

ماهیت و جایگاه انواع مشارکت اجتماعی در ضرب المثل‌های داستان نام‌ی بهمنیاری

مرتضی محسنی^۱، حیدر جانعلی‌زاده^۲، لیلا رکابدار^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۳/۱۲

چکیده

مشارکت‌کنشی اجتماعی است که عمل‌کنش‌گران را برای رسیدن به اهدافشان تسهیل می‌کند. مشارکت به مفهوم عمومی آن به عنوان عمل‌گروهی، پیشینه‌ای به درازای زندگی بشر و سابقه‌ی طولانی در حیات اجتماعی و فرهنگی مردم ایران دارد و با مفاهیمی چون تعاون، هم‌کاری و یاری‌گری مرتبط است. این مقاله با رویکرد جامعه‌شناختی به بررسی امثال داستان‌نامه می‌پردازد و در آن مشارکت به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در داستان‌نامه‌ی بهمنیاری مورد کاوش قرار می‌گیرد. ضرب المثل‌ها به عنوان صدای درونی هر ملتی انعکاس‌دهنده‌ی پنهان‌ترین زوایای زندگی مردم و هم‌چنین منبع درخوری برای پژوهش‌های مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی به‌شمار می‌آیند. تحقیق و پژوهش مشارکت در ضرب المثل‌ها به عنوان بخشی از فرهنگ عامه می‌تواند ما را از میزان انعکاس ابعاد مشارکت در جوامع سنتی آگاه کند و هم‌چنین در تسهیل‌کنش‌های هدف‌مند در جامعه‌ی امروز نیز نتایج پرثمری برجای گذارد. بررسی ۶۰۱۶ مثل در کتاب داستان‌نامه‌ی بهمنیاری نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی، مشارکت اجتماعی یکی از پر تراکم‌ترین زبان‌زدهای اجتماعی و اخلاقی مردم در جوامع سنتی محسوب می‌شده‌است. مشارکت پس از اعتماد دومین مؤلفه‌ای است که در داستان‌نامه تکرار شده‌است و با شاخص‌های مشارکت دوسویه (هم‌یاری)، مشارکت برون‌سویه (دگریاری)، مشارکت اجباری، مشارکت مبتنی بر تقسیم کار، مشارکت ابزاری و مشارکت مشورتی تقسیم‌بندی شده‌است. دستاورد این پژوهش ناظر بر این است که در میان انواع مشارکت، مشارکت برون‌سویه (دگریاری) بالاترین بسامد را به خود اختصاص داده است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه‌ی اجتماعی، مشارکت، ضرب المثل، داستان‌نامه‌ی بهمنیاری، انواع مشارکت، مشارکت برون‌سویه.

Mohseni@umz.ac.ir

^۱ - دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه مازندران

Hjc@umz.ac.ir

^۲ - دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

Leilarekabdar@yahoo.com

^۳ - دانش‌آموخته‌ی دوره‌ی کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه مازندران

۱- درآمد

امروزه بر کسی پوشیده نیست که زبان و آثار ادبی برترین عامل و مهم‌ترین حامل میراث فرهنگی بشر به‌شمار می‌آیند. شخصیت ما در یک حد وسیع به کمک زبانی که از طریق فرهنگ جامعه به ما منتقل می‌شود شکل می‌گیرد (رنجبر و ستوده، ۱۳۸۴: ۵۹). از منظر جامعه‌شناسی ادبیات با توجه به ارزش و عمق محتوا می‌توان به شناختی نو از ادبیات کهن دست یافت و عناصر زنده و پویای ادب و فرهنگ گذشته را از دیدگاه جامعه‌شناسی د اختیار علاقه‌مندان قرار داد. آثار ادبی با شکل و قالب ویژه‌ی خود، نماینده‌ی زندگی و بیان‌کننده‌ی ارزش‌ها، معیارها و ویژگی‌هایی است که زندگی فردی و جمعی در محور آن‌ها جریان دارد. امثال یکی از ابزارهای مهم زبانی و وسیله‌ی مردم ساخته‌ی ماندگار، با قدرت ایجاز بالا و رسایی فوق‌العاده به‌عنوان یک میراث فرهنگی ملت، کلیت زنده و پویای اخلاقیات انسان است. مثل‌ها ابزاری برای آگاهی قشرهای مختلف جامعه است تا مردم بتوانند براساس عقل و منطق و تجربه‌های به اثبات رسیده به‌دست افراد اعصار پیشین زندگی خود را تنظیم و اجتماع خود را بر پایه‌ی اخلاق حسنه و استفاده از اندیشه‌های والا و درست تربیت کنند (رازی، ۱۳۶۸: ۴). آثار ادبی با توجه کردن به بُعد کیفی زندگی انسانی، نقشی مهم در ارتقای زندگی فردی و جمعی ایفا می‌کنند. براین اساس ادبیات به عنوان پدیده و مقوله‌ی اجتماعی و ضرب‌المثل به عنوان قدیمی‌ترین نوع ادبیات بشر (بهمینیار، ۱۳۸۱) بُعد مهمی از میراث هر ملت است که در تولید و بازتولید سرمایه‌ی اجتماعی به‌عنوان عنصر اساسی در ساختار فرهنگ و هویت ملی هر جامعه نقش مهمی دارد. گاردلوفسکی ضرب‌المثل‌های ایرانی را جزء آثار اصیل ملی می‌شمارد (امینی، ۱۳۶۹: ۴۵۲). این مقاله برآن است تا مشارکت را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در امثال داستان‌نامه بررسی کند.

بررسی پیشینه‌ی تحقیق نشان می‌دهد که مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی از جمله مشارکت اجتماعی در ضرب‌المثل‌ها مورد کنکاش جامعه‌شناختی قرار نگرفته است. امثال علاوه بر جنبه‌های زیبایی‌شناختی، آکنده از ظرایف اجتماعی است که درعین سادگی بسیار مهم تلقی می‌شود. کارکرد و فواید ادبی و اجتماعی بررسی این موضوع به همراه خلأ تحقیقاتی در این خصوص سبب شد تا اهداف و پرسش‌های زیر مورد پژوهش قرار گیرد:

- ۱- چه عناصری (انواعی) از مشارکت اجتماعی و به چه میزان در ضرب‌المثل‌های داستان‌نامه انعکاس یافته‌اند؟
- ۲- چه تحلیل جامعه‌شناختی می‌توان از میزان کم یا زیاد بازتاب انواع مشارکت اجتماعی در این ضرب‌المثل‌ها ارائه کرد؟

۲- چارچوب مفهومی

مشارکت یکی از بنیادی‌ترین کنش‌های متقابل افراد است که در شکل دادن گروه‌ها و سازمان اجتماعی نقش شیرازه و اساسی ایفا می‌کند. مشارکت به معنی مصطلح آن هم دست شدن در کار و اجتماع متعدد در یک امر است (فرهادی، ۱۳۸۵: ۴۰). در لغت نامه‌ی دهخدا مشارکت به معانی متفاوتی آمده است؛ هم کاری، خودیاری، دگریاری، تعاون، بهره‌برداری و انبازی (لغت نامه‌ی دهخدا، ذیل واژه). از لحاظ لغوی همه‌ی این مفاهیم معمولاً یک بار معنایی را القا می‌کنند. مشارکت در کارها از دیر باز مورد توجه انسان‌ها بوده و پدیده‌ای جدید محسوب نمی‌شود. در ایران نیز این مفهوم پدیده‌ای نوین شمرده نمی‌شود و در قالب سنتی خود مانند هم‌یاری و یاری‌گری سابقه‌ای طولانی در حیات اجتماعی مردم دارد. آن‌چنان‌که خواجه نصیر طوسی در اخلاق ناصری می‌نویسد: «هم‌چنان‌که انسان به عناصر و مرکبات محتاج است تا معاونت او دهند به نوع خود نیز محتاج است تا خدمت یک‌دیگر را معاونت کنند... چون مدار کار انسان به معاونت یک‌دیگر است و معاونت بر آن وجه صورت می‌بندد که به مهمات یک‌دیگر به تکافی و تساوی قیام نمایند» (طوسی، بی‌جا: ۲۸۷) این بخشی از فرهنگ و اخلاق ما در سده‌ی ششم هجری است که تعاون و هم‌یاری را اساس زندگی اجتماعی می‌داند.

