

کاوشی نو در معارف قرآنی
سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، پیاپی ۲
صص ۶۱-۷۸

راهکارهای ارتقاء مدیریت مصرف از دیدگاه قرآن و روایات

حسین خاکپور*

چکیده

از نظر قرآن و روایات، «مصرف» اگر با واژه‌هایی چون پارسایی، انفاق، عمل صالح و ... همراه گردد، می‌تواند انسان را به تعالی برساند، اما باید توجه داشت آن چه برای «مصرف» در اختیار انسان‌ها قرار گرفته محدود می‌باشد. بر همین اساس بهترین و اقتصادی‌ترین روش بهره برداری از منابع و امکانات محدود برای پاسخ‌گویی به نیازهای نامحدود، اهمیت و ضرورت «ارتقاء مدیریت مصرف» را دو چندان می‌نمایاند.

مقاله حاضر به روش توصیفی - اسنادی پس از جستجو در منابع اسلامی و استخراج آیات و روایات مربوطه، نظر قرآن در مورد مصرف و اصول حاکم بر آن را بیان و سپس مدیریت آن را در دو حوزه خانواده و اجتماع طرح نموده، بیان می‌دارد که مدیریت صحیح مصرف از بُعد سلبی به معنای صرفه جویی و کاستن از مصارف غیر ضروری و از بُعد ایجابی، بهینه سازی مصرف است. مهمترین راهکارهای آن در بُعد خانواده، برنامه ریزی، نیازشناسی، رعایت اولویت‌ها و در بُعد اجتماعی، فرهنگ سازی، اولویت بندی، ترویج سیره پیشوایان دین و مدیریت زمان است.

واژه‌های کلیدی:

قرآن کریم، حدیث، مدیریت، مصرف، اقتصاد، برنامه ریزی

مقدمه

اسلام و اصول حاکم بر آن برای دستیابی به این راهکارها ضروری است.

۱. مصرف از دیدگاه قرآن و روایات

مصرف در نگاه دینی وقتی با مقوله‌هایی چون انفاق، پارسایی، عمل صالح، ایثار و ... همراه گردد، می‌تواند زمینه‌ای برای دست یابی به کمال و قرب الهی باشد. اما در چرخه اقتصادی، پایان خط تولید و عرضه است. در اقتصاد سرمایه داری هدف نهایی مصرف افزایش مطلوبیت (رضایت‌مندی از کالا) است (مریدی، ۱۳۷۳، ص ۶۸؛ عزتی، ۱۳۸۸، ص ۴؛ اخوی، ۱۳۸۰، ص ۱۵۱).

در این دیدگاه سعادت آدمی در به دست آوردن بیشترین لذت است که آن هم منحصر به لذات مادی است (شومیتر، ۱۳۷۵، ج ۱، صص ۱۷۵-۱۷۰) اما از دیدگاه قرآن کریم و روایات، مصرف در خدمت انسان و برای رشد و تعالی معنوی اوست (صدوق، ۱۳۶۸، ص ۳۱) لذا برای رسیدن به آن دستوراتی داده شده است.

۱-۱. پارسایی در مصرف

تصرف در نعمت‌ها باید با پارسایی، دقت و مواظبت در حلال و حرام بودن آن‌ها همراه باشد. یکی از مهمترین مصادیق مصرف خوردن است که خداوند می‌فرماید: «و کُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالاً طَيِّباً وَاتَّقُوا اللَّهَ» (مائده: ۸)؛ و آنچه خداوند روزی شما گردانیده، حلال و پاکیزه را بخورید و از خدا پروا دارید.

طبق نظر مفسرین در این آیه رعایت تقوا مستلزم بهره‌گیری از نعمت‌ها، رعایت حدود الهی و اعتدال در جمیع امور است (مکارم شیرازی، ۱۳۵۳، ج ۵،

مدیریت صحیح مصرف در اقتصاد اهمیت ویژه‌ای دارد، هم از این رو که سهم بزرگی از درآمد ملی در «مصرف» هزینه می‌شود و هم از این جهت که آن بخش از درآمد ملی که مصرف نمی‌شود، سرانجام پس انداز و سرمایه‌گذاری خواهد شد. و از آنجا که منابع مصرفی محدود می‌باشند و روزی منابع انرژی به پایان خواهند رسید، این بُعد اهمیت بسزایی دارد به طوری که در نهایت به مسئله‌ای به نام «مدیریت مصرف» منجر شده که روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود.

اگر با این تفکر پیش برویم که روزی این منابع و امکانات به اتمام خواهد رسید و باید از آن‌ها به بهترین نحو ممکن بهره‌جست، می‌توانیم کمی به آینده خوش بینانه‌تر بنگریم. در نتیجه به جا است که بهترین و اقتصادی‌ترین روش بهره‌برداری از منابع و امکانات ذاتاً محدود برای پاسخ‌گویی به نیازهای نامحدود بشر، ارزش و اهمیت «ارتقاء مدیریت مصرف» را مطرح می‌سازد. (قیوم زاده، ۱۳۸۸، ص ۵۴).

«مدیریت مصرف» در حقیقت نهادینه کردن روش صحیح استفاده از منابع کشور است که باعث ارتقاء شاخص‌های زندگی، فن‌آوری در طراحی و ساخت، توزیع مناسب منابع و کاهش هزینه‌ها می‌شود (برای مطالعه بیشتر ر.ک: کلانتری، ۱۳۸۴؛ دادگر، ۱۳۷۸؛ حسینی، ۱۳۷۹؛ ابراهیمی، ۱۳۷۵؛ گرجی، ۱۳۷۹).

با این توصیف نگارنده بر آن است تا «راه‌های ارتقاء مدیریت مصرف» در دو حوزه خانواده و جامعه را از دیدگاه قرآن و روایات به تصویر بکشد که قبل از آن، مشخص شدن جایگاه مصرف در نگاه

ارتزاق و تصرف بوده و اعم از خوردن و غیر آن می‌باشد (طباطبایی، ۱۳۹۷، ج ۱۵، ص ۳۵). از امام موسی بن جعفر (علیه السلام) روایت شده: «اجْعَلُوا لِأَنْفُسِكُمْ حَظًّا مِنَ الدُّنْيَا بِإِعْطَائِهَا مَا تَشْتَهِي مِنَ الْحَلَالِ وَمَا لَا يَتَلِمُ الْمَرْوَةَ وَمَا لَا سَرْفَ فِيهِ وَاسْتَعِينُوا بِذَلِكَ عَلَى أُمُورِ الدِّينِ فَإِنَّهُ زُؤَى لَيْسَ مِنَّا مَنْ تَرَكَ ذُنْبِيَّاهُ لِدِينِهِ أَوْ تَرَكَ دِينَهُ لِذُنْبِيَّاهُ»؛ برای خودتان بهره‌ای از نعمت‌های دنیا قرار دهید، بدین گونه که آنچه حلال باشد و خلاف مروت و اسراف هم نباشد، استفاده کنید، تا به واسطه این کار [رعایت حلال، انصاف، عدم اسراف] بر انجام دادن وظایف دینی موفق شوید، زیرا از ما نیست کسی که دنیایش را برای دینش ترک کند، یا دینش را برای دنیا از دست دهد (حرانی، ۱۴۰۴، ص ۴۱۰).

۱-۳. شکر، شرط مصرف

شکر به مفهوم گسترده‌اش، به کارگیری نعمت‌ها در مسیر هدف آفرینش آن‌هاست: «فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ» (نحل: ۱۱۴)؛ پس از آنچه خدا روزیتان کرده است حلال و پاکیزه بخورید و شکر نعمت خدا را به جا آورید.

علامه طباطبایی ذیل این آیه می‌فرماید: «کلوا» در آیه شریفه، امری مقدمی برای جمله «والشکروا نعمه الله» است و یادآوری نعمت، اشاره به سبب حکم می‌باشد، زیرا نعمت بودن، سبب لزوم شکر است» (طباطبایی، ۱۳۹۷، ج ۱۳، ص ۳۹۰).

رسول خدا (ص) در ضمن حدیثی از خداوند می‌خواهند تا در نان برکت دهد زیرا نتیجه آن باعث

ص ۶۲) و نشان می‌دهد که انسان باید در نوع مصرف (خوردن) دقت و مواظبت بیش از حد داشته باشد و از آن چه خدا نهی کرده پرهیز نماید (ر.ک: طبری، ۱۴۰۶، ج ۲، ص ۱۶۰).

زیاده خوری نه تنها به سلامتی انسان زیان می‌رساند بلکه حال روحانی و صفای قلب را از او می‌گیرد. رسول الله (ص) می‌فرماید: «مَنْ قَلَّ صَحَّ بَدَنُهُ وَ صَفَا قَلْبُهُ وَ مَنْ كَثُرَ طَعَامُهُ سَقِمَ بَدَنُهُ وَ قَسَا قَلْبُهُ»؛ کسی که خوراکش کم باشد بدنش سالم و دلش باصفاست و آن که پر خورد بدنش بیمار شود و سنگدل گردد (قمی، بی تا، ج ۱، ص ۶۹).

