

نظریه «دوستی تعالی بخش» در اسلام و دلالت‌های آن در مدیریت سرمایه اجتماعی کشور

امیرحسین بنائی*

یحیی بوذری نژاد**

محسن صبوریان***

چکیده

انسان موجودی اجتماعی آفریده شده و از همین رو یکی از اصلی‌ترین نیازهای بشر، نیاز او به رهایی از زندان تنهایی است. نهاد «دوستی» به مثابه پیوند معنوی افراد و زمینه‌ساز ارتباطات مادی آنان یکی از بهترین راه‌های ارضای این نیاز و در نتیجه مطلوب ذاتی انسان است. از سوی دیگر، ایده محوری نظریه سرمایه اجتماعی، «روابط اجتماعی» است. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که رابطه «دوستی» به عنوان نوع خاصی از «روابط اجتماعی» بین انسان‌ها از عوامل اصلی ارتقای سرمایه اجتماعی جامعه است. تحقیق حاضر نخست با تکیه بر منابع شیعی و به روش کیفی «نظریه‌پردازی داده‌بنیاد» در صدد ارائه یک نظریه اسلامی در خصوص دوست‌یابی و دوستی برآمده و سپس با تحلیل عقلانی-منطقی، دلالت‌های آن نظریه - که آن را «دوستی تعالی بخش» نامیده - را در افزایش سرمایه اجتماعی مثبت (سازنده) جامعه بررسی کرده است.

واژگان کلیدی: روابط اجتماعی، رابطه دوستی، دوستی تعالی بخش، سرمایه اجتماعی مثبت، نظریه داده‌بنیاد.

مقدمه

کسی نمی‌تواند طبیعت انسان را مستقل از جهان اجتماعی که در آن زندگی و رشد می‌کند در نظر بیاورد. افزون بر این به دلیل تنوع محیط‌های زندگی انسانی، ماهیت پیچیده و غالباً متغیر پیوستگی‌های اجتماعی، و همچنین نیاز توأمان به رقابت و همکاری با خویشاوندان، آشنایان غیر خویشاوند و [حتی] غریبه‌ها، بشر نیازمند یک کارآموزی درازمدت جهت تسلط یافتن بر جهان اجتماعی است (اسمیت و هارت،^۱ ۲۰۰۲، ص ۵۶). «دوستی کردن» مهم‌ترین و اصیل‌ترین راه این اجتماعی شدن است.

از سوی دیگر، مفهوم تقریباً نوظهور دیگری که به موضوع روابط اجتماعی انسان‌ها می‌پردازد، مفهوم سرمایه اجتماعی است. نظریه سرمایه اجتماعی به‌طور ذاتی بسیار ساده است. ایده محوری آن را می‌توان در واژه «روابط اجتماعی» خلاصه کرد: اعضای جامعه با برقراری تماس با یکدیگر و پایدار ساختن آنها قادر به همکاری با یکدیگر می‌شوند و از این طریق چیزهایی را کسب می‌کنند که به تنهایی قادر به کسب آنها نمی‌باشند و یا با دشواری بسیار، موفق به کسب آنها می‌شوند (فیلد، ۱۳۸۶، ص ۷). به روشنی معلوم است که از آنجایی که دوستی، نوع خاصی از روابط اجتماعی است از این رو کیفیت و کمیّت آن در میان آحاد افراد جامعه، نقش بارزی در میزان و عیار سرمایه اجتماعی جامعه دارد. در مقاله حاضر ابتدا براساس روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد^۲ و مبتنی بر منابع اسلامی (شیعی) درصد دستیابی به یک نظریه جامع در خصوص دوستی از منظر اسلامی برآمده‌ایم و در ادامه، دلالت‌های آن نظریه را در ارتقای سرمایه اجتماعی مثبت جامعه بررسی کرده‌ایم؛ زیرا به نظر می‌رسد با گسترش وجوه مدرن زندگی در جامعه امروزی ایران، که تفکیک و تمایز بیشتر میان افراد و اتم‌وار (فردگرا) شدن ساختار جامعه و در نتیجه تبدیل همبستگی مکانیکی به همبستگی ارگانیکی را در پی داشته، ضرورت وجود یک تئوری مستحکم و کارآمد که بیانگر نحوه ارتباطات و پیوندهای صحیح و شرعی میان افراد باشد و تولید، انباشت و مصرف سرمایه اجتماعی مثبت جامعه را تضمین کند، بیش از پیش احساس می‌شود.

مبانی و پیشینه نظری

- دوستی

عمیق‌ترین احتیاج بشر نیاز او به غلبه بر جدایی، و رهایی از زندان تنهایی است (فروم، ۱۳۹۴، ص ۱۷) و تنها راه کامل [برای ارضای این نیاز] در وصول به پیوند دوجانبه نهفته است: در پیوند

1. Smith, Peter K., & Hart, Craig H.

2. Grounded Theory

شخصی با شخص دیگر (همان، ۲۷). دوستی از یک ارتباط مخصوص بین دو فرد [از نظر شأن و جایگاه] مساوی، که در یک گروه دو نفره به‌طور منحصر‌به‌فرد ایجاد شده درگیر هستند، ایجاد می‌شود (کلمن، ۱۹۹۸). در واقع دوستی یک پدیده دو نفره «دوجانبه ساخته شده» است که با سه ویژگی: رابطه دوسویه، نزدیکی [جسمانی] و صمیمیت [روحانی] شناخته می‌شود (بگول و اشمیت: ۲۰۱۱؛ اشنايدر: ۲۰۰۰). انسان به وسیله دوست داشتن، زندان تنهایی و انزوای خود را که نتیجه خودفریفتگی و خودپرستی به وجود آمده، رها می‌کند (فروم، ۱۳۹۴، ص ۵۲). احتیاج ما به دوست داشتن از احساس تنهایی سرچشمه می‌گیرد و همین احتیاج ما را وادار می‌کند تا با تجربه وصل، بر اضطراب تنهایی و جدایی فائق آییم (همان، ۷۷).

از طرفی، بعد اجتماعی در انسان مهم‌ترین بعدی است که خداوند به خاطر آن وی را آفریده است (مدرسی، ۱۳۸۴، ص ۲۷). دوستی در همه زمان‌های زندگی به جز، احتمالاً، در اوایل شیرخوارگی وجود دارد (روبین، ۲۰۰۹^۱، ص ۲۱۷) و تقریباً جمله انسان‌ها در غالب زمان‌های زندگی خود با دیگران روابط دوستی دارند (هارت‌آپ، ۱۹۹۲^۲). حتی بچه‌ها هم می‌دانند که دوستان مهم هستند و نیز می‌دانند که اگر بخواهند دوست یابی کنند و دوستان خود را نگه دارند، باید نحوه سر کردن با آنها را به خوبی بدانند (روبین، ۲۰۰۹، ص ۲۸۲). همین روح جمعی انسان است که او را به مهرورزی، دوستی و رفاقت می‌کشاند (محدثی، ۱۳۹۳، ص ۷)؛ بنا بر این دوستی هم یک ضرورت اجتماعی در زندگی است و هم عامل همبستگی افراد (همان).

بدون وجود دوستان، انسان نمی‌تواند از گرده‌ها و راه‌های دشوار زندگی بگذرد: انسانی که هنوز شبکه‌ای از روابط اجتماعی - که او را در تحقق بخشیدن به اهداف و حل مشکلاتش یاری رساند - برای خود به وجود نیاورده است، موفق و کامیاب نخواهد شد (مدرسی، ۱۳۸۴، ص ۱۱). چراکه بهره‌گیری از یاری و کمک دوستان در زندگی، میزان تحمل مشکلات و توفیق دستیابی به اهداف را بیشتر می‌کند و برای انسان پشتوانه به شمار می‌آید (محدثی، ۱۳۹۳، ص ۷). داشتن دوست تأثیرات خارق‌العاده‌ای بر شادی، آرامش ذهنی و طول عمر انسان دارد (شکل ۱). دوستان افزون بر حمایت کردن از یکدیگر در برابر تهدیدات خارجی و فشارهای زندگی جمعی، پشتیبانی اخلاقی و عاطفی نیز از همدیگر داشته و در هنگام نیاز از حیث اقتصادی و عملی یاری‌رسان یکدیگرند (دانبار، ۲۰۱۸^۳).

