

آموزه‌های اخلاقی خرید و فروش (معاملات) در جامعه اسلامی و تأثیر آن بر انباشت سرمایه اجتماعی و تقویت سایر بخش‌های مولد اقتصادی وحید ارشدی^۱

چکیده

سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین سرمایه‌هایی که باعث تشکیل شبکه‌های افقی پایدار می‌شود و باعث قدرتمندتر شدن تعاملات اجتماعی می‌شود. احکام و آموزه‌های اخلاقی اسلامی مربوط به آداب تجارت بستر ساز این روابط اعتماد آمیز و تشکیل سرمایه اجتماعی می‌شوند. در این مقاله به چند مورد از این آداب و اخلاقیات اشاره شده است و با استفاده از قرآن و سنت، آموزه‌های دینی اعتمادساز در حوزه فعالیت‌های اقتصادی ارائه شد. صداقت و راستی، انصاف در معاملات، مشارکت، تعاون و انفاق در معاملات تجاری، دخالت نکردن در معاملات دیگران، ثبت کردن معاملات، اعتدال و میانه‌روی در مخارج، مستحکم کار کردن و ارائه کالا و خدمات مناسب، خوش برخوردی، هشت آموزه دینی اعتمادساز است که منتهی به تشکیل شبکه‌های افقی پایدار خواهد شد و در کنار آسایش، آرامش را در فعالیت‌های اقتصادی حاکم می‌کند.

واژگان کلیدی

آموزه‌های اخلاقی اسلام، معاملات، سرمایه اجتماعی

طبقه‌بندی JEL: A12, F1, Z13

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

یکی از سرمایه‌های لازم برای فعالیت‌های اقتصادی که موجب تسهیل روابط و کاهش هزینه‌های مبادلاتی می‌شود، سرمایه اجتماعی است. مهمترین، شاخص سرمایه اجتماعی، وجود اعتماد اجتماعی بین بازیگران یک حوزه است. برای تشکیل این سرمایه نیاز است که رفتارهای بازیگران اقتصادی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اعتماد، بررسی شود. به جهت گسترده‌گی رفتارهای اقتصادی، تمرکز این مقاله بر یک بازی اقتصادی فراگیر و متداول، که همه اقشار جامعه در سطح خرد و کلان، با آن درگیر بوده، می‌باشد. آن بازی، مربوط به تعاملات بخش تجاری و به ویژه بازار است که بازیگران آن خریداران و فروشندگان آن هستند.

اسلام به عنوان دین جامع، احکام و توصیه‌های اخلاقی بسیار مؤثری را به جامعه بشری به ویژه جامعه اسلامی، عرضه داشته است. به نظر می‌رسد، اساس این توصیه‌ها، رسیدن به درجه آسایش همراه با آرامش اجتماعی است.

با اتکاء به احکام و توصیه‌های اخلاقی اسلام، بین بازیگران، اعتماد ایجاد خواهد شد و این اعتمادسازی منجر به انباشت سرمایه اجتماعی می‌گردد. یکی از تبعات مثبت رفتارهای اعتمادآمیز رونق اقتصادی است که نیاز به بسترسازی داشته و حاصل انباشت انواع سرمایه است. به عنوان نمونه، در یک شبکه‌ای که طرفین معامله عرضه‌کننده و تقاضاکننده است، اعتماد بین طرفین معامله، زمینه بالا رفتن تقاضا برای محصولات عرضه شده را فراهم می‌کند و در این فرآیند، عرضه‌بدنبال تقاضا رونق خواهد گرفت. بنگاه‌های اقتصادی در چنین فضای مسالمت‌آمیزی، نگرانی از تقاضای مؤثر نخواهند داشت.

در جامعه اسلامی ایرانی، اخلاق اسلامی اقتصادی، باید مبنای تعامل بازیگران باشد. پیروی از آموزه‌های دینی بسترساز تشکیل شبکه‌های افقی گسترده و تعمیق روابط نوع دوستانه بین اقشار مختلف جامعه خواهد شد.

در این مقاله، ابتدا به چیستی سرمایه اجتماعی در ادبیات اقتصاد معاصر پرداخته، سپس، تمرکز بر اعتماد اجتماعی و آثار آن در فعالیتهای اقتصادی می‌شود. پس از آن، معاملات تجاری را بستری برای تشکیل سرمایه اجتماعی دانسته و به ارائه آموزه‌های دینی و نحوه تأثیرگذاری بر تشکیل سرمایه اجتماعی پرداخته خواهد شد.

۱- چیستی سرمایه اجتماعی^۱

سرمایه اجتماعی، سرمایه‌ای است که حاصل پیوندهای بین بازیگران در بخش‌های مختلف یک جمع ایجاد می‌شود. این مفهوم در ادبیات اقتصادی و جامعه‌شناسی، با کارهای جیمز کلمن^۲، پیر بوردیو^۳، رابرت پاتنام^۴ و فرانسیس فوکویاما شکل گرفت. تعاریف متعددی از سرمایه اجتماعی ارائه گردیده است. اما غالب این تعاریف به پیوندهای اجتماعی و تعاملات حاصل از این پیوندها اشاره کرده است. در دین مقدس اسلام، از اساسی‌ترین احکام و توصیه‌های اخلاقی توجه به شکل‌گیری پیوندها و پایدار بودن پیوندهای اجتماعی جامعه مسلمین است. اسلام با شکست پیوندهای اجتماعی مخالف است و راه‌های متعددی را در پیش انسان گذاشته است. ابتدا به تعاریف ارائه شده از طرف نظریه پردازان و صاحب‌نظران این حوزه پرداخته می‌شود:

بوردیو (۱۹۸۰)، سرمایه اجتماعی را یکی از اشکال سرمایه می‌داند. سرمایه از نظر او سه شکل بنیادی دارد: اول «سرمایه اقتصادی» که قابلیت تبدیل شدن به پول را دارد و می‌تواند بشکل حقوق مالکیت نهادینه شود. دوم «سرمایه فرهنگی» که در برخی شرایط به سرمایه اقتصادی بدل می‌شود و به شکل کیفیت آموزشی نهادینه می‌شود و سوم «سرمایه اجتماعی» که از الزامات اجتماعی (پیوندها) ساخته شده است و تحت برخی شرایط

^۱ Social capital

^۲ James Coleman

^۳ Pierre Bourdieu

^۴ Robert Putnam

می‌تواند به سرمایه اقتصادی تبدیل شود. او معتقد است که ایجاد و اثر بخشی سرمایه اجتماعی بستگی به عضویت در یک گروه اجتماعی دارد (ایمانی جاجرمی، ۳۶، ۱۳۸۰).

در نظریات بوردیو، با استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی، توجه او به انباشت منابع بالقوه و بالفعلی است که ناشی از ایجاد یک شبکه بادوام و روابط نهادینه شده بین بازیگران متقابل هست. بعبارتی او روابط اجتماعی را یک منبع بالقوه و بالفعلی محسوب می‌کند که توان دارد بعنوان یک سرمایه، به فرآیند توسعه کمک کند.

کلمن (۱۹۸۸)، سرمایه اجتماعی را عنصری مطلوب برای انجام همکاری‌های درون گروهی می‌داند که هزینه‌های ارتباط را تقلیل می‌دهد. هرچه میزان آن بالاتر باشد دستیابی گروه به اهداف خود با هزینه کمتری انجام می‌گیرد. اگر در گروهی به سبب نبود ویژگی‌هایی مانند اعتماد و مشارکت، سرمایه اجتماعی به اندازه کافی فراهم نباشد، هزینه‌های همکاری افزایش خواهد یافت و تحقق عملکرد گروهی بستگی به برقراری نظام‌های نظارتی و کنترل بر هزینه مثل سازمانهای امنیتی، قضائی پیدا خواهد کرد. در مقابل وجود سرمایه اجتماعی به میزان کافی و مناسب سبب برقراری انسجام اجتماعی و اعتماد متقابل شده و هزینه‌های تعاملات و همکاری‌های گروهی کاهش می‌یابد و در نتیجه عملکرد بین گروهی بهبود می‌یابد. پس اگر ما فضای اقتصادی یک جامعه را بمثابه یک گروه در نظر بگیریم که دارای یک هدف مشترک هستند، آنگاه هرچه سرمایه اجتماعی در فضای اقتصادی جوامع بیشتر، هزینه همکاری و تعامل در آن فضا کمتر، در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف گروهی بیشتر و هرچه سرمایه اجتماعی در آن محیط کمتر، هزینه همکاری و تعامل بیشتر، در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف کمتر (جاجرمی، ۵: ۱۳۸۱).

کلمن بر این نظر معتقد بود که سرمایه اجتماعی یک «کالای عمومی» است و شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: یکی اینکه

همه آنها برخوردار از یک ساخت اجتماعی هستند، دیگر اینکه کنشهای معین افرادی را که درون ساختار اجتماعی هستند را تسهیل می‌کند (کلمن، ۱۳۷۷: ۶۶۲).

از دیدگاه زتومکا^۱ (۱۹۹۱)، سرمایه اجتماعی رابطه ایست در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای یک موضع یا پایگاه اجتماعی در شبکه تعاملی جامعه (شارع‌پور، ۱۳۷۹: ۱۰۳).

پاتنام (۱۹۹۳)، مفهوم سرمایه اجتماعی را به ویژگی‌های سازمان اجتماعی معطوف می‌کند که هماهنگی و همکاری را برای منفعت متقابل تسهیل می‌کند. او شاخص‌های سرمایه اجتماعی را اعتماد، هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های افقی می‌داند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۷۹: ۳۷). پاتنام و همکارانش با ابداع مفهوم سرمایه اجتماعی موجب پیشرفت در زمینه مباحث مربوط به سرمایه انسانی شدند. وی معتقد است سرمایه اجتماعی تشکیل شده از شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی، مانند خانواده‌های گسترده، انواع مراودات شهروندی در سطوح مختلف از ده تا کل اجتماع، هنجارها و ارزش‌هایی که از طریق محبت و علاقه، اجزای این شبکه را به یکدیگر پیوند می‌دهد و با تقویت اعتماد، بهره‌وری و توسعه را تحریک می‌بخشد (توکلی، ۱۳۸۰: ۲۹۲).