نیز از امام علی (علیه السلام) روایت شده که: «قَلَّةُ الْأَكْلِ مِنَ الْعَفَافِ وَ كَثْرَتُهُ مِنَ الْأِسْرَافِ»؛ کم خوری عفاف و پارسایی و پرخوری اسراف است (نوری، ۱۴۰۸، ج ۱۶، ص ۲۱۳؛ ر.ک: رکنی یزدی، ۱۳۸۸، ص ۱۰). طبق این دو روایت انسان باید «پارسایی در مصرف» داشته باشد. لازم به ذکر است که پارسایی منحصر به نوع خوردن نمی‌باشد و در روایات بسیاری توصیه شده که انسان در نکاح، نوع مرکب، نوع لباس، نوع خانه و ... تقوای الهی داشته (ر.ک: بحرانی، ۱۴۱۵، ج ۵، ص ۵۳۰؛ طباطبایی، ۱۳۹۷، ج ۸، ص ۹۳؛ سبحانی یامچی، ۱۳۸۸، صص ۳۸-۳۲؛ صدوق، ۱۴۰۳، ص ۲۳۵، بی‌هقی، ۱۴۱۰، ج ۷، ص ۳۹۱).

۱-۲. عمل صالح نتیجه مصرف درست

قرآن کریم این نکته را یادآور می‌شود که مصرف درست، انجام کارهای شایسته را به دنبال دارد: «يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا» (مؤمنون: ۵۱)؛ ای پیامبران از چیزهای پاکیزه بخورید و کار شایسته انجام دهید. مراد از «أكل» در این جا

در این جا مطلق تصرف است، خواه به صورت خوردن باشد یا پوشیدن، سکونت و امثال آن (قیوم زاده، ۱۳۸۸ش، ص ۵۹).

ج) ممنوعیت پاره‌ای کالاها در شرایط زمانی و مکانی خاص: در برخی موارد ممنوعیت تصرف، خاص زمان یا مکان ویژه‌ای است که به صورت موقتی می‌باشد مثل خوردن و آشامیدن در حال روزه (بقره: ۱۷۶) و صید برخی حیوانات صحرايي (مائده: ۹۶).

۲. معیارهای حاکم بر مصرف از دیدگاه قرآن و روایات

مسئله دومی که در بحث «مدیریت مصرف» از دیدگاه قرآن و روایات با آن روبرو هستیم این است که از دیدگاه اسلام چه ویژگی‌ها و معیارهایی بر مصرف حاکم است. آگاهی از این خصوصیات ما را در دستیابی به شیوه صحیح مدیریتی از دیدگاه اسلام و راهکارهای ارتقاء آن رهنمون می‌سازد زیرا از دیدگاه ارزشی اسلام چگونگی و مقدار مصرف بر اساس معیارها و ویژگی‌هایی مشخص می‌شود که مهمترین آن‌ها به شرح ذیل است.

۱-۲. نیاز

نیاز یکی از انگیزه‌های مهم و مؤثر در تخصیص درآمد و از انگیزه‌های مصرف است. در جهان بینی اسلامی، هدف نهایی انسان دست یابی به مقام قرب الهی از راه عبودیت است و بی گمان تأمین معاش و امکانات مادی برای پیمودن این مسیر ضرورت دارد (میرمعزی، ۱۳۷۸، صص ۹۶-۹۴). از دیدگاه دینی می‌توان گفت: مصرف با هدف تأمین نیازمندی‌های مادی، ضرورتی ارزشمند است. لذا می‌توان نیاز را در

خواندن نماز، گرفتن روزه و ادای فرایض می‌شود^۱ (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۲۸۶؛ برقی، ۱۳۷۱، ج ۲، ص ۲۸۶).

این نگاه اسلام به «مصرف» باعث شکل‌گیری انگیزه مثبت در نظر مصرف‌کننده مسلمان می‌شود، به گونه‌ای که هر نوع کالایی را مصرف نکرده و استفاده را به قصد رضایت الهی انجام می‌دهد. رسول خدا می‌فرماید: «باید تو را در هر چیز حتی در خواب و خوراک نیتی باشد» (حر عاملی، ۱۴۰۳، ج ۱، ص ۳۴).

اسلام در مقابل اهداف مثبت، انگیزه‌های منفی را منع نموده و برای مصرف محدودیت‌هایی قائل است، از جمله:

الف) ممنوعیت مطلق مصرف برخی کالاها: به این معنی که خداوند مصرف برخی کالاها را برای همه افراد و در همه زمان‌ها و مکان‌ها حرام نموده، مگر در حالت اضطرار.^۲ از دیگر سو خداوند ملاک‌های اباحه و تحریم را خبیث بودن (اعراف: ۱۵۷)، پلید بودن (انعام: ۱۴۵)، ایجاد دشمنی، کینه توزی و غفلت (مائده: ۹۰ و ۹۱) معرفی می‌نماید. (ر.ک: رجایی، ۱۳۸۲، صص ۳۳۴-۳۳۰).

ب) مصرف اموال دیگران بدون رضایت آن‌ها: قرآن کریم با طرح عنوان کلی «اکل مال بالباطل»^۳ و نهی از آن، هرگونه مصرف و تصرفی را که از راه‌های غیر مشروع همچون: تقلب، اختلاس، ربا، قمار و... باشد، ممنوع ساخته است. ناگفته پیداست که «اکل»

۱- «اللَّهُمَّ بَارِكْ لَنَا فِي الْخُبْزِ وَ لَا تُفَرِّقْ بَيْنَنَا وَ بَيْنَهُ فَلَوْ لَا الْخُبْزُ مَا صُمْنَا وَ لَا صَلَّيْنَا وَ لَا أَدَّيْنَا فَرَايِضَ رَبِّنَا».

۲- (ر.ک بقره: ۱۷۳، مائده: ۳ و ۹۰، انعام: ۱۴۱ و ۱۴۵، نحل: ۱۱۵).

۳- (بقره: ۱۸۸، نساء: ۲۹).

واقع نیاز نیست بلکه خاستگاه آن شهوت و نفس است (آمدی، ۱۳۶۶، ص ۶۴؛ حرانی، ۱۴۰۴، ص ۳۷).

۲-۱-۲. نیازهای ناشی از تبلیغات

یکی از مسائلی که در بحث مدیریت مصرف در سطح خانواده و اجتماع - از دیدگاه اسلام - باید به آن توجه نمود نیاز ناشی از تبلیغات است. زیرا اگرچه تبلیغات بازرگانی اصلی مهم در پیشرفت اقتصادی است اما امروزه از فلسفه وجودی خود فاصله گرفته و به «ایجاد احساس نیاز» تبدیل شده و «تجارت تبلیغات» جای «تبلیغات تجاری» را گرفته است، در آموزه‌ای دینی به موارد بسیاری بر می‌خوریم که برای مبارزه با تبلیغات دروغین دستوراتی داده از جمله:

الف) تأکید بر راست‌گویی: «تاجر راست‌گو با سفیران گرامی [فرشتگان والا مقام] همراه است» (حر عاملی، ۱۴۰۳، ج ۱۲، ص ۳۸۵).

ب) اشاره به کاستی کالا توسط فروشنده: امام صادق (علیه السلام) می‌فرمایند: هر کس خرید و فروش می‌کند باید پنج خصلت را حفظ نماید: یکی از آن‌ها پرهیز از پنهان کردن عیب کالا است و در روایت دیگری این کار - پنهان کردن عیب - نوعی غش [فریب] شمرده شده است (آمدی، ۱۳۶۶، ج ۲، ص ۴۷).

ج) نهی از تبانی برای تبلیغات فریبنده: در روایات از آن به «نَجَش» یاد شده که به کار کسی گفته می‌شود که قصد خرید کالایی را ندارد اما از آن تعریف می‌کند (زبیدی، ۱۳۹۲، ج ۱۷، صص ۴۰۶-۱۰۲). این کار حرام و چنین فردی نفرین شده است (ر.ک: کلینی، ۱۴۰۱، ج ۵، ص ۵۵۹؛ نجفی، ۱۳۶۷، ج ۲۲، ص ۴۷۶).

سه قسم؛ ضرورت، کفاف، رفاه تصور نمود: (ر.ک: حسینی، ۱۳۷۹، ص ۲۴).