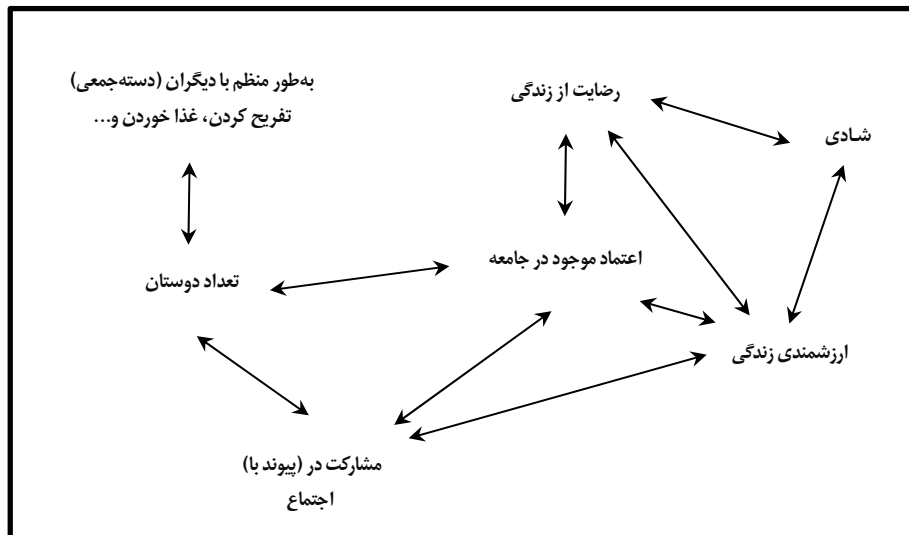
مضاف بر اینکه دوستی، نیاز روحی انسان است. نیاز به دوستی در عمق جان آدمی نهفته

1. Rubin, K.

2. Hartup, W. W.

3. Dunbar R.I.M

است. وقتی با کسی طرح دوستی می‌ریزد و از این دوستی در زندگی بهره می‌برد، طعم شیرین حیات را بهتر می‌چشد و از احساس غربت و تنهایی درمی‌آید (همان، ص ۹). در واقع انسان بر حسب فطرت و سرشت خود ناگزیر است با هم‌نوعان خود پیوند برقرار کند (الحیدری، ۱۳۸۸، ص ۱۷). به بیان دیگر، دوستی به خودی خود خوشایند و دلپذیر است. دوستی برخلاف سایر نهادهای اجتماعی دارای کارکرد نیست یعنی به هدفی خارج از خود نیاز ندارد. هدف دوستی چیزی جز تداوم دوستی نیست. دوست بودن به خودی خود ارزش است و به تعبیر کانت، یک امر مطلق اخلاقی است.



شکل ۱. عوامل تأثیرگذار بر زندگی خوب [منبع: دانبار: ۲۰۱۸ (با اندکی تغییر)]

– سرمایه اجتماعی

در ذیل مفهوم سرمایه اجتماعی را از برخی جهات اصلی (رویکردها، سطوح، ابعاد، انواع، علل، و...) مرور کرده‌ایم:

از میان چهار رویکرد مطرح در مطالعه سرمایه اجتماعی (اجتماع‌گرا،^۱ شبکه‌ای،^۲ نهادی،^۳ هم‌افزا^۴)، «رویکرد اجتماع‌گرا» تنها به شبکه‌های ارتباطات اجتماعی به صورت منفرد و مجزاً از یکدیگر یعنی تنها به کمیت و کیفیت تعاملات میان انسان‌ها درون یک شبکه پرداخته و مفهوم

1. communitarian
2. network
3. institutional
4. synergic

سرمایه اجتماعی را به درون این روابط محدود می‌داند، بنا بر این به ارتباطات میان‌شبکه‌ای و نیز بستر نهادی و محیطی سرمایه اجتماعی واقعی نمی‌نهد. این رویکرد، میزان سرمایه اجتماعی جامعه را برابر با جمع جبری تعداد شبکه‌های اجتماعی موجود در آن دانسته و البته بر بزرگی و تراکم این شبکه‌ها نیز تأکید دارد. «رویکرد شبکه‌ای» دایره وسیع‌تری دارد و علاوه بر انجمن‌های افقی مدنی، انجمن‌های عمودی، گروه‌ها و سازمان‌های رسمی، و نیز ارتباطات میان شبکه‌ها را نیز مدنظر قرار می‌دهد؛ ضمن آنکه برخلاف رویکرد اجتماع‌گرا، بین کارکردهای مطلوب و نامطلوب سرمایه اجتماعی تمیز قائل شده و آن را فاقد حسن ذاتی می‌داند. از منظر «دیدگاه نهادی»، نیروهای حیاتی شبکه‌های اجتماعی و جامعه مدنی عمدتاً محصول بستر سیاسی، حقوقی، فرهنگی و اقتصادی جامعه است و برخلاف دو دیدگاه قبلی (که سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک متغیر مستقل مطرح می‌کردند)، دیدگاه نهادی به سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک متغیر وابسته می‌نگرد. «دیدگاه هم‌افزا» همانند دیدگاه اجتماع‌گرا بر ساختار سیستمی شبکه‌ها، همانند دیدگاه شبکه‌ای بر ارتباطات میان شبکه‌ای، و همانند دیدگاه نهادی بر زمینه و بستر (یا به تعبیر سیستمی آن: محیط) شکل‌گیری سرمایه اجتماعی به‌طور توأمان توجه می‌کند (بنائی و دیگران، ۱۳۹۸).

سرمایه اجتماعی شامل سه سطح: ۱. سطح خرد: قابلیت انفرادی افراد [در عضویت و مشارکت در یک شبکه اجتماعی]؛ ۲. سطح میانی: چند و چون تعاملات اجتماعی و ساختار سیستمی متعلق به شبکه درونی ارتباطات بین افراد و نیز ساختار بندی میان شبکه‌های مختلف و ۳. سطح کلان: بستر نهادی ظهور سرمایه اجتماعی و نیز تعاملات شبکه‌ها با محیطشان است. در سطح میانی مفهوم سرمایه اجتماعی از ساختار سیستمی سرمایه اجتماعی (ارتباطات نظام‌مند درون سیستم) صحبت می‌شود. عناصر اصلی این سطح در سه بعد (شناختی، ارتباطی، ساختاری) ساخت یافته‌اند. بعد شناختی^۱ از دو مؤلفه: ۱. «ادراک واحد» اعضای یک شبکه از اهداف مشترک آن شبکه، و ۲. ارزش‌های حاکم بر آن شبکه تشکیل شده است. بعد ارتباطی^۲ پنج مؤلفه: ۱. انتظارات و تعهدات مشترک و متقابل؛ ۲. جامعه‌پذیری؛ ۳. اعتماد؛ ۴. حس تعلق و ۵. قواعد و هنجارها را دربر می‌گیرد. البته در این بین، «اعتماد» نقش پررنگ‌تری نسبت به سایر موارد دارد به طوری که به جرئت می‌توان گفت اعتماد، مؤلفه کلیدی سرمایه اجتماعی است؛ و بعد ساختاری^۳ از چهار مؤلفه: ۱. شبکه‌ها؛ ۲. ساختارها؛ ۳. کانال‌های اطلاعات و ۴. بده-بستان تشکیل یافته است (همان).

1. cognitive

2. communicative

3. structural

تعاملات اجتماعی در سه نوع متفاوت بروز و ظهور می‌یابند: ۱. سرمایه اجتماعی پیوندی^۱ که به روابط درون گروه‌های همگن [همانند درون سازمان‌های اخوت، بین قلمروهای قومی، یا در باشگاه‌ها] و همچنین به پیوندهای نزدیکی که مردم نوعاً برای گذران روزمره خود به آنها تکیه می‌کنند، اشاره دارد؛ ۲. سرمایه اجتماعی پل‌زننده^۲ در ارتباط با دارایی‌های بیرون از شبکه بوده و برای توزیع اطلاعات کاربرد دارد و بر پیوندهای ضعیف^۳ مبتنی است. این گونه پیوندهای ضعیف با منابع متنوع ممکن است در مقایسه با پیوندهای قوی‌تر با اقوام و دوستان نزدیک عملاً برای افرادی که در جهت پیشرفت تلاش می‌کنند، بارزتر باشد (مثلاً در شکار یک فرصت شغلی). در واقع سرمایه اجتماعی پل‌زننده به تنوع در روابط میان انواع مختلف شبکه‌ها اشاره دارد؛ ۳. سرمایه اجتماعی ارتباطی^۴: اگرچه برخی این‌گونه از سرمایه اجتماعی را نوعی از سرمایه اجتماعی پل‌زننده می‌دانند؛ اما سرمایه اجتماعی ارتباطی (برخلاف پل‌زننده که به ارتباطات دوسویه افقی توجه دارد) بُعد عمودی از سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد و به پیوند بین لایه‌های ثروت و جایگاه اجتماعی اشاره دارد (همان).

