان توصیه‌های رفتاری یاد می‌شود. از این رو، در این پژوهش هم به توصیه‌های نگرشی و هم به توصیه‌های رفتاری متناسب با هر یک از نگرش‌ها در روابط اجتماعی اشاره شده است. جدول ۲ بیان‌کننده توصیه‌های نگرشی و نیز توصیه‌های رفتاری است که با بررسی روایات مندرج در کتاب *مفاتیح الحیات* براساس روش تحلیل داده به‌دست آمده است (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۳۰۰-۲۸۱):

جدول ۲. مؤلفه‌های ایجاد اعتماد

توصیه‌های رفتاری	توصیه‌های نگرشی
اطعام و سیراب کردن تأمین لباس تأمین مسکن تزوید قرض دادن مداراکردن در تجارت	لزوم تسریع در تأمین نیاز نیازمندان و اولویت دادن به آن نسبت به عبادات
برگزاری جلسات مذاکره و گفت‌وگو اهدای عیوب فرد نقد منصفانه	دغدغه ارتقای معنوی خیرخواهی
بی‌توجهی به گفتار دیگران درباره دیگری حمل رفتار شخص بر صحت یافتن توجیه صحیح نسبت به کلام فرد اتهام‌نزدن به فرد	حسن ظن
چشم‌پوشی از لغزش‌های فرد بخشش در مقابل حرمان شخص برقرارکردن ارتباط با وجود قطع ارتباط توسط فرد	صفح و چشم‌پوشی
دعا در غیاب فرد حفظ آبروی فرد ظاهرکردن خوبی‌ها مخفی نگاه‌داشتن بدی‌ها	حمایت غیابی

براساس گزاره‌های مندرج در جدول ۲، توصیه‌هایی در حوزه نگرش و رفتار در فرایند تعامل افراد با یکدیگر شده است که تعهد نسبت به آن‌ها موجب ایجاد اعتماد و تعمیق آن در بین آن‌ها می‌شود؛ زیرا هرگاه فردی ملاحظه کند فرد دیگری از اعضای جامعه، به حمایت مادی و معنوی از او در مقابل دیگران پرداخته است و همچنین سعی دارد همه اعمال و رفتار او را بر مبنای حسن ظن تحلیل کند و از دیگر سوی، حاضر است در زمان غیبت او، در یک جمع نیز از او حمایت کند، به چنین شخصی اعتماد می‌یابد و ترغیب به تعامل با او می‌شود.

بررسی موارد پیش گفته در بحث توصیه‌های نگرشی بر مبنای روش تحلیل داده برای دستیابی به مضمون دقیق‌تر، مفهوم بسیار اساسی و مشترک در بین مفاهیم ناظر به توصیه‌های نگرشی به نام «مواسات» را به ذهن متبادر می‌کند که در روایات نیز بدان اشاره شده است. بر مبنای روایات، مواسات چنین است که شخص آنچه برای خود می‌پسندد برای دیگری نیز بپسندد و آنچه برای خود نمی‌پسندد، برای غیر نیز نپسندد (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۹۹). رغبت‌ها و کراهت‌های خود را برای دیگران نیز خواستن و دریغ داشتن، مضمون مواسات است. انسان به‌طور طبیعی و بر مبنای حب نسبت به خود، دوست دارد که تأمین نیازهایش از سوی دیگران در اولویت قرار بگیرد یا دیگران با حسن ظن و از سر خیرخواهی با او تعامل کرده و هنگام غیبت در یک جمع، مورد حمایت قرار بگیرد. در چنین وضعی، او اگر مواسات را رعایت کند، محدوده حب نسبت به خود را توسعه می‌دهد و درباره دیگران نیز همان را خواهد خواست. بسط و گسترش اصل مواسات در تعامل طرفینی در جامعه ایمانی موجبات تعمیق اعتماد خواهد بود؛ زیرا افراد آن جامعه، خود را بسان یکی از اعضای پیکری می‌دانند که در قبال دیگران مسئولیت دارد.