قرآن گرچه بر تأمین نیازهای رفاهی انسان‌ها تأکید کرده (اعراف: ۱۰) و در روایات هم به این مسئله اشاره شده است؛ مثل روایت امام صادق (علیه السلام) که می‌فرماید: «مِنْ سَعَادَةِ الْمُسْلِمِ سَعَةُ الْمَسْكَنِ وَالْجَارِ الصَّالِحِ وَالْمَرْكَبِ الْهَيِّءِ»؛ از خوشبختی مسلمان: وسعت منزل، همسایه خوب و مرکب راهوار است (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۵۲۶؛ ج ۳، ص ۶۰) اما آنچه که اسلام بر آن تأکید بیشتری داشته، میانه روی در معیشت و اکتفا به قدر کفاف است. رسول خدا (ص) می‌فرماید: «اذا كان عندك ما يكفيك فلا تطلب ما يطغيك»؛ اگر چیزی به قدر کفاف در دسترس داری در جستجوی آن چه تو را به طغیان وامی دارد نباش (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۳، ص ۱۶۷).^۱

اسلام در کنار تأکید بر رفع نیازهای حقیقی، نیازهای کاذب را نفی نموده است و این از تمایزات اساسی میان مکتب اقتصادی اسلام با سرمایه داری است. از دیدگاه اسلام مصارف بیهوده و کاذب ضد ارزش محسوب شده و سدّ راهی برای تعالی است. بارزترین مصادیق نیازهای غیر واقعی عبارت است از:

۲-۱-۱. نیازهای ناشی از خواسته‌های نفس

از آثار پیروی نفس آن است که برای تحریک آدمی به سوی امیال و هوس‌های خود با تضعیف نیروی عقل نیازها را در پندار وی می‌افزایند که در

۱- و نیز در مورد کفاف، ر.ک: (متقی هندی، ۱۴۰۹، ج ۳، ص ۳۹۱؛ تمیمی، ۱۴۱۲، ج ۲، ص ۳۱۹).

«قصد» (الامام الرضا، ۱۴۰۶، ص ۲۵۴)، «اقتصاد» (متقی هندی، ۱۴۰۹، ج ۳۰، ص ۵۳)، «قوام» (فرقان: ۶۷) و «وسط» (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۵۴۰) یاد شده است.

قرآن کریم در بیانی استوار، بر رعایت میانه روی در هزینه‌های زندگی و پرهیز از زیاده روی و سخت گیری تأکید فرموده است: «وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا» (فرقان: ۶۷)؛ و کسانی که هر گاه انفاق کنند، نه اسراف می‌نمایند و نه سخت گیری بلکه در میان این دو، حد اعتدالی دارند.

اهمیت اعتدال تا آنجاست که حتی انفاق نیز باید در حد میانه و به دور از افراط و تفریط انجام گیرد. «وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا» (اسراء: ۲۹)؛ و دستت را به گردنت زنجیر مکن [بخل نمما] و بسیار [هم] گشاده دستی مکن تا ملامت شوی و حسرت زده بر جای مانی. امام حسن عسکری (ع) می‌فرمایند: «إِنَّ لِلسَّخَاءِ مِقْدَارًا فَإِنْ زَادَ عَلَيْهِ فَهُوَ سَرَفٌ وَ لِلْحَزْمِ مِقْدَارًا فَإِنْ زَادَ عَلَيْهِ فَهُوَ جُبْنٌ وَ لِلِافْتِصَادِ مِقْدَارًا فَإِنْ زَادَ عَلَيْهِ فَهُوَ بُخْلٌ»؛ سخاوت اندازه‌ای دارد که فراتر از آن، اسراف است و میانه روی حدی دارد که پایین تر از آن، حساست است (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۶۶، ص ۴۰۷).

لازم به ذکر است، این روایات بیانگر روند کلی زندگی هستند که باید در مسیر اعتدال باشد، اما گاهی شرایط ایجاب می‌کند که انسان هرچند خود نیاز دارد اما ایشار نماید، که پرداختن به آن مجال دیگری می‌طلبد.

د) **نفسی جلوه‌های کاذب تبلیغاتی:** ایجاد جلوه‌های کاذب در محل فروش کالا و... جایز نیست. امام موسی کاظم (علیه السلام) خطاب به شخصی که در سایه مشغول فروختن جامه نازک بود، فرمود: فروختن در سایه غش است و غش قطعاً جایز نیست (ر.ک: کلینی، ۱۴۰۱، ج ۵، ص ۱۶۰).

۲-۲. اصل تقدیر معیشت

تدبیر امور اقتصادی و انضباط مالی از اصول مهم اسلامی است که به عنوان «تقدیر معیشت» مطرح می‌گردد. تقدیر معیشت در واقع برنامه ریزی صحیح و واقع بینانه و ساماندهی مسائل اقتصادی در جهت استفاده از امکانات مالی برای تأمین نیازها و رسیدن رفاه نسبی است، که نبود تدابیر لازم در تخصیص درآمد و مصرف، اتلاف سرمایه‌های مادی و هدر رفتن نیروهای انسانی را باعث می‌شود، در روایات «تدبیر معیشت» به عنوان نیمی از ابزار تأمین زندگی، یاد شده است.

امام علی (علیه السلام) می‌فرمایند: «التَّقْدِيرُ نِصْفُ الْمَعِيشَةِ»؛ تقدیر و اندازه گیری نیمی از زندگی است (حرآنی، ۱۴۰۴، ص ۱۰۵). در حدیث دیگری امام باقر (ع) می‌فرمایند: «الْكَمَالُ كُلُّ الْكَمَالِ التَّقْوَةُ فِي الدِّينِ وَ الصَّبْرُ عَلَى النَّائِبَةِ وَ تَقْدِيرُ الْمَعِيشَةِ»؛ همه کمال انسان در سه چیز است، خوب فهمیدن دین، صبر نمودن بر مصیبت و تقدیر معیشت (حر عاملی، ۱۴۰۳، ج ۱۷، ص ۶۵؛ صدوق، ۱۴۰۳، ج ۱، ص ۱۲۴).

۲-۳. اعتدال

از معیارها و ارزش‌های مهم اسلامی در تمام ابعاد زندگی و از جمله، «مصرف» رعایت اعتدال است. در آموزه‌های دینی از اصل اعتدال با تعبیری چون

۲-۴. الگوپذیری از بیگانگان

مصرف نکردن همانند بیگانگان از اصول دیگر تأکید شده در آموزه‌های دینی است زیرا آثار زیان‌بار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای خانواده و جامعه اسلامی دارد (ر.ک: بقائی و قهرمانی فرد، ۱۳۸۸، ص ۵۵؛ رازقی، ۱۳۷۴، ص ۷۶). توجه به این مطلب نکته مهمی در «مدیریت مصرف اسلامی» است.

امام باقر (ع) می‌فرماید: «أَوْحَى اللَّهُ إِلَيَّ نَبِيٍّ مِنَ الْأَنْبِيَاءِ أَنْ قُلْ لِقَوْمِكَ لَا يَلْبَسُوا لِبَاسَ أَعْدَائِي وَلَا يَطْعَمُوا طَعَامَ أَعْدَائِي وَلَا يُشَاكِلُوا بِمَشَاكِلِ أَعْدَائِي فَيَكُونُوا أَعْدَائِي كَمَا هُمْ أَعْدَائِي»؛ خداوند به پیامبری از پیامبرانش وحی فرمود که به قومت بگو: لباس دشمنان مرا نپوشند و غذای آنان را نخورند و به شکل آنان ظاهر نشوند که در این صورت، بسان آنان دشمن من خواهند بود (طوسی، ۱۳۶۵، ص ۱۷۲).

شایان توجه است که تمام الگوپذیری‌ها ناپسند نمی‌باشد، بلکه مراد ما در این جا مواردی است که به ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی می‌انجامد و یا مصرف مسلمانان باعث تقویت دشمنان دین می‌شود.

۲-۵. انفاق مازاد درآمد

یکی از ارزش‌ها و اصول حاکم بر مصرف «انفاق» است، رعایت حد میانه و پرهیز از زیاده روی در مصرف «مدیریت صحیح» در کنار روحیه قناعت و ساده زیستی، صرفه جویی در مصرف را به دنبال دارد. در بینش اسلامی علاوه بر اینکه انفاق مازاد درآمد نوعی مشارکت اجتماعی است، هزینه کردن آن در کارهای خیر و به ویژه کمک به محرومان، در قالب اصل «نیاز» هم قابل بررسی است زیرا نیازهای انسان، گاه فعلی و دنیوی و گاه در آینده و اخروی است.

انفاق - در عین حال که گونه‌ای از مصرف است - توزیع مجدد امکانات به نفع محرومان نیز می‌باشد. انفاق مالی، جایگاه ممتازی در مکتب اقتصادی و اخلاقی اسلام دارد؛ به طوری که در قرآن کریم، بیش از ۱۹۰ آیه (حدود ۳٪ کل آیات) به این موضوع اختصاص یافته است. در این آیات و نیز روایات مربوط، با شیوه‌های گوناگونی به اهمیت و ترغیب توانگران به این امر، اشاره شده است؛ از جمله اینکه انفاق از ارکان و نشانه‌های راستی ایمان دانسته شده (انفال: ۴ و ۳، حجرات: ۱۵)، هم ردیف نماز (بقره: ۳)، جهاد با جان (بقره: ۱۹۳ و ۱۹۵، توبه: ۴۱) و نشانه متقین (آل عمران: ۴ و ۱۳۳) معرفی شده است.

۳. راهکارهای ارتقاء مدیریت مصرف در خانواده

اگر قصد داریم با یک برنامه ریزی هدفمند و منظم حرکت کنیم و از تحریم‌ها کمتر آسیب بینیم باید به مدیریت مصرف در خانواده توجه ویژه داشته باشیم. در خانواده‌ای که اسلام ترسیم می‌کند زن به عنوان همسر، مادر و مدیر برنامه ریزی معرفی شده که نقش اصلی در تنظیم خرید و چگونگی مصرف و در نتیجه پویایی اقتصاد را دارد. (ر.ک: سجادی، ۱۳۸۰، ص ۷۴؛ فضل‌الله، ۱۳۸۰، ص ۵۴؛ ادیب، ۱۳۸۸، ص ۷۲).