نوع دیگری از طبقه‌بندی انواع سرمایه اجتماعی، تفکیک آن به دو گونه: ۱. مدنی، و ۲. حکومتی است. در حقیقت بین سرمایه اجتماعی حکومتی (مثلاً: اجرای قراردادهای اجتماعی، حاکمیت قانون، گسترش آزادی‌های مدنی، و...) و سرمایه اجتماعی مدنی (مثلاً: ارزش‌های فراگیر، سنت‌های مشترک، هنجارها، شبکه‌های غیررسمی، عضویت در انجمن‌ها و...) تمایز وجود دارد. بر مبنای همین گونه‌بندی می‌توان شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی را نیز در دو گروه مجزا تقسیم‌بندی نمود.

شکل ۲، علل ایجاد و گسترش (یا عدم گسترش) سرمایه اجتماعی را که در پنج دسته: ۱. زمینه‌ها؛ ۲. عوامل؛ ۳. روش‌ها؛ ۴. پیشران‌ها؛ ۵. موانع طبقه‌بندی شده‌اند، نمایش می‌دهد (همان).

مکانیزم‌های عملکرد مطلوب و نحوه تأثیر سازنده سرمایه اجتماعی جهت دستیابی به اهداف غایی‌اش، از شش حیث: ۱. منبع‌یابی-لجستیک؛ ۲. روانی-فرهنگی؛ ۳. اطلاعاتی-تصمیم‌گیری؛ ۴. ساختاری؛ ۵. عملیاتی-اجرایی؛ و ۶. کنترلی، قابل دسته‌بندی و تفکیک است. برای نمونه به کارکردهای: تبدیل شدن سرمایه اجتماعی به انواع دیگر سرمایه (ذیل سازوکار منبع‌یابی)، ایجاد همبستگی میان افراد (ذیل سازوکار فرهنگی)، تسهیل تبادل اطلاعات بین‌افردی

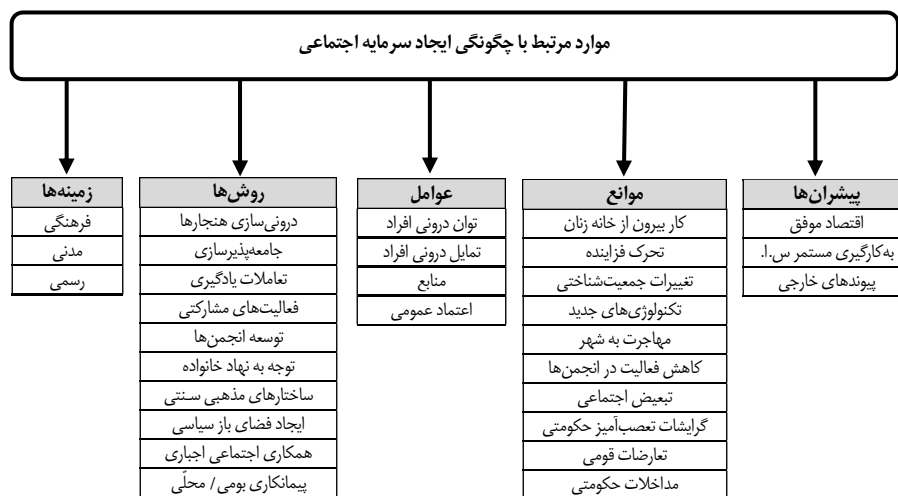
1. bonding
2. bridging
3. weak tie
4. linking

(ذیل سازوکار اطلاعاتی)، کمک به برقراری ارتباطات شهروندان و مقامات دولتی (ذیل سازوکار ساختاری)، افزایش کیفیت آموزش (ذیل سازوکار عملکردی)، و کاستن از رفتارهای فرصت طلبانه (ذیل سازوکار کنترلی) می‌توان اشاره کرد (همان). البته در کنار کارکردهای مثبت، سرمایه اجتماعی ممکن است کارکردهای منفی و نامطلوبی نیز به همراه داشته باشد. به عبارتی سرمایه اجتماعی می‌تواند بازده‌های مثبت و یا حتی منفی تولید کند. کژکارکردهای^۱ سرمایه اجتماعی (سرمایه اجتماعی منفی) را به‌طور عمده در دو دسته می‌توان طبقه‌بندی کرد:

۱. اثراتی که برای خود اعضای گروه زیان‌بار است: سرمایه اجتماعی قوی در یک گروه/جامعه باعث می‌شود که حس تعلق افراد آن گروه یا جامعه مانع از دگراندیشی آنان شده و در نتیجه گروه‌اندیشی،^۲ آراء و دیدگاه‌هایشان شبیه به هم و از همین‌رو محدود گردد. همچنین این تفکر غالب و ارزش‌های همگرا، راه بروز و ظهور خلاقیت‌های فردی را سد کرده و از سوی دیگر آزادی‌های آنها را محدود می‌سازد. پدیده «سواری گرفتن رایگان»^۳ نیز از جمله همین آثار منفی است که براساس آن، برخی از اعضای گروه در پرتو تمسک به انسجام و اتحاد گروهی، بدون آنکه هزینه عضویت در گروه را پردازند از مزایای عضویت در گروه استفاده می‌کنند؛

۲. اثرات منفی برای افراد خارج از گروه: پیوند قوی درون‌گروهی/درون‌سازمانی ناشی از سرمایه اجتماعی زیاد یک گروه/سازمان ممکن است در بستر یک فرهنگ سازمانی/ملی غلط، افراد را به پارتی‌بازی به سود سایر اعضای گروه و تبعیض قائل شدن به ضرر سایر افراد غیرعضو واداشته، میزان فراگیری مشارکت در جامعه را کاهش داده و با تحمیل هزینه‌های ناعادلانه به دیگران، سرمایه اجتماعی کل کشور را پایین بیاورد (همان).

1. dysfunctions
2. group-thinking
3. free riding



شکل ۲: موارد مرتبط با چگونگی ایجاد و گسترش سرمایه اجتماعی [منبع: بنائی و دیگران، ۱۳۹۸].

پیشینه تحقیق

در باره آیین دوست‌یابی و دوستی چه از دیدگاه اسلامی و چه غیر آن، کتاب‌ها و مقاله‌های نسبتاً زیادی نوشته شده است که به دلیل اختلاف در مبانی نظری و پیش‌فرض‌های آنها عمدتاً نتایج متفاوتی حاصل شده است. برای مثال: برخی، دوستی را ذاتی بشر دانسته و برخی دیگر آن را فقط از ضروریات زندگی انسان (و نه ذاتی او) می‌دانند، برخی دوستی کردن را از مجرای منفعت‌طلبی تبیین می‌کنند و بعضی دیگر آن را وسیله‌ای برای کمال معنوی انسان به شمار می‌آورند. آنچه که پس از جستجوی فراوان محقق باعث شد که موضوع مزبور در این مقاله به‌عنوان موضوعی برای مطالعه و نظریه‌پردازی انتخاب گردد، فقدان یک تئوری کامل و جامع پیرامون دوستی و دوست‌یابی از دیدگاه اسلام بوده است. همه نوشته‌ها و کتاب‌هایی که در این خصوص وجود دارد، به‌رغم ارزشمندی، فقط گردآوری داده‌های فراوانی از قرآن و احادیث است که احیاناً در دسته‌های نه به‌طور کامل منطقی، طبقه‌بندی و بعضاً شرح داده شده‌اند و خواننده در حجم انبوه داده‌ها گرفتار آمده و سیری منظم و منطقی از آنها به دست نمی‌آورد. این مسئله، کاربرد و سودمند بودن آن مکتوبات را به نحو بارزی کاهش داده است. یک «نظریه» با برقراری روابط نظام‌مند میان مفاهیم، پدیده مورد مطالعه (در اینجا: دوست‌یابی و دوستی) را تبیین کرده و الگویی معنادار و کاربردی به مخاطبانش عرضه می‌دارد.