فوکویاما (۱۹۹۷)، سرمایه اجتماعی را بعنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی تعریف می‌کند و معتقد است، اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است (مثلاً فعالیت اقتصادی می‌کنند)، در آن سهم خواهند بود (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۱). وی عواملی را که باعث تولید سرمایه اجتماعی می‌شود را شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دو جانبه می‌داند (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۲).

بر این اساس سرمایه اجتماعی عبارت است از نوعی روابط اجتماعی که منجر به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی، هنجارها، اعتماد اجتماعی و تسهیل هماهنگی و همکاری

^۱ Piotr Ztunka

به منظور دستیابی به منافع دو طرفه می‌شود (تاجبخش و اسدی کیا: ۸۳۸). یا عبارت است از روابط دوجانبه، تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می‌گردند و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی به عنوان پیامد تعهدات و هنجارهای اجتماعی یافت می‌شود و منافی را برای طرفین تأمین می‌کنند. این سرمایه می‌تواند در ابعاد گوناگون اجتماعی حائز اهمیت باشد و وجود آن دارای پیامدهای مثبت باشد (ارشدی، وحید، ۱۳۸۷: ۵۸۵).

تعریف رایج سرمایه اجتماعی عبارت است از روابط دوجانبه تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می‌گردند و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی به عنوان پیامد تعهدات و هنجارهایی پیوسته با ساختار اجتماعی یافت می‌شود. در یک تعریف دیگر، سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین‌مدن سطح هزینه‌های مبادلاتی و ارتباطات می‌گردد. بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است (بانک جهانی، ۱۹۹۸). سرمایه اجتماعی به تعامل اجتماعی بین افراد بستگی دارد و بدون کنش جمعی افراد، هیچ مفهومی ندارد. جستجو برای راه حل‌های همکارانه و تلاش برای دستیابی به منابع دو طرفه در این مفهوم محوریت اساسی دارد. مشارکت در شبکه‌های اجتماعی، تمایل به همکاری و اعتماد بین افراد وجه غالب تعاریف است. سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، احساس هویت جمعی بین بازیگران و احساس وجوه تصویری مشترک از آینده دانست (صیدائی، سید اسکندر و همکاران، ۱۳۸۸).

مرور آثار مربوط به تئوری سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی دارای بُعد تحلیلی مهم و مرتبط هر چند متمایز آگاهی، اعتماد اجتماعی، ارزش‌های

اجتماعی متقابل و مشارکت اجتماعی می‌باشد.

الف) آگاهی

آگاهی اولین عنصری است که در وجود تک تک افراد یک جامعه، نسبت به مشترکات موجود در جامعه وجود دارد و به عنوان پیش شرط اولیه برای مشارکت اجتماعی، مطرح می‌باشد. جایی که افراد از ماهیت مسائل اجتماعی آگاه نمی‌شوند، فرصت‌های مشارکت اجتماعی و حس قسوی اجتماعی یا ذخیره سرمایه اجتماعی پائین‌تر خواهد بود. آگاهی عامل مهمی در زمینه‌سازی ایجاد سرمایه اجتماعی در یک جامعه است. از فرد گرفته تا نهادهای اقتصادی، اجتماعی، ... برای بدست آوردن منافع خود بر اساس آگاهی و شناختی که از طرف مقابل دارند به هم اعتماد می‌کنند و از لحاظ اقتصادی عقلانی نیست که افراد بدون آگاهی و شناخت به هم پیوند بخورند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۷۴).

ب) اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی دومین و مهمترین بعد سرمایه اجتماعی است، که باعث افزایش مبادلات و کاهش اصطکاک بین عناصر یک جامعه می‌شود. اعتماد نوعی ارزش اخلاقی است که افراد را با دیگرانی که ممکن است با آنها متفاوت باشند، پیوند می‌زند.

ج) هنجارها و ارزش‌های اجتماعی متقابل

در گروه اجتماعی، هنجارهایی هستند که مهم‌ترین سودمندی آنها تقویت اعتماد، کاهش هزینه معاملات و تسهیل همکاری است. پاتنام هنجارهای معامله را از مولدترین اجزای سرمایه اجتماعی می‌داند. گروه‌ها و جوامعی که بر آنها این هنجارها حاکم است و از آن پیروی می‌کنند به شکل مؤثری بر فرصت طلبی و مشکلات جمعی فائق می‌آیند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰: ۳۸). بعنوان مثال، ارزش اجتماعی وفاداری. یعنی شما چیزی را به امانت

می‌گذارید یا یک تعهد و قولی را می‌دهید، که در این تعهد، دزدی و خیانت صورت نگیرد. یعنی اگر فروشنده می‌خواهد شیئی را ۹۰۰ گرم بفروشد آن را تحت ۱ کیلوگرم نفروشد. خاصیت ارزش‌های اجتماعی متقابل از جمله وفاداری این است که میزان ریسک را فوق‌العاده پائین می‌آورد. تفاوت اعتماد و وفاداری در این است که اعتماد یک ذهنیت است و عمل متقابل ندارد، اما وفاداری در حقیقت یک اقدام عملی است که منجر به اعتماد در ذهن طرف مقابل می‌شود. وفاداری یکی از عوامل ایجاد اعتماد است (رضایی، ۱۳۸۱: ۵).

د) مشارکت اجتماعی

چهارمین بعد از سرمایه اجتماعی، مشارکت افراد در سازمان‌های اجتماعی است که در قالب شبکه‌ها ظهور و بروز می‌کند. شبکه‌های رسمی و غیررسمی، ارتباطات و مبادلات در هر جامعه‌ای اعم از مدرن و سنتی اقتدارگرا و دموکراتیک، فئودالی یا سرمایه‌داری، مذهبی یا غیرمذهبی وجود دارند. شبکه‌ها بر دو نوعند: افقی و عمودی.

در شبکه‌های افقی، شهروندانی عضویت دارند که دارای قدرت و وضعیت برابری هستند. بطور ملموستر همه عناصر اجتماعی و اقتصادی در محضر قوانین حاکم بر جامعه دارای یک تکلیف هستند، در نتیجه همه عناصر اجتماعی بر اساس منافع مشترک به همدیگر پیوند می‌خورند.

در شبکه‌های عمودی، شهروندان از طریق روابط نابرابر مبتنی بر سلسله مراتب و وابستگی به هم پیوند دارند. بطور مشخص‌تر حد فاصل همه عناصر اجتماعی و اقتصادی تا قوانین حاکمیت مساوی نیست، آنکه دسترسی بیشتر به تغییر قانون دارد قانون را بر اساس منافع خود تنظیم می‌کند. از نظر پاتنام هر چه شبکه‌های افقی قویتری در جامعه وجود داشته باشد و روابط اجتماعی متراکم‌تری حاکم باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که شهروندان بتوانند در جهت منافع متقابل همکاری کنند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰: ۳۷). او

شبکه‌های عمودی را فاقد توان برقراری اعتماد و همکاری اجتماعی می‌داند. دو عامل اساسی این قضیه عبارت است از:

۱- وجود جریان شفاف اطلاعات در شبکه‌های افقی نسبت به شبکه‌های عمودی

اهمیت سرمایه اجتماعی در شبکه عمودی را در اقتصاد اطلاعات می‌توان بخوبی درک کرد. در شبکه عمودی مبادله اطلاعات بسختی امکان پذیر است. از آنجا که اطلاعات بطور فزاینده‌ای پس از استفاده باز تولید می‌شود و به علاوه بهای آن بشدت کاهش می‌یابد با انواع تولیدات دیگر متفاوت است. عبارتی با یک بار پخش کردن اطلاعات، بهای آن رایگان خواهد شد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۷۵).

۲- هنجارهای معامله متقابل که در آن، همه افراد در برابر قانون یکسان هستند

مجازات‌های متخلفین فقط برای سلسله مراتب پائین نیست و همگی به یک گونه در برابر قانون مجازات خواهند شد و مانع از فرصت طلبی افراد در یک جامعه نمی‌شود. (Knack, 2000: 1) بطور مصداقی در فضای اقتصادی، حاکمیت شبکه افقی بر جامعه، دولت‌ها را وادار خواهد کرد تا نسبت به رفتار عاملان اقتصادی اعم از آنان که در نقش تولیدکننده یا مصرف‌کننده ظاهر می‌شوند، رفتار حقوقی یکنواختی داشته باشد (خداپرست، ۱۳۸۰: ۶۹).

سرمایه اجتماعی می‌تواند به ویژگی‌ای از یک سازمان، نهاد و ساختار اجتماعی، اقتصادی تبدیل شود. به عبارت دیگر این مفهوم جزء جدایی ناپذیری از بدنه اجتماعی، اقتصادی یک جامعه به شمار می‌رود. بنابراین ملزومات ترویج این نوع سرمایه به اعتماد و مشارکت اجتماعی (پیوند اجتماعی) باز می‌گردد. این دو عنصر از مؤلفه‌های مهم این مفهوم بشمار می‌آیند یعنی تمایلی که افراد برای همکاری در جهت کسب منافع دارند و حس اعتمادی که در جمع برای همکاری وجود دارد، در شکل دادن به سرمایه اجتماعی بسیار

مهم است.

۲- اعتماد اجتماعی و فعالیت‌های اقتصادی

فعالیت‌های اقتصادی در تمام حوزه‌ها، مستلزم ارتباط دو یا چندجانبه بین عوامل مبادله است و حداقل رابطه اقتصادی تعریف شده در ارتباط بین عرضه کننده و تقاضاکننده تجلی پیدا می‌کند.

یکی از مهمترین عوامل تسهیل کننده این ارتباط، اعتماد بین فعالان هر حوزه اقتصادی است که در بستر سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد. وجود اعتماد در جوامع مهمترین، بُعد حاصل از تشکیل سرمایه اجتماعی است که باعث افزایش مبادلات و کاهش اصطکاک بین عناصر یک جامعه می‌شود.