بی تردید نقش مردان در این قضیه بسیار پررنگ است اما جایگاه زن در «مدیریت مصرف خانواده» هم باید مورد توجه خاص قرار گیرد، زیرا زنان با آگاهی از نحوه مصرف و بهینه سازی آن قادرند هزینه‌های یک جامعه را کنترل نمایند و باعث ارتقاء سطح مدیریت و بهره‌وری ملی شوند (ر.ک: برادران رضایی، ۱۳۸۵). بر اساس بررسی‌های بانک جهانی، نقش زنان در توسعه بسیار اهمیت دارد (بانک جهانی،

ریزی در روایات با تعبیر «تدبیر» و «تقدیر» بیان شده که بیشتر گذشت.

۲-۳. نیازشناسی

دومین رهنمود را که می‌توان در «مدیریت مصرف»، از دیدگاه اسلام بیان کرد شناخت نیازهای خانواده و رفع آن‌ها - در حد اعتدال - است. نیازها را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

الف) نیاز به امکانات اولیه یعنی چیزهایی که ادامه زندگی بدون آن‌ها امکان‌پذیر نیست (نیازهای ضروری).

ب) نیاز به امکاناتی که برای اداره یک زندگی متوسط کافی است (نیازهای در حد کفاف).

ج) نیاز به امکاناتی که افزون بر یک زندگی متوسط رفاه و آسایش انسان را در حد معقول و منطقی تأمین کند (نیازهای رفاهی)، (ر.ک: حسینی، ۱۳۷۹، ص ۲۴).

نکته مهم این است که، هرچند آن چه در روایات مورد تأکید قرار گرفته، تأمین نیازها در حد «کفاف» است، اما برخورداری از رفاه نسبی نیز با میانه روی منافاتی ندارد. لذا امام صادق (علیه السلام) داشتن چندین لباس را اسراف ندانسته بلکه اسراف را ضایع کردن لباس بیرونی در غیر جای خود می‌دانند. (طبرسی، ۱۴۱۴، ج ۱، ص ۲۲۱؛ کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۴۴۱).

بنابراین آنچه در اسلام اسراف و غیر مجاز شمرده شده، مصرف بیش از حد رفاه نسبی است که آگاهی از این موضوع نقش بسزایی در «مدیریت مصرف خانواده» دارد.

۲۰۰۱م) تقویت این بخش از جامعه نیازمند بازنگری نقش و مشارکت زنان در سایه ارزش‌های حقیقی اسلام است.

رسول الله (ص) می‌فرماید: «فَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى أَهْلِ بَيْتِ بَعْلِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ»؛ زن نگهبان اهل خانه و شوهر خویش بوده و در این باره مسئول است (بخاری، ۱۴۰۷، ج ۴، ص ۳۱۳) و نیز ایشان، زن شایسته را باعث یاری انسان در امر دنیا و آخرت می‌دانند (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۰۰، ص ۲۳۸). این دو حدیث می‌رساند که اسلام چه جایگاه خاصی برای زنان در امر تدبیر امور خانواده و از جمله مدیریت مصرف، قائل است.

۱-۳. برنامه ریزی (تقدیر معیشت)

اولین رهنمود اسلام در «مدیریت مصرف»، و بسیاری مسائل دیگر برنامه ریزی است، درست هزینه کردن و ایجاد تعادل میان دخل و خرج زندگی از جمله مواردی است که اسلام بر آن تأکید نموده و قرآن در این باره می‌فرماید: «لِيُنْفِقُ ذُو سَعَةٍ مِنْ سَعَتِهِ وَ مَنْ قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُتَّقِ اللَّهَ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ» (طلاق: ۷)؛ بر توانگر است که از دارایی خود هزینه کند و هر که روزی‌اش بر او تنگ شده باشد، از آنچه خداوند به او داده است، خرج کند.

برخی از آیه این طور برداشت نموده‌اند که: «این سخن نشان می‌دهد که هر کس به فراخور درآمد خود، برای زندگی خویش برنامه ریزی کند» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۸، ص ۱۶). این اقدام یکی از مصادیق بارز تدبیر امور معیشتی است لذا اگر فقیری بیش از درآمد خود خرج کند مصداق اسراف و حرام است (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۴، ص ۵۴). برنامه

۳-۳. رعایت اولویت‌ها

یکی از راهکارهای بسیار مهم در «مدیریت مصرف خانواده» در نظر گرفتن اولویت‌ها است. بی توجهی به این امر، نه تنها هدر دادن سرمایه، و گونه‌ای اسراف کاری است بلکه مشکلات گوناگونی در پی خواهد داشت. امام علی (علیه السلام) می‌فرماید: «مَنْ اشْتَغَلَ بِغَيْرِ الْمُهْمِ ضَيَّعَ الْأَهْمَ»؛ هر کس به چیزی که مهم نیست پردازد، آنچه را که اهمیت بیشتری دارد، از دست می‌دهد. بنابراین، در تأمین توجه به دو نکته ضروری است:

۱- در نظر گرفتن اولویت، در شخص مصرف کننده؛ چنان که در روایتی از پیامبر (ص) آمده است: «اِذَا كَانَ أَحَدُكُمْ فَقِيرًا فَلْيَبْدَأْ بِنَفْسِهِ، فَإِنْ كَانَ فَضْلًا فَعَلِي عِيَالِهِ، فَإِنْ كَانَ فَضْلًا فَعَلِي قَرَابَتِهِ أَوْ عَلِي ذِي رَحْمَةٍ، فَإِنْ كَانَ فَضْلًا فَهَاهُنَا وَهَاهُنَا»؛ هر یک از شما که فقیر است، نخست به خود پردازد. اگر مالی افزون آمد، به خانواده‌اش بدهد، اگر بیش ماند، به خویشاوندان یا بستگانش پردازد، و اگر باز هم ماند، این سو و آن سو هزینه کند (محمدی ری شهری، ۱۳۷۷، ج ۸، ص ۱۲۹).

بر طبق این روایت انسان، در درجه اول باید نیازهای خود را تأمین کند، سپس نزدیکان و پس از آن، دیگران. اما گاه، ضرورت ایجاب می‌کند که نیاز دیگران را مقدم دارد که این اخلاق پسندیده «ایشان» نامیده می‌شود.

۲- در نظر گرفتن اولویت در نیاز مصرف کننده؛ تأمین نیازهای ضروری بر نیازهای غیر ضروری، باید مقدم گردد. معیار اصلی در تشخیص میانه روی در مصرف، بلکه مهم‌ترین اصل در «مدیریت مصرف»، بجا مصرف کردن، و نابجا مصرف نکردن است. این

معیار در روایتی از پیامبر (ص) بدین گونه بیان شده است: «مَنْ أُعْطِيَ فِي غَيْرِ حَقٍّ فَقَدْ أُسْرَفَ وَمَنْ مَنَعَ مِنْ حَقٍّ فَقَدْ قَتَرَ»؛ هر که به ناحق (بی جا)، بخشش کند، اسراف کرده است و هر که به حق (بجا) خرج نکند، سخت‌گیری و خست‌ورزیده است (نسائی، ۱۴۰۷، ج ۷، ص ۳۰۴؛ مسلم، ۱۴۱۲، ج ۲، ص ۶۹۳).

بر پایه این معیار عقلی و شرعی، همه باید‌ها و نبایدها در عرصه «مدیریت صحیح مصرف» و ارتقاء آن در سطح خانواده و حتی جامعه روشن می‌شود. تردیدی نیست که تأمین همه مراتب نیازهای انسان از درآمد مشروع، خود از مصادیق روشن مصرف درست و به موقع محسوب می‌گردد البته مشروط به آنکه وارد حیطة اسراف و تبذیر نگردد.

۳-۴. پس انداز کردن

پس انداز کردن باعث می‌شود که انسان در تنگای اقتصادی آرامش روانی داشته باشد. اگرچه شاید نتوان به صراحت پس انداز مادی را در احادیث یافت اما می‌توان به طور ضمنی مطالبی را در این باره پیدا نمود. زیرا آدمی هرگاه وسایل زندگی‌اش به قدر نیاز فراهم باشد، روانش به آرامش می‌رسد؛ «إِنَّ النَّفْسَ إِذَا أُحْرَزَتْ قُوَّتَهَا اسْتَقَرَّتْ» و یکی از مصادیق آن می‌تواند پس انداز باشد. (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۵، ص ۸۹؛ صدوق، ۱۴۱۳، ج ۳، ص ۱۶۶).