اما امروزه نظریه‌پردازان اجتماعی به‌ویژه تحلیل‌گران شبکه‌ی اجتماعی به علت خلأ ارتباط چهره به چهره، فردگرایی مفرط، وجود مدرنیته و... به‌طور گسترده‌ای به چگونگی روابط میان افراد در جامعه پرداخته‌اند؛ آنان طیف وسیعی از پدیده‌ها را که از روابط پیوندهای اجتماعی تأثیر می‌پذیرد، مورد بررسی قرار داده‌اند. به تعبیر «اسحاق نیوتن» انسان‌ها دیوارهای زیادی می‌سازند؛ اما به اندازه‌ی کافی پل ارتباطی بنا نمی‌کنند (کووی، ۱۳۸۴: ۵۹). روابط اجتماعی هسته‌ی اصلی جامعه را تشکیل می‌دهد و موجب می‌شود که کنش‌گران با

گسترش پیوندهای خود، کنش‌های خود را در ساختار جامعه تسهیل کنند. در جامعه‌شناسی مدرن اهمیت روابط اجتماعی به‌عنوان محوری‌ترین اصل زندگی در قالب دیدگاه سرمایه‌ی اجتماعی مطرح می‌شود (پورتس، ۱۹۹۸؛ لین، ۲۰۰۱؛ فیلد، ۲۰۰۳؛ رستگار خالد و همکاران، ۱۳۹۲؛ ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲). سرمایه‌ی اجتماعی مفهومی جدید و میان رشته‌ای است که در کنار منابع مالی و نیروی انسانی از عوامل تأثیرگذار در ارتقای سطح توسعه در جوامع انسانی شمرده می‌شود. در این بخش ابتدا مفهوم مشارکت از نگاه صاحب‌نظران، سپس انواع و اشکال مشارکت اجتماعی تعریف و بررسی می‌شود. در این پژوهش برای جداسازی شاخص‌های مؤلفه‌ی مشارکت از تقسیم‌بندی مشترک و ترکیبی جامعه‌شناسان و پژوهش‌گرانی چون فرهادی، غفاری و نیازی، گیوریان و ابن خلدون استفاده شده است.

۲-۱- مشارکت^۱

گائوتری اعتقاد دارد که مشارکت پیشینه‌ای به قدمت تاریخ بشری دارد؛ چراکه «نظر و عمل مشارکت در بطن جامعه و در مفاهیمی چون: دلبستگی، اتحاد، هم‌کاری، انجمن و مانند آن‌ها نهفته است و از قدیم شالوده‌ی پیدایش اجتماعی-انسان شناختی نوع بشر تلقی شده است» (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۸). یاری‌گری، تعاون، هم‌کاری و مشارکت از دیدگاه اغلب جامعه‌شناسان به‌عنوان یکی از مشخصه‌های مهم در بسیاری از تعاریف گروه و حتی جامعه وارد شده است.

مشارکت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های پیچیده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی همانند مفهومی خاستگاه و درجات متعددی دارد که در زیر به ابعاد مختلف آن از دیدگاه جامعه‌شناسان پرداخته می‌شود.

«به نظرهای تعارض میان دیدگاه‌های عمل‌گرایانه و دیدگاه‌های عمدتاً فلسفی از مشارکت موجب شده است که مفهوم مشارکت، تبدیل به یک مفهوم چند وجهی شود و در طی زمان با معانی متفاوتی هویدا شود» (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰: ۱۸۳).

^۱-Participation

«ادوارد وستر مارک» جامعه‌شناس انگلیسی - فنلاندی تبار، جامعه را دسته‌ای از مردم که با تعاون زندگی می‌کنند دانسته است. هنری گیدنیکز در کتاب «مطالعات درباره‌ی جامعه‌شناسی توصیفی و تاریخی» جامعه را به دسته‌ای از مردم که برای نیل به هدف عام المنفعه‌ای در حال تعاون به سر می‌برند تعریف کرده است (چلبی، ۱۳۸۵: ۷۹).

پاتنام دانشمند علوم سیاسی، وجود مشارکت اجتماعی را برای جوامع لازم و ضروری می‌داند و از آن به عنوان یک مؤلفه‌ی توسعه‌ساز یاد می‌کند. پاتنام معتقد است، ایده‌ی اصلی نظریه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی این است که شبکه‌های اجتماعی بیش‌تر مردم را به هم‌کاری و اعتماد پذیری در برخوردهای‌شان تشویق می‌کنند (پاتنام، ۱۳۸۴: ۱۲۰-۱۲۱). وی در پاسخ به این پرسش که آیا مشارکت بیش‌تر به افزایش سرمایه‌ی اجتماعی منجر می‌شود و یا سرمایه‌ی اجتماعی بالا به مشارکت بیش‌تر می‌انجامد، می‌گوید: مشارکت که به شرکت مردم در شبکه‌های اجتماعی مختلف اشاره دارد تنها بیان دیگری برای سرمایه‌ی اجتماعی است (پاتنام، ۱۳۸۰: ۱۲۵)؛ در واقع پاتنام سرسختانه براین باور است که این مفاهیم دو واژه‌ی متفاوت برای یک رفتار هستند. «کریشنا و آبهاف (۱۹۹۹) در تعریفی از سرمایه‌ی اجتماعی، تأثیرگذاری جمعی و اعتماد متقابل و تمایل به همکاری و دخالت برای خیر عمومی و جنبه‌های شناختی روابط اجتماعی را ارائه داده‌اند که افراد را به سوی اقدامات جمعی که دارای سود همگانی است، سوق می‌دهد. این دو نظریه پرداز معتقدند، خانواده‌هایی که افراد آن با کمک دیگران به حل مشکلات و تصمیم‌گیری‌ها مبادرت می‌ورزند و مشارکت اجتماعی فعالی دارند از سهم و میزان بیش‌تری در سرمایه‌ی اجتماعی برخوردارند» (تاج‌بخش، ۱۳۸۴: ۳۸۶).

«بوکلند مشارکت را به‌عنوان زیر بنای پیشرفت جامعه و از شرایط لازم برای توسعه‌ی اجتماعی قلمداد نموده است» (همان: ۱۰۹).

«امروزه با تأکید بر ارزش‌های انسان‌گرایانه و خلاقیت گروهی، مشارکت را به عنوان نیاز بشر و راه کار اصلی توسعه دانسته‌اند. مشارکت با کارکردهای افزایش ثبات اجتماعی، تقویت روحیه‌ی هم‌بستگی و کاهش تعارضات گروهی از بین بردن فرهنگ حاشیه‌نشینی و شکوفایی استعدادها و بروز خلاقیت، بسط ارزش‌های دموکراتیک، سهیم شدن در منابع قدرت و تقویت روحیه‌ی مسؤولیت‌پذیری همراه است (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۸).

به نظرها بر ماس «بدون مشارکت در زندگی جمعی، گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی، شکل‌گیری هویت انسانی متمایز در سطح فردی و شکل‌گیری هویت جمعی ما اساساً ممکن نیست» (همان: ۱۶۳). بنابراین طبق نظر هابرماس یکی از کارکردهای مهم مشارکت را می‌توان ایجاد هویت و علایق جمعی دانست.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که مشارکت، دارای ویژگی‌ها و کارکردهای

زیراست:

۱- تقسیم کار

۲- مسؤولیت‌پذیری

۳- هماهنگی فعالیت‌ها

۴- برخورداری همه از کار جمعی

۵- سهیم شدن در قدرت

۶- کوشش سنجیده‌ی گروه‌ها برای به‌دست گرفتن امور زندگی برای بهبودی آن

۷- ایجاد فرصت برای گروه‌های فرودست

۸- تقویت روحیه‌ی هم‌بستگی و کاهش تعارضات گروهی

۹- گسترش ارزش‌های دموکراتیک

۱۰- هم‌کاری کردن در انجام کارها

در امثال داستان‌نامه مشارکت به شکل‌های مشارکت: دوسویه، برون‌سویه، اجباری، بر مبنای تقسیم کار و مشورتی تقسیم می‌شود.

۳- تحلیل انواع مشارکت در ضرب‌المثل‌های داستان‌نامه‌ی بهمنیاری

۳-۱- مشارکت دوسویه (هم‌یاری)

مشارکت در جامعه‌ی سنتی متناسب با نیازهای مردم است که مشارکت دوسویه از کهن‌ترین نوع هم‌یاری است. اساس و بنای مشارکت دوسویه بر سنت‌های قدیمی و کهن روستایی استوار است. در گذشته روابط همسایگی و خویشاوندی و مجاورت مکانی و تعامل چهره به چهره با هم محله‌ای‌ها موجب تقویت تعاون و هم‌کاری در بسیاری از زمینه‌های زیست محیطی بوده است. یکی از نام‌های جوامع سنتی، روستایی و اجتماع گذشته، جامعه‌ی

مشارکتی بوده است (نیک خلق، ۱۳۸۵: ۵۵). از این نوع مشارکت با نام مشارکت تکمیلی نیز یاد می‌شود؛ چون تکمیل‌کننده‌ی نیازهای کنش‌گر است.

در این نوع از مشارکت، انتظار کمک متقابل وجود دارد؛ چه در این هم‌یاری، هر دو طرف ذینفع هستند. یاری‌دهنده و یاری‌گیرنده هم دیگر را می‌شناسد و اغلب مشارکت‌های هم‌یارانه، درون‌گروهی است که در سطح بالایی وجود دارد. علاوه بر آن به تعبیر فوکویاما شعاع اعتماد در این نوع از مشارکت کم است و افراد ترجیح می‌دهند با افرادی که می‌شناسند و با آن‌ها سنخیت دارند، هم‌یاری و داد و ستد داشته باشند. این نکته در این ضرب‌المثل‌ها انعکاس یافته است: «آشنا را با آشنا خوش است» (۳۷۳) و «آدم را با آدم خوش است» (۱۱۸) می‌باشد.