یک جلوه اعتماد در فعالیت‌های اقتصادی را می‌توان از زبان کهن سالان شنید که نشان می‌دهد، در گذشته اگر مردم به فردی چیزی امانت میدادند، وثیقه یا سندی در مقابل آن نمی‌کردند. دریافت کننده قول می‌داد که یکسال دیگر جبران کند. همین اعتماد باعث افزایش مبادلات، تولید و تسریع در انجام امور اقتصادی جامعه می‌شود. واضح است که این نگرش حاصل احساس امنیت اقتصادی در یک جامعه است. اگر افراد یک جامعه نسبت به هم آگاهی نداشته باشند منافع خود را فدای اعتماد به همدیگر نخواهند کرد. اعتماد متقابل همکاری را تسهیل می‌کند و از طرف دیگر نیز همکاری در یک جامعه منجر به اعتماد می‌شود. هرچه تعامل بین افراد بیشتر باشد، آنها اطلاعات بیشتری درباره یکدیگر بدست می‌آورند و انگیزه بیشتری برای اعتماد پیدا می‌کنند (ایمانی جاجر می، ۱۳۸۰: ۳۸). عوامل مختلفی در شکل‌گیری اعتماد نقش ایفاء می‌کنند که می‌توانند به منزله موتور محرکه برای تولید اعتماد باشند. از طرفی اعتماد دارای شاخص‌های قابل سنجش است.

این عناصر به نوبه خود در یک چارچوب علی و معلولی توان دارد، فضای اقتصادی

یک کشور را به سمت رشد و توسعه اقتصادی سوق دهند. یکی از پیامدهای عینی وجود اعتماد در فضای اقتصادی هنگامی است که اعتماد در محیط اقتصادی حاکمیت پیدا می‌کند، بیشتر هزینه‌ها بطور نسبی صرف تولید و توزیع خواهد شد تا صرف نظارت؛ عبارتی عاملان اقتصادی نگران محیط اقتصادی خود نبوده و توان خود را روی وظایف اصلی خود خواهند گذاشت.

به اعتقاد کلاس اوفه^۱، اعتماد اجتماعی به معنای باور به عملی است که از دیگران انتظار می‌رود. این باور بر مبنای احتمال است که دیگران، کارهای بخصوصی انجام می‌دهند و یا از انجام کارهای بخصوصی پرهیز می‌کنند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۱۱). فوکویاما در این رابطه، استدلال می‌کند که اعتماد از یک جنبه متضاد اطمینان است و این در حالی است که این دو واژه، اغلب مترادف هم محسوب می‌شوند.

رابطه اطمینان با اعتماد، همچون رابطه واقعیت با اقدام است. فردی که اعتماد می‌کند، نمی‌تواند مطمئن باشد که فرد یا افراد معتمد، در واقع بگونه‌ای که وی انتظار دارد عمل می‌کنند. فردی که اعتماد می‌کند از این منطق پیروی می‌کند: «با وجود آنکه می‌دانم این مسئله ممکن است رخ دهد، ولی عقیده دارم که رخ نخواهد داد.» (همان، ۲۰۷).

کلمن، رابطه اعتماد را حداقل بین دو طرف بحث می‌کند: ۱- اعتمادکننده ۲- امین و معتمد. هر فردی می‌تواند به دوست، خانواده، گروه، نهاد یا حاکمیت اعتماد داشته باشد. در اینجا فرد به عنوان اعتماد کننده محسوب شده و دوست، گروه، نهاد، حاکمیت بعنوان امین و معتمد محسوب می‌شوند. هر دو طرف (اعتمادکننده و امین) هدفمندند و هدف آنها تأمین منافعشان است. کلمن، معتقد است که تنها اعتماد کننده نیست که باید تصمیماتش را در نظر گرفت، بلکه در بسیاری از موارد امین، امکان انتخاب بین حفظ اعتماد و گسستن اعتماد را دارد. ممکن است امین در بعضی از موارد سلب اعتماد را از نظر مالی یا از جهاتی

¹ Clause Offe

دیگر به نفع خود بداند. بدیهی است امین ممکن است در کوتاه مدت سود ببرد، اما در بلندمدت که اعتماد کننده دوباره به او اعتماد نکند، زیان خواهد دید. اما امین معمولاً در جهت تأمین منافع خود بدنبال اعتمادسازی است. اعتماد کننده نیز با احتمال بدست آوردن منفعت بطرف مقابل خود اعتماد خواهد کرد.

در اقتصاد هر دو طرف اعتماد کننده و معتمد از برقراری این رابطه بر مبنای اعتماد بدنبال حداکثر کردن منافع خود هستند. اعتماد، به معنی احتمال رفتار یک فرد یا گروه یا نهاد به برآورده شدن انتظارات خود از سوی دیگران از بنیان‌های شکل‌گیری و تداوم روابط میان افراد، خصوصاً روابط اقتصادی و بازرگانی است که نقش مهمی در کسب موفقیت‌های اقتصادی ایفا می‌کند.

در اقتصاد خرد برای آنکه طراحی یک نظام سازگار و منطقی امکان‌پذیر باشد در همان بحث‌های مقدماتی باید وجود قید، شرط یا فرض را پذیرفت. یکی از آنها فرض اطلاع دقیق از شرایط بازار است. بعبارت دیگر اگر این شرط پذیرفته نشود، ایجاد یک نظام منطقی تصمیم‌گیری در سطح خرد با اشکال مواجه می‌شود. از آنجا که در تمامی جهان و بویژه در جهان سوم هیچ رویداد اقتصادی، با اطمینان و بطور کامل شناخته شده نیست، شرط فوق‌الذکر در همان ابتدای راه نقض می‌شود و نظام نظری ساخته شده را با مشکلات کاربردی و اجرائی مواجه می‌کند. بعنوان مثال در تئوری مصرف، عواملی مانند درآمد مصرف‌کننده، ترجیح زمانی پول و نرخ تورم، رفتار فروشنده در تصمیم‌گیری دخالت دارد. تغییر هر یک از عوامل به تنهایی یا ترکیبی از آنها نیز موجب تغییر در تصمیم خواهد شد. بعبارتی هر نهاد اقتصادی بر اساس اعتمادی که به ثبات عوامل مذکور دارد، اقدام به تصمیم‌گیری خواهد کرد (نوری نائینی، ۱۳۷۲: ۶).

در تئوری‌های معمول اقتصاد، اعم از خرد و کلان بعضاً عنوان می‌شود که اطلاعات بقدر کافی در دسترس همگان قرار دارد، اما در عمل می‌دانیم که منشأ بسیاری از رفتارهای

اقتصادی نهادهای اقتصادی، ناهمگونی کمی و کیفی اطلاعات است. در بسیاری از موارد، چگونگی عملکرد هر واحد اقتصادی بر فعالیت دیگران اثر می‌گذارد. بنابراین فرض عقلانی بودن رفتار نهاد، مستلزم آن است که فعالیتهای سایرین در نظر گرفته شوند. اما اغلب بدلیل ناشناخته بودن پارامترهای مؤثر در تصمیم دیگران برای یک نهاد اقتصادی، این نهاد بناچار بر اساس تخمینی که از رفتار دیگران دارد، فعالیت‌های خود را تنظیم می‌نماید. اساس اعتماد در فضای اقتصادی رابطه ایست که بین دو نهاد اقتصادی بر مبنای حداکثر کردن منافع خود برقرار می‌شود. بطور عینی، هر نهاد اقتصادی استراتژی خود را مشروط بر اعتماد و انتظاری که از رفتار طرف مقابل دارد، اتخاذ خواهد کرد و بگونه‌ای تصمیم خواهد گرفت که منافع خود را حداکثر کند. اگر طرف مقابل، رفتار خود را عوض کند، نتایج پیش‌بینی شده توسط نهاد اقتصادی اول بدست نخواهد آمد و اعتماد بین آنها سلب خواهد شد. این مسئله در قالب اقتصاد خرد و کلان در تئوری بازی مشهود است.

تئوری بازی‌ها شاخه جذابی در اقتصاد بوده و مبنای آن اعتماد نهادهای اقتصادی به استراتژی طرف مقابل است. این تئوری به موضوع بی‌اعتمادی در اقتصاد از زاویه تصمیم‌گیری نگاه می‌کند. یعنی روش‌های تصمیم‌گیری را در زمان بی‌اعتمادی در اقتصاد تحلیل و بررسی می‌کند (مک‌کنا، ۱۳۷۲: ۴۱). هر چه اطلاعات اعتمادکننده از رفتار نهاد طرف مقابل کامل‌تر باشد در اتخاذ تصمیم صحیح موفق‌تر خواهد بود.

پال زاک و استیفن ناک^۱ (۱۹۹۸) یک مدل کلی رشد متعادل ارائه نمودند که در آن سرمایه‌گذاران مختلف به صورت تصادفی هر دوره با واسطه‌های معاملات بازرگانی در مناطقی که اعتماد سیر نزولی داشت، روبرو می‌شدند. آنها در مدل خود فرض کرده‌اند که یک سرمایه‌گذار زمان خود را به دو قسمت تقسیم می‌کند. زمان صرف شده برای تولید کالا

^۱ Paul zak & Stephen Knack

و زمان صرف شده برای کنترل بازگشت سرمایه. حال هرچه زمان صرف شده برای کنترل بازگشت سرمایه بیشتر باشد، نشان می‌دهد اعتماد در آن فضای اقتصادی کمتر است. به علت اینکه در آن فضا، امنیت احساس نمی‌شود و عامل اقتصادی به طرفهای معامله و اطرافیان اعتماد ندارد. تعریفی که زاک و ناک از اعتماد در مدل خود مدتی زمانی است که هر نهاد اقتصادی برای کنترل بازگشت سرمایه خود صرف نمی‌کند. این زمان بیانگر میزان اعتماد در فضای اقتصادی می‌داند. بعبارتی دیگر هرچه این زمان کمتر باشد نشان از بی‌اعتمادی در محیط اقتصادی است. آنها فرض کرده‌اند که ریشه این بازرسی به بی‌اعتمادی به دلالت سرمایه یا به عبارتی واسطه‌گران بین سرمایه‌گذار و مصرف‌کننده باز می‌گردد. بعبارتی احساس ناامنی از طرف سرمایه‌گذاران باعث خواهد شد که زمان زیادی را به کنترل وضعیت روند سرمایه اختصاص دهد. حال هرچه نهادهای قضایی و امنیتی و بازرسی خارج از محیط اقتصادی بیشتر باشد، بسبب اینکه هر سرمایه‌گذار می‌داند در صورت از بین رفتن سرمایه خود، ارگانی برای برخورد با فریبکاران و فرصت‌طلبان است، اعتماد در آن فضای اقتصادی بیشتر خواهد بود.