با نتیجه‌ای که از جستجو در منابع اطلاعاتی به دست آمد تنها نظریه‌ای که در ارتباط با موضوع

دوستی و دوست‌یابی از منظر اسلامی وجود دارد، نظریه‌ای با عنوان «دوستی اسلامی» از دکتر محمدجواد جاوید و دکتر محمد مهدی شمسائی است که برخلاف عنوانش بیشتر به مسئله ازدواج موقت پرداخته و از دیدگاه محققان حاضر، ربط چندانی به مسئله دوستی ندارد.^۱ همچنین با بررسی بیش از صد مقاله علمی-پژوهشی فارسی مرتبط با موضوع سرمایه اجتماعی در نشریه «مدیریت سرمایه اجتماعی» دانشگاه تهران و نیز ۷۲۰ مقاله علمی منتشره از سال ۱۳۹۳ تاکنون در کل نشریات کشور از طریق پایگاه مجلات تخصصی نور (نورمگز)، هیچ پژوهشی که در آن رابطه بین دوستی و سرمایه اجتماعی بررسی شده باشد، یافت نگردید.

همچنین با بررسی صدها عنوان مرتبط با پژوهش حاضر در مقالات خارجی، صرفاً در مقاله یوهانس استادر^۲ (۲۰۱۴) تأثیر ساختار اجتماعی فرصت‌های تماس و تعامل افراد با یکدیگر بر شبکه‌های دوستی بررسی شده است که در آن محقق، دوستی را با هم‌نشینی، همکاری و حتی آشنایی خلط کرده و معنایی مجمل و عامیانه از دوستی را مدنظر قرار داده است.

همچنین رایین دانبار (۲۰۱۸) سرمایه اجتماعی افراد عضو یک شبکه اجتماعی را با دو مؤلفه «گستره» و «عمق» بررسی کرده و چنین نتیجه می‌گیرد که کسانی که در شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تر و بیشتری عضو هستند، لزوماً از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردار نیستند؛ زیرا از آنجایی که عمق دوستی‌ها می‌تواند کمبود تعداد دوستان را پوشش دهد، از این رو ممکن است کسی با تعداد دوستان بسیار کمتر (ولی صمیمی‌تر) دارای همان اندازه سرمایه اجتماعی باشد. او همچنین بیان می‌کند که چیزی حدود ۴۰ درصد از کل نیروی اجتماعی^۳ ما (اعم از زمان و نزدیکی عاطفی) فقط به پنج نفر که برای ما مهم‌تر از بقیه هستند اختصاص می‌یابد و ۲۰ درصد دیگر نیز به ده نفر بعدی (یعنی چیزی حدود ۶۰ درصد از تلاش اجتماعی ما فقط به پانزده نفر اختصاص دارد). دانبار دوایر دوستی^۴ را نیز معرفی می‌کند (شکل ۳). بر طبق این الگو، هر فرد عضو دوایر دوستی متعددی است که به صورت لایه‌لایه (سلسله مراتبی) مشخص شده است.

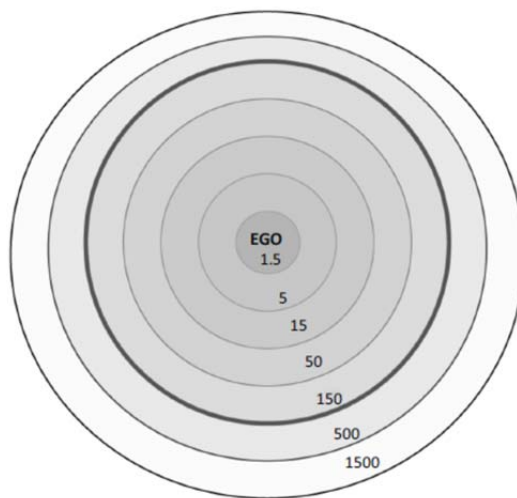
۱. در موضوع «دوستی» از دیدگاه اسلامی، همان‌طور که در خلال تحقیق معلوم گردید، روابط جنسی موضوعیتی ندارد. دوستی، در میان افراد یک جنسیت با یکدیگر تعریف می‌شود و رابطه با جنس مخالف اساساً از موضوع دوستی خارج است. لذا آنچه که در نگاه غربی به عنوان دوستی با جنس مخالف مطرح می‌شود، به همان پارادایم تعلق داشته و همراه کردن آن با صفت «اسلامی» تناقض‌آمیز است. در نظریه مزبور این اشتباه از آن‌رو اتفاق افتاده که نظریه‌پردازان با مشاهده دوستی‌های غرب‌گرایانه با جنس مخالف در جامعه امروز ایران خواسته‌اند تا متعه (ازدواج موقت) را به مثابه بدیلی شرعی برای آن معرفی کنند و این امر سبب خلط بین دو مفهوم اساساً متفاوت و لفظاً مشترک [یعنی «دوستی اسلامی» و «دوستی غربی»] شده است (بنائی، ۱۳۹۶) و البته شایان تأکید است که این بحث از اساس با موضوع مقاله حاضر ارتباطی ندارد.

2. Johannes Stauder

3. social effort

4. friendship circles

اعضای هر لایه، ۳ برابر اعضای لایه پایینی بلافصل خود است. خط پررنگ لایه ۱۵۰ نفری را نشان می‌دهد که اندازه عمومی و متعارف از مجموع شبکه‌های اجتماعی‌ای است که فرد در آنها عضویت دارد. هرچه از مرکز دایره به سمت بیرون حرکت کنیم، از بسامد تماس، نزدیکی عاطفی، و شوق به رفتار نوع‌دوستانه (دیگرخواهانه) کاسته می‌شود. این لایه‌ها به ترتیب عبارتند از: شرکای اصلی زندگی، دوستان صمیمی، دوستان خوب، دوستان معمولی، آشنایان، و سرانجام کسانی که فقط نام آنها را می‌دانیم مثل همکاران و همکلاسی‌های سابق، و... (همان).



شکل ۳. دوایر دوستی [منبع: دانبار، ۲۰۱۸]

روش پژوهش

در این مقاله، نخست، برای دستیابی به یک نظریه درخصوص دوستی از منظر اسلامی، از روش تحقیق «گراندد تئوری»^۱ استفاده شده است. در فارسی GT را به معادل‌هایی نظیر: نظریه داده‌بنیاد، تئوری برخاسته از داده، تئوری زمینه‌ای، نظریه بنیادی، رویش نظریه، و... ترجمه کرده‌اند (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به‌طور خلاصه بدین گونه است: «پس از طرح سؤال پژوهش، برای پاسخ به آن سؤال، داده‌های مناسب گردآوری شده و نکات کلیدی داده‌ها احصاء می‌گردد. طی فرایند کدگذاری باز، برای هر نکته به دست‌آمده یک «کد»^۲ معین می‌شود. سپس با مقایسه کدها، چند کد که اشاره به یک جنبه مشترک از پدیده مورد بررسی دارند، ذیل یک

1. Grounded Theory (G.T.)

2. code

«مفهوم»^۱ قرار می‌گیرند. در ادامه چند مفهوم مشترک، یک مفهوم بزرگ‌تر با عنوان «مقوله»^۲ را تشکیل می‌دهند. این دو کار (یعنی عمل مفهوم‌سازی از کدها و مقوله‌سازی از مفاهیم) روی هم‌رفته اصطلاحاً کدگذاری محوری نامیده می‌شود؛ و در نهایت با برقراری یک ارتباط منطقی و سیستماتیک بین مقوله‌های به دست آمده در فرایندی موسوم به کدگذاری انتخابی، آنها در قالب یک «تئوری» متجلی می‌گردند. برای تحکیم بخشیدن به تئوری حاصل، تفاوت‌ها و شباهت‌های آن با پژوهش‌های دیگر بررسی می‌شود» (بنائی، ۱۳۹۶).

در روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، در مرحله کدگذاری انتخابی، مقولات و مفاهیم به دست آمده از مراحل پیشین تحقیق به کمک خلاقیت، تجربه و قدرت ذهنی محقق در یک انگاره منظم و منطقی قرار گرفته و «تئوری» پایانی را به دست می‌دهند. در موضوع پژوهش حاضر، از آنجایی که محقق با انبوهی از داده‌های به ظاهر نامرتبط روبه‌رو بود، لذا به‌عنوان یک نوآوری، در این مقاله تلاش شده است تا رویکرد استراتژیک (راهبردی) به‌عنوان مبنایی برای نظم‌بخشی به مقولات و مفاهیم معرفی گردد به طوری که هر کدام از مقولات حاصله، در ذیل یکی از اجزای الگوی راهبردی (مأموریت، آرمان، ارزش، عامل خارجی، عامل داخلی، هدف، استراتژی، منبع، خط‌مشی، و یا کنترل) طبقه‌بندی شده و تئوری حاصل در واقع حاصل نگاه راهبردمدارانه به موضوع مورد بررسی باشد (همان).