گونه‌شناسی روایات ناظر به مؤلفه‌های ساختاری

مؤلفه ساختاری سرمایه اجتماعی، سازمان و نهادی است که سرمایه اجتماعی در بستر آن تولید شده است و در سراسر سازمان قابلیت توزیع دارد. این مؤلفه با دو مؤلفه پیش گفته ارتباط تنگاتنگی هم از نظر پیدایی سازمان و هم از نظر تقویت ابعاد مختلف آن دارد. بررسی روایات در زمینه ارتباط متقابل بیان‌کننده سازمانی به نام «اخوت» است که همه ارتباطات متقابل افراد در جامعه اسلامی در قالب آن تعریف می‌شود. در واقع، اخوت به مثابه یک سازمان بزرگ اجتماعی عمل می‌کند که همه اعضای آن رابطه نزدیکی با یکدیگر دارند و از نظر سازمانی در یک رده قرار دارند (کوهکن، ۱۳۸۸). حداقل شرط ورود در سازمان اخوت برخورداری فرد از لایه‌های رویین مؤلفه ارتباطی، یعنی ارزش‌های انسانی و اقرار ظاهری به مبانی اصیل اسلامی است. فرد در یک جامعه اسلامی با انجام دادن یک دسته از مصادیق رفتاری در زمره اعضای این سازمان قرار گرفته

است و رعایت حقوق او بر دیگران واجب می‌شود. تعبیر «وجبت اخوته» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۲۳۹) بعد از ذکر برخی مصادیق رفتاری ناظر به این معناست. از دیگر سو، مانایی فرد در این سازمان بر مبنای اهتمام فرد نسبت به امور دیگر اعضای سازمان است و اهتمام نکردن زمینه خروج از سازمان را فراهم می‌کند: «من أصبح و لم یهتّم بامور المسلمین فلیس بمسلم» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۱۴۶).

بر سازمان اخوت اصولی حاکم است که موجبات تقویت آن را فراهم می‌کنند. اصل نخست، برقرارشدن رابطه «این همانی» بین برادران حاضر در این سازمان است. روایتی که دلیل اکرام برادران را «این همانی» آنان معرفی کرده و آنان از یکدیگر به شمار آورده است، ناظر به این معناست: «أَحِبِّ أَخَاكَ الْمُسْلِمَ... أَجَلُهُ وَ أَكْرَمُهُ فَإِنَّهُ مِنْكَ وَ أَنْتَ مِنْهُ» (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۹۹). داشتن چنین بینشی نسبت به دیگر برادران و پایبندی به اقتضائات آن (با توجه به تعارض‌های اجتماعی) برای همگان میسر نیست. از این رو، در ادامه بیان کرده است که اگر پایبندی به اصل این همانی برای برخی سخت و عتاب‌آور است، حق مفارقت با برادر خویش را ندارد؛ زیرا این کار موجب می‌شود تا حقد و کینه‌ها از درون سینه‌ها خارج و کیان سازمان اخوت را به مخاطره بیندازد: «وَ إِنْ كَانَ عَلَيْكَ غَائِبًا فَلَا تُفَارِقُهُ حَتَّى تَسْأَلَ سَخِيمَتَهُ وَ مَا فِي نَفْسِهِ...» (ابن بابویه، ۱۳۷۶، ص ۳۲۳). اصل دوم، در سازمان اخوت، پرهیز از خودمحوری است. در این نوع از خودمحوری، فرد خود را نقطه محوری ارتباطات اجتماعی قلمداد می‌کند. از این رو، خود را بر قطع روابط اجتماعی با دیگران محق دانسته و از دیگر سوی، اگر پیوست دوباره آن رابطه لازم آید، همواره انتظار پیشگامی دیگران را دارد. این چنین خودمحوری، نقطه مخاطره سازمان اخوت است. از این رو، در روایات متعددی بر غلبه بر این خودمحوری تأکید شده است: با مردم مدارا کن... از کسی که بر تو ستم کرده است درگذر و به آنکه از تو بردیه است، ببیوند و بخشش کن آن که تو را محروم کرده است (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۵، ص ۷۱).

اصل سوم، تقدم رتبی حاکم بر این سازمان با وجود برابری اعضای آن است. با این توضیح که بین اعضای سازمان رابطه عرضی، و نه طولی برقرار است، به این معنا که همگان در یک ردیف

قرار داشته، و هیچ برتری و مزیتی نسبت به دیگر ندارند (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۳۳). ضمن تأیید این نظر در روابط سازمانی اخوت که مؤید روایی هم دارد، اما باید گفت که این دیدگاه، دیدگاه کاملی نسبت به سازمان اخوت نیست. افراد در درون این سازمان ضمن برتری نداشتن نسبت به یکدیگر، تقدم و تأخر رتبی دارند. تأخر در فلسفه مورد بحث است. از نظر فلسفی، عبارت از اختلاف نسبت دو چیز به یک مبدأ معین به دلیل وجود برخی صفات در یکی و فقدان آن در دیگری است (با وجود اشتراک هر دو در اصل نسبت) (طباطبائی، ۱۳۸۴، ص ۲۷۹). در سازمان اخوت نیز وضع به همین منوال است، یعنی افراد درون آن ضمن اشتراک در اصل نسبت با سازمان، برخی بر برخی دیگر به دلیل برخورداری از یک سری ویژگی‌های خاص تقدم رتبی دارند. رهیافت به این معنا در روایتی از امیرالمؤمنین است که در آن افراد حاضر در سازمان اخوت به دو قسم برادران قابل اعتماد و غیرقابل اعتماد دسته‌بندی شده و برای تعامل با هر یک، راهکارهایی بیان شده است (جوادی آملی، ۱۳۹۵، ص ۲۷۸).