بنیاد هم‌یاری دو جانبه بر حسن تفاهم و دوستی نهاده شده و بیان‌کننده‌ی احترام متقابل و حس صمیمیت میان کنش‌گران است. در این میان از وجود نوعی قرارداد نباید غافل بود؛ هرچند این پیمان یا دستور و مبادله در مرتبه‌ای پایین‌تر جای دارد و از اهمیت کم‌تری برخوردار است و در عمل، شالوده‌ی آن را روابط خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و دیگر روابط نزدیک شخصی تشکیل می‌دهند (فرهادی، ۱۳۸۱: ۱۱۲). هرچه به گذشته برگردیم بر پهنای دامنه‌ی یاری‌گری درون‌گروهی افزوده می‌شود. آنچه در این هم‌یاری با اهمیت تلقی می‌شد، نهادینه شدن این باور در افراد بوده است که فعالیت‌های جمعی تأمین‌کننده‌ی منافع فردی و حیاتی آنان است.

- دوستی به دوستی جو بیار زردآلو ببر (۲۶۵۹)

در این ضرب‌المثل چند عامل موجب تحقق این هم‌یاری دو سویه می‌شود:

- ۱- اعتماد
- ۲- هدف مشترک
- ۳- انگیزه‌های نوع دوستی
- ۴- نفع شخصی و اقتضای موقعیت
- ۵- دستیابی به اهداف ارزشمندتر
- ۶- هم‌ترازی و هم‌پایگی کالای عرضه شده که انگیزه ساز مشارکت است.

گفتنی است هرگونه زندگی اجتماعی از مبادله تشکیل می‌شود؛ مبادله‌ی آداب، اموال، قدرت و عاطفه... به نظر می‌رسد که الزام تقابل در روابط اجتماعی را همه‌ی افراد در همه‌ی جوامع و تمدن‌ها به شدت احساس کرده‌اند. همان‌گونه که از امثال برمی‌آید جامعه‌ی ایرانی نیز از این امر مستثنی نبوده‌است. مشارکت در شکل سنتی خود حالتی طبیعی دارد که ناشی از نیازهای اجتماعی، اقتصادی و روانی است. به عقیده‌ی چیتامبار، جوامع سنتی در عین استقلال فردی مشارکت را باور داشتند؛ چون یک پیش‌نیاز برای بهبود و توسعه‌ی مردم تلقی می‌شده‌است. وی هم‌چنین می‌گوید بعضی از شکل‌های هم‌کاری در جامعه‌ی ما دقیقاً غیر شخصی و مبتنی بر وابستگی متقابل‌اند و طرح و اجرای آن بر وابستگی متقابل استوار است. بیش‌تر اشکال هم‌کاری انسانی را می‌توان دارای ماهیت وابستگی متقابل دانست (چیتامبار، ۱۳۷۸: ۲۱۲).

در این ضرب‌المثل مبادله‌ی پایاپای و کالا به کالا، یک معاوضه‌ی دو سویه است که ارادی، داوطلبانه و خودانگیخته و برگرفته از رفتار مشارکتی اجتماع سنتی است. در این ضرب‌المثل صرفاً با انسان اقتصادی سر و کار نداریم؛ بلکه با انسان اجتماعی روبه‌رو هستیم که اخلاق اجتماعی توأم با نیاز اقتصادی برای او مهم است. در کنار مبادله‌ی متقابل، مشارکت این دو کنش‌گر آمیخته با عواطف، احساسات و اعتماد است. در جوامع سنتی چون تعاملات چهره به چهره بود، متقابلاً اعتماد بالایی وجود داشته‌است. وقتی کسی حاضر می‌شود با دیگری هم‌یاری کند؛ اگر چه ممکن است این هم‌یاری رفع نیاز روزمره باشد؛ مسلماً، انگیزه‌ی این مبادله صرفاً اقتصادی نبوده‌است. فرد به علت علاقه و احترام و ارزشی که برای طرف معامله قایل است با او مشارکت می‌کند؛ در عین حال رد و بدل عواطف نیز وجود دارد. همان‌گونه که در این ضرب‌المثل می‌بینیم، پیش‌تر از عمل مبادله، کلمات دوستی به دوستی آمده‌است. این کلمات مبین این است که دوستی و رفاقت و اعتماد بر جنبه‌ی سودگرایی برتری دارد. «البته در هم‌یاری سنتی این موارد اغلب با یک‌دیگر آمیخته و هم‌یاری خالص و منحصر به یک موضوع کمتر به چشم می‌خورد» (فرهادی، ۱۳۸۵: ۵۴).

- دست دست را می‌شوید، دست برگشته رو را (۲۵۱۶)

روسک و وارن در تعریف هم‌کاری نوشته‌اند، هم‌کاری اشتراک مساعی در راه نیل به هدف‌های مشترک است (روسک و وارن، ۱۳۵۵: ۶۵). آلن بیرو نیز در تعریف مشارکت

گفته: با هم اقدام کردن، به‌طور مشترک عمل کردن، تلاش‌هایی در جهت تحقق هدفی مشترک به‌هم پیوستن است (بیرو، ۱۳۶۷: ۶۹). مشارکت در این ضرب‌المثل مبتنی بر این است که انسان‌ها از هم‌دیگر برای بر طرف کردن نیازمندی‌های خود کمک می‌گیرند و متقابلاً به رفع نیازهای یک‌دیگر اقدام می‌کنند. پیش‌تر گفته شد هم یاری دوسویه، کنش‌های هدفمندی هستند که در فرایند میان دو یا چند کنش‌گر در جهت نیل به اهداف معین نمود پیدا می‌کند.

در این ضرب‌المثل نمادهایی چون: «دست» و «رو» سمبلی از افراد و انسان‌هایی است که در تشریح مساعی به یک‌دیگر کمک می‌کنند. دورکیم در بیان علل این گروه‌ها به مواردی چون مجاورت مکانی، هم‌بستگی منافع، نیاز به وحدت در برابر خطر مشترک و سنت‌گرا بودن آن‌ها اشاره می‌کند. او می‌گوید هرگاه تمایزات و تفاوت‌های فکری در درون یک گروه با جامعه‌ای بسیار محدود باشد، افراد به نوعی یکسانی کشیده می‌شوند و در نتیجه عامل هم‌یاری پا به عرصه می‌گشاید که درست انجام شدن این هم‌یاری نیز مستلزم هم‌بستگی میان یاری کننده و یاری شونده و نوعی هم‌سانی فکری و اخلاقی است (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۳۲).

- یک دست صدا ندارد (۵۹۳۸)

- دو هیزم را به هم بهتر بود سوز (۲۶۸۹)

کارها جز به تعاون و اشتراک در سعی و عمل انجام نمی‌یابد. هرکس موظف به کمک و مساعدت دوستان و همکاران خود است؛ چنان‌که دو هیزم را در کنار هم بگذارند بهتر و زودتر می‌سوزد. دو نفر هر چند که ضعیف باشند؛ با مشارکت هم بهتر و بیش‌تر از یک نفر قوی کار می‌کنند.

- آتش از آتش گل می‌کند (۶۷).

- انگور از انگور سیاه می‌شود (۶۰۱).

- دست یکه صدا ندارد (۲۵۴۲).

مفهوم همه‌ی این امثال ناظر بر این است که هم یاری متقابل شرط پیروزی و موفقیت است. به‌نظر روسو آدمی فقط زمانی به کمال اخلاقی می‌رسد که در فرایند خود مختاری جمعی مشارکت و کمک کند تا اراده‌ی جمعی را برای خیر همگانی متجلی سازد (کوهن ۱۳۷۳: ۱۱).

۳-۲- مشارکت برون سویه (دگر یاری)

آشکارترین نوع کمک و هم‌کاری در همه‌ی جوامع کمک به زیردستان و ناتوانان است. دگریاری کنشی است یک سویه، عمودی یا افقی که میان هم‌ترازان یا ناهم‌ترازان (میان فراتران و فروتران، توانایان و ناتوانان) جریان می‌یابد؛ چه در زمینه‌های عینی و مادی و چه در زمینه‌های ذهنی و معنوی. درحالی که هم‌یاری جریانی است دوسویه و افقی که اغلب میان کسانی که می‌توانند توانایی‌های هم‌دیگر را تکمیل یا کمبودهای یک‌دیگر را جبران کنند اتفاق می‌افتد. به تعبیری می‌توان گفت که تفاوت دگریاری و هم‌یاری تفاوت بخشش با نوعی معاوضه و مبادله است. در این نوع از مشارکت، انتظار کمک متقابل از یاری شونده وجود ندارد؛ درواقع دگرسویی در بافت معنوی و اهداف اخلاقی جریان دارد و در هاله‌ای از خیرخواهی و عواطف مذهبی پیچیده شده است. در برخی از افراد اندیشه‌ی کمک به دیگران صرفاً برای هم‌بستگی گروهی، تشریف‌روانی و اجر اخروی و یا کسب آبروی اجتماعی است (فرهادی، ۱۳۸۵: ۵۴).

- تیمارغریبان سبب ذکر جمیل است (۱۶۵۴).

- بزرگی بایدت، دل در سخا بند (۱۰۱۷).

- بزرگی بایدت، بخشندگی کن (۱۰۱۶).

- ثواب را به خانه‌ی خود می‌برند (۱۶۶۶).

- نان بده تا نام برآری (۵۱۵۵).