امام صادق (علیه السلام) در پاسخ به برخی دگراندیشان به پس انداز حضرت سلیمان (علیه السلام) برای مخارج سالیانه خود به عنوان یک زهد اشاره می‌کنند (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۵، ص ۶۸). در قرآن هم نمونه‌هایی به چشم می‌خورد که بارزترین آن‌ها جریان ذخیره‌گندم توسط حضرت یوسف (علیه السلام) است. البته باید توجه داشت که مقصود از

۳-۶. ترویج ساده زیستی و قناعت

یکی از مهمترین مصادیق «مدیریت صحیح مصرف» ترویج ساده زیستی و برنامه ریزی برای ارتقاء فرهنگ آن در خانواده است. مدیریت صحیح مصرف بدون قناعت و ساده زیستی و دوری از تجمل گرایی امکان پذیر نیست. در این باره سفارش امام صادق (علیه السلام) این گونه است: «انظُرْ إِلَى مَنْ هُوَ دُونَكَ فِي الْمَقْدَرَةِ وَلَا تَنْظُرْ إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقَكَ فِي الْمَقْدَرَةِ فَإِنَّ ذَلِكَ أَقْنَعُ لَكَ بِمَا قُسِمَ لَكَ»؛ انسان باید به تهی دست تر از خود نگاه کند. به ناتوان تر از خودت بنگر و به توانگرتر از خویش منگر؛ زیرا این کار، تو را به آنچه قسمت تو شده، قانع تر می سازد (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۸، ص ۲۴۴؛ صدوق، ۱۴۰۸، ص ۵۵۹؛ حرانی، ۱۴۰۴، ص ۳۶۰).

رعایت این رهنمود، نقش مهمی در پیشگیری از چشم و هم چشمی و افراط در تجمل گرایی دارد. و از دیدگاه امام علی (علیه السلام) زندگی پاک و حیات طیبه بشری، حیاتی است که روح قناعت در آن دمیده باشد (نهج البلاغه، حکمت ۲۲۱).

و مقصود از «حیات طیبه» در آیه ۹۷ سوره نحل هم قناعت است (ر.ک: ثعالبی، ۱۴۱۶، ج ۲، ص ۳۳۲؛ شوکانی؛ بی تا، ج ۳، ص ۲۲۴؛ طبری، ۱۴۰۶، ج ۱۴، ص ۱۷۲).

لازم به ذکر است درباره موضوع ساده زیستی و دوری از تفریط در مصرف، سطح زندگی عموم مردم، هم باید در نظر گرفته شود. امام رضا (علیه السلام) می فرماید: «إِنَّ أَهْلَ الضَّعْفِ مِنَ مَوَالِيٍّ يُجِبُّونَ أَنْ أَجْلِسَ عَلَى اللَّبُودِ وَالْأَبْسَ الْحَشِينَ وَكَيْسَ يَتَحَمَّلُ الزَّمَانَ ذَلِكَ»؛ دوستان سست عقیده ام، دوست دارند که من بر پلاس بنشینم و جامه زمخت بپوشم؛ اما این

پس انداز، ذخیره سازی غذای مورد احتیاج مردم نیست، زیرا این کار «احتکار» نام دارد و بسیار مذمت شده است.^۱

رسول الله (ص) می فرماید: «بئس العبد المحتكر ان ارخص الله تعالی الاسعار حزن و ان اغلاها الله فرح»؛ چه بد بنده ای است محتکر، اگر خدا قیمت ها را ارزان کند غمگین می شود و اگر گران کند خوشحال می گردد (طبرانی، ۱۴۰۴، ج ۲۰، ص ۹۵) و در حدیث دیگری احتکار در مکه را کفر دانسته اند: «اِحْتِكَارُ الطَّعَامِ فِي الْحَرَمِ إِلْحَادٌ فِيهِ» (طبرانی ۱۴۱۵، ج ۲، ص ۱۳۳) و در جایی دیگر محتکر را ملعون می دانند: «... والمحتكر ينظر اللعنه» (ابن ماجه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۷۲۸) لذا باید توجه کرد که هدف از «پس انداز» توجه به حال خانواده یا مردم است و هدف در احتکار سودجویی است.

۳-۵. سرمایه گذاری در تولید و تجارت

نکته بسیار مهم و قابل توجه این است که، توصیه روایات به تخصیص بخشی از درآمد به پس انداز، این نیست که پول به صورت نقدی پس انداز شود بلکه منظور، مصرف آن در سرمایه گذاری جهت تولید و بالا بردن سطح بازدهی جامعه است^۲ و درست به همین خاطر ساماندهی ثروت (مدیریت درآمد) بخشی از ایمان شمرده شده است: «إِصْلَاحُ الْمَالِ مِنَ الْإِيْمَانِ»؛ نگهداری نیکو از مال نشانه ایمان است (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۵، ص ۸۷؛ صدوق، ۱۴۱۳، ج ۳، ص ۱۶۶).

۱- در مورد مذمت احتکار ر.ک: (ابن ماجه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۷۲۸؛ طبرانی، ۱۴۰۴، ج ۲۲، ص ۳۲۶).

۲- برای مطالعه بیشتر ر.ک: (صادقی و احمدزاده، ۱۳۸۷، ص ۲۶).

۴. راهکارهای ارتقاء مدیریت مصرف در جامعه

در جامعه‌ای که هیچ مدیریتی بر مصرف آن نیست، منابع و ذخایر ملی سریع‌تر به پایان رسیده، هدف و انگیزه‌ای در مصرف مشاهده نمی‌شود، لذا بایسته است با به کار بردن امکانات، مطابق با نیازهای واقعی جامعه و اصلاح روند تولید و عرضه و تغییر نوع مصرف، بازنگری در زمان و مکان و زمینه بهینه نمودن مصرف را فراهم نمود که برای نیل به این هدف راهکارهایی بیان می‌شود.

۴-۱. فرهنگ سازی و آموزش

نخستین گام در راه تعالی «مدیریت مصرف در جامعه» فراهم نمودن زیرساخت‌های فکری و زمینه سازی فرهنگی می‌باشد، که این خود نیازمند آموزش است. ابتدا باید افراد به این باور برسند که درست مصرف نمودن و زندگی کردن بر اساس الگوی مطلوب و حساب شده یک ارزش است نه عقب افتادگی. ریخت و پاش، اسراف و تبذیر در هر بُعدی از ابعاد و زندگی انسان یک ضد ارزش و خلاف تعالیم دینی است.

آموزه‌های اسلام چه در بخش اقتصاد و چه در عرصه اخلاق، به این موضوع توجه ویژه‌ای کرده است و اصول، معیارها و محدودیت‌هایی را برای مصرف، مشخص نموده که مبتنی بر جهان بینی توحیدی و در راستای نیل به هدف نهایی انسان و تکامل وی سامان یافته است تبیین این اصول و توصیه‌ها، این فرهنگ را نهادینه می‌کند که جامعه به افرادی که توجه به مصرف صحیح و معیارهای درست آن دارند به دیده احترام بنگرد و زمینه ساز فراهم شدن محیطی برای تشویق همگان در این جهت باشد.

روزگار، گنجایش چنین کاری ندارد (طبرسی، ۱۳۶۰، ج ۱، ص ۲۲۰؛ محمدی ری شهری، ۱۳۸۸، ص ۲۰). همچنین، هنگامی که سفیان ثوری، امام صادق (علیه السلام) را دید که لباس زیبایی بر تن دارد، به ایشان ایراد گرفت که پدرانش از این گونه لباس‌ها استفاده نمی‌کرده‌اند، امام فرمود: «إِنَّ آبَائِي عَلَيْهِمُ السَّلَامُ كَانُوا فِي زَمَانٍ مُّفْتِرٍ مُّقْتَرٍ، وَ هَذَا زَمَانٌ قَدْ أُرْخَتِ الدُّنْيَا عَزَائِلَهَا، فَأَحَقُّ أَهْلِهَا بِهَا أُبْرَارُهُمْ»؛ همانا پدران من در روزگار فقر و تنگدستی زندگی می‌کردند، حال آن که امروز، زمانه گشایش و فراخی است؛ پس شایسته‌ترین کسان برای بهره مندی از این گشایش، نیکان این زمانه‌اند (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۴۷، ص ۳۵۴).

لازم به ذکر است این روایت در منابع اهل سنت با اضافه‌ای نقل شده که قابل تأمل است: «... دست آن کس بگرفت و در آستین کشید؛ پلاسی پوشیده بود به غایت خشن و گفت: ای ثوری لباس ما برای خدا این است و این لباس گران‌بها برای شماست، این لباس برای خدا مخفی نیست اما نمی‌توانیم برای شما ظاهرش کنیم» (عطار نیشابوری، ۱۳۸۴، ص ۱۲؛ ابن جوزی، بی تا، ج ۲، ص ۴۵۲؛ ابن جوزی، ۱۴۰۲، ج ۸، ص ۱۱۱؛ ابونعیم اصفهانی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۱۰۳).

بنابراین، همسویی با سطح زندگی عمومی مردم نه تنها نکوهیده نیست، بلکه مطلوب و پسندیده است. همان گونه که در روایتی دیگر از امام صادق (علیه السلام) آمده است: «خَيْرُ لِبَاسٍ كُلِّ زَمَانٍ لِبَاسُ أَهْلِهِ»؛ بهترین جامه برای هر روزگار، جامه مردم همان زمان است (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۴۱۱ و ج ۶، ص ۴۴۴).