ملاک و معیار برادران قابل اعتماد در ارتباط با دیگران از دینداری و یقین آن‌ها نشأت می‌گیرد، برخلاف برادران غیرقابل اعتماد که در فرایند ارتباط با دیگران گاهی به مقتضای ایمان و گاهی به مقتضای نفس و شیطان عمل می‌کنند (المازندرانی، ۱۳۸۲، ج ۹، ص ۱۸۷). با وجود این تفاوت، وجه مشترک و قدر متیقن در تعامل با هر دوی این اصناف، فقدان گسست اجتماعی است؛ چه آنکه ملاک پیوند با اخوان غیرقابل اعتماد، دفع ضرر آنان، تقیه، مصلحت یا هر چیز دیگری باشد که برخی متعرض آن شده‌اند (مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۹، ص ۳۰۷).

بحث و نتیجه

روایات درج شده در کتاب *مفاتیح الحیات* در حوزه روابط متقابل اجتماعی محور پژوهش قرار گرفت. رویکرد این بررسی دستیابی به اصول روابط اجتماعی ناظر به تولید سرمایه اجتماعی براساس مؤلفه‌های ارتباطی، شناختی و ساختاری با توجه به تقدم و تأخر زمانی ظهور و بروز هر یک از آن‌هاست.

مشخص شد که در بحث از مؤلفه ارتباطی سرمایه اجتماعی، هنجار مشترکی که موجب تمایل افراد به برقراری ارتباط و مشارکت در سطح مختلف امور اجتماعی می‌شود، در دو سطح اسلام و ایمان تبیین‌شدنی است. بر مبنای روایات، فرد به محض پذیرش ظواهر اسلامی وارد در حوزه روابط اجتماعی با سایرین در جامعه اسلامی می‌شود، به طوری که با تثبیت یکسری حقوق اجتماعی در قبال آن شخص، دیگران از تلاش برای دستیابی به صحت و سقم این ظواهر منع شده‌اند. اما به منظور تعمیق این روابط و مستحکم کردن بنیان‌های اجتماعی آن، ارتباطات افراد در این سطح متوقف نشده و ایمان در سطح عمیق‌تر از اسلام به عنوان یک امر مستقر در قلب، محور روابط اجتماعی قرار می‌گیرد که در روایات موجود در کتاب مفاتیح‌الحیات با دو عنصر باور به ابدیت و امر ولایت اهل بیت پیوند خورده است. عامل این پیوند بر مبنای باور به ابدیت، امکان بهره‌بردن از دارایی‌های معنوی مؤمن و نیز جلب امدادهای غیبی؛ و بر مبنای امر ولایت اهل بیت، تلاش برای احیای آن است که دستیابی به آن جز در بستر روابط اجتماعی مؤمنان امکان‌پذیر نیست.

با تحقق مؤلفه‌های ارتباطی، زمینه برای تحقق مؤلفه شناختی با محوریت عنصر اعتماد به وجود می‌آید. گزاره‌های روایی در بحث از اعتماد با روش تحلیل داده به صورت توصیه‌های نگرشی و رفتاری دسته‌بندی شد. توصیه‌های نگرشی عبارت‌اند از لزوم تسریع در تأمین نیازهای دیگران و اولویت‌بخشیدن آن نسبت به عبادات، دغدغه ارتقای معنوی، خیرخواهی، حسن ظن، صفا و چشم‌پوشی و حمایت غیبی. مضمون دقیق‌تر این توصیه‌ها «مساوات» است که به معنای خواستن و دریغ داشتن رغبت‌ها و کراهت‌های خود برای دیگران است. توصیه‌های رفتاری نیز متناسب با همین توصیه‌های نگرشی در روایات مورد اشاره قرار گرفته است.

همه مؤلفه‌های ارتباطی و شناختی در سازمانی به نام اخوت روی می‌دهد و تقویت آن مؤلفه‌ها موجب تقویت سازمان یادشده و بر توسعه روزافزون آن کمک می‌کند. البته توسعه این سازمان، در گرو پایداری به اصول آن است که در این پژوهش به سه اصل این‌همانی مؤمنان، غلبه بر خودمحوری و تقدم رتبی در آن با وجود برابری همه اعضای سازمان با یکدیگر است.