در تمام این امثال انگیزه‌ی مشارکت و کسب سرمایه‌ی اجتماعی در کمکی بلاعوض، کسب منزلت اجتماعی (شهرت و بزرگ منش خوانده شدن افراد) اجر اخروی و پاداش‌های معنوی و یا به‌علت تشریفی و آرامش روانی بوده است. به گفته‌ی وثوقی و نیک خلق «روابط اجتماعی در قالب سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند به‌منظور تأمین نیازهای خود و دیگران و توأمان هر دو باشد؛ درواقع همین روابط است که موجب انسجام و پایداری و استقرار جامعه می‌شود» (وثوقی، ۱۳۸۴: ۷۴). در اغلب موارد هدف از مشارکت برون سویه، هم‌کوشی و هم‌سویی ما در رسیدن به اهداف معین، دیگری یا دیگران هستند و مسؤولیت‌پذیری در زمینه‌ی منافع دیگران در اولویت است. در مشارکت دگریاری آموزه‌های دینی و اخلاقی

مانند: کمک به هم نوع، دستگیری ضعیفان، بخشندگی و دهش، به فکر زیر دستان بودن و نیکی کردن بسیار توصیه شده است:

- تو نیکی می‌کن و در دجله انداز که ایزد در بیابانت دهد باز (۱۶۳۶).

- توبندگی چو گدایان به شرط مزد مکن (۱۵۹۲).

مفهوم این ضرب المثل‌ها این است که خدمت، کمک و یاری و محبتی که در حق کسی می‌کنی آن را به شرط مورد کمک و یاری واقع شدن انجام نده؛ زیرا برخی از فرهنگ‌ها، روحیه‌ی امدادگری را بدون توجه به این که آن‌ها به ما کمک کرده یا نکرده‌اند، پرورش دادند و درونی کردند؛ درحالی که در دیگر جوامع ممکن است بازگشت انتفاع از عمل امدادگرانه مدّ نظر باشد. به گفته‌ی فرهادی فرهنگ ایرانی حداقل در هزاره‌ی گذشته شدیداً طرفدار تو نیکی می‌کن و در دجله انداز بوده است. این فرهنگ بنا برشواهد بسیار بر این باور بوده که:

احسان هنری نیست به امید تلافی نیکی به کسی کن که به کار تو نیاید

(فرهادی، ۱۳۸۷: ۱۸).

یک علت نهادینه شده این تفکر در جامعه‌ی اسلامی-ایرانی، رواج اخلاق دینی بوده است؛ چنان که یکی از صفات خداوند، کریم است. کریم یعنی آن که می‌بخشد و هیچ چشم‌داشتی در برابر بخشش خود از دیگران ندارد. براساس سفارش‌های دینی مبنی بر آراستن خود به اخلاق الهی، ایرانیان مسلمان در نوع یاری، نیکی و بخشش به دیگران نفی چشم‌داشت از دیگران را مدّ نظر قرار می‌دادند.

- تو داد و دهش کن فریدون تویی (۱۶۰۳).

- بنی آدم اعضای یک‌دیگرند (۱۱۵۲).

- خواجه آن است که باشد غم خدمتکارش (۲۲۴۵).

این امثال نمودهایی از درس انسان دوستی، خدمت به خلق و هم‌یاری و هماهنگی اجتماعی است. هم‌یاری در این امثال را می‌توان این‌گونه برشمرد، تا توانایی داری عایدات و نفعی به دیگران برسان و در وقت نعمت و قدرت به فکر فقرا باش؛ زیرا کمک به دیگران مایه‌ی بزرگی و آبرومندی تو است. خواجه‌ی بزرگی هر کس به این است که نظری به زیر دستان خود داشته و دستگیر کهنتران باشد و باری از شانه‌ی دیگران بردارد. همان‌گونه که سعدی در گلستان گفته:

گرت ز دست برآید چو نخل کریم باش ورت به‌دست نیاید، چو سرو باش آزاد
(سعدی، ۱۳۸۱: ۱۹۰).

آگوست کنت می‌گوید: عبادت آن نیست که انسان را بپرستند؛ بلکه باید آن را پرستاری کنند تا به کمال برسد مقدس‌ترین تکالیف و هم‌چنین بالاترین سعادت‌ها نوع دوستی است (فرهادی، ۱۳۸۷: ۱۹). وی معتقد است: «تاریخ عواطف، همان تاریخ شگفتی تدریجی استعدادهای دگردوستانه است بی آن که انسان هیچ‌گاه خویشتن دوستی خود را که برای او حالتی خود به خودی و مقدم است، از دست بدهد» (آرون، ۱۳۵۲: ۱۲۱). بارنز و بکر نیز معتقدند «به احتمال بسیار انسان دوستی عاطفی بیش از تلاش طرفداران علم در ظهور جامعه شناسی مؤثر بوده است» (بارنز و بکر، ۱۳۷۱: ۲۵۳). تأثیر عواطف دگردوستانه در زندگی فردی و اجتماعی بسیار بیش از آن است که در نگاه اول به‌چشم بیاید. اندیشه‌های اخلاقی و مذهبی بر روابط متعالی بی‌چشم داشت صحّه می‌گذارند و آن‌ها را تبلیغ و تجویز می‌کنند؛ آن‌چنان که در ادبیات ما این آموزه‌ها بسیار تکرار شده است. حضرت علی (ع) می‌فرماید: هرگاه خواستی مردم تو را دوست بدارند با آنان نیکی کن و با انصاف در معاشرت و هم‌دردی با دیگران در خوشی و ناخوشی، محبت و دوستی آن‌ها را به‌دست بیاور (شریفی، ۱۳۸۵: ۳۹). با فضیلت اخلاقی، می‌توان انگیزه‌های فردی از جمله حرص، خودخواهی را به‌علت اهداف عمومی با موفقیت مهار کرد و به سرمایه‌ی اجتماعی بزرگی نایل آمد. در مقایسه‌ی انواع مشارکت، مشارکت دگریاری بیش‌ترین تکرار را در گونه‌های مشارکت در داستان‌نامه به خود اختصاص داده است.

۳-۳- مشارکت اجباری

دانشمندان علوم اجتماعی غالباً مشارکت را به «اجباری» و «اختیاری» تقسیم می‌کنند (فرهادی، ۱۳۸۵: ۱۰۷). اسپنسر ضمن طبقه‌بندی انواع جامعه و برشمردن صفات شاخص آن، از دو نوع هم‌کاری اجباری و داوطلبانه (اختیاری) سخن می‌گوید. به عقیده‌ی وی در مشارکت اجباری اراده‌ی هر شهروند از امور شخصی گرفته تا عمومی تابع اراده‌ی حکومت است؛ هم‌چنان‌که در ارگانسیم فردی، اعضای بیرونی بدن تماماً تابع کانون عصبی مرکزی‌اند. وی مشارکت را در جوامع سنتی

برپایه‌ی همکاری اجباری می‌داند و معتقد است جامعه‌ی مدرن بر پایه‌ی یک هم‌کاری داوطلبانه و خویشتن دار فردی استوار است (کوزر، ۱۳۶۸: ۱۴۱). در فرهنگ علوم اجتماعی آلن بیرو در تعریف این مفهوم و عناصرش چنین آمده است: «فرایندی است روانی- اجتماعی که از طریق آن شخص همان طرز تلقی‌ها، همان کردار، همان عادات و آداب، زندگی و اندیشه را می‌پذیرد که افراد مسلط در محیط اجتماعی پیرامونش پذیرفته‌اند. از همین طریق است که انسان از عقاید پذیرفته و عادات جا افتاده تبعیت می‌نماید» (ساروخانی، ۱۳۸۱: ۴۷).

- یکی با صد آید نه صد با یکی (۵۹۹۶).

- خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو (۲۲۵۹).

این ضرب‌المثل بر مشارکت اجباری ناظر است. مشارکتی غیر ارادی و غیر هدفمند همراه با فشار که افراد و شهروندان در حالت اضطرار در هم یاری شرکت می‌کنند؛ زیرا این گونه استنباط می‌شود چنان‌چه این مشارکت وجود نداشته باشد و اگر با جماعت هم‌رنگ نشود با ضرر و زیان رو به رو می‌شود. عمدتاً مشارکت اجباری در محیط‌هایی دیده می‌شود که اعضا نسبت به یک‌دیگر اعتماد ندارند. در این ضرب‌المثل فرد با متقاعد شدن و هم‌سویی با دیگران در کنش جمعی شرکت می‌کند و یا به عبارتی درست تر هم‌رنگی جماعت می‌شود که درجه‌ای از اجبارهای عینی و بیرونی را می‌توان در آن مشاهده کرد.

حال در پاسخ به این سؤال که آیا هم‌سویی غیر ارادی را می‌توان مشارکت و در نتیجه سرمایه‌ی اجتماعی نامید؟ باید گفت این ضرب‌المثل را می‌توان از دو دیدگاه به‌عنوان عامل تأثیر گذار و یا افت سرمایه‌ی اجتماعی بررسی کرد:

۱- فرهادی بر این باور است که صفات اجبار و اختیار با همه‌ی اهمیتی که دارند نمی‌توانند جوهره‌ی هم‌کاری را نابود و یا پدیده‌ای ناهم‌کارانه را به هم‌کاری تبدیل کنند؛ بلکه این دو صفاتی عرضی‌اند که باید در انواع خاصی از هم‌کاری لحاظ شوند؛ به عبارتی دیگر صفت اجبار و اختیار صفاتی هستند که می‌توانند موجب افزایش برخی از هم‌کاری‌ها و یا زدودن شوند.

