

اعتماد رکن اصلی سرمایه اجتماعی: طراحی الگویی مبتنی بر تعالیم اسلامی

(مورد مطالعه: کتاب شریف میزان الحکمه)

عبدالله توکلی^۱، علی پوربهروزان^{۲*}، دانیال محمدیانی^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران
۲. دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۳. کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۸)

چکیده

مفهوم سرمایه اجتماعی در بستر و خاستگاهش (غرب) بارها مورد بحث قرار گرفته و آثار متعددی در این زمینه منتشر شده است، اما در ایران، به خصوص در بستر مفاهیم اسلامی مفهومی نوپاست و جای خالی پژوهش‌های جدی و علمی در این زمینه احساس می‌شود. از این رو، هدف این مقاله استخراج الگویی از سرمایه اجتماعی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی است. روش این پژوهش کیفی و با رویکرد استقرایی است. به منظور استخراج مطالب از منابع اسلامی (در این پژوهش به‌طور خاص بر کتاب میزان الحکمه تأکید است)، تکنیک تحلیل مضمون به کار گرفته شد. در پایان، به دلیل یکسان نبودن روایات، ماتریسی چهاربخشی در دو محور به دست آمد. یک محور آن مخاطب روایات «سطح خرد» معادل توده مردم و «سطح کلان» معادل مدیران و حاکمان و محور دیگر محتوای روایات (زیرا برخی روایات ناظر بر رفتار خاص، و برخی دیگر ناظر بر نگرش و اندیشه بودند) بود. بر این اساس، سرمایه اجتماعی متکی بر آموزه‌های اسلامی چهار سطح دارد که شامل سطح رفتاری و خرد، رفتاری و کلان، نگرشی و خرد، و نگرشی و کلان می‌شود. همه این ارکان تحت لوای اعتماد به وعده‌های الهی قرار دارد.

کلیدواژگان

اعتماد، سرمایه اجتماعی، میزان الحکمه.

مقدمه

در جهان پرشتاب امروز، جوامع زیادی تلاش می‌کنند برای رسیدن به اهداف اجتماعی و اقتصادی پایدار و در نهایت، تداوم حیات خود، از الگوها و شیوه‌های مختلف و بهینه بهره ببرند. این امر به منظور جلوگیری از سقوط و واژگونی و خطرهای ناشی از دگرگونی‌های سریع محیطی و فناوری است. در دیدگاه‌های سنتی مدیریت توسعه، سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهم ترین نقش را در جامعه ایفا می‌کند. اما در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشد، به سرمایه اجتماعی نیاز است، زیرا در جامعه بدون سرمایه اجتماعی، از دیگر سرمایه‌ها هم به‌طور بهینه استفاده نخواهد شد (بیکر^۱، ۱۳۸۲، ص ۵).

امروزه توفیق سازمان‌ها را نمی‌توان فقط در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات فیزیکی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ارزیابی کرد (مقیم و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۰). در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و فیزیکی، شکل دیگری از سرمایه به نام سرمایه اجتماعی مورد توجه روزافزونی قرار گرفته است (باستانی و رزمی، ۱۳۹۳، ص ۴۶). سرمایه اجتماعی، صرفاً مجموعه‌ای از نهادها نیست که زیربنای جامعه را تشکیل دهد، بلکه چسبی است که کل جامعه و سازمان را به هم متصل می‌کند (Bebbington et al., 2004, p.35). همچنین، سرمایه اجتماعی بستری مناسب برای ارتقای سرمایه انسانی و فیزیکی سازمان ایجاد می‌کند و راه کامیابی سازمانی را هموار می‌سازد. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی به زندگی فرد در بین گروه‌های اجتماعی معنا و مفهوم می‌بخشد و زندگی را جذاب‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌کند (الوانی و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۲).

اگرچه سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدید علم غربی است، با توجه به اینکه جوامع اسلامی هم همبستگی منحصربه‌فردی داشته‌اند و به همین لحاظ نقش انکارنشده‌ای در گسترش تمدن اسلامی ایفا کرده‌اند، امکان دارد در دستورات اجتماعی اسلام نیز مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را جست‌وجو کرد (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۵).

1. Baker

به طور کلی، از دو منظر می‌توان روابط مفاهیم دینی و سرمایه اجتماعی را تبیین کرد: اول اینکه خود دین به‌عنوان یک مکتب، ایدئولوژی و کل جامع، سرمایه اجتماعی است که باید سعی کرد آن را در جامعه رشد داد و تمامیت جامعه را مبتنی بر ارزش‌های آن ساخت. نحوه دیگر، توجه به ارزش‌ها، سرمایه‌ها و ابزارهای مترقی دین مانند خدامحوری، عدالت و انصاف‌ورزی و جز آن برای رشد و پرورش جوامع انسانی و به‌نوعی کاشت و انباشت سرمایه اجتماعی است (ردادی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۸).

در دین مقدس اسلام، آموزه‌ها، معارف، مفاهیم و اشاره‌های مستقیم و غیرمستقیم بسیار موجود است که از آن‌ها می‌توان مفاهیم مرتبط با تولید، انباشت و افزایش سرمایه اجتماعی را استنباط کرد. این مفاهیم مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. از مهم‌ترین عوامل ارجحیت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اسلام این است که سازوکارها و روش‌های ارتقا و افزایش سرمایه اجتماعی در نگاه متعارف اندیشمندان علوم اجتماعی در غرب بیشتر ابزاری به مفاهیم و عوامل کمی است. از این رو، تمسک به دین اسلام و الهام‌گرفتن از کتاب شریف قرآن و سیره ائمه اطهار (ع) می‌تواند راهگشای حل تعارضات، بهبود و ارتقای جامعه، سازمان‌ها و نهادها در پیمودن مسیر رشد و کمال الهی باشد (ویسه و نصرالهی وسطی، ۱۳۹۴، ص ۱۲۲).

بیان مسئله

بررسی‌ها نشان می‌دهد بخش وسیعی از مسائل اجتماعی و فرهنگی جامعه امروزی ما، با نسخه‌های معمولی صاحب‌نظران حل‌شدنی نیست. شاید دلیل اصلی سامان‌نیافتن این مسائل به تطابق اندک نسخه‌های پیچیده‌شده، با فرهنگ و ساختارهای اجتماعی جامعه دینی برگردد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۶، ص ۴۸).