بررسی آنها در ۸ کشور صورت گرفت و فرضیه ایشان مبنی بر رابطه اعتماد و رشد اقتصادی ثابت گردید. آنها به این نتیجه رسیدند که اعتماد به مقدار قابل ملاحظه‌ای با رشد در ارتباط است (ارشدی، وحید، ۱۳۸۲: ۴۲).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۳- معاملات تجاری، بستری برای تشکیل سرمایه اجتماعی

همانطور که اشاره شد، سرمایه اجتماعی در بطن روابط اجتماعی حاصل می‌شود. این روابط، می‌تواند در بستر اجبار یا اختیار حاصل شود. معمولاً اگر در بستر اجبار، شکل بگیرد و یک طرف تعامل اجتماعی از جایگزین برخوردار باشد، امکان گسستن پیوند، بسیار زیاد است و حفظ پیوند منوط به حاکمیت ارزش‌های اخلاقی در دو سوی تعامل است. اگر تعامل اختیاری باشد و طرفین تعامل بر اساس شناخت از هم، به هم پیوند بخورند، شبکه اجتماعی پایدارتری تشکیل می‌شود. آنچه که در تعامل و تشکیل سرمایه اجتماعی اهمیت دارد، پایداری تعامل بین اعضاء شبکه است.

از بدو فعالیت‌های اقتصادی توسط انسان، معاملات تجاری در یک بستر اجباری، انسان را وارد یک شبکه اجتماعی کرده است. نیاز انسان‌ها به تأمین احتیاجات و تقسیم کار بین انسان‌ها و تقسیم محیط فیزیکی برای تأمین نیازها، عاملی اجباری برای شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی شده است و بر اساس این نیاز، تولید کنندگان و صاحبان کالاها و خدمات، خود را در اختیار انسان نیازمند قرار داده‌اند. در یک فرآیند تدریجی کسب منفعت از این پیوند برای طرفین حاصل شده است.

یک طرف پیوند، به دنبال تأمین مطلوبیت خود بوده است و طرف دیگر، به دنبال تأمین سود خود. با تعدد و تکثر صاحبان کالاها و خدمات، بردارهای تعاملاتی رقابتی برای جذب تقاضاکننده کالا و خدمات بصورت خودکار ایجاد شده است. اگر در این فرآیند عرضه کننده، مشتری خود را از دست بدهد، در حکم ضرر محسوب می‌شود و این اتفاق برای او یک امر ناخوشایند است. رابطه بین دو طرف معامله وقتی از پایداری برخوردار است که هر دو طرف معامله از رفتار همدیگر، احساس مطلوبیت داشته باشند. این احساس مطلوبیت، حاصل اعتماد ایجاد شده بین خریداران و فروشندگان می‌باشد.

اسلام به واسطه دستورات اخلاقی و احکام، بسترساز شکل‌گیری روابط اعتماد‌آمیز و انباشت سرمایه اجتماعی است. برای پایداری این اعتماد، دین مقدس اسلام انسان را مکلف به رعایت آدابی کرده است که قابلیت ایجاد می‌کند تا انسان در یک تعامل اخلاقی، بتواند مطلوبیت و سود خود را در یک دوره بلندمدت کسب کند. به عبارتی روابط اعتماد‌آمیز بین فعالان اقتصادی، منافع بلندمدت را در پی دارد.

۴- آداب و اخلاق خرید و فروش اسلامی و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی

در ادبیات اقتصاد اسلامی، زمانی که خرید و فروشی انجام می‌شود در قالب «بیع» صورت می‌گیرد. بیع در لغت اعطاء مثنی و أخذ ثمن است. گاهی بیع را به معنی خریدن و شراء به معنی فروختن استعمال می‌شود. در بیع انعقاد و اطاعت وجود دارد و بیعت کننده و بیعت شونده، تعهد و مسئولیت طرفینی وجود دارد. اعراب، وقتی داد و ستد می‌کردند و چیزی را می‌فروختند با یکدیگر دست می‌دادند و این نشانه خرید و فروش در نزد آنها محسوب می‌شد.

دین مقدس اسلام برای انجام بیع، به انسان امر و نهی کرده است و برای آن چارچوبی اخلاقی و احکامی قرار داده است. روایات صحیح و متعدد بر اهمیت یادگیری احکام و دستورات اخلاقی قبل از پرداختن به تجارت تأکید کرده است. این احکام و اخلاقیات، مولد اعتماد و سرمایه اجتماعی هستند. معروفترین روایتی که تأکید بر یادگیری احکام و اخلاقیات قبل از ورود به کسب و کار دارد، روایتی از امیرالمؤمنین علی (ع) که فرموده است: ^۱ (میرعمادی، ۱۳۹۰: ۱۰۱). «الفقه ثم المتجر» (اول یادگیری احکام، سپس تجارت).

عمده این احکام و دستورات اخلاقی، باعث ایجاد شبکه‌ها و پیوندهای هم سطح افقی

^۱ کافی، ج ۵، ص ۱۵۰.

بین اعضاء جامعه و افزایش اعتماد و بالتبع آن انباشت سرمایه اجتماعی خواهد شد. در دین مقدس اسلام، رعایت حق الناس از حق الله از جایگاه بالاتری برخوردار است. این امر بیانگر نظر اسلام بر ایجاد، حفظ و پایداری روابط اجتماعی در کلیه سطوح است. زیرا اگر مردم، رعایت حق هم‌دیگر را نکنند، شبکه‌های افقی فرو می‌پاشند. بزرگترین گناهان هم گناهانی است که ماهیت آن، منجر به گسست پیوندهای اجتماعی خواهد شد مانند دروغ، تهمت، غیبت و ...

آداب کسب و تجارت از دیدگاه اسلام که منجر به انباشت سرمایه اجتماعی می‌شوند، عبارتند از:

۱. صداقت و راستی

یکی از اصول و فضیلت‌های اخلاقی، مسأله صداقت است. صداقت و راستی طرفین معامله، باعث حاکم شدن آگاهی و شفافیت در معامله، برای طرفین می‌شود و در نتیجه منجر به شکل‌گیری اعتماد و تعامل بلندمدت خواهد شد.

دین مقدس اسلام، بزرگترین گناه را عدم صداقت و دروغ‌گویی می‌داند و به شدت آن را مذموم دانسته است و یکی از موارد کسب حرام، منفعتی است که بر اساس یک رابطه فریبکارانه شکل گرفته باشد.

صداقت در معامله، به حدی مهم است که پیامبر مکرم اسلام (ص) می‌فرماید: «یا معشر التجار انتم فجار، الا من اتقى و بر و صدق»^۱ «ای گروه تاجران، همه شما به دلیل رعایت نکردن مسائل اخلاقی فاجر هستید، مگر کسانی که در معاملات از خدا بترسند و نیکی کنند و صداقت و راستی در معامله داشته باشند».

^۱ - مستدرک الوسائل، ج ۱۳، ص ۵۱.

در روایت دیگر فرمودند: «البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كتما وكذبا محقت بركة بيعهما»^۱

در روایت دیگری حضرت سه بار تأکید می‌فرمایند: «من غش فليس منا»^۲ کسی که تقلب و حيله در معامله به کار می‌برد، از ما نیست.

فروشنده و مشتری، هر کدام حق خیار و فسخ معامله را دارند تا زمانی که متفرق نشدند (خیار مجلس) آنگاه فرمود: اگر خریدار و فروشنده در معامله صداقت داشته باشند، خداوند به معامله آنها برکت می‌دهد، اما اگر عیب را کتمان کنند و دروغ بگویند، برکت از آنها برداشته می‌شود.

احمد بن محمد یحیی می‌گوید: یکی از یاران امام صادق (ع) می‌خواست به کار تجارت و معاملات بپردازد، از حضرتش مشورت خواست. حضرت توصیه کردند که صداقت مبنای تجارتش باشد: «عليك بصدق اللسان في حديثك و لا تكتم عيبا» بر تو باد به صداقت و درستی در معامله، مبادا عیبی را کتمان کنی و به مشتری ضرر بزنی.

از امام صادق (ع) پرسید: «شخصی که دو نوع از یک جنس دارد، یکی گران و دیگری پست و ارزان، پس هر دو را مخلوط می‌کند و به یک قیمت می‌فروشد. آیا جایز است؟» ایشان فرمودند: «نباید با مسلمانان غش کند و این طور معامله کند، مگر اینکه مخلوط بودن را به مشتری بگوید».

تقلب و غش در معامله، مصادیق متعدد دارد، مثل: مخلوط کردن آب در شیر، فروش کالا در تاریکی نور، مخلوط کردن جنس خوب و بد، متفاوت بودن رو و زیر جنس، مخفی داشتن عیب جنس و جنس را به جنس دیگر وانمود دادن. همه این‌ها از عدم صداقت بین

۱ اصول کافی، ج ۵، ص ۱۷۰.

۲ بحارالانوار، ج ۷۱، ص ۲۴۳.

۳ وسائل الشیعه، ج ۱۷، ص ۳۸۵.

طرفین معامله شکل می‌گیرد و منجر به بی‌اعتمادی می‌شود. و تحصیل مال از این راه‌ها ممنوع و حرام و معامله آن هم باطل است.