همان‌گونه که دورکیم مطرح کرده، اصولاً هر واقعه و جریان اجتماعی و فرهنگی اجبارآور است؛ مگر آن که فرهیختگان و جامعه‌پذیران چنان این اجبار را درونی کرده باشند که این اجبار احساس نشود. دورکیم معتقد است معمولی‌ترین و در عین حال آزادانه‌ترین نوع مشارکت نیز اجباری است. ممکن است برای دیگری احساسی از رضایت و اختیار کامل را ایجاد کند و یا کاری که در لحظه‌ای برای یک فرد اختیاری به نظر می‌رسد، ممکن است در لحظه‌ی دیگر کاملاً اجبار آور باشد. به عقیده‌ی وی جبر و اختیار دو سر یک طیف نیستند؛ بلکه دو رویه‌ی یک سکه و همسایه‌ی دیوار به دیوارند. از منظر جامعه‌شناسان، تجانس و اتحاد به‌عنوان کنش و عاملی تأثیرگذار بر سطح سرمایه‌ی اجتماعی به‌شمار می‌آید. از نظر آنان اختیار حالتی برآمده از اجبار است و اجبار می‌تواند زاینده‌ی اختیار باشد. آدمی در دنیایی از انواع جبرهای طبیعی، زیستی، اجتماعی و فرهنگی و روانی به سر می‌برد؛ در حالی که برای رهایی از برخی از اجبارها با اختیار و داوطلبانه برخی اجبارهای دیگر را می‌پذیرد (مؤذنی، ۱۳۷۷: ۱).

۲- از طرفی این ضرب‌المثل در جامعه بسیار فراگیر و در بردارنده‌ی این مفهوم است که افراد بدون در نظر گرفتن قابلیت‌های فردی در جمع ذوب شوند. به نوشته‌ی اریش فروم «باید به‌خاطر داشت که برای اغلب مردم، عقل و واقعیت چیزی جز توافق عام نیست. واقعیت این نوع توافق عام سبب می‌شود که سفاهت عقل جلوه‌گر شود. حقیقت فردی که در این سفاهت مشترک مشارکت می‌جوید، فاقد حس تجرد و جدایی کامل است و از این‌رو از اضطراب شدیدی که در جامعه‌ی پیش‌تاز تجربه می‌کند می‌گریزد. انسان به‌طور فطری قدرت جوست و با ساخت تابوهای مقدس، قدرت خود را تسلیم آن قدرت قاهرتر می‌کند. به‌همین دلیل انسان‌ها برای گریز از آزادی دو راه دارند: یا این‌که در کشورهای فاشیستی خود را تسلیم پیشوا کنند و یا در دموکراسی هم‌رنگ جماعت شوند» (مؤذنی: همان).

با توجه به عقاید مطرح شده، مشارکت اجباری نوعی هم‌نوایی را در انسان‌ها برمی‌انگیزد که نقطه مقابل مشارکت فعال و خودانگیخته است. هم‌نوایی قدرت

ابتکار، ابداع و خلاقیت را کاهش می‌دهد. این ضرب‌المثل گویای این مطلب است که افراد در این نوع مشارکت فقط درصدد آنند که با محیط خود هم رنگ شوند و از قافله‌ی تمتع ناشی از آن باز نمانند؛ افرادی که تنها کوشش آنان معطوف به پذیرش بی‌چون و چرای هنجارهای محیط اجتماعی است.

در امثال داستان‌نامه، مثل‌هایی که بازتابنده‌ی مشارکت اجباری هستند در حداقل و مشارکت‌هایی که خودجوش و برخاسته از اختیار و هدفی هستند در حداکثر نمودار قرار دارد.

- خوراک به میل خودت لباس به میل مردم (۲۲۸۲).

این ضرب‌المثل ناظر بر این است، انسان می‌تواند در امور شخصی مطابق میل و سلیقه‌ی خود رفتار کند؛ اما فعالیت‌ها و رفتارهایی که به نوعی با رفتار دیگران اشتراک پیدا می‌کند باید تابع میل اطرافیان باشد تا از قوم خود خارج نشود. به دیگر سخن انسان باید مطابق تمایلات گروه و جامعه رفتار کند و تحت تأثیر اجبارهای بیرونی و نگاه‌های مراقب و انتظارات دیگران، مشارکتی تحمیلی داشته باشد. این گونه از مشارکت، در صد بسیار کمی از داده‌های آماری از امثال داستان‌نامه را به خود اختصاص داده است.

۳-۴- مشارکت براساس تقسیم کار

نخستین جامعه‌شناسی که به طبقه‌بندی مشارکت دست زد ابن خلدون است. وی ضمن بیان ضرورت هم‌کاری برای بقای بشر به‌طور تلویحی دو نوع هم‌کاری را از یک‌دیگر باز می‌شناساند؛ هم‌کاری بدون تقسیم کار و هم‌کاری با تقسیم کار (فرهادی، ۱۳۸۱: ۱۰۶).

- زن کاری، مرد کاری، تا بگردد روزگاری (۴۷۶۳).

- مرد رود است و زن رود بند (۴۷۶۱).

در تعریفی که گولد و کولب از هم‌کاری داشته‌اند، مفهوم ضرب‌المثل‌های بالا نمود بیش‌تری یافته است. تعاون یا مشارکت به عمل جمعی در جهت هدف‌های مشترکی اطلاق می‌شود که از سوی افراد به‌صورت متحد و یا جدا از هم صورت

می‌پذیرد. عمل جمعی ممکن است با تقسیم کارهای مشابه یا متفاوت همراه باشد (گولد و کولب، ۱۳۷۶: ۲۴۵). در این ضرب‌المثل زن و مرد در جهت برقراری برابری و عدالت برای دستیابی به منافع دو طرف می‌کوشند و اساساً یکی از خصایص مشارکت نیز اصل برابری است.

برخی از جامعه‌شناسان و فرهنگ‌شناسان معتقدند، در گذشته مشارکت در شکل تقسیم کار که امروز در جامعه‌ی مدنی وجود دارد جریان نداشت و محقق نبود. در این‌جا باید گفت این ضرب‌المثل علاوه بر بعد مشارکت نشان می‌دهد که تقسیم کار در جوامع گذشته و حقوق زن و مرد دارای اهمیت بوده است. هم‌کاری و هماهنگی این کنش‌ها میان زن و مرد موجب تحقق پذیرفتن مقصودی مشترک می‌شده است. دو طرف مشارکت‌کننده با وجود توافق میان توانایی‌های فردی، هر کدام آزادانه و خودجوش به‌گونه‌ای که موجب هم‌بستگی خانواده می‌شد دست به هم‌یاری می‌زدند. این مشارکت حجم گسترده‌ای از سرمایه‌ی اجتماعی را به‌وجود می‌آورد. به تعبیر «گی‌روشه» تقسیم کار و تراکم اخلاقی به نوبه‌ی خود از عوامل اصلی گسترش تمدن یعنی توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هستند (گی‌روشه، ۱۳۸۵: ۴۳).

«در جوامع سنتی خانواده‌ی کشاورز در بسیاری موارد و حتی خانواده‌ی غیر کشاورز نیز یک واحد تولید محسوب می‌شدند؛ اما این تولید در واقع نوعی زندگی روزمره است که در این واحد تولیدی با تقسیم کار میان اعضای خانواده مراحل مختلف کار، انجام می‌شد و اساس زندگی اقتصادی در درون گروه‌های خانوادگی شکل می‌گرفت» (وشوقی، ۱۳۸۴: ۵۸). از این‌رو خانواده‌های جوامع سنتی و به‌خصوص روستایی به‌عنوان یک واحد خودکفا به شکلی مایحتاج زندگی خود را از قبیل مواد غذایی، پوشاک توسط خانواده تولید می‌کردند. این خودکفایی حاصل نمی‌آمد مگر بر پایه‌ی تقسیم کار بین اعضای خانواده» (همان: ۵۱).

ابن خلدون با مطرح کردن اصل اجتماعی بودن انسان، تقسیم کار اجتماعی را عنوان می‌کند. به نوشته‌ی ابن خلدون «..این حکمت خداست در میان آفریدگانش که بدان معاششان منظم و مصالح زندگی آنان آماده می‌شود...؛ زیرا وجود نوع انسان به کمال نمی‌رسد، جزء در پرتو تعاون افراد با یک‌دیگر تا از این راه مصالح زندگانی خویش را تأمین کنند؛ چه ثابت

شده است که وجود یک فرد خود به تنهایی ممکن نیست به مرحله‌ی کمال برسد...» (ملک، ۱۳۸۶: ۴۵). توجه به مفهوم مشارکت و تقسیم کار مسلماً قابل تأمل به نظر می‌رسد. آثار بزرگان و فلاسفه گویای این مطلب است که آنان به دنبال نظریات، مباحث و مفاهیم خاص اجتماعی بودند.

امام محمد غزالی فیلسوف و متکلم قرن ششم هجری، قشرهای اجتماعی را با تقسیم کار یکسان می‌گیرد و می‌نویسد: «اصل دنیا سه چیز است: طعام، لباس، مسکن و اصل صناعات که ضرورت آدمی است نیز سه چیز است، برزگری، جولاهی و بنایی که هر یک را فروع‌اند... پس حلاج و ریسنده و درزی و آهنگر و درودگر و خراز پیدا آمد و ایشان را به معاونت یک‌دیگر حاجت بود که هر کس همه‌ی کارهای خود نمی‌توانست کرد، پس میان ایشان معاملاتی پدید آمد که از آن خصومت‌ها برخاست. پس به سه نوع دیگر حاجت افتاد از...» (غزالی، ۱۳۵۲: ۶۵).