در همین راستا، سرمایه اجتماعی نیز از موضوع‌های تأثیرگذاری است که کشورهای مختلف برای تحقق اهداف اجتماعی، اقتصادی و جز آن از ظرفیت آن بهره می‌گیرند (صمدی و عباسی، ۱۳۹۱، ص ۸۶). تکوین سرمایه اجتماعی مستلزم عواملی خواهد بود که یکی از آن‌ها در نظر گرفتن نظام ارزشی است (ضرغامی، ۱۳۸۶، ص ۷۰).

دین قدرت دارد به‌طور محسوس و نامحسوس، روابط و هنجارهای اجتماعی قوی مبتنی بر نفع فردی و جمعی همراه با نگاه عقلایی، خیرخواهی، اعتماد در روابط، عدالت‌محوری و جز آن را بر اساس رویکرد الهی و توحیدی برای زندگی دنیوی و اخروی جوامع انسانی تضمین کند. البته باید دقت کرد مفهوم سرمایه اجتماعی در تفکرات غربی و دور از مفاهیم توحیدی ریشه دارد و در آنجا رشد و نمو پیدا کرده است، حال آنکه دستگاه و پیکره دینی مبتنی بر عناصر توحیدی است (ردادی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۲).

مسئله اساسی در بررسی مفهوم سرمایه اجتماعی این است که با وجود آثار مثبت آن در زندگی اجتماعی و اقتصادی در سطوح مختلف، محققان علوم اجتماعی ایران کمتر به رابطه سرمایه اجتماعی با آموزه‌های اسلام پرداخته‌اند. در حالی که تحقیقات نشان داده است نظام و حیاتی تأثیری مهم بر سرمایه اجتماعی می‌گذارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۶۱۶).

بررسی آموزه‌های قرآنی مبین این اصل مهم است که با وجود نوظهور بودن سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک اصطلاح نوین در عرصه علوم اجتماعی، تعالیم اسلامی در راستای غنی‌سازی سرمایه اجتماعی در نهادهای مختلف جامعه، در سطح خرد و کلان تنظیم شده است (بدیعیان و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷). در نتیجه، به تعبیر فوکویاما (۱۳۸۶) می‌توان گفت در میان عناصری که در جامعه، سرمایه اجتماعی را به‌وجود می‌آورند، یا آن را تقویت می‌کنند، نقش دین و مذهب اهمیت دارد. این امر موجب غفلت واقع شده است. بنابراین، دغدغه اصلی این پژوهش از یک طرف بسط مفهوم سرمایه اجتماعی در ایران و از سوی دیگر قرارداد نظام ارزشی محور اصلی این بسط است.

انواع سرمایه‌های سازمانی

امروزه متون نظری توسعه در مبحث سرمایه حاوی صور متعددی از این مفهوم است. سرمایه در معنای عام خود دلالت بر مجموعه دارایی‌ها، امکانات و منابع در اختیار دارد که در قالب و اشکال مختلف نمود پیدا می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از (محمودی و غفاری، ۱۳۹۴، ص ۱۷۰):

- سرمایه طبیعی: شامل دارایی‌های طبیعی و زیست‌محیطی در اختیار یک جامعه مانند آب، معادن، جنگل، خاک، سرزمین و جز آن است.
- سرمایه فیزیکی: شامل مجموعه ماشین‌آلات، کارخانه‌ها، سازه‌ها، تجهیزات زیربنای ساختمان و جز آن که دست‌ساز بشر است.
- سرمایه انسانی: قابلیت‌ها و توانمندی‌های انسانی که مبتنی بر دانش، تخصص و مهارت‌های انسانی است.
- سرمایه فرهنگی: ویژگی‌ها و عادات حاصل شده از فرایند جامعه‌پذیری و خصیصه ارزشمند فرهنگی است که بیان‌کننده صلاحیت‌های اجتماعی و فرهنگی است.
- سرمایه اجتماعی: بر مجموعه روابط شبکه‌ها، تعاملات، و انجمن‌ها دلالت دارد که به واسطه هنجارها و ارزش‌های مشترک شکل می‌گیرد و موجب گرمی اجتماع می‌شود و واکنش متقابل اجتماعی را تسهیل می‌کند.

سرمایه اجتماعی و شاخص‌های آن

سرمایه اجتماعی واژه‌ای است که در سال‌های اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی و اقتصادی شده و از این منظر دریچه‌ای تازه را در تحلیل و علت‌یابی مسائل اجتماعی و اقتصادی گشوده است (بدیعیان و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۳). بر سر تعریف سرمایه اجتماعی اجماعی وجود ندارد (Forte et al., 2015, p.49). در یک تعریف کلی می‌توان آن را به‌مثابه هنجارها، قواعد و اعتماد نهادینه‌شده در روابط و ساختار اجتماعی نامید. این مفهوم شامل متغیرهای اجتماعی مختلفی است که عمل افراد و گروه‌ها را ارتقا می‌بخشد (Lederman et al., 2002, p.509).

کوالیکوا و لسنی (۲۰۱۶) با بررسی تحقیقات متعددی که در زمینه سرمایه اجتماعی انجام گرفته بود، به این نتیجه رسیدند که اعتماد^۱، شبکه‌ها^۲ و فعالیت تشکیلاتی^۳ سه شاخص مهم

1. Trust
2. Networks
3. Associational Activity

سرمایه اجتماعی هستند. در این بین، با تکیه بر متون نظری این موضوع، اعتماد نقش پررنگ تری را ایفا می‌کند.

مفهوم اعتماد، محور تعریف سرمایه اجتماعی است. اعتماد تحت تأثیر هنجار و ارتباط متقابل انسانی تولید می‌شود و روح سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷). اعتماد، مؤلفه و نتیجه سرمایه اجتماعی است. 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 (Coleman & Coleman, 1994, p.76). فقط هنجارهایی در تولید سرمایه اجتماعی دخالت دارند که به ارتباط میان انسان‌ها بپردازند. هنجارهایی که اعتمادآفرین باشند و به نوعی روابط میان انسان‌ها را براساس اعتماد تنظیم کنند، می‌توانند در تولید سرمایه اجتماعی نقش داشته باشند (کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۹).