مهمترین جلوه صداقت، شکل‌گیری اعتماد عمومی و به تبع آن انباشت سرمایه اجتماعی و پیوندهای پایدار بلندمدت بین طرفین معامله است.

از پیامبر اکرم (ص)، کسب و کار حلال را در چارچوب صداقت معامله‌گران تعریف می‌کنند و می‌فرمایند:^۱

هرکس چهارچیز را رعایت کند، کسب و کارش پاکیزه و حلال خواهد بود:

≠ هنگام فروش از کالای خود تعریف بی‌جا نکند.

≠ هنگام خریدار جنس مورد نظر، مذمت نکند.

≠ در معامله، تدلیس و دغل کاری نکند.

≠ در معامله در هیچ حال سوگند نخورد.

و اجر کاسب راستگو را محسور شدن با شهیدان و صدیقان می‌دانند.^۲

ب. انصاف در معامله و اجتناب از ظلم

انصاف، از اصول اخلاقی است که می‌تواند منجر به پایداری پیوند بین طرفین معامله شود. امیرالمؤمنین علی (ع)، ماهیت برقراری عدالت را در رعایت انصاف، می‌بینند.^۳ «العدل الانصاف و الاحسان التفضل» عدل آن است که انصاف را رعایت کنی و احسان آن است که بر کسی سخت‌نگیری.

^۱ وسائل الشیعه، ج ۱۷، ص ۳۸۴.

^۲ کنز العمال، ج ۴، ص ۷.

^۳ نهج البلاغه، حکمت ۲۳۱.

نشانه رعایت انصاف در سخن گران‌بهای امیرالمؤمنین(ع) است که فرمودند: پایداری اجتماع به این است که در افراد آن حس اجتماعی و عاطفه اجتماعی وجود داشته باشد، یعنی همان طوری باشد که امام صادق علیه السلام فرمود: «خودت را همواره به جای دیگران بگذاری و برای آنها همان را بپسندی که برای خود پسندی و همان را کراهت داشته باشی که برای خویشتن کراهت داری».

شهید مرتضی مطهری (ره) در مقاله «تجلی پیام: ص ۵۷۱» که در پایگاه جامع استاد شهید مطهری منتشر شده است، اثر انصاف و رعایت حقوق همدیگر را بر استحکام روابط اجتماعی و وحدت مورد بررسی قرار داده‌اند و می‌فرمایند:^۱

«در اخبار و روایات ما وارد است که کمترین حقی که مؤمن نسبت به مؤمن پیدا می‌کند این است که باید هر چه را که برای خود دوست می‌دارد برای او دوست بدارد و هر چه را برای خود مکروه می‌دارد برای او مکروه بدارد؛ یعنی کمترین حق او این است که خود را به جای او فرض کند و همان طوری که به حسب طبیعت و غریزه هیچ وقت برای خود، جز خیر و سعادت آرزو نمی‌کند و جز از شر و بدبختی کراهت ندارد، برای سایر افراد مؤمن نیز باید اینچنین باشد. مثلاً آنجا که او بیمار است و خودش طیب، باید چنین فرض کند که خودش بیمار است و او را پیش طیب برده‌اند و چقدر علاقه پیدا می‌کند که در امر معالجه و پرستاری او دقت شود. آنجا که دیگران حاجتی در مؤسسه ای دارند که خودش در آن مؤسسه کار می‌کند باید چنین فرض کند که این مراجعه‌کنندگان خود من هستم، من هستم و برادرانم و فرزندانم و همه کسانی که من به آنها علاقه طبیعی دارم، پس نباید این مراجعه‌کنندگان معطل بشوند و وقت بیهوده تلف کنند و عصبی بشوند و کارشان معطل شود و یا آنجا که جنسی از ماکول و مشروب و ملبوس و وسایل و کارفرما برای مردم تهیه می‌کند باید چنین فرض کند که این کارفرما و یا این آذوقه را برای خانه خودم

^۱ <http://www.mortezamotahari.com/fa/articleview.html?ArticleID=9058>

تهیه می‌کنم، پس دیگر نباید غش و تقلب به کار ببرم. و یا در وقتی که معامله می‌کند باید این طور فکر کند که خود من خریدار هستم، پس رعایت انصاف و عدالت را بکنم. رسول خدا فرمود: مَثَل اهل ایمان در دوستی متبادل و عاطفه مشترک همانا مَثَل یک پیکر است که چون عضوی درد می‌گیرد، سایر اعضای جسد، بی‌قراری و همدردی می‌کنند؛ درجه حرارت بدن بالا می‌رود و تب عارض می‌گردد، استراحت و آسایش از تمام بدن رخت بر می‌بندد، بی‌خوابی پیدا می‌شود.

خاصیت موجود زنده این است که بین اعضا و اجزای آن همکاری و همدردی و هماهنگی هست و آن جماد و مرده است که از خراب شدن یک جزء، اثری در سایر اجزاء دیده نمی‌شود. جامعه نیز به نوبه خود حیات و ممت دارد. روح اجتماعی نیز به نوبه خود حقیقتی است از حقایق این جهان. اگر روح اجتماعی وجود داشته باشد و جامعه زنده و جاندار باشد بدون شک همدردی و همکاری در آن جامعه وجود دارد، دیگر در آن جامعه جنس تقلبی برای یکدیگر تهیه نمی‌کنند، به یکدیگر کم نمی‌فروشند، رعایت انصاف و عدالت را می‌نمایند، در خوشی و ناخوشی دیگران شریک می‌باشند. سالی در مدینه خشکسالی پیدا شد. امام صادق(ع) از ناظر خرج منزل خود پرسید: امسال ما در خانه چه داریم؟

او گفت: جای نگرانی نیست، به قدر آنکه تا آخر سال ما را کفایت کند من گندم تهیه و ذخیره کرده‌ام.

امام فرمود: فعلاً وضع مردم چه طور است؟ گفت: سخت است؛ مردم معمولاً نان روزانه خود را روز به روز از دکان نانوائی تهیه می‌کنند و به واسطه کمیابی گندم، نان معمولی مردم نیمی گندم و نیمی جو است. امام فرمود: برو هر چه گندم در خانه ما هست به مردم بفروش.

او گفت: این کار صلاح نیست، زیرا دیگر برای ما میسر نخواهد شد گندم بخریم.

امام فرمود: مانعی ندارد؛ همه اینها را بفروش، بعد ما هم مانند دیگران روزانه از نانوائی‌ها از همان نانی که نیمی گندم و نیمی جو است می‌خریم و مصرف می‌کنیم. هر چند برای من مقدور است که تمام سال، خودم و کسانم گندم خالص مصرف کنیم ولی من دوست دارم با سایر مسلمانان شریک و همدرد باشم.

این است معنای روح اجتماعی و این است معنای این که جامعه زنده باشد. زنده بودن اجتماع به این است که در افراد آن اجتماع روح اجتماعی و حس اجتماعی و عاطفه اجتماعی وجود داشته باشد؛ یعنی همان طوری باشد که امام صادق فرمود: خودت را همواره به جای دیگران بگذاری و برای آنها همان را بپسندی که برای خود می‌پسندی و همان را کراهت داشته باشی که برای خویشتن کراهت داری.»

رعایت انصاف، ابعاد مختلفی دارد. یکی از این ابعاد این است که مربوط به حوزه معاملات است این که فرد فروشنده به حداقل سود راضی باشد. امام صادق (ع) به صراحت به این موضوع اشاره فرمودند: «فریب دادن کسی که در نرخ کالا به شما اعتماد می‌کند، حرام و سود گرفتن بیش از اندازه ظلم است.»

بعد دیگری آسان گرفتن معاملات است که از آموزه‌های مؤکد دین اسلام است. پیامبر اکرم (ص) فرمودند کسی که خرید و فروش را آسان سازد و آسان بگیرد مورد رحمت الهی قرار می‌گیرد.^۲ امیرالمؤمنین علی (ع)، برکت را در آسان‌گیری معاملات می‌دانند.^۳ از امام صادق (ع) روایت شده است که هرکس در معامله‌اش، کالا را از مسلمانی پس بگیرد، خداوند در روز قیامت از لغزش او درگذرد.»

^۱ من لایحضره الفقیه، ج ۳، ص ۲۷۲.

^۲ صحیح بخاری، ج ۳، ص ۷۱.

^۳ بحارلنوار، ج ۷۸، ص ۷۱.

میرعمادی، سیداحمد (۱۳۹۰: ۱۰۷)، اثر انصاف در معامله را در خیر و برکت مادی، تحکیم اخوت ایمانی، سلامت دینی و اعتماد عمومی می‌داند. یکی دیگر از ظلم‌هایی که در معاملات اقتصادی صورت می‌گیرد و باعث بی‌اعتمادی می‌شود، کم‌فروشی است. این مسئله آنقدر از اهمیت برخوردار است که سوره‌ای به نام «مطففین»، مختص این پدیده ظالمانه اقتصادی نازل شده است (قرضاوی، یوسف، ۱۳۹۰: ۳۷۸-۳۷۹).

«ویل للمطففین، الذین اذا اکتالوا علی الناس یتوفون و اذا کالوهم أو وزنوهم یخسرون» وای به حال کاهندگان (از جنس و کالای مردم به هنگام خرید و فروش) کسانی که وقتی در معامله‌ای برای خود می‌پیمایند به تمام و کمال و افزون به اندازه لازم برمی‌دارند و هنگامی که در معامله برای دیگران پیمانانه و یا وزن می‌کنند، از اندازه لازم می‌کاهند، آیا اینان گمان نمی‌کنند که دوباره زنده می‌شوند (و باید حساب و کتاب) پس بدهند. یا در آیات دیگری در سوره شعراء آیه ۱۸۱ تا ۱۸۲ آمده است: «پیمانانه را به تمام و کمال انجام دهید و از جمله کم‌دهندگان (جنس به مردم و کاهندگان (جنس مردم و کاهندگان اموال ایشان) نباشید، و با ترازوی دقیق (اشیاء و اجناس را) بکشید». همچنین، برخی از خیاراتی که دین مقدس اسلام در مورد حق اختیار فسخ دادن قرارداد، به طرفین معامله داده شده است را می‌شود در راستای ظلم نرساندن به طرفین معامله و رعایت انصاف تفسیر نمود: فسخ در مجلس، فسخ در مورد حیوان، شرط فسخ، فسخ در مورد غبن، فسخ به علت تأخیر، فسخ به علت رؤیت کالا و فسخ به علت عیب^۱ (وحید، رضا، ۱۳۸۷: ۵۹-۵۷).