غزالی با آگاهی به ارزش‌های اجتماعی چون؛ تقسیم کار، مشارکت مردمی، هم‌یاری و تأثیر معاشرت اشاره می‌کند که همه‌ی این مفاهیم در راستای سرمایه‌ی اجتماعی و جامعه‌ی آرمانی هستند.

۳-۵- مشارکت ابزاری

در این نوع مشارکت، مشارکت مؤثر نوعی کسب قدرت تلقی می‌شود که ساز و کار اصلی آن توان‌مند سازی و کسب قدرت است. هلمز (۱۹۹۲) نیز معتقد است که توان‌مند سازی تجربه‌ای در مجموع مثبت است؛ به این معنا که مردم توانایی مبادرت به کنش را کسب می‌کنند. چنین تفسیری از قدرت قابل مقایسه با مفهوم نظری موقعیت مورد نظر فوکو (۱۹۸۰) است که عنوان می‌کرد موقعیت به روی همگان باز است. هر کنش‌گر از طریق ورود به گفت‌وگو ایجاد تعامل بر حسب روابط سیاسی و اجتماعی در میان اجتماع به سود فردی سرمایه‌ی اجتماعی که همان قدرت است می‌رسد (غفاری، نیازی، ۱۳۸۵: ۱۵۷). گیوریان در یک تقسیم‌بندی انواع مشارکت را به سه نوع مشارکت: ابزاری، اجباری و توسعه‌ای تقسیم کرد (گیوریان، ۱۳۷۹: ۲۵). هم‌چنین «کلی» و «برین لینگر» و «میلز» معتقدند «این ویژگی‌های شخصیتی افراد و فرایندهای تصمیم‌گیری است که به شرکت در کنش جمعی منجر می‌شوند؛

میل به مشارکت نوعی کنترل شخصی است که شامل اعتقاد فرد به این که زندگی‌اش در اختیار خود اوست» (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۸۳).

در مشارکت ابزاری اراده‌ی افراد و انگیزه‌ی آنان از معاشرت و مشارکت سود فردی است. همان‌گونه که «کلندرمن» برای مشارکت در بخش جمعی از منظر روان‌شناختی سه انگیزه‌ی فردی، اجتماعی و پاداش را مطرح می‌کند، وی انگیزه‌های اجتماعی را در قالب واکنش دیگران برای عمل مشارکت مهم می‌بیند و انگیزه‌های هدف و پاداش را در قالب اعتقاد به مشارکت و توجه به هزینه‌ها و فواید مشارکت در نظر می‌گیرد. اراده‌ی افراد در مشارکت ابزاری در کنش جمعی یک مجموعه‌ی وزن یافته از سود شخصی است. (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۰۸) این مثل نمودی از مشارکت ابزاری است.

- شرف‌خواهی به گرد مقبلان گرد (۳۳۷۲).

«واینر و پراسر» در تعریفی که از مشارکت ارائه کردند، مشارکت را ابزاری برای خود شکوفایی دانستند (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۳۵) که می‌توان عنوان خودیاری را نیز بر این نوع مشارکت نهاد. گائوتری که از هم‌کاران یونسکو در زمینه‌ی مشارکت است، اعتقاد دارد که مشارکت را باید هم به‌عنوان هدف و هم به‌عنوان وسیله و هم یکی از نیازهای اساسی بشر مورد توجه قرار داد. گائوتری نیز معتقد است مشارکت در هر شکل و شمایلی که باشد، اهمیتش در بسط مشارکت به‌عنوان حوزه‌ی حیاتی اجتماعی است. او می‌گوید: در قالب درونی کردن و فرایند اجتماعی کردن باید ارزش‌ها و ایده‌های مربوط به مشارکت را به‌طور عمیق درونی و نهادی کرد. حوزه‌ی مشارکت باید به تمامی حوزه‌های حیات اجتماعی بسط پیدا کند (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۹۰). با این تعاریف می‌توان استنباط کرد، افراد از مشارکت به‌عنوان یک ابزار برای پیشرفت خود سود می‌جویند.

از دیدگاه ایوان ایلچ مشارکت تمام عرصه‌های زندگی انسان را شامل می‌شود؛ به‌طوری‌که مردم عادی را مسؤول رفاه خود سازد (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۰۹).

لین یکی از نظریه پردازان سرمایه‌ی اجتماعی ثابت کرد که دسترسی فرد به افراد دارای پایگاه و نقش اجتماعی با نفوذ سبب می‌شود که او بتواند از سرمایه‌ی اجتماعی خود بهتر و بیش‌تر استفاده کند

- ای دل غلام شاه جهان باش و شاه باش (۶۵۱).

در این ضرب‌المثل اهمیت و نقش سرمایه‌ی اجتماعی از این لحاظ نمود دارد که حوزه‌ی مشارکتی کنش‌گر رسیدن به سود فردی و رسیدن به قدرت، شهرت و ثروت است. این مشارکت می‌تواند نوعی خودیاری نیز باشد که هدف آن خدمت به خود است؛ زیرا انگیزه‌های فردی و شخصی را تحت پوشش قرار می‌دهد. این فرایند آگاهانه‌ی مشارکت که در قالب هم‌نشینی با شاه یا انسان قدرت‌مند و مقبل است، فراهم‌سازی فرصت برای رسیدن به منابع کم‌یاب و بهبود شرایط زندگی خود است و غالباً در خصوص افرادی است که در رده‌های پایین جمعیتی قرار دارند. «به‌نظر پارتو از آن‌جایی که آرزوی کسب قدرت از جانب آدمی آرزویی عادی و عقلایی است؛ بنابراین (مشارکت‌ابزاری) رفتارهای منطقی به حساب می‌آید» (ملک، ۱۳۸۶: ۱۴۴).

بر مبنای اندیشه‌ی آرنستاین همه‌ی افرادی که در فرایند مشارکت درگیر می‌شوند از درجه و میزان مشارکت یکسانی برخوردار نیستند؛ بلکه براساس پله و موقعیتی که در این فرایند کسب می‌کنند جایگاه مشارکتی آنان تعیین می‌شود (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۵۵). در این ضرب‌المثل ساختار هم‌کاری و اعتماد متقابل به درجه‌ای از مشارکت و انسجام رسیده که غلام برابر با خود شخص شاه است. فرهنگ رجایی در کتاب مشکله‌ی هویت ایرانیان می‌نویسد: اندیشه‌ی شاهی به‌عنوان یک آرمان فرهنگی و رفتاری جزء هویت ایرانیان بوده است (رجایی، ۱۳۸۲: ۲۶). می‌توان گفت اندیشه‌ی قدرت و آرمان شاهی و کسب سود شخصی انگیزه ساز مشارکت در این ضرب‌المثل است. به گفته‌ی فوکویاما، روابط قدرت همیشه، به‌طور فی‌نفسه بد نیست؛ بلکه شخص باید آزاد از خود باشد. او معتقد است جامعه بدون روابط قدرت نمی‌تواند وجود داشته باشد» (غفاری، نیازی، ۱۳۸۵: ۱۶۰).

سرمایه‌ی اجتماعی در این ضرب‌المثل دارای کنش افقی است. چون فرد با وارد شدن به حریم شاه، تعامل، معاشرت و ایجاد رابطه، رضایت حاکم را جلب می‌کند و در رکاب اوست؛ این صمیمیت و نزدیکی و هم‌کنشی میان شاه و غلام در راستای برابری و یکسان‌انگاری است.

- فردی گردی چو گرد مردی گردی (۳۸۷۲).

رحمان در تعریفی که از مشارکت اجتماعی داشته، مشارکت را آن‌جایی که فرد، به‌طورغریزی جویای چیزهای مطبوع و درصدد اثبات وجود خویش و دفاع از منافع خویش

با حضور در شبکه‌های مشارکت و معاشرت است کنشی منطقی به‌شمار می‌آورد. وی مشارکت را به‌عنوان یک فرایند فعال که هر یک از مشارکت‌کنندگان به واسطه‌ی اندیشه، تأمل و نظارت فعالشان به اقدام عمل مشارکتی ترغیب می‌شوند، بر شمرده است (ملک، ۱۳۸۶: ۱۰).

در این ضرب‌المثل فرد با مشارکت و تعامل با افراد دانا و نیک، به شهرت و خوش‌نامی و قدرت می‌رسد. فرد با دسترسی به شهرت و نیک‌نامی از حالت حاشیه‌بودن و مورد غفلت قرار گرفتن و فراموشی‌رهایی می‌یابد و با پیوند دادن منافع فردی با منافع جمعی، خود را در متن فرایندهای حیات اجتماعی قرار می‌دهد و ایفای نقش می‌کند. به عقیده‌ی «لنسکی» منافع خودخواهانه‌ی فرد او را وادار می‌کند که عضو جامعه باقی بماند. در این ضرب‌المثل طبق تعریفی که لین از سرمایه‌ی اجتماعی ارائه داده هدف از کنش‌های اجتماعی و مشارکت، کسب سود فردی است. فرد با به‌دست آوردن سرمایه‌ی اجتماعی که در این ضرب‌المثل همان مؤلفه‌ی مشارکت است به سود فردی که در نهایت شهرت و قدرت است خواهد رسید. از طرف دیگر مشارکت اجتماعی برای تحقق، نیازمند بستری مناسب است و بدون آن جریان نمی‌یابد و اساساً هم رمز موفقیت جامعه‌ی مدنی در ایجاد و نهادینه کردن نهادهای مشارکتی حتی با کسب سود شخصی افراد است.