لازم به ذکر است نقش رسانه‌های جمعی و صدا و سیما، رفتار مسئولان، سلامت برنامه‌های تعلیمی و... نقش بسزایی در ایجاد آموزش مستقیم و غیر مستقیم دارند که پرداختن به آن‌ها از حوصله بحث خارج است.

۴-۲. اولویت‌بندی

باید سیاست‌ها و اهداف به درستی مشخص و بر اساس آن‌ها گام برداشته شود تا نتایج مطلوب حاصل گردد. از جمله این سیاست‌ها و هدف‌گذاری‌ها، اولویت بندی در زمینه مصرف است و بدون آن موفقیت‌ها چشم‌گیر نبوده و تک‌بعدی و نسبی خواهد بود. ابتدا باید بر روی فرهنگ سازی و زیر ساخت فکری این نظریه متمرکز شد و همان گونه که در «مدیریت مصرف خانواده» رعایت اولویت‌ها بیان گردید، باید یک تفکر درست در راستای مصرف صحیح ایجاد نمود تا الگوی صحیح مصرف یک مطالبه اجتماعی عمومی قلمداد گردد و این گونه نباشد که هر کس در زمینه اصلاح مصرف حرکت و رفتاری می‌کند، استثناء و انگشت نما شود. (ر.ک: قیوم زاده، ۱۳۸۸، ص ۵۶).

۴-۳. ترویج سیره پیشوایان دین در مصرف

یکی از موارد مهمی که در فرهنگ سازی صحیح مصرف و مدیریت آن از دیدگاه اسلام جایگاه ویژه‌ای دارد آگاهی مردم از سیره عملی پیشوایان دین است، گرچه این موضوع در قالب آموزش قابل تبیین است اما به لحاظ اهمیت بسزای آن به عنوان راهکاری جداگانه بیان می‌شود.

در سیره پیشوایان دین باید‌ها و نبایدهای مصرف را می‌توان تحت عنوان‌های ذیل دانست:

شکی نیست که رسیدن به این هدف نیازمند آموزش بوده که خود به دو شکل قابل اجراست:

الف) آموزش مستقیم: منظور این است که ابتدا نهادهای آموزشی اصول و معیارهای لازم را تدوین و نسبت به آموزش افراد اقدام نمایند. لازم است در این راستا هم از آموزه‌های دینی - که بسیار غنی و پرمایه هستند - کمک گرفته شود. و هم به اصول علمی در مدیریت دخل و خرج و الگوی مصرف توجه، آن‌ها را تبیین و در دروس آموزشی از ابتدا گنجانده شود. (ر.ک: مخبر دزفولی، ۱۳۸۸، ص ۹۴).

ب) آموزش غیر مستقیم: شکل‌گیری یک فرهنگ و بستر سازی آن بیش از آنکه در جامعه و با آموزش مستقیم صورت پذیرد در خانواده و مدرسه تحت تأثیر آموزش‌های غیر مستقیم است.

باید به این مهم توجه کرد که رفتارهای فردی و جمعی به شکلی انجام گیرد که مصرف صحیح را آموزش دهد، نه مصرف زدگی و بی‌توجهی به سرمایه‌ها و ذخائر مادی و معنوی. به عنوان مثال: مادران باید به فرزندان خود بیاموزند - با رفتار خود - از منابعی که در اختیار دارند به طور صحیح استفاده کنند، چه آنکه رفتارهای صحیح تأثیر عمیق‌تری در اعمال فرزندان ایجاد می‌کند.

با اصلاح رفتار مسرفانه خود، نسلی پرورش دهیم که مصرف صحیح را نه تنها هدف، بلکه وظیفه خود بدانند و این نکته مهمی را می‌رساند که از دیدگاه اسلام «مدیریت مصرف» باید از نیت شروع شده تا به افکار، رفتار، سجیه اخلاقی و عادت بیانجامد. (برای مطالعه بیشتر ر.ک: ادیب، ۱۳۸۸، صص ۸۲-۷۲).

۴-۳-۱. رعایت وظیفه پیشوایی

وظیفه الهی همه پیشوایان عدل، این است که در مصرف، همانند تهی دست‌ترین مردم زندگی کنند تا اسوه و الگویی برای همه مردم باشند و نگذارند مشکلات اقتصادی، فشار روانی دو چندان بر بینوایان وارد نسازد: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ فَرَضَ عَلَىٰ أُمَّةِ الْعَدْلِ أَنْ يَقْدُرُوا أَنْفُسَهُمْ بِضَعْفَةِ النَّاسِ كَيْلًا يَتَّبِعَ بِالْفَقِيرِ فَقْرَهُ»؛ خداوند، بر پیشوایان عادل، واجب کرده است که خود را با مردم تهی دست، همسان سازند تا مبادا ناداری تهی دست، او را برافروخته سازد (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۶۱۰).

از این رو، انبیا و امامان، در شرایطی که فقر، از جامعه ریشه کن نشده بود، نهایت قناعت و ساده زیستی را در زندگی خود رعایت می‌کردند؛ اما در عین حال، دیگران را به میانه روی توصیه می‌نمودند و اجازه نمی‌دادند که آن‌ها، خود را از لذت‌های مشروع زندگی، محروم کنند. شخصی که می‌خواهد مدیریت مصرف جامعه‌ای را بر عهده داشته باشد خود باید الگوی کاملی در این جهت باشد.

۴-۳-۲. زمانه شناسی و شرایط سنجی

پیشوایان دین همواره مقتضیات زمان خود را در مقدار مصرف و چگونگی آن رعایت می‌کردند. به عنوان نمونه امام صادق علیه السلام بهترین لباس در هر زمان را لباس مردم همان زمان می‌دانسته و از پوشیدن لباس‌هایی که باعث انگشت نما شدن می‌شد، امتناع می‌کردند (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۴۱۱ و ج ۶، ص ۴۴۴). آن امام همام شرایط اقتصادی جامعه را نیز در نوع لباس پوشیدن رعایت می‌نمودند (ر.ک: شافعی، ۱۴۰۲، ص ۸۲).

۴-۳-۳. رعایت خانواده

اهل بیت (علیهم السلام) در کنار قناعت و ساده زیستی همیشه رعایت حال خانواده را نموده، آن‌ها را در تنگنا قرار نمی‌دادند. از امام صادق (علیه السلام) روایت شده که رسول الله (ص) امکانات مورد نیاز خانواده خود را به خوبی تأمین می‌کرد و درباره فلسفه آن می‌فرمود: «نفس اگر از روزی‌اش آگاه باشد، به آن رضایت می‌دهد و گوشت، با روزی می‌روید» (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۴۴۳). این بدان معنی است که اگر امکانات مورد نیاز انسان تأمین نباشد، از نظر روحی و جسمی با مشکل مواجه می‌شود.

۴-۳-۴. آراستگی همراه ساده زیستی

پیشوایان دینی در عین ساده زیستی بسیار آراسته بودند. آن‌ها از نظر رنگ لباس، پاکیزگی و معطر بوده و برای مخاطبان، جذابیت خاص داشتند. امام صادق (علیه السلام) می‌فرمایند: «عطر زدن از سنت‌های پیامبران است» (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۵۱۰) و یا فرمودند: «پیامبر خدا (ص) برای عطر، بیشتر از غذا خرج می‌کردند» (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۵۱۲). از رسول خدا (ص) روایت شده که ایشان نه تنها برای خانواده خود، بلکه برای دیدار با یارانش نیز خویشتن را می‌آراستند (طبرسی، ۱۴۱۴، ج ۱، ص ۸۴) و مالی را که صرف خرید عطر می‌شود، اسراف نمی‌دانستند (کلینی، ۱۴۰۱، ج ۶، ص ۵۱۲).

در سیره پیشوایان دین موارد بسیاری به چشم می‌خورد که ترویج آن‌ها باعث فراهم نمودن بستر لازم برای بهینه‌سازی فرهنگ مصرف می‌باشد (ر.ک: محمدی ری شهری، ۱۳۸۸، ص ۳۳).

۴-۴. مدیریت زمان

توجه به مدیریت زمان و استفاده صحیح از عمر و تجربیات دیگران در تعالیم اسلامی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. در روایات می‌خوانیم که روز قیامت از افراد سؤال می‌شود، که عمر خود را چگونه و در چه راهی مصرف کردید؟ آیا دقت در صرف این سرمایه عظیم داشتید یا خیر؟ و در جای دیگر می‌خوانیم: «شبابک فی ما افناه»؛ جوانیت را چگونه از دست دادی و چطور صرف کردی؟ (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۷، ص ۶۸؛ طوسی، ۱۴۱۴، ص ۵۲۷). عمر فرصت و سرمایه‌ای است که خدا در اختیار انسان قرار داده و باید در مصرف آن الگوی صحیحی ارائه دهیم.

استفاده درست از فرصت‌ها - که مهمترین آن‌ها عمر آدمی است - و بکارگیری تجربه دیگران، نیروی انسانی کارآمدی که امروز در دست ماست و یکی از راه‌های ارتقاء سطح «مدیریت مصرف در جامعه» بوده که آن را «مدیریت زمان» می‌نامیم.