بر همین مبنا، برای شروع کار، محقق ابتدا با جستجو در منابع اسلامی (فارسی و عربی)، کتاب‌های: ۱. دوستی و دوستان: مجموعه معارف اسلامی در هنر رفتار با مردم (مدرسی، ۱۳۸۴)؛ ۲. روش دوست‌یابی (الحیدری، ۱۳۸۸)؛ و ۳. دوستی (محدثی، ۱۳۹۳)؛ ۴. میزان‌الحکمه، ج ۶، باب ۲۹۲ (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۹) را با نظر خبرگان امر برگزید و ضمن مطالعه و فیش‌برداری، همزمان با قرار دادن مطالب به دست آمده در طبقه مخصوص به خود، آنها را کدگذاری نمود. با جلوگیری از رفتن کار مطالعه و کدگذاری باز داده‌ها، به دلیل حجم انبوه مطالب ذیل برخی از اجزای الگوی راهبردی (مثلاً در طبقه ارزش‌ها)، نیاز به یک دسته‌بندی جزئی‌تر درون هر طبقه احساس شد و با مذاقه نسبت به جنس و محتوای داده‌های فراهم شده، تشخیص داده شد که داده‌های ذیل عناوین «ارزش»، «خط‌مشی» و «استراتژی» به اقتضای موضوع مورد پژوهش به چهار زیر گروه: ۱. ارتباط با مردم؛ ۲. دوست‌یابی؛ ۳. دوستی و وزیدن؛ ۴. حفظ و استمرار دوستی تقسیم‌بندی گردد. این کار به افزایش سرعت و سهولت ادامه کار کدگذاری باز داده‌ها کمک شایانی کرد. این دسته‌بندی در واقع نوعی کدگذاری محوری مقدماتی است که پس از جمع‌آوری و کدگذاری داده‌های بسیار به ذهن محقق متبادر می‌شود و البته چه‌بسا در جریان ادامه کار پژوهش دچار

1. concept

2. category

تغییرات اساسی گردد. با پایان کار بر روی منابع، محقق برای اینکه از رسیدن به مرحله «کفایت نظری» اطمینان حاصل کند، وبگاه‌های بی‌شماری را به زبان فارسی از طریق جستجوی کلید واژه‌های مختلفی همچون: دوستی، دوست‌یابی، فلسفه دوستی و نظایر آن نیز مورد مطالعه قرار داد - و همان‌طور که در پیوست شماره یک هم به روشنی معلوم است^۱ - بررسی وبگاه‌های مزبور، فقط تعداد اندکی از کدهای جدید را به کدهای قبلاً به دست آمده اضافه کرد. با اشباع شدن داده‌ها و دستیابی به حالت کفایت نظری در مورد کدها، نوبت به کدگذاری محوری رسید. در جدول زیر نمونه‌ای از کدگذاری محوری داده‌ها و مفاهیم و مقولات استخراج شده به نمایش درآمده است (جدول ۱). گفتنی است که در جریان کدگذاری محوری (تعیین مفهوم‌ها و مقوله‌ها)، کدهای به دست آمده در جریان کدگذاری باز، بارها و بارها مورد بازبینی و تغییر قرار گرفته و بنا بر مفاهیم و یا مقولات به دست آمده، تغییر عنوان پیدا کرده و یا چینش مجدد یافتند. ضمن آنکه تقسیم‌بندی داده‌ها برحسب اجزای الگوی استراتژیک (به‌کارگیری رویکرد راهبردی) سبب شد تا به دست آوردن و تعیین مقولات نهایی با سهولت و نظم منطقی بیشتری صورت پذیرد. دلیل این امر آن است که مقوله یا مقولات نهایی در هر طبقه نهایتاً باید با جزئی از الگوی استراتژیک که آن طبقه براساس آن ایجاد شده، همخوانی و سنخیت ماهوی داشته باشد. برای مثال مقوله حاصل شده از داده‌های طبقه «آرمان» باید معرف یک نمونه ایدئال و آرمانی از موضوع مورد بررسی (دوستی) باشند.

از آنجایی که دو مرحله کدگذاری باز و محوری پژوهش از ابتدا تحت هدایت الگوی راهبردی انجام می‌گرفت، لذا محقق برای دستیابی به نظریه پایانی با مشکلی مواجه نبود؛ زیرا دستیابی به نظریه از طریق مرحله کدگذاری انتخابی در واقع در ضمن انجام تحقیق و از همان ابتدا انجام می‌پذیرفته است.

در پایان تحقیق جهت ارزیابی اعتبار نظریه تولید شده - که با عنایت به زمینه اسلامی‌اش، نظریه «دوستی تعالی‌بخش» نام‌گذاری شد - و بررسی قوت آن، نسخه الکترونیکی کتاب دوستی در قرآن و حدیث (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۵) مورد بررسی کامل قرار گرفت و به‌رغم برخورداری کتاب مزبور از صدها آیه و حدیث پیرامون موضوع دوستی، هیچ مفهوم یا مقوله جدیدی به یافته‌های تحقیق افزوده نگردید و صرفاً برای برخی از کدهایی که پیشتر احصاء شده، مستندات جدیدی فراهم آمد. به علاوه نظریه حاصل، پیش از انتشار، در کلاس درس «مدیریت رفتاری» دوره دکتری دانشگاه تهران در حضور استاد و پانزده نفر از دانشجویان مقطع دکتری به مثابه یک گروه خبرگان مطرح و به بحث گذارده شد و ضمن استفاده از نظرات، محتوای آن به تأیید رسید.

۱. «پیوست شماره یک» حاوی داده‌های کدگذاری شده به روش «باز» است که در چیزی قریب به بیست هزار کلمه به پیوست مقاله اصلی آمده و در دفتر نشریه موجود است.

در ادامه با تحلیل عقلانی-منطقی تطبیقی میان مفاهیم و مقولات کلیدی نظریه حاصله و مفاهیم اصلی نظریه سرمایه اجتماعی، دلالت‌های آن برای رشد سرمایه اجتماعی مثبت (سازنده) جامعه اسلامی بررسی گردید.

جدول ۱. نمونه‌ای از کدگذاری محوری داده‌ها

- کدگذاری محوری کدهای شناسایی شده ذیل طبقه «آرمان» (I)						
مقوله	مفهوم	جمع‌بندی	کلیدواژه	کد	شاخص	
دوست تعالی بخش	در مسیر کمال	علت غایی دوستی	در راه خدا	دوستی در راه خدا	I ₁	
			محبوب	محبوبیت حداکثری و دائمی دوست	I ₂	
	محبوب معتمد	مطلوب فرد	معتمد	اعتماد مالی صددرصدی	I ₁₅	
			یک‌رنگ	یک‌رویی و یک‌رنگی دوست	I ₃	
	یگانگی (یکی بودن با دوست)	ویژگی‌های شخصیتی دوست	یکدل	یکدلی (یگانگی قلبی) با دوست	I ₄	
			غیرمادی‌گرا	تأثیرناپذیری دوست از مادیات در دوستی	I ₅	
			صادق	صداقت حداکثری، ویژگی دوست راستین	I ₁₄	
			وفادار	وفاداری نسبت به دوست	I ₉	
			قدرشناس	قدرشناس بودن دوست	I ₈	
			امامت‌گری	ویژگی‌های رفتاری / کارکردی دوست	حمایت‌گری	یاری
	همراهی	همراهی با دوست در بحران‌ها و مشکلات				I ₇
	فداکاری	فداکاری در راه دوست				I ₁₀
	هدایت‌گری	پایش دلسوزانه			انتقاد سازنده از دوست	I ₁₁
		راهنمایی			دلالت زبانی و عملی دوست به سوی خیر	I ₁₂
		انگیزش			ایجاد آخرت‌گرایی در دوست	I ₁₃

یافته‌های پژوهش

- مقولات کلیدی به دست آمده در موضوع دوست‌یابی و دوستی از منظر اسلامی با فحص نظام‌مند در منابع و پیروی از الگوی راهبردی (استراتژیک) در طبقه‌بندی و مفهوم‌سازی از داده‌ها، زیرمقولات و بالتبع آنها، مقولات اصلی ذیل هر کدام از اجزای مدل برنامه‌ریزی استراتژیک در موضوع دوست‌یابی و دوستی به نحو مندرج در جدول ۲ استخراج گردیده‌اند.