^۱ مراجعه به تحریر الوسیله حضرت امام خمینی (ره) و رساله‌های مراجع تقلید شود.

ج. ضرورت به مکتوب کردن مستندات معامله

در آیه ۲۸۲ سوره بقره، به عنوان بزرگترین آیه قرآن مجید بر روی ثبت مکتوب عقود و گرفتن شاهد تأکید شده است.

مقصود از اسناد تجاری، عبارت از هر نوشته‌ای که در مقام دعوی یا در مقام دفاع قابل استناد باشد؛ اعم از اسناد رسمی یا اسناد عادی در معاملات رایج است. از آن جایی که اسلام، دین جامع و کامل است، برای ایجاد انضباط اقتصادی و رعایت مسائل حقوق و اخلاق مالی، دستور به تنظیم اسناد مالی و تجاری در معاملات داده شده است. «دین» در قرآن شامل تمام معاملات، اعم از خرید و فروش و معاملات نقدی و نسیه‌ای و... می‌شود. اثر این دستور، حفظ اعتماد و خوش‌بینی به همدیگر و آرامش روحی طرفین و جلوگیری از فراموشی، انکار، سوء ظن و... تأثیر فراوان دارد. در حدیث آمده است: ^۱ «اگر کسی در معامله سند و شاهد نگیرد و مالش در معرض تلف قرار گیرد، هرچه دعا کند، خداوند مستجاب نمی‌کند». در آداب ثبت مکتوب معاملات، بر موارد زیر تأکید شده است: (میرعمادی، ۱۳۹۰: ۱۱۴-۱۱۲)

الف- نوشتن تمام خصوصیات معامله؛

ب- عادل و امین بودن نویسنده اسناد؛

ج- شاهد گرفتن تنظیم اسناد؛

د- ثبت سند و ضبط دقیق معاملات.

د. مشارکت، تعاون و انفاق در معاملات اقتصادی

تأکید بر فعالیت‌های مشارکتی و بهره‌گیری از همکاری جمعی در فعالیت‌های اقتصادی در ابعاد مختلف مورد توجه قرار گرفته است. این همکاری باعث بلا استفاده نشدن منابع و

^۱ بحارالانوار، ج ۱۰۱، ص ۳۰۱.

سرمایه‌های انسانی و فیزیکی می‌شود و باعث تشکیل سرمایه اجتماعی می‌گردد. از یک طرف در آیه دوم سوره مائده، بر تعاون و همکاری برای انجام کارهای خوب تأکید شده است: «تعاونوا علی البر والتقوی و لاتعاونوا علی الاثم و العداوان».

فعالیت‌های اقتصادی در اشکال گوناگون ظاهر می‌شود. یکی از اشکال، همکاری فروشندگان با مشتریان، مخصوصاً توجه به مشتریان که از طبقه متوسط و ضعیف جامعه، راه را برای توانمند کردن این قشر فراهم کرده و باعث می‌شود قدرت خرید آنها افزایش پیدا کند. بالارفتن قدرت خرید اقشار مختلف، باعث افزایش تقاضا و انگیزه برای تولید می‌شود. البته برای آن هم اعتدال لازم است، بطوریکه در قرآن مجید آمده است: «و لاتجعل یدک مغلوله الی عنقک و لا تبسطها کل البسط»^۱ هرگز دستت را میند و بسیار هم گشاده دستی مکن، بلکه حد وسط را انتخاب کن.

اسلام از مردم می‌خواهد منابع خود را کنز نکرده و در چرخه گردش اقتصادی وارد کنند. ورود این منابع، یا خود فرد را بهره‌مند می‌کند یا دیگران را. تعاون و همکاری در قالب وام و قرض، انفاق و بخشش، احسان و نیکوکاری و... از مصادیق مشارکت محسوب می‌شود.

امام صادق(ع) می‌فرماید: «انما اعطاکم الله هذه الفضول من الاموال لتوجهوها حیث وجهها الله و لم یعطکموها لتکنزوها»^۲ همانا، خداوند این اموالی را که افزون بر نیاز شماست، به شما داده تا بوسیله آن به خدا نزدیک شوید؛ نه اینکه آنها را کنز کرده و روی هم انباشته کنید.

بسیاری از صاحبان مشاغل توانایی دارند از سرمایه‌های خود در جهت توسعه فعالیت‌های اقتصادی، توانمندسازی مردم و در جهت منافع ملی استفاده کنند.

^۱ سوره اسراء، آیه ۲۹.

^۲ کافی، ج ۴، ص ۳۲.

۵- دخالت نکردن در داد و ستد دیگران

یکی از سوء خلق‌هایی که در معاملات بشدت مذموم شده است و باعث گسست اجتماعی می‌شود، دخالت کردن در معاملات دیگران است. بسیار مشاهده می‌شود که افراد مانع از یک معامله می‌شوند. نباید جهت از بین بردن یک رابطه تجاری، آن هم در یک معامله واحد، یک نفر خارج از معامله وارد شده و با هدف سودجویی قیمتی کمتر پیشنهاد دهد تا رابطه بین معامله کنندگان از هم بپاشد. یا خریداری خارج از معامله حاضر باشد قیمتی را بالاتر بپردازد تا معامله صورت نگیرد. از رسول اکرم (ص) آمده است: ^۱ «لایبیع الرجل علی بیع اخیه» برخی از شما وارد معامله دیگر نشود.

دخالت در معامله دیگران با هدف از بین رفتن پیوند معامله گران و کسب سود شخصی مداخله‌گر، باعث از بین رفتن شغل، سرمایه فیزیکی و اجتماعی، اعتماد فعالان اقتصادی می‌شود و راه را بر معاملات بعدی می‌بندد.

۶- اعتدال و میانه‌روی در مخارج و ابعاد گوناگون آن

اسلام به عنوان یک دین جامع، در کلیه شئون زندگی بر اعتدال و میانه‌روی تأکید دارد و تنفر خداوند را از انسان‌هایی که در رفتار خود افراط و تفریط می‌کنند، از طریق کتاب و سنت پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار (ع) به گوش مخاطبینش رسانده است. امیال، بسیار فراتر از نیازهاست؛ به عبارت دیگر، امیال انسان از دو منشأ سرچشمه می‌گیرد: نیازهای حقیقی و نیازهای موهوم.

در جهت ایجاد اعتدال و میانه‌روی در مخارج، انسان باید این تقسیم‌بندی را در ذهن خود شکل دهد که نیازهای حقیقی، منشأ جسمی یا روحی واقعی دارند؛ در حالی که

^۱ سنن ابن ماجه، ج ۲، ص ۷۳۴.

نیازهای موهوم، به وسیله توهمات ذهنی که ریشه در تبلیغات، چشم و هم چشمی و امثال آن ریشه دارد، پدید می‌آید (میرمعزی، ۱۳۹۰: ۲۱۴).

به‌عنوان نمونه، ممکن است کسی بدون مبلمان منزل هم یک زندگی راحتی داشته باشد، اما به دلیل چشم و هم چشمی اقدام به خرید مبلمان می‌کند. بنابراین مبلمان نیاز موهوم می‌شود. مثال دیگر در مورد تغذیه است. تغذیه خوب و سالم، نیاز واقعی است. اما هر نوع تغذیه‌ای، خوب و سالم نیست و شاید که خرید آن مضر باشد، اما بر اساس تبلیغات دلنواز، افراد گرایش به خرید غذاهایی مثل فست فودها می‌کنند، در صورتی که نسبت به غذاهای سنتی از سلامت کمتری برخوردارند. تقسیم‌بندی دیگر اینکه، نیازهای واقعی را می‌توان با محصولات و خدمات خوب پر کرد، می‌توان با محصولات و خدمات بد. به‌عنوان نمونه، تفریح خوب و سالم، نیاز واقعی است، اما هر نوع تفریحی خوب و سالم نیست و شاید که اختصاص زمان و منابع مالی به این نوع تفریح، انسان را در معرض خطرات روحی و معنوی قرار دهد. مثل خرید و مشاهده یک فیلم مستهجن. وسیله نقلیه خوب و سالم، نیاز واقعی است. اما برخی وسایل نقلیه، فقط قابلیت خودنمایی دارند. یعنی فرد می‌تواند با هزینه کمتری، نیاز واقعی خود را با خرید یک خودروی ساده‌تر رفع نماید. (ارشدی، وحید، ۱۳۹۱).

به‌عنوان نمونه، تجمل‌گرایی، اسراف و ولخرجی کردن توسط عده‌ای از اقشار جامعه، باعث می‌شود اقشار ضعیف جامعه نتوانند به حداقل نیازهای خود دسترسی پیدا کنند. زیرا این منابع که می‌توانست بواسطه خصلت نوع دوستانه بشری از راه‌های مختلف و مشروع، در اختیار نیازمندان قرار گرفته است، در اختیار تمایلات زودگذر دنیوی دیگران قرار گرفته و قابلیت بازگشت به جامعه اسلامی را از دست می‌دهند. اسراف باعث هلاکت و محرومیت اجتماعی می‌شود. نص صریح قرآن، حکایت از مفسد بودن شخص اسراف‌کار

دارد. تجمل گرایی پدیده مذموم است که جامعه را به فساد می کشاند. این پدیده ضد اعتدال و میانه روی است.