بررسی جایگاه سرمایه اجتماعی در اسلام

سرمایه اجتماعی در روابط بین افراد تبلور می‌یابد و با متغیرهای جامعه‌شناختی مانند اعتماد، آگاهی، نگرانی درباره دیگران و مسائل عمومی، مشارکت در مسائل عمومی، و انسجام و همبستگی و همکاری ارتباط دارد (بدیعیان و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷).

با توجه به تعریف‌هایی که از سرمایه اجتماعی بیان شد، به نظر می‌رسد ارزش‌ها و سرمایه‌های دینی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی است، زیرا عناصر اصلی تعریف سرمایه اجتماعی در دین موجود است (ردادی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۲).

مبانی سرمایه اجتماعی در مدیریت ارزشی اسلامی مبتنی بر مجموعه‌ای از مفاهیم، مؤلفه‌ها، ارزش‌ها و سرمایه‌های دینی است. مؤلفه‌هایی مانند خدامحوری، حق‌محوری، آخرت‌گرایی، عدالت‌طلبی، معنویت‌طلبی، صادق‌بودن، وحی‌گرایی، وفای به عهد، مشورت، صبر، تلاش و جز آن است (تجلیل، ۱۳۶۶، ص ۲۰). در جوامع غیرالهی مدیران دانش، مدیریت و سرمایه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزار کارآمد برای دست‌یافتن به خواسته‌های مادی و پیشینه‌سازی این منافع مادی مانند پول، شهرت، موفقیت و غیره به‌کار می‌گیرد، ولی در نظام ارزشی اسلامی، اهداف غایی در

برخورداری و به‌کارگیری از سرمایه‌های اجتماعی، دستیابی به قرب الهی و نهادینه‌کردن اخلاق الهی است (اعتصامی و فاضلی، ۱۳۸۸، ص ۱۱۵). در ادامه برای جلوگیری از مبسوط‌شدن بحث پیشینه تحقیق و رعایت ایجاز در سخن، جدولی از نتایج پژوهش‌های مشابه درباره سرمایه اجتماعی متکی بر آموزه‌های دینی می‌آید.

جدول ۱. مرور اجمالی متون نظری پژوهش در زمینه سرمایه اجتماعی اسلامی

ردیف	نویسنده/ نویسندگان	ابعاد/ اصول/ سطوح/ مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی
۱	کوهکن (۱۳۸۸)	مؤلفه‌های شناختی مؤلفه‌های ساختاری مؤلفه‌های ارتباطی
۲	اعتصامی و فاضلی (۱۳۸۸)	اصل تقوای الهی اصل عدالت و انصاف اصل پرهیز از غرور و خودپسندی اصل تواضع و حلم اصل گشاده‌رویی و خوش‌رویی اصل پرهیز از دنیاطلبی اصل مقابله با اکوپاتی
۳	فاضلی کبریا و همکاران (۱۳۹۰)	مؤلفه‌های فردی مؤلفه‌های اجتماعی
۴	گنجی و هلالی (۱۳۹۰)	مؤلفه‌های کیفی (آگاهی و شناخت، اعتماد اجتماعی) مؤلفه‌های کمی (مشارکت اجتماعی، ارتباطات اجتماعی)
۵	اعتصامی و فاضلی (۱۳۹۳)	سطح محیط (چارچوب‌های قانونی و قواعد و نهادهای نظام، میزان مشارکت و مسئولیت در فرایند سیاسی) سطح خرد (کنشی - رابطه‌ای، شناختی - گرایشی، ساختاری) سطح پایه (وفای به عهد، اعتمادبه‌نفس، صداقت در تعامل با حضرت ربوبی و جامعه)
۶	ویسه و نصرالهی (۱۳۹۴)	اعتماد اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مشارکت اجتماعی مسجد و فرهنگ مشارکت همبستگی اجتماعی اخوت و دوستی شورا و مشورت

روش پژوهش

شاید مهم‌ترین جنبه تحقیق علمی که اصالت و اعتبار تحقیق را می‌رساند، روش تحقیق است (گل‌وردی، ۱۳۹۳، ص ۷۱). همان‌طور که بیان شد هدف پژوهش حاضر شناخت سطوح سرمایه اجتماعی براساس روایات کتاب گران‌قدر میزان‌الحکمه است. بنابراین، این پژوهش از حیث هدف، اکتشافی یا بنیادین، به لحاظ روش، کیفی و دارای رویکردی استقرایی است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها تکنیک تحلیل مضمون به کار گرفته شد.

روش گردآوری داده‌ها

در این پژوهش منبع اصلی مورد مطالعه، کتاب گران‌قدر میزان‌الحکمه است. انتخاب این کتاب شریف چندین دلیل داشت که به شرح زیر است:

- این کتاب با کنار هم قرار دادن مضامین مشابه روایات، دسته‌بندی خوبی را ارائه کرده است. به‌طوری که پیدا کردن موضوع مد نظر زمان زیادی طول نمی‌کشد؛
 - در این مجموعه تلاش شده است از تکرار احادیث یا تداخل عناوین خودداری شود؛
 - این کتاب ناظر به روایات فقهی نیست و احادیثی را که مضمون اخلاقی و اجتماعی دارد، بیان کرده است؛
 - در این کتاب پیش از پرداختن به روایات معصومین (ع)، آیات مربوط به آن مبحث آورده شده است.
- با به‌کارگیری نرم‌افزار این کتاب که در مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی نور تولید شده است، واژه‌های متعددی - در ترجمه کتاب به فارسی و در متن اصلی به عربی - از جمله «اعتماد»، «دوستی»، «یاری‌رساندن»، «وثوق»، «توکل»، «نصر»، «امن و ایمان»، «اتحاد»، «برادر و برادری»، «ارتباط»، «عون» و جز آن جست‌وجو شد.
- در کنار جست‌وجوی کلیدواژه‌ای، روایات بخش‌هایی که می‌توانست با بحث سرمایه اجتماعی مرتبط باشد، بررسی شد و این جست‌وجوها تا رسیدن به اشباع داده‌های ادامه یافت.