جدول ۲. مقولات و زیرمقولات شکل دهنده نظریه «دوستی تعالی بخش»

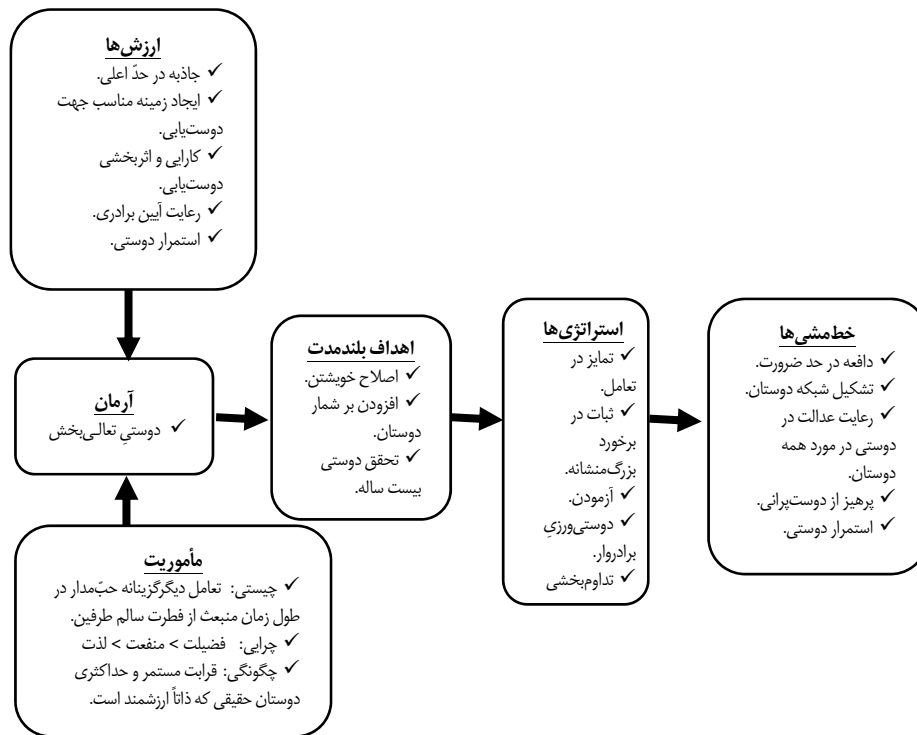
ردیف	جزء برنامه استراتژیک	مقوله / مقولات اصلی	زیرمقولات
۱	آرمان / چشم‌انداز ایده‌آل	دوستی تعالی بخش	در مسیر کمال
			محبوب و معتمد
			یگانگی با دوست
			امامت‌گری نسبت به دوست
۲	مأموریت / رسالت دوستی	چپستی دوستی	تعامل (رابطه متقابل)
			دیگرگزینی
			حجم‌دار (بر پایه دوست داشتن یکدیگر)
			در طول زمان
		چرایی دوستی	منبعث از فطرت سالم طرفین
			لذت
			منفعت
		چگونگی دوستی	فضیلت
			قربانیت مستمر دوستان
			ارزشمندی ذاتی دوستی
۳	ارزش‌ها (در دوستی تعالی بخش)	جاذبه در حدّ اعلی	خوش‌برخوردی
			مهربانی
			فروتنی
			تعامل‌گرایی مثبت
			رفتار دیگرخواهانه
		ایجاد زمینه مناسب دوست‌یابی	هم‌نشینی‌های ممنوعه
			هم‌نشینی‌های مریح
			کارایی در انتخاب دوست
		بهره‌وری در دوست‌یابی	اثر بخشی در انتخاب دوست
			—
			رعایت آیین برادری
			—
			استمرار و تداوم دوستی
۴	اهداف	اصلاح نفس	—
			دوستان بیشتر
			—
			دوستی بیست ساله
۵	سیاست / خط‌مشی‌های دوستی تعالی بخش	دفاعه در حدّ ضرورت	پرهیز از عوامل دفعه‌زا
			رعایت حریم شخصی
		تشکیل شبکه دوستان	جدایی از ناهل
			دوستی با دوستان دوست
			دشمنی با دشمنان دوست
		رعایت عدالت در قبال همه دوستان	احترام مساوی به کرامت انسانی افراد
			تبعیض منطقی در جایگاه ذهنی-قلبی افراد
		پرهیز از دوست‌پرانی	پرهیز از آزار دوست
			پرهیز از بی‌اعتمادسازی
			پرهیز از بی‌احترامی به دوست
			ممنوعیت خیانت به دوست

ردیف	جزء برنامه استراتژیک	مقوله / مقولات اصلی	زیرمقولات
۶	استراتژی‌های دوستی تعالی بخش	ثبات در برخورد بزرگ‌منشانه (مردم‌داری)	—
		تمایز در تعامل با مردم	استراتژی مدارا
			استراتژی پهن کردن دام دوستی
			استراتژی بده-بستان
		آزمودن	آزمایش‌های آغاز دوستی
			آزمایش‌های حین دوستی
		دوستی‌ورزی برادروار	مهرورزی حداکثری به دوست
			تکریم دوست
			پشتیبانی همه‌جانبه از دوست
			دفع عوامل جدایی
		تداوم‌بخشی به دوستی	پیوند مجدد
			تزریق انرژی نو به دوستی

– الگوی راهبردی نظریه دوستی تعالی بخش

مبنتی بر الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک و براساس مقولات احصاء شده در فرایندهای کدگذاری، می‌توان الگوی راهبردی نظریه حاصله نهایی را به صورت شکل زیر (شکل ۴) نمایش داد. لازم به یاد آوری است از آنجایی که اولاً این نظریه با استفاده از داده‌های موجود در متون اسلامی (از نوع شیعی) تکوین یافته و ثانیاً دوستی را در راستای کمال انسانی و فرع بر آن در نظر گرفته است و نیز به سبب مبنای انسان‌شناسانه خاص خود،^۱ عنوان «دوستی تعالی بخش» برای آن انتخاب گردید.

۱. پرداختن به مبانی انسان‌شناسانه نظریه حاضر مجال موسع و مستقل دیگری را طلب می‌کند.



شکل ۴. الگوی راهبردی (مدل استراتژیک) نظریه دوستی تعالی بخش

- تقریر اجمالی از نظریه دوستی تعالی بخش

انسان، اجتماعی و فطرتاً مایل به ایجاد ارتباط با سایرین آفریده شده است، بنا بر این در طول عمر خود با انسان‌های دیگر «هم‌نشینی» و مصاحبت بسیار دارد؛ اما همه این هم‌نشینی‌ها به «دوستی» ختم نمی‌شود و نباید هم بشود. بسیاری از هم‌نشینی‌ها به قصد دستیابی به منافع شرعی (مثل خرید و فروش) یا برخورداری از لذت‌های حلال (مثل بازی و مسابقه) برای طرفین است و از این رو پس از حصول مقصود، زمینه آن از بین رفته یا کم‌رنگ شده و متعاقباً طرفین از یکدیگر جدا می‌شوند.

دوستی، مقامی بس والاتر از هم‌صحبتی و هم‌نشینی دارد. دوستی، تعامل دیگرگزینانه حبّمدار در طول زمان منبعث از فطرت سالم طرفین است: اولاً: تعامل است زیرا رابطه‌ای دوسویه است؛ ثانیاً: در آن به توجه به طرف مقابل (و نه خود فرد) تأکید می‌شود و لذا دیگرگزین است؛ ثالثاً: اساس و جوهره پیوند دوستی را «دوست داشتن» تشکیل می‌دهد (و شاید وجه تسمیه آن هم همین باشد)؛ رابعاً: دوستان با یکدیگر رابطه‌ای مستمر داشته و قسمتی از عمر خود را با هم

می‌گذرانند و خامساً: دوستی منشأیی فطری دارد یعنی برخاسته از فطرت سالم انسان است و همین باعث می‌شود که پیوند دوستی برای انسان، ارزش ذاتی داشته باشد.

اما از آنجایی که دوستان بر یکدیگر تأثیرگذاری تدریجی، نامحسوس و دائمی دارند و باعث تغییر در عقاید، احساسات و رفتار همدیگر می‌شوند (و در نتیجه دوستان، قرابت مستمری نسبت به هم دارند)، ارزش ذاتی دوستی نباید باعث شود که انسان مؤمن هر کسی را به عنوان دوست برگزیند و با او پیوند دوستی برقرار کن زیرا مؤمن کمال‌گرا است و از همین رو از هر چیزی که به رسیدن او به کمالش لطمه وارد می‌کند می‌بایستی بپرهیزد. او باید «فضیلت» را مبنای انتخاب دوست خود گرداند و «لذت‌ها» و «منافع» دوستی را به عنوان علل فرعی دوستی در نظر داشته باشد.