پیشنهادها

پیشنهادهای زیر برای پژوهش حاضر ارائه می‌شود:

۱. تدوین جامع حدیثی از روایات مرتبط با ابعاد و نماگرهای مختلف سرمایه اجتماعی برای فراهم کردن مطالعات بین‌رشته‌ای در حوزه سرمایه اجتماعی.
۲. انجام دادن مطالعات پیشینی سرمایه اجتماعی در حوزه تربیت؛ به دلیل ضرورت زیرساختی آن در تربیت افراد با توانمندی از تعاملات اجتماعی مطلوب.

منابع و مأخذ

۱. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۷۶). *الأمالی*. تهران: نشر کتابچی.
۲. باستانی، علیرضا، و رزمی، سید محمدجواد (۱۳۹۳). رتبه‌بندی غیرمستقیم استان‌های ایران بر حسب سرمایه اجتماعی. *فصل‌نامه رفاه اجتماعی*، دوره ۱۴، شماره ۵۵، صفحات ۷۷-۴۵.
۳. بهروان، حسین، و بهروان، ندا (۱۳۹۲). تحلیل محتوای مفهوم سرمایه اجتماعی در احادیث امام رضا(ع). *فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی ایران*. دوره ۶، شماره ۳، صفحات ۱۴۹-۱۱۵.
۴. توسلی، غلام‌عباس، و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۶، صفحات ۳۲-۱.
۵. توکلی، عبدالله، پوربهروان، علی، و محمدیانی، دانیال (۱۳۹۵). *اعتماد رکن اصلی سرمایه اجتماعی*، طراحی الگویی مبتنی بر تعالیم اسلامی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۳، شماره ۴، صفحات ۵۱۹-۵۰۱.
۶. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۵). *مفاتیح‌الحیات*. قم: مرکز نشر اسراء.
۷. حمیدی‌زاده، علی، شهیدزاده، فریبا، و موحدی‌فر، عرفان (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۱، شماره ۲، صفحات ۲۲۳-۲۰۳.
۸. خورشید، صدیقه، و تسلیمی، محمدسعید (۱۳۹۱). رتبه‌بندی بانک‌های دولتی شهر کرمان براساس سطح سرمایه اجتماعی. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۰، شماره دوم، صفحات ۵۸-۲۹.
۹. دورانت، ویل (۱۳۶۵). *تاریخ تمدن*. ترجمه احمد آرام، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۱۰. دیرکس، هانس (۱۳۹۱). *انسان‌شناسی فلسفی*. ترجمه محمدرضا بهشتی، تهران: نشر هرمس.
- شیخ حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹). *وسائل‌الشیعه*. قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام.

۱۱. طباطبائی، سید محمدحسین (۱۳۸۴). *نهایه الحکمه*. قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
۱۲. طباطبائی، محمدحسین (۱۳۹۰هـ.ق). *المیزان فی تفسیر القرآن*. بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
۱۳. فصیحی، امان‌الله (۱۳۸۶). *دین و سرمایه اجتماعی*. ماهنامه معرفت، دوره ۱۶، شماره ۱۲۳، صفحات ۱۰۰-۷۹.
۱۴. فقیهی، ابوالحسن، و فیضی، طاهره (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی؛ رویکردی نو در سازمان*. فصل‌نامه دانش مدیریت: دوره ۱۹، شماره ۷۲، صفحات ۴۶-۲۳.
۱۵. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). *پایان نظم*. ترجمه غلام‌عباس توسلی، تهران: جامعه ایرانیان.
۱۶. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۲). *سرمایه اجتماعی و تحول تکنولوژیک در عصر اطلاعات*. ترجمه علی بختیاری‌زاده، *اندیشه صادق*، شماره‌های ۱۱۱ و ۱۱۲، صفحات ۹۳-۹۰.
۱۷. فیلد، جان (۱۳۸۶). *سرمایه اجتماعی*. ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران: انتشارات کویر
۱۸. قاسمی، وحید، و امیری اسفرجانی، زهرا (۱۳۹۰). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر دینداری بر سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (مطالعه موردی شهر اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۲، شماره ۴۲، صفحات ۴۶-۲۱.
۱۹. قلیچ‌لی، بهروز (۱۳۸۸). *مدیریت دانش: فرایند خلق، تسهیم و کاربرد سرمایه فکری در کسب‌وکارها*. تهران: انتشارات سمت.
۲۰. کوهکن، علیرضا (۱۳۸۸). *مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی*. *مجله راهبرد یاس*، شماره ۱۷، صفحات ۱۴۱-۱۲۴.
۲۱. کیان تاجبخش، یحیی (۱۳۸۴). *وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران*. *مجله رشد آموزش علوم اجتماعی*، دوره ۹، شماره ۲.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷). *الکافی*. مصحح علی‌اکبر غفاری و محمد آخوندی، تهران: دارالکتب الإسلامیه.