تحلیل داده‌ها

برای استخراج مفاهیم از متن‌ها و منابع، تکنیک تحلیل مضمون به کار گرفته شد. تحلیل مضمون، در واقع، نوعی استنتاج از داده‌های کیفی است که مبتنی بر واحدهای مضمون نظریه‌سازی می‌شود. این راهبرد با یافتن الگو(های) مکنون و پوشیده موجود در داده‌ها یا بازخوانی دیدگاه محققان درباره داده‌ها، تلاش می‌کند یافته‌های تحقیق را بهبود بخشد. به کمک این روش می‌توان از تمرکز صرف بر مسموعات و کدهای مستخرج از داده‌ها گذر کرد و مضامین دقیق‌تری از پدیده‌ها به دست آورد (Sandelowski & Barroso, 2006, p.145). مضمون، الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات، و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (Boyatzis, 1998, p.4).

استرلینگ (۲۰۰۱) در دسته‌بندی خود از مضمون، سه گونه مضمون پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر را شناخته و معتقد است با تحلیل مضامین، شبکه‌ای از مضامین ایجاد می‌شود و در نهایت، با تحلیل آن‌ها، مفاهیم اصلی، استخراج، و مدل تبیین می‌شود.

مضمون پایه از بقیه مضامین به داده‌ها نزدیک‌تر است. این مضامین به‌طور مستقیم از داده‌های متنی، استخراج و مبنایی برای سایر مضامین بالادستی، محسوب می‌شود. مضمون سازمان‌دهنده، حالت واسطه‌ای دارد و مضامین پایه را در خوشه‌هایی، طبقه‌بندی و نام‌گذاری می‌کند. در واقع مضامین پایه را در سطحی انتزاعی‌تر، دسته‌بندی، تلخیص و نام‌گذاری می‌کند. در نهایت، مضمون فراگیر مطرح می‌شود. این دسته از مضامین، بالاترین سطح مضمون‌اند که از طریق تلخیص مجموعه‌ای از مضمون‌های سازمان‌دهنده، بازتولید می‌شوند. آن‌ها بیشترین سطح انتزاع را دارند (مرتضوی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۰۷).

نتایج و تجزیه و تحلیل

فرایند تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز آغاز می‌شود. کدگذاری باز فرایندی تحلیلی است که طی آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد مربوط به هر مفهوم کشف می‌شود. در کدگذاری باز،

وقایع یا چیزهای مشاهده شده در داده‌ها نام‌گذاری می‌شوند و بر فهم مشخصه‌هایی تمرکز می‌شود که موجب منحصربه‌فرد شدن این وقایع شده است (ایرانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۰). کدگذاری باز در این پژوهش همان‌طور که بیان شد به منظور یافتن مضامین پایه به‌کار گرفته شد. پس از بررسی روایات، بیش از ۳۰۰ روایت که درون‌مایه اصلی آن‌ها به کلیدواژه‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی نزدیک بود، استخراج شد که در جدول ۲ قسمتی از آن بیان شده است.

جدول ۲. خلاصه‌ای از داده‌های پژوهش

ردیف	مضمون پایه	داده	شماره روایت
۱	دروغ به مثابه سست‌کننده اعتماد	امام علی (ع): کسی که به دروغ‌گویی شناخته شود، اعتماد به او کم می‌شود و کسی که از دروغ اجتناب کند، گفته‌هایش باور می‌شود.	۱۷۵۶۹
۲	یاری کردن صادقانه برادران	امام صادق (ع): برادران سه گروه‌اند: آنکه با جان همراهی می‌کند، دیگری آنکه با مال یاری می‌رساند و این دو گروه در برادری صادق‌اند، و سومی آنکه از تو وجه معاش می‌گیرد و تو را برای اندکی لذت و خوشی می‌خواهد، او را مورد اعتماد بدان.	۲۳۳
۳	نهی از خیانت	پیامبر خدا (ص): مسلمان، برادر مسلمان است، به او خیانت نمی‌کند، به او دروغ نمی‌گویند و او را تنها و بی‌یاور نمی‌گذارند.	۸۹۵۴
۴	نهی از دروغ‌گویی	پیامبر خدا (ص): مسلمان، برادر مسلمان است، به او خیانت نمی‌کند، به او دروغ نمی‌گویند و او را تنها و بی‌یاور نمی‌گذارند.	۸۹۵۴
۵	نهی از تنها گذاشتن برادر	پیامبر خدا (ص): مسلمان، برادر مسلمان است، به او خیانت نمی‌کند، به او دروغ نمی‌گویند و او را تنها و بی‌یاور نمی‌گذارند.	۸۹۵۴
۶	نهی از اعتماد کردن به نفس فریبکار	امام علی (ع): همانا نفس تو بسیار فریبکار است. اگر به آن اعتماد کنی، شیطان تو را به سمت ارتکاب حرام‌ها می‌کشاند.	۲۰۵۰۹
۷	اعتماد نکردن به فرد لئیم	امام علی (ع): از اعتماد به فرومایه بپرهیز؛ زیرا فرومایه هر کس را که به او اعتماد کند، تنها می‌گذارد.	۱۸۱۵۴
۸	نهی از فریب در معاملات	امام صادق (ع): مغبون کردن کسی که در قیمت کالا [و سالم بودن جنس] به فروشنده اعتماد کرده، حرام است.	۱۴۹۱۸
۹	تشویق به ترمیم روابط	امام حسین (ع): قوی‌ترین فرد در ایجاد ارتباط کسی است که با کسی که از او بریده رابطه برقرار کند.	۲۲۹
۱۰	نهی از بدبینی	امام علی (ع): بدترین مردم کسی است که به سبب بدبینی، به هیچ کس اعتماد نکند و به سبب بدکرداریش، کسی به او اعتماد نرزد.	۹۳۹۲
۱۱	آزمودن دوست پیش شرط اعتماد	امام علی (ع): پیش از آزمودن دوست، به او اعتماد مکن.	۱۰۴۶۹
۱۲	نهی از اعتماد به بی‌دینان	امام علی (ع): به عهد و پیمان کسی که دین ندارد اعتماد نکن.	۱۴۵۴۵