۴-۵. تقویت برنامه ریزی کلان اقتصادی

از جمله مسائل قابل توجه در بحث «ارتقاء مدیریت مصرف» از دیدگاه اسلام، تقویت برنامه‌ریزی کلان اقتصادی است. در روایتی از امام علی (علیه السلام) می‌خوانیم: «حَسُنُ التَّدْبِيرِ وَ تَجَنَّبُ التَّبْدِيرِ مِنَ حَسَنِ السِّيَاسَةِ»؛ حسن تدبیر و پرهیز از حیف و میل [بخشی] از حسن سیاست است (آمدی، ۱۳۶۶ش، حدیث ۱۰۹۲۰).

بر پایه این روایت، سیاستمداران نظام اسلامی برای استفاده بهینه از منابع ملی، از یک سو باید تدبیرهای اقتصادی خود را تقویت کنند و از سوی دیگر، از زیاده روی‌ها و ریخت و پاش‌ها در

دستگاه‌های دولتی، پیشگیری نمایند. امیرالمؤمنان (علیه السلام) در روایتی دیگر می‌فرماید: «سُوءُ التَّدْبِيرِ مِفْتَاحُ الْفَقْرِ»؛ سوء تدبیر، کلید فقر است (محمدی ری شهری، ۱۳۷۷ش، ح ۹۱۸۵).

این سخن، اشاره بدین معناست که سیاستمدارانی که تدبیر لازم را در مدیریت اقتصادی کشور ندارند، زمینه ساز عقب‌ماندگی اقتصادی جامعه هستند.

۴-۶. استفاده بهینه از منابع ملی

رعایت اولویت‌هایی که موجب استفاده از منابع ملی و بودجه عمومی است، به مراتب مهم‌تر از رعایت اولویت‌ها در هزینه کردن از منابع شخصی است. از این رو، بر همه مدیران در نظام اسلامی، فرض است که با همه توان خود تلاش کنند تا از منابعی که از بودجه عمومی در اختیار دارند، به بهترین وجه، برای مصالح مردم استفاده نمایند و بدین سان، در آزمون امانت داری اموال عمومی، موفق باشند: «إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَهَا لِنَبْلُوَهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا». در حقیقت ما آنچه را که بر روی زمین است، زیوری برای آن قرار دادیم تا آنان را بیازماییم که کدام یک از ایشان نیکوکارترند. آیا می‌شود آن چه را خداوند زینت زمین قرار داده بی پروا مصرف نمود؟ بی تردید تلاش برای استفاده بهینه از منابع ملی می‌تواند یکی از مصادیق این آیه باشد.

۴-۷. صرفه جویی

یکی از لوازم اجتناب ناپذیر استفاده از منابع ملی، صرفه جویی همراه با تدبیر و مدیریت در مصرف بودجه عمومی است. امام علی (علیه السلام) در نامه‌ای به کارگزاران حکومتی خود بخشی دارد که بسیار قابل تأمل و آموزنده است. متن این بخش نامه،

داد: «کان زیتة من بیت المال و لا ینبغی أن نصابکم فی ضوئہ»؛ روغن آن چراغ، از بیت المال بود؛ از این رو، سزاوار نیست که با شما در روشنائی اش هم نشینی کنم (شوشتری، ۱۴۱۱ق، ج ۸، ص ۵۳۹).

این خود نشان می‌دهد که چگونه آن امام همام به استفاده از بیت المال مقید بوده و فرقی بین نزدیکان و دیگران در تقسیم بیت المال وجود نداشت. پیشوایان دینی نه تنها بر این مسئله تأکید داشته‌اند بلکه بخشش از اموال عمومی را بسیار سرزنش می‌نمودند، امام علی (علیه السلام) می‌فرماید: بخشش حکمرانان از اموال مسلمانان، بیدادگری و خیانت است. (آمدی، ۱۳۶۶، ح ۴۷۲۵ و نیز رک: محمدی ری شهری، ۱۳۸۸ش، صص ۳۲-۳۰). لذا بر پیروان آن امام همام است که در استفاده از بیت المال دقت را داشته باشند و بر مصرف صحیح آن مدیریت کافی را داشته باشند.

نتیجه‌گیری

مصرف از دیدگاه دینی اگر با پارسایی انجام شود و با مقوله‌هایی چون اعتدال، انفاق، قناعت و ... همراه گردد می‌تواند زمینه‌ای برای دست یابی به کمال و قرب الهی باشد. نگاه اسلام به مصرف هم از بُعد سلبی که به معنی صرفه جویی است و هم از بُعد ایجابی که به معنی بهینه سازی، مصرف به هنگام و به اندازه است، جایگاه و اهمیت «مدیریت مصرف» را دو چندان می‌نمایاند.

از دیدگاه قرآن و روایات اصولی چند؛ از جمله اصل نیاز، تقدیر معیشت، اصل اعتدال و اصل الگوناپذیری از بیگانگان بر مصرف حاکم است که تبیین این اصول و توصیه‌ها این فرهنگ را در خانواده و جامعه نهادینه می‌کند که مصرف صحیح نوعی ارزش است و این از نگاه مدیریتی، یعنی بسترسازی.

چنین است: «أَدِقُوا أَقْلَامَكُمْ وَ قَارِبُوا بَيْنَ سَطُورِكُمْ وَ اخْذِفُوا عَنِّي فُضُولَكُمْ وَ أَقْصِدُوا قَصْدَ الْمَعَانِي وَ إِيَّاكُمْ وَ الْإِكْتِنَارَ فَإِنَّ أَمْوَالَ الْمُسْلِمِينَ لَأَ تَحْتَمِلُ الْأَضْرَارَ»؛ قلم‌هایتان را تیز کنید، سطرها را به هم نزدیک سازید، [در نگارش] برای من، زیادی‌ها را حذف کنید و به معنا بنگرید، و از زیاده نویسی بپرهیزید؛ چرا که بیت المال مسلمانان، زیان بر نمی‌تابد (صدوق، ۱۴۰۳ق، ص ۳۱۰).

این روایت می‌رساند که سیاست صرفه جویی در اموال عمومی باید به صورت قانون و دستور العمل، به کارگزاران نظام اسلامی ابلاغ شود و آنان موظف‌اند برای بهره‌گیری بهتر و بیشتر از وقت خود و مدیریت‌های بالاتر از خود و امکانات ملی، نهایت صرفه جویی را داشته باشند.

۴-۸. پیشگیری از سوء استفاده

در نظام اسلامی، پیشگیری از سوء استفاده شخصی و خانوادگی از امکانات ملی باید در میان کارگزاران آن، به فرهنگ تبدیل شود. آنان باید توجه داشته باشند که اموال عمومی در اختیار آن‌ها، در واقع، امانت ملی‌اند و تنها در خصوص مسئولیتی که به عهده دارند، می‌توانند از این امکانات استفاده کنند، و هر گونه استفاده شخصی از امکانات عمومی، نامشروع است.

مشهور است که امیرالمؤمنان (علیه السلام) شبی وارد بیت المال شد و چگونگی تقسیم اموال را می‌نوشت که طلحه و زبیر، نزد ایشان رسیدند. به محض ورود آن‌ها، امام چراغی که در برابرش بود، خاموش کرد و دستور داد تا چراغی دیگر از خانه‌اش آوردند! آنان که از این برخورد امام، شگفت زده شده بودند، سبب آن را پرسیدند. امام (علیه السلام) پاسخ

۱۰- ادیب، یوسف (۱۳۸۸)، «نقش زن ایرانی در اصلاح الگوی مصرف»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شمارگان ۳۵ و ۳۶.

۱۱- الامام الرضا، (۱۴۰۶ق) الفقه، تحقیق مؤسسه آل البيت، مشهد: کنگره جهانی امام رضا (ع).

۱۲- بحرانی، سید هاشم (۱۴۱۵ق)، البرهان فی تفسیر القرآن، تهران: بنیاد بعثت.

۱۳- بخاری، محمد بن اسماعیل (۱۴۰۷)، الجامع الصحیح البخاری، بیروت: دارالقلم.

۱۴- برادران رضایی، شیروان (۱۳۸۵)، «وضعیت عادت غذایی دانشجویان دانشگاههای تبریز»، مجموعه مقالات نهمین کنگره تغذیه ایران، تبریز: دانشگاه تبریز

۱۵- برقی، احمد بن محمد (۱۳۷۱)، المحاسن، قم: دارالکتب الاسلامیه

۱۶- بقائی، حسین؛ قهرمانی فرد، کامیار (۱۳۸۸)، «جهانی شدن مصرف گرایی و نقش آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف»، مجله مهندسی فرهنگی، سال چهارم، شماره ۳۷ و ۳۸.

۱۷- بیهقی، احمد بن الحسین (۱۴۱۰ق)، شعب الایمان، تحقیق محمد السعید بسیونی زغلول، بیروت: دارالکتب العلمیه.