۲۳. گنجی، محمد، نعمت‌الهی، زهرا، و طاهری، زهرا (۱۳۸۹). رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در بین مردم کاشان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۱، شماره ۴، صفحات ۱۴۴-۱۴۳. لوکاس، هنری (۱۳۷۶). *تاریخ تمدن*. ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران: کیهان.
۲۴. مازندرانی، محمدصالح بن احمد (۱۳۸۲ هـ.ق). *شرح الکافی - الأصول و الروضه (للمولی صالح المازندرانی)*. مصحح ابوالحسن شعرانی، تهران: المکتبه الإسلامیه.
۲۵. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳). *بحارالانوار*. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
۲۶. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴). *مرآة العقول فی شرح أخبار آل الرسول*. مصحح سید هاشم رسولی محلاتی، چاپ دوم، تهران: دار الکتب الإسلامیه.
۲۷. محسنی تبریزی، علیرضا، و آقامحسینی، مریم (۱۳۸۹). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه شهری، موردپژوهی: شهر محلات. *دوفصل‌نامه مدیریت شهری*، شماره ۲۶، صفحات ۱۶۲-۱۴۷.
۲۸. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۹۱). *جامعه و تاریخ از نگاه قرآن*. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
۲۹. مقیمی، سید محمد، امامی، فرزانه، و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). ارزیابی و الویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صفحات ۶۰-۲۹.
۳۰. موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵). مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی. *فصل‌نامه رفاه اجتماعی*، دوره ۶، شماره ۲۳، صفحات ۹۲-۶۷.
۳۱. مهرگان، نادر، و دلیری، حسن (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی یا سرمایه مذهبی، کدام یک برای اقتصاد مطلوب‌ترند؟. *معرفت اقتصادی*، دوره ۱، شماره ۲، صفحات ۷۲-۵۱.
۳۲. نظریور، محمدنقی، و منتظری مقدم، مصطفی (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی؛ مطالعه‌ای درباره مشارکت اجتماعی از منظر اسلام. *نشریه اقتصاد اسلامی*، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صفحات ۸۷-۵۷.

۳۳. الوانی، سید مهدی، و شیروانی، علیرضا (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی؛ اصل محور توسعه. نشریه تدبیر، شماره ۱۴۷، صفحات ۷۸-۷۰.

۳۴. هرندی، عطاءالله (۱۳۹۴). تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان. مدیریت توسعه فناوری، دوره ۱، شماره ۴، صفحات ۱۸۲-۱۶۱.

35. Barbieri, P. (2003). Social capital and self-employment: A network analysis experiment and several considerations. *Journal of International Sociology*, 18(4), 681-701.
36. Bebbington, A., Guggenheim, S., Olson, E., & Woolcock, M. (2004). Exploring social capital debates at the World Bank. *Journal of Development Studies*, 40(5), 33-64.
37. Cuesta, J. (2009). Social capital, crime and welfare: The case of Colombia and Honduras. In *Social capital and peace-building* (pp.37-56), Ed. by Michaelene Cox, London: Routledge.
38. Forte, A., Peiro-Palomino, J., & Tortosa-Ausina, E. (2015). Does social capital matter for European regional growth?. *European Economic Review*, 77, 47-64.
39. Gilbert, L. (2009). Analyzing the dark side of social capital: Organized Crime in Russia. In *Social capital and peace-building* (pp.57-74), Ed. by Michaelene Cox, London: Routledge.
40. Huvila, L., Holmberg, K. E. S., & Widen-wolff, G. (2010). Social capital in second life. *Online Information Review*, 34(2), 295-316.
41. Lin, L. (2004). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
42. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Journal of Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
43. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Journal of Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
44. Putnam, R. D. (1988). *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*. New York, Apr 1988.
45. Rogers, S., Halstead, J., Gardner, K., & Carlson, C. (2011). Examining walkability and social capital as indicators of quality of life at the municipal and neighborhood scales. *Applied Research Quality Life*, 6, 201-213.