ادامه جدول ۲. خلاصه‌ای از داده‌های پژوهش

ردیف	مضمون پایه	داده	شماره روایت
۱۳	نهی از تملق پس از اعتماد	امام هادی (ع): به فردی که در مدح و ستایش آن حضرت افراط بسیار می‌فرمود: مواظب باش! زیرا زیاده مدح و ستایش، باعث بدگمانی می‌شود و چون مورد اعتماد برادرت قرار گرفتی، از تملق دست بردار و حسن نیت داشته باش.	۱۸۶۹۹
۱۴	دعوت به اعتماد به خداوند	امام علی (ع): هر که به خدا اعتماد کند، خداوند شادمانی نشانش دهد و هر که به او توکل کند، خداوند کارهایش را کفایت کند.	۲۲۵۳۶
۱۵	دعوت به رعایت حیا	امام صادق (ع): ادب و حرمت میان خود و برادرت را از بین نبر و آن را نگه‌دار؛ زیرا با از بین رفتن ادب و حرمت، حیا نیز از میان می‌رود و نگه‌داشتن ادب و حرمت، مایه پایداری دوستی است.	۱۸۳
۱۶	دعوت به انصاف، مهربانی و دوری از حسد	امام صادق (ع): برادران در میان خود به سه چیز نیازمندند که اگر به کار بندند دوستی می‌پاید و گرنه از یکدیگر جدا و دشمن هم می‌شوند. آن سه چیز این‌هاست: انصاف با یکدیگر، مهربانی با یکدیگر، و حسد نبردن به هم.	۱۸۵
۱۷	دعوت به حسن خلق به مثابه استوارکننده دوستی	پیامبر خدا (ص): حُسنِ خُلُق، رشته دوستی را استوار می‌کند.	۵۳۰۶
۱۸	دعوت به بخشندگی به مثابه زاینده دوستی	امام علی (ع): بخشندگی، دوستی می‌آورد و اخلاق را می‌آراید.	۸۵۵۰
۱۹	نهی از جست‌وجوی عیوب	امام علی (ع): هر که عیب‌های پنهانی [مردم] را جست‌وجو کند، خداوند او را از دوستی دل‌ها محروم می‌کند.	۱۴۸۱۶
۲۰	دعوت به خیرخواهی به مثابه آفریننده دوستی	امام علی (ع): خیرخواهی (یک‌رنگی)، دوستی به بار می‌نشانند.	۲۰۱۹۰
۲۱	دعوت به وفای به عهد	امام علی (ع): هر که خوش‌وعده باشد، شایسته‌گزینهش [برای دوستی] است.	۲۲۲۶۴
۲۲	دعوت خطاپوشی و عذرپذیری	امام عسگری (ع): بهترین برادر تو آن کسی است که گناه و خطای تو را به خود، فراموش کند.	۲۸۸
۲۳	نهی از تهمت‌زدن به برادر	امام صادق (ع): هر کس به برادر دینی خود تهمت زند حرمتی میان آن دو به‌جا نمی‌ماند.	۲۲۶۱
۲۴	دعوت حاکم به مهربانی با مردم	امام علی (ع): اما بعد، وظیفه حکمران است که اگر به زیادتی رسید یا به نعمتی مخصوص شد، موجب تغییر حال و دگرگونی رفتار او بر رعیتش نشود و نعمت‌هایی که خدا نصیبش کرده بر نزدیکی او به بندگان خدا و مهربانی او به برادرانش بیفزاید.	۹۰۸

ادامه جدول ۲. خلاصه‌ای از داده‌های پژوهش

ردیف	مضمون پایه	داده	شماره روایت
۲۵	اطلاعات	توصیه به شفافیت در ارائه امام علی (ع): بدانید حق شماست بر من که رازی را از شما نپوشانم، مگر در جنگ.	۹۱۹۷
۲۶	مردم	توصیه به مشورت گرفتن از امام علی (ع): بدانید حق شماست بر من که... بدون رایزنی با شما کاری را نکنم مگر در قضاوت.	۹۱۹۷
۲۷	توصیه به حاکم برای رعایت حقوق مردم	در ادای حق شما تأخیر نکنم (حقوق و عطایای شما را به موقع پردازم) و در رساندن آن درنگ نکنم و همه شما را در حق یکسان بدانم.	۹۱۹۷
۲۸	توصیه به حاکم برای مدارا با مردم	امام علی (ع): هرگاه به حکومت رسیدی، نرمش و مدارا را پیشه خود کن.	۹۱۹۷
۲۵	توصیه به حفظ سنت‌های نیک گذشتگان	امام علی (ع): در فرمان حکومت مصر به مالک اشتر نوشت: سنت پسندیده‌ای را که بزرگان این امت به آن رفتار کرده‌اند و موجب همدلی و همبستگی شده و کار مردم طبق آن سامان گرفته است، مشکن و هیچ‌گاه سنت و روشی ایجاد مکن که به چیزی از این سنت‌های گذشته لطمه‌ای زند، زیرا در این صورت پایه‌گذار آن سنت گذشته مأجور خواهد بود و تو با شکستن آن گناهکار.	۹۱۱۶
۲۶	توصیف عدل به مثابه زیور حکومت	امام علی (ع): زیور حکومت، عدالت است.	۸۲۱۳
۲۷	بیان شاخص‌های حسن سیاست	امام علی (ع): حسن تدبیر و پرهیز از حیف و میل، از حسن سیاست است.	۹۱۷۹
۲۸	اعتماد به وعده الهی	امام باقر (ع): کیست که از خدا خواسته باشد و خدا به او نداده باشد؟! یا بر خدا توکل کرده باشد و او کفایتش نکرده باشد؟! یا به او اعتماد کرده باشد و خدا نجاتش نداده باشد؟!.	۲۲۵۴۰