۱۸- تیممی، نعمان بن محمد (۱۴۱۲ق)، دعائم الاسلام، مصر: دارالمعارف.

۱۹- ثعالبی، ابوزید عبدالرحمن بن محمد (۱۴۱۶ق)، جواهر الحسان (تفسیر ثعالبی)، بیروت: دارالکتب العلمیه.

۲۰- حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۳)، وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، تصحیح و تحقیق عبدالرحیم ربانی، تهران: المکتبه الاسلامی

از نگاه اسلام برای ارتقاء سطح «مدیریت مصرف» در دو حوزه خانواده و اجتماع راهکارهایی توصیه شده که مهمترین آنها در بُعد خانواده: برنامه ریزی، نیاز شناسی، رعایت اولویتها، پس انداز کردن، سرمایه گذاری کردن و در بُعد اجتماعی، آموزش و فرهنگ سازی، اولویت بندی، ترویج سیره معصومین در مصرف، مدیریت زمان و تقویت برنامه های کلان است.

منابع

- ۱- قرآن کریم
- ۲- نهج البلاغه، به کوشش سید رضی، ترجمه مصطفی زمانی، تهران، نبوی.
- ۳- آمدی، عبدالواحد بن محمد تیممی (۱۳۶۶)، غرر الحکم و درر الکلم، قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه.
- ۴- ابراهیمی، محمد حسین (۱۳۷۵)، اقتصاد در قرآن، قم: دفتر تبلیغات حوزه علمیه.
- ۵- ابن جوزی، عبدالرحمن بن علی (۱۴۰۲)، المنتظم فی تاریخ الملوک و الامم، تحقیق محمد عبدالقادر عطا، بیروت: دارالکتب العلمیه.
- ۶- همو، (بی تا)، تذکره الخواص، تحقیق حسین تقی زاده، بیروت: مؤسسه اهل بیت.
- ۷- ابن ماجه، ابو عبدالله محمد بن یزید (۱۳۹۵ق)، سنن، تحقیق محمد فواد عبدالباقی، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- ۸- ابونعیم اصفهانی (۱۴۰۷ق)، حلیه الاولیاء، بیروت: دارالکتب العربی.
- ۹- اخوی، احمد (۱۳۸۰ش)، اقتصاد کلان، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

- ۲۱- حرانی، حسین بن علی بن شعبه (۱۴۰۴)، تحف العقول، تحقیق علی اکبر غفاری، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
- ۲۲- حسینی، سید مجتبی (۱۳۷۹)، الگوی تخصیص درآمد و نظریه رفتار مصرف کنندگان مسلمان، قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- ۲۳- دادگر، یدالله (۱۳۷۸)، نگرشی بر اقتصاد اسلامی، معرفت‌ها، ارزش‌ها و روش‌ها، تهران: پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.
- ۲۴- رجایی، سید محمد کاظم (۱۳۸۲ش)، معجم موضوعی آیات اقتصادی قرآن، قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی.
- ۲۵- رکنی یزدی (۱۳۸۸)، «اصلاح الگوی مصرف در فروغ آیات و روایات»، مجله مشکات، تهران: شماره ۱۰۱.
- ۲۶- زبیدی، سید محمد مرتضی (۱۳۹۲ق)، تاج العروس من جواهر القاموس، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- ۲۷- سبحانی یامچی، محمد (۱۳۸۸ش)، اصلاح الگوی مصرف، تهران: هستی نما.
- ۲۸- سجادی، سید ابراهیم (۱۳۸۰)، «قرآن و مشارکت اجتماعی زنان»، مجله پژوهش‌های قرآنی، شمارگان ۲۸-۲۷.
- ۲۹- شافعی، محمد بن طلحه (۱۴۰۲)، مطالب السؤل فی مناقب آل الرسول، بیروت: مؤسسه ام القری.
- ۳۰- شوشتری، نور الله بن سید شریف (۱۴۱۱ق)، احقاق الحق و ازهاق الباطل، با تعلیقات سید شهاب الدین مرعشی، قم: کتابخانه آیه الله مرعشی.
- ۳۱- شوکانی، محمد بن علی (بی تا)، فتح القادیر الجامع بین الروایه و الدرایه فی علم التفسیر، بیروت: دارالمعرفه.
- ۳۲- صادقی، حسین؛ احمدزاده، خالد (۱۳۸۷)، «بررسی نقش فرهنگ پس انداز، سرمایه گذاری، کار آفرینی اقتصادی در تولید»، مجله مهندسی فرهنگی، شماره ۲۰-۱۹.
- ۳۳- صدوق، محمد بن علی بن بابویه (۱۳۳۸ش)، ثواب الاعمال، قم: منشورات الرضی.
- ۳۴- همو، (۱۴۰۳ق-الف)، النخال، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۳۵- همو، (۱۴۰۳ق-ب)، معانی الاخبار، تحقیق علی اکبر غفاری، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
- ۳۶- همو، (۱۴۰۸ق)، علل الشرایع، بیروت: دار احیاء التراث
- ۳۷- همو، (۱۴۱۳)، من لا یحضر الفقیه، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۳۸- طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۹۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- ۳۹- طبرانی، ابوالقاسم سلیمان بن احمد (۱۴۰۴ق)، المعجم الکبیر، تحقیق حمدی بن عبدالمجید السلفی، بیروت: داراحیاء التراث العربی.
- ۴۰- همو، (۱۴۱۵) المعجم الاوسط، تحقیق ابو معاذ طارق بن عوض، القاہره: دارالحرمین.
- ۴۱- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۴)، مکارم الاخلاق، تحقیق علاء آل جعفر، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
- ۴۲- همو، (۱۳۶۰)، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تهران: انتشارات فراهانی.

- ۴۳- طبری، ابوجعفر محمد بن جریر (۱۴۰۶ق)، جامع البيان فی تفسیر القرآن، قم: مکتبه الاعلام السلامی.
- ۴۴- طوسی، محمد بن حسن (۱۳۶۵)، تهذیب الاحکام، تهران: دارالکتب الاسلامی.
- ۴۵- همو، (۱۴۱۴)، الامالی، قم: دار الثقافه.
- ۴۶- عزتی، مرتضی (۱۳۸۸ش)، اصلاح الگوی مصرف، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج
- ۴۷- عطار نیشابوری، شیخ فرید الدین (۱۳۸۴ش)، تذکره الاولیاء، بر اساس نسخه نیکلسون، تهران: نشر علم.
- ۴۸- فضل الله، علامه سید حسین (۱۳۸۰ش)، «شخصیت فعال زن در زندگی از دیدگاه قرآن»، ترجمه اسماعیل باغستانی، مجله پژوهشهای اسلامی، شمارگان ۲۶-۲۵.
- ۴۹- قمی، شیخ عباس (بی تا)، سفینه البحار، با اشراف علی اکبر الهی خراسانی، قم: مجمع البحوث الاسلامی.
- ۵۰- قیوم زاده، محمود (۱۳۸۸)، «معیار مصرف الگویی در مدل اسلامی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شمارگان ۳۵ و ۳۶.
- ۵۱- کلانتری، علی اکبر (۱۳۸۴ش)، اسلام و الگوی مصرف، تهران: انتشارات نوید.
- ۵۲- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۱)، الکافی، تحقیق علی اکبر غفاری، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
- ۵۳- گرجی، ابراهیم (۱۳۷۹ش)، اقتصاد کلان (تئوریهها و سیاستگذاری های اقتصادی)، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- ۵۴- متقی هندی، علاء الدین علی (۱۴۰۹ق)، کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال، تحقیق بکری حیانی و صفوه السقاء، بیروت: مؤسسه الرساله.
- ۵۵- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳)، بحار الانوار، بیروت: داراحیاء التراث العربی و مؤسسه الوفاء.
- ۵۶- محمدی ری شهری، محمد (۱۳۷۷ش)، میزان الحکمه، با ترجمه حمید رضا شیخی، قم: دار الحدیث.
- ۵۷- همو، (۱۳۸۸ش)، «الگوی مصرف از نگاه قرآن و حدیث»، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم حدیث، سال چهاردهم، شماره دوم، پیاپی ۵۲.
- ۵۸- مخبر دزفولی، محمد رضا (۱۳۸۸)، «مصاحبه»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۲۷ و ۲۸.
- ۵۹- مسلم بن الحجاج (۱۴۱۲ق)، صحیح، تحقیق محمد فواد عبدالباقی، قاهره: دارالحدیث.
- ۶۰- مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، (۱۳۵۳ش)، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- ۶۱- میرمعزی، حسین (۱۳۷۸)، نظام اقتصادی اسلام (اهداف و انگیزهها) تهران: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
- ۶۲- نجفی، محمد حسن (۱۳۶۷)، جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام، تحقیق عباس قوچانی، تهران: دارالکتب الاسلامی.
- ۶۳- نسائی، احمد بن شعیب (۱۴۰۷ق)، سنن النسائی بشرح الحافظ جلال الدین السیوطی و حاشیه الامام السندی، بیروت: دارالجیل.
- ۶۴- نوری، حسین (۱۴۰۸)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، قم: مؤسسه آل البیت.