۳-۶- مشارکت مشورتی

آلن بیرو در دیباچه‌ی اثر «دسته جمعی و مشارکت»، مشارکت را مورد مشورت قرار گرفتن قبل از تصمیم‌گیری دانسته است. مشارکت از نوع مشاوره، راه‌های باز ارتباطات برای مبادله‌ی اطلاعات با سازه‌های کلیدی موفقیت، گسترش تعامل، هماهنگ‌سازی افکار و کمک‌رسانی در تبادل نظر است. استفاده از این نوع شبکه‌ی مشارکتی با انسان‌های آگاه، تجربه و دانا همیشه مورد سفارش و تأکید بزرگان بوده که نمونه‌های آن در ادبیات فارسی کم نبوده است. مشورت نشانه‌ی اهمیت یک نیاز بوده؛ نیازی که انسان اجتماعی به حکم زندگی جمعی به یاری‌گری دیگران در تصمیم‌گیری‌های خود قایل است. با یاری جستن از شیوه‌ی مشورت می‌توان از راه‌های مختلف، به‌گزینی و بهترین را انتخاب کرد. «سازمان خواروبار جهانی (۱۹۹۴) در تقسیم‌بندی خود بر حسب هم‌کاری میان بخش‌های دولتی و غیر دولتی ۵

سطح مجزاً برای مشارکت در نظر گرفته است که یکی از آن سطوح، مشارکت از نوع مشاوره است» (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۹۵).

از منظر جامعه‌شناسی اصل پسندیده‌ی مشورت به‌عنوان یک سنت و روش پسندیده باید در جامعه حکم فرما باشد تا خوی استبداد و خودخواهی بر افراد چیره نشود؛ چنان‌که شیخ طبرسی می‌گوید: «مشاوره وسیله‌ای است برای جلوگیری از خودکامگی» (زمانی، ۱۳۸۲: ۸۲۴). بهره‌گیری از این شیوه‌ی مشارکتی راه کاری برای خروج از تصمیم‌گیری‌های متمرکز و دیوان سالارانه است. مشارکت اجتماعی با مشورت از دیرباز برای مردم امر اخلاقی تلقی می‌شده است؛ از این رو بسیاری از احادیث و اشعار و امثال به این مقوله اختصاص یافته است. بسیاری از امامان، بزرگان دین، شاعران و ادیبان و مردم بر لزوم مشورت تأکید داشته‌اند. حضرت علی (ع) در اهمیت مشورت و راهنمایی می‌فرماید: لا مظهره أوثق من المشاورة. هیچ پشتوانه‌ای از مشورت محکم‌تر نیست (اشرفی، ۱۳۸۰: ۲۹) و در جایی دیگر فرمودند: محبوب‌ترین مردم نزد تو باید کسی باشد که تو را به راه‌های درست و حق هدایت کند و عیب‌هایت را برای تو بنمایاند (شریفی، ۱۳۸۵: ۳۶). هم‌چنین افراد با مشورت روی‌کردی مشارکتی خواهند داشت. مولانا نیز از میان شاعران ایرانی با دقت بیش‌تری به این مهم پرداخته، چنان‌که مشورت را یکی از اصول اخلاقی جامعه دانسته است:

مشورت ادراک و هوشیاری دهد عقل‌ها مر عقل را یاری دهد

مشورت کن با گروه صالحان بر پیمبر امر شاور هم بدان

(مثنوی، دفتر ششم/۲۶۱۲)

باتوجه به اهمیت این موضوع در فرهنگ ایرانی- اسلامی، ادبیات فارسی، بازتاب دهنده‌ی این افکار در فرهنگ شفاهی و عامه بوده است:

- اول استشاره بعد استخاره (۶۱۱).

- در مشورت خیانت نیست (۲۴۲۷).

- مشورت رهبر ثواب آمد (۴۸۸۵).

- در همه کارها مشورت باید (۲۴۷۵).

سرمایه‌ی اجتماعی در این امثال مبنی بر این است که با یاری جستن از مشارکت مشورتی مخاطرات تصمیم‌گیری کاهش می‌یابد و دامنه‌ی بصیرت، درایت و آگاهی مشورت‌گیرنده

گسترده می‌شود و روحیه‌ی تعهد، پویایی و دگریاری تقویت می‌گردد. مشورت به‌عنوان عاملی مؤثر در ارتقای کرامت و عزت انسانی، حرمت قایل شدن به زیردستان، مشارکت‌دادن دیگران در تصمیم‌گیری‌ها، تشویق و تحریک افراد به هم‌یاری و هماهنگی صمیمانه و نهایتاً جلوگیری از استبداد و دیکتاتوری مورد تأکید قرار گرفته است.

جدول شماره‌ی یک- توزیع فراوانی و درصد مؤلفه‌ی مشارکت در داستان‌نامه‌ی بهمنیاری

درصد	فراوانی	انواع مشارکت اجتماعی
۵۰/۷	۳۵	مشارکت برون سویه
۲۷/۵	۱۹	مشارکت دو سویه
۴/۳	۳	مشارکت اجباری
۲/۹	۲	مشارکت براساس تقسیم کار
۵/۹	۴	مشارکت ابزاری
۸/۷	۶	مشارکت مشورتی

حدود ۵۱ درصد از کل مؤلفه‌ی مشارکت در داستان‌نامه‌ی بهمنیاری به شاخص مشارکت برون سویه (دگریاری) اختصاص دارد.

۴- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مشارکت یکی از مؤلفه‌های پیچیده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی است. امروزه با تأکید بر ارزش‌های انسان‌گرایانه و خلاقیت گروهی، مشارکت را به عنوان نیاز بشر و راه‌کار اصلی توسعه دانسته‌اند. یاریگری، تعاون، هم‌کاری و مشارکت از دیدگاه بیش‌تر جامعه‌شناسان به‌عنوان یکی از مشخصه‌های مهم در بسیاری از تعاریف گروه و حتی جامعه وارد شده است. مشارکت در جوامع سنتی به شکل‌های مختلفی نمود داشته است که به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم سرمایه‌ی اجتماعی در تمامی این اهداف در داستان‌نامه نمود یافته است.

تعداد کل امثالی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است، حدود ۶۰۱۶ مثل است که از این تعداد مؤلفه‌ی مشارکت در ۶۹ ضرب‌المثل آمده است. این بررسی حاکی از این است که تنها ۱/۴۶ درصد از امثال داستان‌نامه بر مشارکت اجتماعی دلالت دارند. این آمار

گویای این نکته است که همکاری‌های جمعی در سطح بسیار پایینی در جامعه سنتی ایران وجود داشته است.

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها را می‌توان به ترتیب اولویت به شرح زیر خلاصه کرد: شاخص‌های مؤلفه‌ی مشارکت در داستان‌نامه به انواع شاخص‌های: مشارکت برون سویه (دگریاری) (۵۰/۷)، مشارکت دوسویه (هم‌یاری) (۲۷/۵)، مشارکت مشورتی (۸/۷)، مشارکت ابزاری (۵/۹)، مشارکت اجباری (۴/۳) و مشارکت مبنی بر تقسیم کار (۲/۹) اختصاص دارد. از این‌رو برپایه‌ی امثال داستان‌نامه ایده‌آل‌ترین نوع مشارکت، مشارکت از نوع دگریاری است که مردم توجه بیش‌تری به آن نشان داده‌اند و بالاترین بسامد را داشته‌است. در این صورت جامعه‌ی سنتی ایران جامعه‌ی عاطفی بوده‌است. کمک به هم‌نوع، آگاه شدن از مشکلات هم‌دیگر و... که همگی بر پایه‌ی اخلاق حسنه است با آموزه‌های دینی، اخلاقی و فرهنگی ایرانیان و جامعه‌ی سنتی کاملاً مطابقت داشته است. در کنار عوامل سنت، فرهنگ و مذهب، می‌توان به بُعد روانی و عاطفی نیز اشاره کرد که سهم بسیاری در تقویت همکاری داشته است؛ چون در گذشته مردم لذت از زندگی را در کار می‌جستند و از پیشرفت‌های کنونی برای تنوع بخشی به اوقات بی‌کاری برخوردار نبودند؛ در نتیجه، تعاون عامل و بهانه‌ای برای دید و بازدیدها، ایجاد شادی و لحظات توأم با آرامش و پر کردن اوقات فراغت به‌شمار می‌رفت. شاید یکی از دلایلی که روانشناسان معتقدند در گذشته افسردگی و انزوای اجتماعی کمتر بوده‌است را در همین نکته باید جست و این‌گونه استنباط کرد که ارزش‌های اجتماعی از جمله مشارکت و کمک‌های متقابل، ضمن این‌که باری از شانه‌های مردم خالی می‌کرد موجبات شادی آنان را نیز فراهم می‌کرد.