همان‌طور که در جدول ۲ بیان شد، با بررسی روایات در زمینه سرمایه اجتماعی، مضامین پایه استخراج شد. به منظور استخراج مضامین سازمان‌دهنده، نیاز به تدقیق بیشتر در روایات بود تا بتوان روایات هم‌سنخ و هم‌سنگ را در دسته‌های مشابه قرار داد. پس از خواندن و بازبینی مجدد روایات، مشخص شد مخاطب اصلی برخی روایات «عامه مردم» (مخاطب خرد) و مخاطب برخی دیگر «مدیران و حاکمان» (مخاطب کلان) بودند. به علاوه محتوای این خطاب‌ها نیز در بعضی موارد توصیه‌های «رفتاری» و در برخی دیگر توصیه‌های غیررفتاری و «نگرشی» بود. بنابراین،

چهار مضمون سازمان‌دهنده بدین صورت شکل گرفت: روایات خرد و رفتاری، خرد و نگرشی، کلان و رفتاری، کلان و نگرشی. به علاوه از آنجا که این پژوهش در منابع اسلامی انجام گرفت، با توجه به آموزه‌های دین اسلام و اعتقاد به آسمانی و الهی بودن آن، بدیهی است همه تبعیت یک فرد در نگرش‌ها و رفتارهایش از این آموزه‌ها، حاصل اعتمادی است که به وعده‌های الهی دارد. کد ۳۲ جدول ۲ و روایات مشابه آن، نشان‌دهنده وجود این اعتماد در رفتارها و نگرش‌های یک فرد معتقد است. بنابراین، همه چیزی که روایات استخراج شد، در صورتی بر نگرش و رفتار فرد تأثیر می‌گذارد که وی به وعده و دستورات الهی اعتماد داشته باشد. از همین رو همه ابعاد مدل سرمایه اجتماعی، ذیل اعتماد به وعده الهی قرار می‌گیرد. مدل نهایی پژوهش دو محور دارد: یکی از محورها را مخاطب روایات -مردم یا حاکم- و محور دیگر را محتوای خطاب‌ها -رفتاری یا نگرشی- شکل می‌دهد. در ادامه مدل نهایی این پژوهش ترسیم شده است.



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش

همان‌طور که در جدول ۲ و شکل ۱ ملاحظه شد، جنس توصیه‌ها یکسان نبود. بنابراین، مضامین اولیه در چهار دسته کلی به‌عنوان مضامین سازمان‌دهنده تقسیم شدند. برای مثال در روایت ۲۲۲۶۴ امام علی (ع) می‌فرماید: «هر که «خوش‌وعده» باشد، شایسته گزینش [برای دوستی] است» توصیه‌ای که کاملاً دربردارنده یک فعل رفتاری -خوش‌وعده‌بودن- است. یا در روایت ۲۲۶۱، امام صادق (ع) می‌فرماید: «هر کس به برادر دینی خود «تهمت زند» حرمتی میان آن دو به‌جا نمی‌ماند» که این روایت هم بر نهی از یک رفتار خاص -تهمت‌زدن- تأکید می‌کند. در حالی که در روایت ۹۳۹۲، امام علی (ع) می‌فرماید: «بدترین مردم کسی است که به سبب «بدبینی» به هیچ‌کس اعتماد نکند» که این نهی، نهی از یک رفتار نیست (هرچند بدبینی نمودهای رفتاری نیز دارد). بدبینی حالت منفی نگرشی نسبت به دیگران است. همچنین، برای وجود سرمایه اجتماعی و تسهیل کنش‌های مردم در جامعه و رسیدن مردم به خواسته‌هایشان، حکومت و حاکم نیز وظایفی دارد. برای مثال، در روایت ۹۰۸ این کتاب، امام علی (ع) می‌فرماید: «وظیفه حکمران است که اگر به زیادتی رسید یا به نعمتی مخصوص گشت موجب تغییر حال و دگرگونی رفتار او بر رعیتش نشود و نعمت‌هایی که خدا نصیبش کرده بر نزدیکی او به بندگان خدا و مهربانی او به برادرانش بیفزاید. بدانید حق شماست بر من که رازی را از شما نپوشانم مگر در جنگ و بدون رایزنی با شما کاری را نکنم مگر در قضاوت و در ادای حق شما تأخیر نکنم (حقوق و عطایای شما را به‌موقع پردازم) و در رساندن آن درنگ نکنم و همه شما را در حق یکسان بدانم. پس هرگاه چنین کردم، خداوند بر شما حق نعمت خواهد داشت و من بر شما حق اطاعت». در این روایت وجود شفافیت در رفتار حاکم، مشورت‌گرفتن از مردم و پرداخت حقوق مردم بخشی از وظیفه رفتاری حاکم در ایجاد یک جامعه مطلوب است.

بحث و نتیجه

از بررسی مبانی نظری سرمایه اجتماعی و آموزه‌های دین مبین اسلام مشخص می‌شود که مفاهیمی که دلالت بر مفهوم سرمایه اجتماعی و شاخص‌های مرتبط با آن دارند، مانند مفهوم اعتماد و اعتمادبخشی، بارها در منابع دینی ذکر شده‌اند و می‌توان در تعداد بی‌شماری از آیات و روایات مطالبی دال بر ایجاد و تعمیق روابط مبتنی بر اعتماد در سطوح مختلف بین‌فردی و بین مخلوق و