مؤمن برای دستیابی به چنین دوستی اولاً باید خود شخصیتی با حداکثر جاذبه داشته باشد یعنی بتواند همه مردم را در حدّ اعلی به سمت خویش جذب کند و دافعه‌اش فقط در حدّ ضرورت باشد؛ ثانیاً با انتخاب هم‌نشین‌های مناسب، زمینه انتخاب دوست را از میان آنان فراهم آورد، و ثالثاً معیارهای لازم برای یک دوست خوب و ملاک‌های بایسته برای انتخاب او را بشناسد. روی هم رفته می‌توان گفت که مؤمن مردم‌دار است و در برخورد با همه مردم بزرگ‌منشانه برخورد می‌کند؛ اما در تعاملات خود با دیگران، شخصیت و روحیات آنان را در نظر گرفته و با هرکس متناسب با شاکله وجودی‌اش تعامل می‌کند و لذا در انتخاب دوست، دقیق و قائل به گزینش هوشیارانه بوده و فقط کسانی که از آزمون‌های او سربلند بیرون بیایند را به دوستی برمی‌گزیند.

ایدئال او برای دوستی فردی است که همچون خودش کمال‌گرا و تعالی‌جو باشد و پیوند دوستی با او برایش «تعالی بخش» باشد. او می‌داند که برای این منظور طرفین باید آیین برادری (انصاف، اعتدال، احترام، تواضع، خیرخواهی و...) را بدانند و مراعات نمایند تا بتوانند با یکدیگر دوستی برادروار مداومی داشته باشند زیرا فقط چنین دوستی‌ای استمرار داشته و خواهد توانست در طول زمان، کارکردهایش را برای طرفین پیوند محقق سازد.

به‌علاوه مؤمن با افزودن در شمار دوستان و تشکیل شبکه‌ای از دوستان تعالی‌بخش خود، دائماً در ایجاد منبع قدرتمندی برای حقیقت‌جویی و کمال‌طلبی برای خود (و نیز برای آنها) تلاش می‌کند. او به سرنوشت تعالی همه انسان‌ها علاقه وافر دارد و دوست ندارد هیچ انسان مستحقّی از این جایگاه محروم بماند. راه کمال، سخت و دهشت‌زا است و فقط همراهی با کسانی که با یکدیگر هم‌هدف، هم‌دل و هم‌سرشت‌اند، امید وصول به غایت مطلوب نهایی را زنده نگه خواهد داشت. کسانی که از سر دوست داشتن، یکدیگر را در همه حال به لحاظ فکری، روحی و عملی پشتیبانی کرده و در یک چرخه تقویت‌شونده، مستمراً همدیگر را در مسیر تعالی یاری می‌کنند. در

مجموع می‌توان گفت که رسیدن به کمال تنها از مسیر دوستی‌ورزی حقیقی امکان‌پذیر است، و آنهم یک «دوستی تعالی‌بخش».

- دلالت‌های نظریه دوستی تعالی‌بخش در بهبود مدیریت سرمایه اجتماعی جامعه

موضوع و محور اصلی مفهوم سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی است. اگرچه محوریت نظریه «دوستی تعالی‌بخش» دوست‌یابی و دوستی است؛ اما از آنجایی که دوستی صفت خاصی است که به برخی از روابط اجتماعی منتسب می‌شود و به عبارت دیگر دوستی از مجرای ارتباطات اجتماعی (و نه در خلأ) محقق می‌شود، بنا بر این جامعیت نظریه اقتضاء می‌کند که به ارتباطات اجتماعی نیز بپردازد. این مسئله در نظریه دوستی تعالی‌بخش خصوصاً در مراحل ارزش، خط‌مشی و استراتژی ذیل عنوان «ارتباط با مردم» لحاظ شده است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نظریه حاصله هم از مجرای روابط اجتماعی به‌طور عام و هم از طریق رابطه دوستی به‌عنوان یک رابطه خاص، بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار خواهد بود.

از سوی دیگر نظریه دوستی تعالی‌بخش اصالتاً و بالذات بر رفتار کنشگران (و نه بر ساختار) تمرکز دارد، این نظریه از دیدگاه خرد (و نه کلان) نظریه سرمایه اجتماعی را متأثر خواهد ساخت؛ به عبارت دیگر نظریه دوستی تعالی‌بخش اصالتاً از مجرای تأثیرگذاری بر عاملیت افراد است که سرمایه اجتماعی را دچار تغییر خواهد کرد.

هرچند البته در صورت تحقق شبکه‌های دوستان تعالی‌بخش در جامعه امکان شکل‌دهی و تغییر بستر نهادی سرمایه اجتماعی را نیز فراهم می‌سازد؛ ولی این تأثیر به لحاظ شأنی، ثانویه و فرعی و از حیث زمانی، متأخر خواهد بود. به بیان دیگر نظریه دوستی تعالی‌بخش در هر سه سطح از تئوری سرمایه اجتماعی (خرد، میانی و کلان) به نحوی متفاوت تأثیرگذار و نقش‌آفرین است:

در سطح خُرد از سرمایه اجتماعی، این تئوری با دعوت افراد به داشتن جاذبه در حد اعلی و دافعه در حد ضرورت، داشتن ثبات در برخورد بزرگ‌منشانه با همه مردم، و از همه مهم‌تر اصلاح خویش، ایجاد و تداوم روابط اجتماعی را تسهیل می‌سازد.

تأثیر عمده نظریه دوستی تعالی‌بخش در سطح میانی از سرمایه اجتماعی یعنی در چند و چون تعاملات اجتماعی و ساختار شبکه درونی ارتباطات بین افراد است. با این حال همان‌گونه که بیان شد در مرحله نهادینه شدن این تئوری در جامعه، این نظریه قابلیت تأثیرگذاری بر بستر نهادی سرمایه اجتماعی را نیز خواهد داشت. این موضوع با مبنای انسان‌شناختی نظریه نیز هماهنگی دارد؛ زیرا بر آن مبنا، هم فرد و هم جامعه توأمان دارای اصالت فلسفی‌اند.

در سطح میانی سرمایه اجتماعی و در بعد شناختی و نیز ارتباطی این سطح، نظریه با معرفی دوستی تعالی‌بخش به‌عنوان یک آرمان و چشم‌انداز ایدئال، ادراک واحد اعضای شبکه دوستی از اهداف مشترک را در پی خواهد داشت. همچنین این نظریه با معرفی آیین برادری و خصوصاً توصیه به رعایت عدالت در دوستی در مورد همه دوستان، ارزش‌های حاکم بر شبکه دوستان را شفاف ساخته است. همچنین در بعد ساختاری از همین سطح، نظریه مزبور با دعوت به تشکیل شبکه‌ای از دوستان، افزودن بر شمار دوستان و پرهیز از دوست‌پرانی نقش‌آفرین خواهد بود.

نظریه دوستی تعالی‌بخش به سبب جامعیتی که دارد هر سه نوع سرمایه اجتماعی: پیوندی، پل‌زننده و ارتباطی را پوشش می‌دهد اما در واقع تمرکز آن بر سرمایه اجتماعی پیوندی است چرا که براساس این نظریه، دوستی باید بر محور یک عامل معنوی (و نه مادی) که همان تعالی‌جویی و کمال‌طلبی^۱ است قوام یابد فلذا شبکه دوستان، متشکل از افرادی است که در این معنا متحد بوده و از همین رو شبکه‌ای همگن را ایجاد کرده‌اند.

با اینکه «روابط اجتماعی» لب نظریه سرمایه اجتماعی است و لذا در هر چهار رویکرد: اجتماع‌گرا، شبکه‌ای، نهادی و هم‌افزا از این نظریه، توجه به روابط اجتماعی مورد اهتمام متفکران امر قرار دارد؛ با این حال به دلیل توجه بیشتر رویکرد اجتماع‌گرا به شبکه‌های ارتباطات اجتماعی به صورت منفرد و مجزا از یکدیگر (یعنی توجه صرف به کمیت و کیفیت تعاملات میان انسان‌های درون یک شبکه) به نظر می‌رسد نظریه دوستی تعالی‌بخش در این رویکرد اخیر رهاوردهای بیشتری نسبت به سایر رویکردها داشته باشد.