مشارکت مشورتی که به‌عنوان یکی از مراحل فرایند مشارکت، بیش‌تر از طریق نظرخواهی از افراد معتمد دست‌یافتنی است در امثال داستان‌نامه بازتاب کمی یافته است؛ شاید مردم در جوامع سنتی، به اجرای صحیح عملکرد خود اطمینان و اعتماد داشتند؛ از این‌رو از مشورت دیگران سود نمی‌جستند.

برخی از پژوهشگران نیز معتقدند مشارکت بر مبنای تقسیم کار متعلق به جوامع مدرن است. با توجه به امثال مورد بررسی می‌توان ادعا کرد که این نوع از مشارکت نیز در جامعه‌ی سنتی ایران کم‌ترین فراوانی ۲/۹ درصد را به خود اختصاص داده‌است.

نکته‌ی درخور توجه دیگر در این پژوهش این است که نباید به امثال تنها با روی‌کرد ادبی و شیوه‌ای زیبایی‌شناختی برای طرح تجربیات جامعه‌نگریست؛ بلکه ضرب‌المثل در کنار ویژگی هنری و ادبی، پدیده‌ای معرفتی است و یکی از قالب‌های پرطرفیت برای انتقال اخلاقیات و ارزش‌های فرهنگی است. با توجه به کاربرد فراگیر امثال در میان قشرهای اجتماع، ضرب‌المثل‌ها در جهت تولید، احیا و بسط سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه می‌توانند نقشی به‌سزا ایفا کنند.

بررسی جایگاه انواع مشارکت در دیگر امثال و نیز مقایسه‌ی جایگاه انواع مشارکت در امثال مختلف به‌همراه بررسی و مقایسه‌ی کارکردهای این انواع از جمله موضوعات تحقیقاتی است که اندیشمندان می‌توانند به بررسی و مطالعه‌ی آن‌ها پردازند و به دامنه‌ی علم بشر بیفزایند و بدین طریق زمینه‌ی گسترش تجارب بشری و بهره‌گیری از آن‌ها را فراهم آورند.

منابع و مأخذ

۱. اشرفی، مصطفی (۱۳۸۰) سخنان امیرالمؤمنین پیرامون نماز، فضایل اخلاقی، علم، رذایل اخلاقی، تهران:حفظی.
۲. اکبری، امین (۱۳۸۳) نقش سرمایه‌ی اجتماعی در مشارکت، «بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر مشارکت سیاسی، اجتماعی»، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۳. امینی، امیرقلی (۱۳۶۹) فرهنگ عوام، جلد اول، چاپ دوم، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۴. بارنر و بکر (۱۳۷۱) تاریخ اندیشه‌ی اجتماعی، ترجمه‌ی جواد یوسفیان، جلد دوم، تهران: اطلاعات.
۵. بیرو، آلن (۱۳۶۷) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه‌ی باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
۶. بهمنیار، احمد (۱۳۸۱) داستان نامه‌ی بهمنیاری، به کوشش فریدون بهمنیار، چاپ سوم، تهران: دانشگاه تهران.
۷. پاتنام، رابرت (۱۳۸۴)، جامعه برخوردار، سرمایه‌ی اجتماعی و زندگی عمومی، به کوشش کیان تاج بخش، در کتاب سرمایه‌ی اجتماعی، اعتماد و دموکراسی، تهران: نشر شیرازه.
۸. پاتنام، رابرت (۱۳۸۰) دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه‌ی تقی دلفروز، انتشارات روزنامه‌ی سلام.
۹. تاج بخش، کیان (۱۳۸۴) سرمایه‌ی اجتماعی، اعتماد و دموکراسی، ترجمه‌ی حسن پویان و افشین خاکباز، تهران: نشر شیرازه.
۱۰. چلبی، مسعود (۱۳۸۵) تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران: نی.
۱۱. چلبی، امیر مسعود و امیرکافی، مهدی (۱۳۸۵) «تحلیل چند سطحی انزوای اجتماعی»، مجموعه مقالات تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران: نی.
۱۲. چیتامبار، جی، بیبی (۱۳۷۸) مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی روستایی، ترجمه‌ی احمد حجاران، مصطفی ازکیا، تهران: نی.
۱۳. رازی محمدبن‌ابی بکر عبدالقادر (۱۳۶۸) امثال و حکم، ترجمه و تصحیح فیروز حریرچی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۴. روزه، گی (۱۳۸۵) تغییرات اجتماعی، ترجمه‌ی منصور وثوقی، چاپ هجدهم، تهران: نشر نی.
۱۵. روسک، جوزف و وارن، رولند (۱۳۵۵) مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی روستایی، ترجمه‌ی احمد حجاران و مصطفی ازکیا، تهران: نشر نی.
۱۶. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲) مشکله‌ی هویت ایرانیان امروز، تهران: نی.

۱۷. ربیعی، علی و سرابی، سمیه (۱۳۹۲) «بررسی سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی؛ انجمن زنان مدیر کارآفرین)»، *مجله مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی*، دوره ۱، شماره ۴، ص، ۶۷-۳۳.
۱۸. رستگارخالد، امیر، آران دشتی آرانی، سمیه و صادقی آرانی، زهرا (۱۳۹۲) «بررسی سرمایه همسایگی و پیامدهای اصلی مرتبط با آن (مطالعه موردی؛ شهر آران و بیدگل، منطقه آران)»، *مجله مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی*، دوره ۱، شماره ۴، ص، ۲۱۵-۱۷۷.
۱۹. زمانی، کریم (۱۳۸۲) *شرح موضوعی مثنوی معنوی مولانا جلال‌الدین محمد بلخی*، تهران: نشر نی.
۲۰. ساروخانی، باقر (۱۳۸۱) *جامعه‌شناسی ارتباطات*، چاپ یازدهم، تهران: اطلاعات.
۲۱. سعدی، مصلح‌الدین (۱۳۸۱) *گلستان*، تصحیح غلام‌حسین یوسفی، چاپ ششم، تهران: انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۲. شریفی، محمود (۱۳۸۵) *فروغ حدیث*، جلد دوم، قم: نشر معروف.
۲۳. طوسی، خواجه نصیر (بی‌جا، بی‌نا، بی‌تا) *اخلاق ناصری*.
۲۴. غزالی طوسی، ابو‌حامد محمد (۱۳۵۲) *کیمیای سعادت*، تصحیح احمد آرام، چاپ چهارم، تهران: کتابخانه مرکزی.
۲۵. غفاری، غلام‌رضا، نیازی، محسن (۱۳۸۵) *جامعه‌شناسی مشارکت*، تهران: نزدیک
۲۶. فرهادی، مرتضی (۱۳۸۵) *فرهنگ یاری‌گری درآمدی بر مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون*، جلد اول، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۲۷. فرهادی، مرتضی (۱۳۸۷) «گونه‌شناسی یاری‌گری‌ها و تعاونی‌های سنتی»، *نامه‌ی علوم انسانی*، دوره‌ی دوم، شماره‌ی اول.
۲۸. فرهادی، مرتضی (۱۳۸۱) «نقد آراء در تعریف‌ها و گونه‌شناسی‌های مفهوم یاری‌گری»، *نامه‌ی انسان‌شناسی*، دوره‌ی اول، شماره‌ی اول.
۲۹. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۵) *پایان نظم سرمایه‌ی اجتماعی و حفظ آن*، ترجمه‌ی غلام‌عباس توسلی، چاپ دوم، تهران: حکایت قلم نوین.
۳۰. کوهن، بروس (۱۳۸۳) *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه و اقتباس، غلام‌عباس توسلی و رضا فاضل، تهران: سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها: سمت.
۳۱. کوزر، لویس (۱۳۶۸) *زندگی و اندیشه‌ی بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

۳۲. کووی، استفن م.ر (۱۳۸۸) سرعت اعتماد آن‌چه همه چیز را دگرگون می‌کند، ترجمه‌ی رضوان صدقی‌نژاد، تهران: انتشارات علم.
۳۳. گریس، ویلیام ج (۱۳۶۳) ادبیات و بازتاب آن، ترجمه‌ی بهروز عزب دفتری، تهران: انتشارات آگاه.
۳۴. گولد، جولیس و کولب، ویلیام ل (۱۳۷۶) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه‌ی باقر پرهام، تهران: شرکت سهامی کتاب‌های جیبی.
۳۵. ملک، حسن (۱۳۸۶) جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی، تهران: دانشگاه پیام نور.
۳۶. مؤذنی، حمید (۱۳۷۷) «ضرب‌المثل‌های فارسی و نظام توتالیتر»، نشریه‌ی مجله‌ی حقوقی و قضایی دادگستری، ۱۳۷۷/۶/۴.
۳۷. نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۴) جامعه‌شناسی روستایی، چاپ دوم، تهران چاپخش.
۳۸. نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۵) مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی روستایی ایران، تهران: پژوهشکده‌ی علوم ارتبای و توسعه‌ی ایران.
۳۹. وثوقی، منصور (۱۳۸۴) جامعه‌شناسی روستایی، چاپ دوازدهم، تهران: کیهان.
40. Portes, A. (1998), Social capital: its origins and applications in modern sociology. **Annual Review of Sociology**, Vol. 24, pp. 1 - 24.
41. Field, J. (2003), **Social capital**, London: Routledge.
42. Lin, N. (2001) **Social capital: a theory of social structure and action**, Cambridge: Cambridge University press.