خالق را مشاهده کرد. اما مسئله پیش‌رو در این شرایط چگونگی استخراج و به‌کارگیری این مفاهیم و قابل درک و ملموس کردن آن‌ها بود. از این رو، در این پژوهش سعی شد با به‌کارگیری روش تحقیق کیفی، بدون پیش‌فرض قراردادن پژوهش‌های غربی، منابع اصیل اسلامی مبنا قرار گیرد و بیان شد در این منابع چه الگویی از سرمایه اجتماعی را می‌توان یافت. در همین راستا، راهکاری این پژوهش برای به‌کارگیری این مفاهیم، در کنار هم دیدن عمده روایاتی بود که به روش‌های مختلف سعی در ایجاد یا تعمیق روابط داشتند، یعنی روابطی که موجب تسهیل کنش‌های فرد در جامعه می‌شود. از همین رو مدل نهایی پژوهش، مدلی دوبعدی شد به این دلیل که عمده این روایات بر بیش از یک جنبه تأکید می‌کرد. این امر برخلاف پژوهش‌های مشابه بود که نگاهی خطی و تک‌بعدی به سرمایه اجتماعی داشتند. برای مثال، کوهکن (۱۳۸۸) با مبنای قراردادن مدل CRS به تطبیق آن با منابع دینی پرداخت. در بعد ساختاری، ولایت، بنوت و اخوت را نام می‌برد. در بعد شناختی به برخی مؤلفه‌های ایجابی و سلبی اشاره می‌کند و در نهایت، در بعد ارتباطی نیز مؤلفه‌های ایجاد ارتباط متقابل در جامعه اسلامی و مؤلفه‌های ایجاد هنجار را تشریح می‌کند. در واقع، وی مدلی خارج از معارف دینی را مبنا قرار می‌دهد که این امر پژوهشگر کیفی را در سامان‌دادن یک مفهوم در بستری کاملاً متفاوت با محدودیت و تنگنا مواجه می‌کند.

اعتصامی و فاضلی (۱۳۸۸) برخی اصول، مانند تقوای الهی، تواضع و حلم، خوش‌رویی، مقابله با اکوپاتی و جز آن را بیان کردند، اما مبنای استخراج اصول مشخص نیست. بنابراین، بین آن‌ها عدم تجانس وجود دارد.

از این رو، در این پژوهش سعی شد از یک طرف مدلی اصیل و بر مبنای تعالیم دینی استخراج شود، و از طرف دیگر، مبنای تقسیم‌بندی‌ها مشخص باشد. در این راستا یک محور مدل نهایی، مربوط به مخاطبان روایات است که به دو سطح خرد و کلان تقسیم می‌شود. منظور از سطح خرد، کنش و واکنش‌های بین افراد در تعاملاتشان با افراد دیگر است، مانند روابط بین دوستان، اقوام و آشنایان یا همکاران. سطح کلان، بر روابط حاکمیت با مردم در سطح اجتماع تأکید می‌کند. زیرا از دید تعالیم اسلامی رسیدن به جامعه‌ای با سرمایه اجتماعی مطلوب به انجام‌دادن صحیح وظایف حاکمیت نیز نیاز دارد. همان‌طور که پیامبر (ص) فرمودند: مردم به حاکمانشان شبیه‌ترند تا پدرانشان؛ و این دست روایات نشان از تأثیرپذیری بالای مردم از رفتار مسئولان دارد. از همین رو،

یک سر طیف مخاطب روایات در این مدل، سطح کلان قرار گرفت که مربوط به انجام دادن وظایف از سوی حاکمیت است.

محور دیگر بر محتوای روایات تأکید می‌کند که رفتاری و نگرشی نام‌گذاری شد، زیرا برخی توصیه‌ها مربوط به امر یا نهی از یک رفتار خاص مثل راست‌گویی و وفای به عهد یا تهمت‌زدن و غیبت‌نکردن و برخی توصیه‌ها نیز مربوط به امر یا نهی از داشتن سوگیری یا نگرش خاص مانند حسن ظن یا بدبینی بود.

تلفیق این دو محور، چهار بعد، شامل بعد رفتاری و خرد، رفتاری و کلان، نگرشی و خرد و نگرشی و کلان را به وجود آورد. در بعد رفتاری و خرد روابط بین اعضای یک جامعه، دوستان و شهروندان مدنظر است؛ مانند امانت‌داری یا تلاش برای رفع گرفتاری‌های یکدیگر. بعد نگرشی و خرد مربوط به همان اعضاست ولی در سطح نگرش‌هایی که به یکدیگر دارند مانند دعوت به حسن ظن و نوع دوستی. منظور از سطح رفتاری و کلان، تعامل صحیح حاکم و آداب آن است، مانند مشورت‌گرفتن و حفظ سنت‌های پسندیده گذشته و در سطح نگرشی و کلان نیز منظور نگاهی است که حاکم باید به مردم داشته باشد. آن‌ها را برادر خود بداند یا دست‌کم در آفرینش مانند خود، رعایت حریم شخصی آنان را کند. در گام آخر، همه این روابط در ذیل اعتماد به خداوند قرار می‌گیرند. زیرا رفتار اشخاص مذهبی برخاسته از تعالیم یک دین الهی است و به صورت پیش‌فرض براساس اعتماد به وعده و سخنان خداوند است. اعتماد به سخنان و وعده الهی مسلمانان را ترغیب به تبعیت از توصیه‌های پیامبر (ص) می‌کند و این اعتماد، مبنای‌ترین اعتماد، در بحث سرمایه اجتماعی اسلامی است و در صورتی که خدشه‌ای بر آن وارد شود، بقیه توصیه‌ها و دستورات، بی‌تأثیر خواهند شد.

در نهایت، می‌توان ادعا کرد اسلام و معارف برخاسته از آن بر ایجاد و گسترش روابط مبتنی بر اعتماد در جامعه تأکید زیادی می‌کنند. اما برای تحقق این مفهوم در جامعه به نقش‌آفرینی همه افراد یک امت اسلامی اعم از مردم و مسئولان نیاز است و اینان باید هم در سطح رفتار و هم نگرش و عواطف در جهت توصیه‌های دین حرکت کنند تا شاهد شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در جامعه اسلامی باشیم.