با تجمل گرا شدن و به رخ دیگران کشیدن زندگی توسط هر کدام از انسان ها، به پدیده حرص و ولع در جامعه دامن زده می شود. یعنی خانواده های کم درآمد هم به آنها نگاه می کنند و می خواهند خودشان را به اقشار تجمل گرا برسانند. آن وقت برای رسیدن به یک زندگی به اصطلاح آبرومندانه مجبورند به هر کاری دست بزنند. در یک مسابقه مصرف گرایی، اقشار ناتوان در گرداب فساد خواهند افتاد و همین امر منجر به گسست اجتماعی خواهد شد و سرمایه اجتماعی کاهش پیدا خواهد کرد. این نوع رفتار مصرف کنندگان، علامت نادرستی به تأمین کالا از طرف تولیدکننده یا فروشنده می دهد. به عبارتی، فروشنده و تولیدکننده منابع خود را در جهت رفاه کاذب صرف می کنند و از تأمین نیازهای اساسی اقشار مختلف، باز می مانند که خود بر شاخص های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر است.

در قرآن مجید، سوره شعراء آیات ۱۵۱ و ۱۵۲ آمده است: «از مسرفان اطاعت نکنید، زیرا آنها کسانی هستند که در زمین فساد می کنند و به اصلاح نمی پردازند.»

از سید الساجدین، امام زین العابدین (ع) دعای ۳۱ صحیفه سجادیه فرموده اند: «...ای پروردگرم! از غصه وام و اندیشه در آن و از دلمشغولی به مسأله قرض و بیخوابیش به تو پناه می برم. پس بر محمد و آلش درود فرست و مرا به ثروت بسیار با زندگی توأم با کفاف که همیشه باشد از آن پناه ده. مرا از اسراف و زیاده روی بازدار و در بخشش و میانه روی استوار دار و روش نیکو در زندگی را به من بیاموز و مرا به لطف خود، از ولخرجی حفظ کن و روزیم را از راه های حلال جاری ساز و خرج کردن مالم را در کارهای نیک قرار ده و ثروتی را که مرا به کبر و خودبینی آلوده کند یا به ستم بکشاند یا از مرز عبادت و ادب درگذراند از من دور کن.»

شاید یکی از دلایل این تأکیدات، توزیع ناعادلانه سرمایه‌های انسانی، فیزیکی و مالی می‌شود که موجب تباهی سرمایه‌های دیگران خواهد شد و در نتیجه باعث گسست اجتماعی می‌شود.

یکی از دستورات اخلاقی که بیانگر توجه انسان به اعتدال و میانه‌روی است، قناعت و مناعت طبع در زندگی است که در مقابل طمع کاری و زیاده‌خواهی است. قناعت، به معنای اکتفا کردن به حد ضرورت و بسنده کردن به مقدار نیاز است.

پیامبر اکرم (ص)، فرمودند: ^۱ «بهترین امت من، قناعت‌کنندگان و بدترین آنها، طمع‌کاران هستند».

برخی فروشندگان، مهارت ویژه‌ای دارند که اگر انسان قصد خرید هم نداشته باشد، جنسی را که اصلاً به آن نیازی هم ندارد به وی می‌فروشند. مهارت آنها در بازار داغی، کسب منفعت خودشان است. آیا واقعا به آن جنس نیاز است؟ بازاریابان حرفه‌ای با رویکرد سودمحوری خالص، تلاش می‌کنند برای انسان نیازی بی‌آفرینند و چنین وانمود می‌کنند که با خرید محصولات آنها برخی کمبودهای اصلی و اساسی زندگی‌طرف می‌شود. مهارت برخی از آنها به حدی است که خریدار، گمان می‌کند از خواب غفلت بیدار شده و با خرید وسیله‌ای که پیشنهاد می‌شود، زندگی جدیدی را آغاز خواهد کرد (ارشدی، وحید، ۱۳۹۱).

منافع فردی و اجتماعی انسان قانع‌عبارتند از: آسایش و آرامش، بی‌نیازی و سربلندی و عزت و اقتدار درونی. که همه اینها منجر به تشکیل سرمایه اجتماعی می‌شود و از گسست پیوندها جلوگیری می‌کند. از طرف دیگر فرد طمع‌کار، باعث گسست شبکه‌های افقی جامعه می‌گردد و مسیر را برای ارتباطات بلندمدت و پایدار می‌بندد.

^۱ میزان الحکمه، ج ۸، ص ۲۸۰.

حلال خوری، عامل قناعت و دور شدن از طمع کاری خواهد شد: اکتفا به طلب رزق حلال و دوری جستن از حرام واجب است. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: «هر کس بر آنچه از مال دنیا که خداوند حلال فرموده اکتفا کند سالم باشد و هر کس ن را از حرام بدست آورد در فساد هلاک شود».

پیامبر اکرم (ص) در حجه الوداع فرمودند: «هیچ نفسی نمیرد تا تمام رزق خود را بخورد. پس خدا را فراموش نکنید و در طلب رزق بسیار حرص نزنید و دیر رسیدن رزقتان شما را وادار نکند که از راه حرام اکتساب کنید. چه آن که خداوند متعال رزق‌ها را میان مخلوقاتش بر وجه حلال قسمت فرموده و بر وجه حرام قسمت نفرموده، پس هر کس پرده حرمت را پاره کرده و تعجیل کند تا از غیر حلال به دست آورد، به همان مقدار از رزق حلال او کم شود و روز قیامت بر حرام حساب شود».

حضرت صادق (ع) فرمود: «خداوند متعال در رزق احمق‌ها وسعت داده تا عاقل‌ها عبرت بگیرند و بدانند آن چه که در دنیاست به عمل و حيله نمی‌توان رسید».

حضرت امیر در وصیت خود به محمد حنفیه فرمود: «ای فرزند رزق دو قسم است یکی رزقی که تو آن را طلب کنی و دیگری رزقی که آن تو را طلب کند. و هر روز تو را به قدری که مقدر شده می‌رسد. دیگر غصه خرج سالیانه را مخور» (وحید، رضا، ۱۳۸۷: ۳۶-۳۸).

۷-ارائه کالای با کیفیت و انجام درست خدمات

دقت داشتن و حوصله داشتن در انجام کار منجر به ارائه کالا و کار خوب می‌شود. ای برخورد باعث مستحکم شدن پیوند اجتماعی به وسیله اعتماد حاصل شده در مبادلات آن

کالاها به دست می‌آید. پیامبر اکرم (ص) فرمودند: ^۱ «اذا عمل أحدکم عملاً فلیتقن» هرگاه کسی از شما به کاری دست زد، باید درست و محکم انجام دهد. و در جای دیگر فرمودند: «خداوند بنده‌ای را دوست دارد که چون کاری را انجام دهد، محکم کاری کند».

امیرالمؤمنین علی(ع) می‌فرمایند: ^۲ «ارزش هرکس به اندازه درستی و استحکام کاری است که انجام می‌دهد.» ایشان خیاطی را دیدند که کم کاری می‌کند، به وی خطاب کردند: «ای خیاط! مادرت به عزایت بنشیند، نخ‌ها را سفت و محکم کن؛ درزها را کوچک بگیر، زیرا من از پیامبر شنیدم که فرمود: «کم کاری باعث عقاب و مجازات الهی است» (میرعمادی، سید احمد، ۱۳۹۰: ۱۹۴).

۸- خوش برخوردی طرفین معامله در کسب و کار

از اخلاق و آداب کسب و کار، خوش خلقی است که در شکل‌گیری پیوند بلندمدت طرفین و تشکیل سرمایه اجتماعی بسیار مؤثر است. حسن خلق، رزق و روزی را زیاد می‌کند. امام صادق(ع) فرمودند: ^۳ هر صنعت‌گر و صاحب شغلی ناگزیر باید صاحب سه خصوصیت باشد:

أ. در کار خود ماهر باشد.

ب. در کار خود امانت به خرج دهد.

ج. خوش برخورد و خوش رفتار باشد.

^۱ وسائل الشیعه، ج ۳، ص ۲۲۹ و ۲۳۰.

^۲ نهج البلاغه، کلمات قصار ۷۶.

^۳ بحارالانوار، ج ۷۵، ص ۲۳۵.

اخلاق و آداب اسلامی در تجارت از ابعاد مختلفی برخوردار است که باید توسط طرفین معامله رعایت شود: در ذیل برخی از مستحباتی که عامل پیوندهای اجتماعی پایدار می‌شود، مطرح می‌گردد:

برای خریدار توصیه شده است که:

- ۱- ادب خرید به ما می‌گوید که با یاد خدا و با گفتن بسم الله وارد مغازه شده، سپس سلام کرد. جویای احوال شد. سپس، اگر حال فروشنده مناسب بود، یعنی خوش اخلاق بود، وارد مغازه شد و اقدام به خرید شود.
- ۲- مضطرب وارد مغازه نشد. اگر فروشنده احساس کند که مشتری نیازمند او هست، قیمت برای وی مقطوع خواهد شد و شاید هم بیشتر از حد منصفانه. البته این بستگی به شخصیت فروشنده‌گان دارد. برخورد مشتری باید با آرامش کامل باشد، بطوریکه بتواند راحت از مغازه خارج شود. جالب است زمانی که فروشنده‌گان احساس می‌کنند که ما به علت قیمت، تمایل به خرید نداریم، بسیاری از وقت‌ها، برای جذب مشتری، به دنبال وی راه افتاده و شرایطش را پذیرا می‌شوند.
- ۳- اگر جنسی را از جایی بر می‌داریم و مورد پسند واقع نشد، آن را به جای اولش برگردانند.
- ۴- حتماً به تاریخ تولید و انقضای اجناس فاسد شدنی دقت شود، که باعث اصطکاک بین طرفین معامله نشود.
- ۵- وقتی مشتری واقعاً قصد خرید ندارد، فروشنده را خسته نکند. با یک معذرت خواهی کوچک، از مغازه خارج شود.
- ۶- با ایستادن بی‌جا، مانع کسب و کار فروشنده نشود.

۷- شایسته است مشتری شخصاً بتواند (بدون وابستگی به کسی) خریدهای خود را انجام دهد.

۸- وقتی به عنوان همراه با کسی به خرید می‌رود، جلوی فروشنده، سلیقه‌ی خود را تحمیل نکند.

برای فروشنده توصیه شده است که:

۱- در کسب و کار مستحب است که فروشنده خوشرو باشد و مشتری را تحویل بگیرد.