دوستی تعالی‌بخش بر محوریت «فضیلت» استوار است یعنی چنین نوعی از دوستی به واسطه فضایل و ویژگی‌های شخصیتی مثبت و خوب طرفین شکل می‌گیرد. این موضوع مانعی برای ارتقای سرمایه اجتماعی محسوب نمی‌شود؛ زیرا اولاً دوستی بر محور فضیلت لزوماً مانع از «منفعت» دیدن و «لذت» بردن از دوستان نیست؛ ثانیاً بر طبق نظریه دوستی تعالی‌بخش، فرد مجاز است که با کسانی که لایق دوستی نیستند؛ اما هم‌نشینی با آنها واجد لذت و یا منفعت البته از نوع پسندیده آن است (مثلاً: همکاران، همسفران، همسایگان، مشتریان، و...)، ارتباط برقرار نماید و لذا دوستی تعالی‌بخش در هر حال به ارتباط اجتماعی توصیه دارد هر چند که شیوه آن را مقید می‌سازد.

از مهم‌ترین تأثیرات نظریه دوستی تعالی‌بخش بر سرمایه اجتماعی کشور آن است که این نظریه، سرمایه اجتماعی منفی (نامطلوب) را که در واقع کژکاردهای سرمایه اجتماعی یک شبکه

۱. منظور اصلی از «تعالی‌جویی» و «کمال‌طلبی» در نظریه دوستی تعالی‌بخش همان تقرب به پروردگار یگانه عالم و حرکت به سمت مقام «انسان کامل» است.

برای افراد آن شبکه یا افراد خارج از آن شبکه است را از بین می‌برد. افرادی که در پی تعالی شخصیتی و کمال نفسانی خود به عضویت شبکه دوستان تعالی بخش در می‌آیند، ظلم به دیگران را ناروا و مخالف کمال خود می‌دانند و بنابراین از تحمیل هزینه به دیگران ابا دارند، پارتی‌بازی نمی‌کنند و سواری رایگان نمی‌گیرند؛ همان مشکلاتی که در کشورهای در حال توسعه همانند کشور ما به شدت به چشم می‌خورد.

نظریه دوستی تعالی بخش چیزی درباره سرمایه اجتماعی حکومتی ارائه نمی‌دهد.

نتیجه پژوهش

از دیدگاه فلسفه صدرایی، «فرد» و «جامعه» هر دو وجودی مستقل و عینی داشته و اصالت دارند، مضاف بر اینکه افراد جامعه را می‌سازند و جامعه نیز به‌طور متقابل بر افراد تأثیرگذار است؛ اما بنا بر نظریه قرآنی «فطرت»، انسان ظرفی خالی نیست که تنها توسط جامعه پر شود (پارسانیا، ۱۳۹۵) بلکه به نحو خدادادی به نیکی‌ها، زیبایی‌ها و خوبی‌ها گرایش دارد و جامعه صرفاً رشددهنده یا سرکوب‌کننده چنین گرایشاتی است. بر همین اساس روابط اجتماعی و به‌طور خاص، دوستی، فرع بر کمال انسانی است. حرکت تکاملی انسان حرکتی است بر مرکب جسمانیت، در بستر مدنیت و به سمت و سوی وحدانیت (شکری‌نیا و حسینی‌زاده، ۱۳۹۴). جنبه‌های جسمی و مدنی لازمه کمال انسان هستند؛ اما ماهیتی کثرت‌گرا دارند و هرگز نمی‌توانند کمال نهایی انسان را تأمین کنند.

به بیان دیگر حرکت تکاملی حرکت و سلوک از کثرت به وحدت است و از همین رو فراسوی الگوی مدنی [و ارتباطات اجتماعی] باید یک الگوی کیهانی وحدت‌آفرین قرار داشته باشد تا حرکت تکاملی انسان را تداوم ببخشد و به وحدانیت برساند (همان). بر همین مبنا دوستان افزون بر اینکه نیازهای جسمی، روانی، اجتماعی و در یک کلام «دنیوی» یکدیگر را برآورده می‌کنند باید در رسیدن به کمال معنوی و سعادت «اخروی» نیز یاور یکدیگر باشند. نظریه دوستی تعالی بخش بر چنین مبنایی استوار است.

از طرف دیگر چون روابط دوستی در میزان و کیفیت سرمایه اجتماعی جامعه اثرگذار است فلذا دوستی تعالی بخش نیز سرمایه اجتماعی‌ای متناسب با خود را تولید خواهد کرد. سرمایه‌ای که کاملاً پاک و طیب بوده و به قیمت تضرر دیگران حاصل نمی‌شود و از همین رو از کژکاردهای سرمایه اجتماعی عاری است. چنین سرمایه‌گذاری حلالی اگر از سوی تمام یا بیشتر افراد جامعه صورت پذیرد، اجتماعی از انسان‌های کمال‌گرا را گرد هم آورده و در نهایت به مدینه‌ای فاضله (به تعبیر فارابی) منتهی خواهد شد. *إن شاء الله.*

منابع

- * قرآن کریم. ترجمه حسین انصاریان، قم: انتشارات آیین دانش.
۱. بنائی، امیرحسین (۱۳۹۶) دوست‌یابی و دوستی از منظر اسلامی: ارائه نظریه راهبردمدار دوستی تعالی بخش در راستای بهبود رشد اجتماعی نسل نو، پایان نامه کارشناسی ارشد فلسفه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
 ۲. بنائی، امیرحسین؛ حسن زارعی متین، و سارا مزینانی شریعتی (۱۳۹۸) «نگاهی نظام‌مند به مفهوم سرمایه اجتماعی: چپستی، چرایی، چگونگی، نشریه علمی پژوهشی مدیریت سرمایه اجتماعی»، ۶ (۱)، ۵۹-۸۴.
 ۳. پارسانیا، حمید (۱۳۹۵) جهان‌های اجتماعی، چاپ سوم، قم: کتاب فردا.
 ۴. الحیدری، محمد (۱۳۸۸). روش دوست‌یابی، ترجمه: محمدصادق عارف، چاپ سوم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
 ۵. دانایی‌فرد، حسن و مجتبی امامی (۱۳۸۶) «استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد»، دوفصلنامه اندیشه مدیریت، ۱ (۲)، ص ۶۸-۹۰.
 ۶. شکری‌نیا، محمدعلی و سیدعلی حسینی‌زاده (۱۳۹۴) «تحلیل و بررسی مسئله دوستی در روایات»، نشریه علمی-ترویجی معرفت، ش ۲۰۹، ص ۲۹-۴۴.
 ۷. فروم، اریک (۱۳۹۴) هنر عشق ورزیدن، ترجمه: پوری سلطانی، چاپ ۳۱، تهران: انتشارات مروارید.
 ۸. فیلد، جان (۱۳۸۶) سرمایه اجتماعی، ترجمه: غلامرضا غفاری و حسین رضوانی، چاپ اول، تهران: انتشارات کویر.
 ۹. محدثی، جواد (۱۳۹۳)، دوستی، چاپ دهم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
 ۱۰. محمدی‌ری‌شهری، محمد (۱۳۸۵) دوستی در قرآن و حدیث، تهران: انتشارات دارالحدیث.
 ۱۱. محمدی‌ری‌شهری، محمد (۱۳۸۹) میزان‌الحکمه، ترجمه حمیدرضا شیخی، ج ۶، چاپ ۱۱، تهران: انتشارات دارالحدیث.
 ۱۲. مدرسی، هادی (۱۳۸۴) دوستی و دوستان، ترجمه حمیدرضا شیخی و حمیدرضا آژیر، چاپ ۴، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.

13. Bagwell, C. L., & Schmidt, M. E. (2011). The friendship quality of overtly and relationally victimized children. *Merril-Palmer Quarterly*, 57, 158–185.
14. Coleman, James s. (1998) social capital and the creation of human capital, *American journal of sociology*, 94: 94-120.
15. Dunbar, R.I.M. (2018) the anatomy of friendship, *trends in cognitive sciences*, vol. 22, 32-51.
16. Hartup, W. W. (1992). Social relationships and their developmental significance. *American Psychologist*, 44, 120–126. .
17. Rubin, Kenneth, h. etc. (2009) *Handbook of peer interactions, relationships and groups*, Guilford Press, London.
18. Schneider, B. H. (2000). *Friends and enemies: Peer relations in childhood*. London: Arnold.
19. Smith, Peter K., & Hart, Craig H. (2002). *Blackwell Handbook of Childhood Social Development*, Blackwell Publishers Ltd.
20. Stauder, Johannes (2014) friendship networks and the social structures of opportunities for contact and interaction, *social science research*, vol. 48, 234-250.