منابع و مأخذ

۱. اعتصامی، منصور و فاضلی کبریا، حامد (۱۳۸۸). درآمدی بر الگوی مدیریتی امام علی (ع) از منظر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی. *اندیشه مدیریت*، سال ۳، شماره ۲، صفحات ۱۰۱-۱۲۸.
۲. اعتصامی، منصور و فاضلی کبریا، حامد (۱۳۹۳). تدوین الگوی پیشنهادی مؤلفه‌های مدیریتی سرمایه اجتماعی با نگاهی به مفاهیم نهج البلاغه. *سیاست‌گذاری اقتصادی*، سال ۶، شماره ۴۵، صفحات ۱۲-۲۵.
۳. الوانی، سید مهدی و شیروانی، علیرضا (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی؛ اصل محور توسعه. نشریه تدبیر، شماره ۱۴۷، صفحات ۷۸-۷۰.
۴. ایرانی، حمیدرضا، الوانی، سید مهدی؛ جندقی، غلامرضا و زارعی‌متین، حسن (۱۳۹۴). طراحی الگوی رهبری سخاوتمند در بیمارستان‌های دولتی استان قم. *فصل‌نامه علوم مدیریت ایران*، سال ۱۰، شماره ۳۸، صفحات ۱-۳۳.
۵. باستانی، علیرضا و رزمی، سید محمدجواد (۱۳۹۳). رتبه‌بندی غیرمستقیم استان‌های ایران برحسب سرمایه اجتماعی. *فصل‌نامه رفاه اجتماعی*، دوره ۱۴، شماره ۵۵، صفحات ۷۷-۴۵.
۶. بدیعیان، راضیه، نجفی، محمد و عاشوری رودپشتی، رخسار (۱۳۹۱). توسعه سرمایه اجتماعی براساس آموزه‌های قرآنی. *بصیرت و تربیت اسلامی*، سال ۹، شماره ۲۳، صفحات ۱-۲۲.
۷. بیکر، واین (۱۳۸۲). *مدیریت و سرمایه‌های اجتماعی*. ترجمه سید مهدی الوانی و رضا ربیعی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۸. تجلیل، ابوطالب (۱۳۶۶). *ارزش‌ها و ضدا ارزش‌ها در قرآن*. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۹. ردادی، محسن (۱۳۸۷). *مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اسلام*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته معارف اسلامی و علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۰. شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۶). بررسی امکان همزیستی دین و مدرنیته. *فصل‌نامه علوم اجتماعی*، شماره ۳۰، صفحات ۶۳-۳۰.

۱۱. صمدی، عباس و عباسی، مهرناز (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار رقابتی شرکت‌ها. *مجله مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۸۵-۱۰۸.
۱۲. ضرغامی، برزین (۱۳۸۶). نقش نهادها و رفتارهای دینی در تقویت و انسجام سرمایه اجتماعی. *نشریه آیین*، شماره ۷، صفحات ۷۳-۷۰.
۱۳. عمید، حسن (۱۳۶۳). *فرهنگ لغت عمید*. تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
۱۴. فاضلی کبریا، حامد، صفرزاده، حسین و حسن‌زاده، مسعود (۱۳۹۰). طراحی مدل مفهومی سرمایه اجتماعی با تأکید بر آموزه‌های نهج البلاغه. *فصل‌نامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، سال ۱، شماره ۲، صفحات ۳۷-۱۳.
۱۵. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۶). *پایان نظم: سرمایه اجتماعی و حفظ آن*. ترجمه غلامعباس توسلی، نشر: شرکت حکایت قلم نوین.
۱۶. کریمی، میلاد، خنیفر، حسین و طاهری‌نژاد، فائزه (۱۳۹۴). طراحی مدل مفهومی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از منظر نظام اسلامی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۴، صفحات ۶۳۸-۶۱۳.
۱۷. کوهکن، علیرضا (۱۳۸۸). *مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی*. راهبرد یاس، شماره ۱۷، صفحات ۱۴۱-۱۲۴.
۱۸. گل‌وردی، مهدی (۱۳۹۳). *شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر جانشین‌پروری (مورد مطالعه: مدیران سازمان‌های فرهنگی استان قم)*. پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد، رشته مدیریت تحول سازمانی، پردیس فارابی دانشگاه تهران.
۱۹. گنجی، محمد و هلالی ستوده، مینا (۱۳۹۰). رابطه گونه‌های دینداری و سرمایه اجتماعی (رویکردی نظری و تجربی در بین مردم شهرستان کاشان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۲، شماره ۲، صفحات ۱۲۰-۹۵.
۲۰. محمودی، سمیرا و غفاری، غلامرضا (۱۳۹۴). تبیین اثرات انواع سرمایه‌های توسعه‌ای بر سرمایه اجتماعی (مورد: روستاهای استان خراسان رضوی). *فصل‌نامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، سال ۴، شماره ۴، صفحات ۱۹۰-۱۶۹.

۲۱. مرتضوی، سعید، رحیم‌نیا، فریبرز، رضائیان، علی و چیت‌سازیان، علیرضا (۱۳۹۲). شناخت محتوای قرارداد روان‌شناختی در اعضای هیئت علمی (مورد مطالعه: دانشگاه فردوسی مشهد). *اندیشه مدیریت راهبردی*، سال ۷، شماره ۲، صفحات ۹۹-۱۲۲.
۲۲. معین، محمد (۱۳۸۹). *فرهنگ لغت معین*. تهران: نشر بهزاد.
۲۳. مقیمی، سید محمد، امامی، فرزانه و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی در تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صفحات ۶۰-۲۹.
۲۴. ویسه، مهدی و نصرالهی وسطی، سیمین (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر ایجاد خلاقیت در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان مدیریت دانشگاه ایلام). *اسلام و مطالعات اجتماعی*، سال ۳، شماره ۳، صفحات ۱۴۵-۱۲۱.

25. 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.
26. Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Sage.
27. Coleman, J. S. & Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press.
28. Davies, I.A. & Ryals, L.J. (2010). The role of social capital in the success of fair trade. *Journal of Business Ethics*, 96(2), 317-338.
29. Forte, A., Peiro-Palomino, J. & Tortosa-Ausina, E. (2015). Does social capital matter for european regional growth?. *European Economic Review*, 77, 47-64.
30. Kim, P., Cooper, C., Dirks, K. & Ferrin, D. (2013). Repairing trust with individual vs. Groups. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 120, 1-14.
31. Kovalčíková, I. & Lačný, M. (2016). The case of trust-research on social capital in 4 countries. *Studies of Transition States and Societies*, 8(3),
32. Lederman, D., Loayza, N. & Menendez, A.M. (2002). Violent Crime: Does Social Capital Matter?. *Economic Development and Cultural Change*, 50(3), 509-539.
33. Sandelowski, M. & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
34. Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405.