۲- در کسب و کار مستحب است که فروشنده ابتدا قیمت کالا را معین کرده و بگوید.

۳- فروشنده نباید بین مشتری‌ها فرق بگذارد. چه آن کس که خوش معامله است و یا آن کس که چانه زننده است. چه فقیر و چه غنی، چه دوست و چه بیگانه، همه در نظر او یکسان باشند.

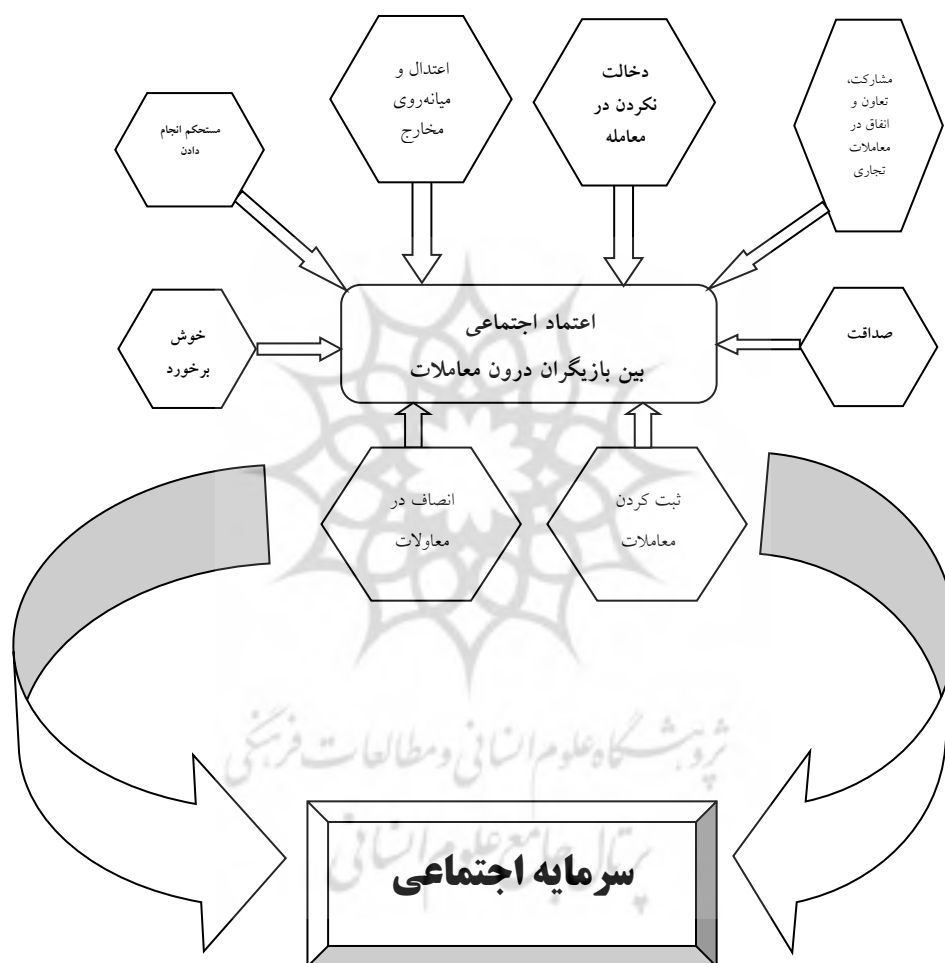
۴- کاسب باید همانطور که می‌خواهد در موقع خرید جنس از روی عدل و انصاف با وی رفتار کنند، هم چنان هم باید موقع فروش رعایت عدلت و انصاف را در حق مشتری بکند. باید هر جنس و کالایی را به کم‌ترین سود در دسترس مصرف‌کننده قرار بدهد.

۵- خودداری از فروش جنس به مردم کراهت دارد. هر معامله‌ای که به سهولت انجام گیرد، خداوند بر ن برکت دهد.

۶- کاسب یا تاجر آن چه را که برای فروش می‌خواهد باید بدقت انتخاب کند که فاسد و گران نباشد و هم بهترین و مناسب‌ترین آن‌ها باشد. مسئولیت نامطلوب بودن کالا به عهده فروشنده است.

در ذیل، الگویی از اثرات آموزه‌های دینی بر سرمایه اجتماعی که حاصل مطالب فوق‌الذکر است ارائه می‌شود.

عوامل مؤثر بر انباشت سرمایه اجتماعی به واسطه ایجاد اعتمادسازی در فضای معاملات.



نتیجه‌گیری

سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین سرمایه‌هایی که باعث تشکیل شبکه‌های افقی پایدار می‌شود و باعث قدرتمندتر شدن تعاملات اجتماعی می‌شود. شاخص آن اعتماد است که بواسطه رفتارهای اخلاقی شکل می‌گیرد. احکام و آموزه‌های اخلاقی اسلامی مربوط به آداب تجارت بسترساز این روابط است. در این مقاله به چند مورد از این آداب و اخلاقیات اشاره شد و با استفاده از قرآن و سنت، آموزه‌های دینی اعتمادساز در حوزه فعالیت‌های اقتصادی ارائه شد.

صداقت و راستی، انصاف در معاملات، مشارکت، تعاون و انفاق در معاملات تجاری، دخالت نکردن در معاملات دیگران، ثبت کردن معاملات، اعتدال و میانه‌روی در مخارج، مستحکم کار کردن و ارائه کالا و خدمات مناسب، خوش برخوردی، هشت آموزه دینی اعتمادساز است که منتهی به تشکیل شبکه‌های افقی پایدار خواهد شد و در کنار آسایش، آرامش را در فعالیت‌های اقتصادی حاکم می‌کند.

نهادهای تبلیغی، آموزشی، پرورشی و هنری از خانواده تا حوزه علمیه و آموزش عالی و رسانه ملی و... به عنوان نهادهای رفتارساز باید بستر نهادینه کردن آموزه‌های دینی را فراهم کنند و حتی منافع فردی افراد را در قالب اجرای این آموزه‌ها تبیین کنند.

کتابنامه

۱. قرآن مجید.
۲. نهج البلاغه.
۳. اصول کافی.
۴. بحارالانوار.
۵. صحیح بخاری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۶. من لا يحضره الفقيه.
۷. میزان الحکمه.
۸. وسائل الشيعه.
۹. ارشادی، وحید؛ (۱۳۹۱)، «زنبیل زندگی: آداب خریدکردن»، مشهد: سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری مشهد، انتشارات بوی شهر بهشت.
۱۰. ارشادی، وحید؛ (۱۳۸۷)، «اثر سرمایه اجتماعی بر عدالت اقتصادی»، مجموعه مقالات توسعه مبتنی بر عدالت، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
۱۱. ایمانی جاجرمی، حسین؛ (۱۳۸۰)، «سرمایه اجتماعی و مدیریت شهری»، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت شهری، شماره ۷.
۱۲. ایمانی جاجرمی؛ «نظریه سرمایه اجتماعی»، قابلیت‌ها و کمبودها
sesource.com/articles: www. Iranian society organization
۱۳. تاجبخش، کیان و بهناز اسدی کیان؛ (۱۳۸۲)، «تئوری سرمایه اجتماعی، پیامدهای آن برای توسعه اقتصادی و اجتماعی»، نشریه گفتمان شماره ۳
۱۴. توکلی، احمد؛ (۱۳۸۱)، «بازار، دولت کامیابی‌ها و ناکامی‌ها»، تهران: نشر سمت.
۱۵. خداپرست، مهدی؛ (۱۳۸۰)، «حقوق اقتصادی در قانون اساسی»، دانش و توسعه، انتشارات دانشکده علوم اقتصادی و اداری مشهد.
۱۶. رضایی، محسن؛ (۱۳۸۴)، «سرمایه اجتماعی». نشریه بینش سبز، ش ۱۵.
۱۷. شارع پور، محمود؛ (۱۳۷۹)، «فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن»، فصلنامه علمی - پژوهشی نامه انجمن جامعه شناسی ایران.
۱۸. صیدائی، سیداسکندر و همکاران؛ (۱۳۸۸)، «دیی‌چ‌ای بر سرمایه اجتماعی و رابطه آن با مؤلفه‌های توسعه اجتماعی در ایران»، فصلنامه علمی - ترویجی راهبرد یاس، شماره ۱۹.

۱۹. فوکویاما، فرانسیس؛ (۱۳۷۹)، «پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ»، ترجمه غلامعباس توسلی، جامعه ایرانیان، حکایت قلم نوین، چاپ اول.
۲۰. قرضاوی، یوسف؛ (۱۳۹۰)، «نقش ارزش‌ها و اخلاق در ارتباط با اقتصاد اسلامی»، ترجمه عبدالعزیز سلیمی، تهران: نشر احسان.
۲۱. کلمن جیمز؛ (۱۳۷۷)، «بنیادهای نظریه اجتماعی»، تهران: نشر نی.
۲۲. مطهری، مرتضی؛ «تجلی پیام»، بخش دوم، وحدت ملی، پایگاه جامع آثار شهید مطهری. <http://www.mortezamotahari.com>.
۲۳. مک کنا، سی‌جی؛ (۱۳۷۲)، «اقتصاد عدم اطمینان»، سعید مقاری، عبدالرضا فهیمی، پژوهشکده علوم دفاعی استراتژیک دانشگاه امام حسین (ع).
۲۴. میرعمادی، سیداحمد؛ (۱۳۹۰)، «اقتصاد در اسلام»، قم: نشر باقیات.
۲۵. میرمعزی، حسین؛ (۱۳۹۰)، «نظام اقتصادی اسلام»، مبانی، اهداف، اصول راهبردی و اخلاق.
۲۶. نوری‌نائینی، سعید؛ (۱۳۷۲)، «دولت، بازار و قدرت بخش خصوصی»، مشکلات و امکانات، فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۴.
۲۷. وحید، رضا؛ (۱۳۸۷)، «کسب و کار از دیدگاه اسلام»، تهران: مبنای خرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروپوزیشن گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی