

The model of culturalization of socio-economic behavior of charity in the Quranic approach

Abdul Khaleq Karimi*

Syed Reza Hosseini**

Abstract

One of the most important teachings of the Qur'an is the emphasis on obligatory and recommended almsgiving and financial payments to the deprived of society. An issue that is not desirable in our Islamic society today, despite poverty and class distance. According to Quranic verses and indisputable historical evidence, the charity was not very common in the early situation of the early Islamic society, but the cultural measures of the Qur'an and the Holy Prophet of Islam institutionalized this in the highest form by using agency and structure/institutions so that there were no poor To receive zakat from the treasury; Therefore, the model of culturalization of charity taken from the Qur'an and the practical life of the Prophet of Islam is the only model that paves the way and saves societies today. Therefore, the main issue of the research is to provide a cultural model of the behavior of charity in the Quranic approach. Using a descriptive-analytical method and a thematic interpretation approach, the article examines the insight and motivational foundations affecting the behavior of charity based on the role of the human factor, structure/institutions. The research findings show that explaining the culturalization strategies of charity has been done using the approach of agency and structure/institutions, which; Strengthening the vision, and motivation of the donors, modeling the donors, educating and informing, cultural propaganda, and the use of artistic subtleties of propaganda, legislation and setting the economic rights of charity are among the most important Qur'anic strategies in cultivating charity.

Keywords: Model, culture building, socio-economic behavior of charity, Holy Quran.

* Doctoral student, Imam Khomeini educational and research institute (corresponding author),
abkarimi58@gmail.com.

** Specialized doctorate, assistant professor, field research institute and university, srhoseini@rihu.ac.ir.

الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در رویکرد قرآنی

عبدالخالق کریمی*

سیدرضا حسینی**

چکیده

یکی از مهم‌ترین آموزه‌های اقتصادی-اجتماعی قرآن، تأکید بر انفاق و پرداخت‌های مالی واجب و مستحب به محرومان جامعه است؛ مسئله‌ای که در جامعه اسلامی امروزی با وجود فقر و فاصله طبقاتی، در حد مطلوب قرار ندارد. براساس آیات قرآنی و شواهد مسلم تاریخی در وضعیت اولیه جامعه صدر اسلام، انفاق چندان رواج نداشت، اما تدابیر فرهنگ‌سازانه قرآن و پیامبر گرامی اسلام ﷺ، این امر را با استفاده از عاملیت و ساختار/نهادها در عالی‌ترین شکل خود نهادینه کرد، به طوری که فقیری وجود نداشت تا از بیت‌المال زکات دریافت کند؛ بنابراین، الگوی فرهنگ‌سازی انفاق برگرفته از قرآن و سیره عملی پیامبر اسلام ﷺ به عنوان تنها الگوی راهگشا و نجات‌بخش جوامع امروز مطرح است؛ بنابراین، مسئله اصلی پژوهش، ارائه الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در رویکرد قرآنی است. مقاله حاضر با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با رویکرد تفسیر موضوعی، به بررسی مبانی بینشی و انگیزشی مؤثر بر رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق براساس نقش عامل انسانی، ساختار/نهادها پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق از فرایند تبیین عناصر فرهنگ‌سازی، عوامل فرهنگ‌ساز و راهبردهای فرهنگ‌سازی تشکیل شده است. تبیین راهبردهای فرهنگ‌سازی انفاق با استفاده از رویکرد عاملیت و ساختار/نهادها صورت گرفته است که تقویت بینشی، انگیزشی عاملان انفاق، الگومبایی انفاق‌کنندگان، آموزش و آگاهی‌بخشی، تبلیغات فرهنگی و استفاده از ظرافت‌های هنری تبلیغ، قانونگذاری و وضع حقوق اقتصادی انفاق از مهم‌ترین راهبردهای قرآنی در فرهنگ‌سازی انفاق با توجه به نقش عاملیت و ساختار/نهادها هستند.

واژگان کلیدی: الگو، فرهنگ‌سازی، رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، عاملیت، نهاد، قرآن کریم.

* دانشجوی دکتر، سایر، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) (نویسنده مسئول). abkarimi58@gmail.com

** دکترای تخصصی، استادیار، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه. srhoseini@rihu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۹ تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۰۱/۲۵

۱. بیان مسئله

یکی از مهم‌ترین آموزه‌های اقتصادی-اجتماعی قرآن، تأکید بر انفاق و پرداخت‌های مالی واجب و مستحب به محرومان جامعه است که از ارکان عملی ایمان به‌شمار می‌آید و آثار مهمی در سعادت فرد و جامعه دارد؛ مسئله‌ای که در جامعه اسلامی امروزی ما با وجود فقر و فاصله طبقاتی، در حد مطلوب قرار ندارد و برای نهادینه کردن آن، الگوی فرهنگ‌سازی برگرفته از قرآن و سیره عملی پیامبر اسلام به‌عنوان تنها الگوی نجات‌بخش و راهگشا مطرح است؛ بنابراین، مسئله اصلی پژوهش حاضر ارائه الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در رویکرد قرآنی است.

براساس آیات قرآنی و شواهد مسلم تاریخی در وضعیت اولیه جامعه صدر اسلام انفاق چندان رواج نداشت، اما تدابیر فرهنگ‌سازانه قرآن و سیره پیامبر اسلام، به صورتی بود که این امر در عالی‌ترین شکل خود نهادینه شد، به طوری که هیچ‌یک از اصحاب نبود، مگر آنکه چیزی را انفاق کرده بود و فقیری وجود نداشت تا از بیت‌المال زکات دریافت کند (جهانیان، ۱۳۸۸، ص ۵۷). نتیجه پژوهش در الگوی فرهنگ‌سازی انفاق در رویکرد قرآنی و جامعه نبوی نشان می‌دهد که دو بخش عاملیت و ساختار/نهادها در امر فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق تأثیرگذار هستند و مجموعه تدابیر و راهبردهای اتخاذشده در هرکدام از این بخش‌ها روش‌های بدیعی در بیان قرآنی هستند که امروزه می‌توان با الهام از آنها آموزه قرآنی انفاق را به‌خوبی در جامعه اسلامی نهادینه کرد.

در این پژوهش، «الگو» به معنای تصویری جامعی از یک نمونه ایدئال و قابل تحقق و پاسخگو به پرسش‌های «به کجا» و «توسط چه کسانی» و «چگونه» است که متشکل از مبانی بینشی، عوامل فرهنگ‌ساز و راهبردهای آن است و «فرهنگ‌سازی» فرایند تأثیرگذاری دائمی، پایدار و پویا بر بخش‌های بینشی، شناختی و عاطفی اشخاص یک جامعه است. بر این اساس و در راستای پاسخ به پرسش اصلی پژوهش، در مرحله نخست، عناصر بینشی و گرایشی رفتارکننده در الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در رویکرد قرآنی و در مرحله بعد به عوامل فرهنگ‌ساز که عبارت‌اند از عاملیت و ساختار/نهادها، اشاره می‌گردد و در نهایت راهبردهای فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق با توجه به نقش عاملیت و ساختار/نهادها در رویکرد قرآنی اشاره می‌شود؛ نوآوری پژوهش، ارائه الگوی قرآنی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق با اشاره به مبانی بینشی-گرایشی، عوامل و راهبردهای آن و با تمرکز بر نقش عاملیت و ساختار/نهادهاست.

۲. پیشینه پژوهش

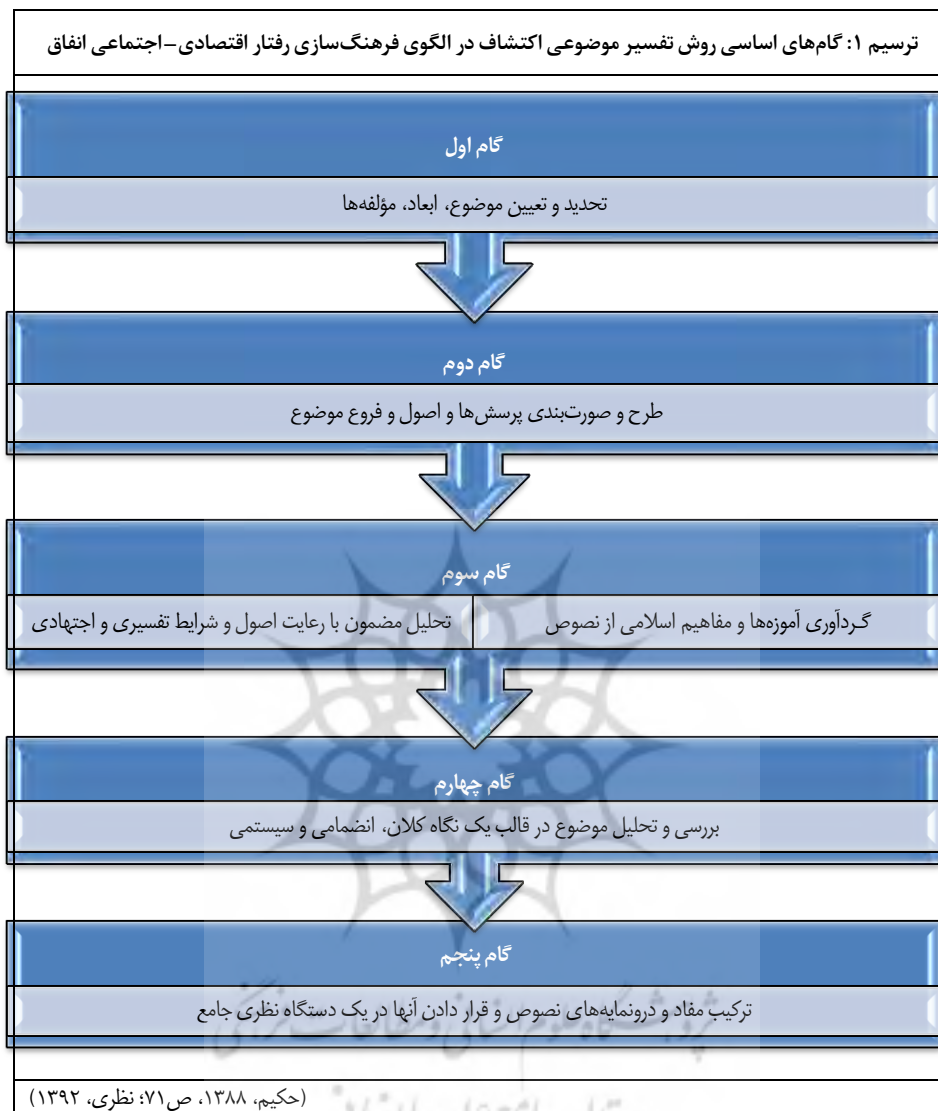
در آثار داخلی، مسعودی‌پور و خیری (۱۳۹۳) با مراجعه به قرآن کریم نحوه تبلیغ را از حیث انواع

جاذبه‌های تبلیغاتی درباره انفاق احصا نموده است و جاذبه منطقی، احساسی و ترس و جاذبه اطمینان‌بخش در موضوع انفاق در آیات قرآن دیده می‌شود. جویباری و نجارزادگان (۱۳۹۷) تبیین راهبردها و روش‌های نهادینه‌سازی فرهنگ قرآن بر پایه گرایش فطری انسان به کمال و زیبایی را مورد بحث قرار داده‌اند. عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) براساس ترتیب و زمان نزول آیات مربوط به انفاق و سیر تدریجی و گام‌به‌گام قرآن برای فرهنگ‌سازی و قانونگذاری در این زمینه را بررسی کرده‌اند. گرامی و جعفری (۱۳۹۸) روش‌هایی را که قرآن برای ایجاد انگیزه در مؤمنان نسبت به صدور فعل انفاق به کار بسته است، با تأکید بر تفسیر المیزان بررسی نمودند. سلیمی و همکاران (۱۳۹۸)، با بررسی نهادینه‌سازی اطعام مسکین در بستر تاریخی نزول قرآن، به این نتیجه رسیدند که تشویق و انذار در سوره ابتدایی مکی، قرار دادن حق محرومان در اموال مردم، وضع قانون خمس، زکات، انفاق و... با تشکیل حکومت اسلامی برای کمک به نیازمندان ارائه شده است.

در آثار خارجی، مگ گرین (۲۰۰۴) در کتاب مادر ترزا به زندگی‌نامه و سرگذشت «اگنس گونجا بویاجیو» مشهور به مادر ترزا پرداخته است. در این کتاب به مجموعه فعالیت‌های خیرخواهانه و زندگی ساده و معمولی وی با هدف فرهنگ‌سازی الگوهای خیریه در جهان اشاره شده است. نویسنده در این کتاب بر این باور است که مادر ترزا در پیشبرد اهداف خیرخواهانه و کمک به فقرا و نیازمندان از ابزار رسانه و شهرت خود استفاده کرده است. پیتر سینگر (۲۰۱۵) در کتاب دیگر دوستی مؤثر به موضوع خردورزی و نیک‌خواهی که شامل کارهای خیریه‌ای از جمله انفاق و بخشش می‌شود، پرداخته است. ایشان با تفکیک نیاز از خواسته، بر ایده دیگر دوستی مؤثر تأکید دارد و بر این باور است که برای داشتن یک زندگی کاملاً اخلاقی و خیرخواهانه باید کارهای مؤثر در نفع‌رسانی به دیگران انجام گیرد؛ از جمله به ساده‌زیستی برای بخشش بیشتر، درآمدزایی با هدف بخشش و نقش انگیزه در بخشش و دیگر دوستی و شادکامی اشاره شده است. در این پژوهش در ساختار الگوی فرهنگ‌سازی انفاق، به مبانی بینشی، انگیزشی و نقش عوامل فرهنگ‌سازی (عاملیت و ساختار/نهادها) و راهبردهای فرهنگ‌سازی مربوط به هرکدام از این دو عامل در رویکرد قرآن کریم اشاره شده است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش تفسیر موضوعی اکتشاف استفاده شده است؛ این روش توسط شهید صدر برای کشف و استنباط نظریه از متون و نصوص اسلامی براساس استنباط و بهره گرفتن از «مفاهیم اسلامی» پایه‌گذاری شده است (حکیم، ۱۳۸۸، ص ۳۹). این اکتشاف و استنباط با رعایت اصول و شرایط تفسیری و اجتهادی به دست آمده است که مراحل اساسی آن در گام‌های ذیل بیان می‌شود.



هدف تفسیر موضوعی این است که همه آیات مربوط به یک موضوع، هرچند با الفاظ و تعابیر مختلفی، گردآوری و تفسیر شود و چه بسا لازم باشد که برای فراگیری همه اطلاعات درباره یک موضوع در قرآن، واژگان گوناگون بررسی گردد. واژگانی که در قرآن با موضوع انفاق و بخشش مالی ارتباط دارد عبارت‌اند از: نفقه و مشتقات آن در اعطا و ایتای زکات، قرض‌الحسنه، اطعام و برخی احکام مربوط به تکالیف مالی مانند کفاره.

۴. ادبیات پژوهش

در الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، «الگو»^۱ به معنای چیزی است که برای اقتدا و پیروی از آن گزینش می‌شود (زبیدی، ۱۴۱۴، ج ۱۹، ص ۱۵۸) و متشکل از مبانی، اهداف، راهبردها، خط‌مشی‌ها و خطوط درشت و نقشه راه است (مصباحی مقدم، ۱۳۸۹، ص ۲۲۰). میرمعزی الگورا مجموعه نظام‌مندی می‌داند که در یک ساختار منطقی، جهت توضیح و تفسیر یک سیستم به کار گرفته می‌شود (میرمعزی، ۱۳۸۹، ص ۲۳). هر الگویی مبتنی و مشتمل بر یک نظریه‌ای است که آن نظریه منبعث و برگرفته از یک جهان‌بینی است (سلیمی‌فر، ۱۳۸۹، ص ۴۵). بر این اساس، الگوی نقشه جامع متشکل از مبانی، اهداف، راهبردها، خط‌مشی‌ها و خطوط درشت و نقشه راه است و براساس اصول، ارزش‌ها و استفاده از روش‌ها از سوی نیروی انسانی و نهادها به منظور نیل به وضعیت مطلوب طراحی می‌گردد و حرکت، شیوه حرکت و عوامل حرکت را برای تحقق یافتن تحول تکاملی جامعه بیان می‌کند. همچنین «فرهنگ‌سازی»^۲ فرایندی است که طی آن با اثرگذاری بر بخش‌های شناختی و عاطفی اشخاص در رفتار آنها یا فرهنگ حاکم بر یک بخش خاص از جامعه تغییر ایجاد می‌کند (شفیعی سروستانی، ۱۳۹۴). فرهنگ‌سازی و تغییر بینش، نگرش مردم ناظر بر یک بخش خاص، با تعبیر «نهادینه‌سازی»^۳ یاد می‌شود (شفیعی سروستانی، ۱۳۹۴). رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق به معنای خرج مال در راه خدا، اعم از واجب و مستحب است (قرشی بنایی، ۱۴۱۲، ق، ج ۷، ص ۹۸). بخشی از انقافات واجب، مانند زکات، خمس، کفارات مالی و اقسام فدیة و بخشی از صدقات و اموری مستحب، مانند وقف، بخشش‌ها و... هستند. در اینجا منظور از انفاق، انفاق‌های واجب و مستحب است.

عامل انسانی که از آن به عاملیت نیز تعبیر می‌شود به معنای جریان مداخلات علی، واقعی و فکورانه موجودات جسم‌مند در سیر رخداد‌های جهان (جلایی پور و محمدی، ۱۳۸۷، ص ۳۸۳) از جمله در فرهنگ‌سازی و نهادینه‌سازی است که براساس نیت و قصد عامل و از روی آگاهی و برای ایفای مسئولیت صورت می‌گیرد. همچنین ساختارهای اجتماعی که مسبب اعمال اجتماعی هنجاری‌اند، معمولاً در متون جامعه‌شناختی به معنای نهادهای اجتماعی نشان داده می‌شوند (واس، ۱۳۹۹، ص ۱۲۶). بر این اساس ساختار/نهادها^۴ به «مجموعه ثابتی از ارزش‌ها، هنجارها، پایگاه‌ها، نقش‌ها و گروه‌هایی که حول محور یک نیاز اجتماعی باشند» گفته می‌شود (قنادان و

1. Pattern

2. Institutionalization

3. Cultivation

4. Institutions

همکاران، ۱۳۸۸، ص ۶۳). افراد جامعه به دلیل نیازهای خود، آنها را به وجود می‌آورند که به مرور زمان به صورت آداب و رسوم مورد پذیرش جامعه قرار می‌گیرد (قلی پور، ۱۳۸۴، ص ۴۶). نهادهای اساسی عبارت‌اند از: خانواده، تعلیم و تربیت، تبلیغات، حاکمیت، اقتصاد و دین (شرف‌الدین، ۱۳۸۹). اگر ساختار/نهادهای قواعد بازی تلقی شوند، سازمان‌ها بازیکنان آن خواهند بود (قلی پور، ۱۳۸۴، ص ۲۵). درباره نقش نهادها در فرهنگ‌سازی انفاق می‌توان گفت که نهادها در مقام عمل و ایفای نقش اجتماعی در قالب مجموعه‌ای از مؤسسه‌ها و سازمان‌های مختلف تجلی و تبلور می‌یابند که برای فرهنگ‌سازی رفتارهای اقتصادی می‌توانند نقش عوامل فرهنگ‌ساز را ایفا کنند.

۵. یافته‌های پژوهش

الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق از دیدگاه قرآن کریم را می‌توان در مراحل زیر بررسی کرد: ۱. بیان عناصر بینشی الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق؛ ۲. نقش عامل انسانی و ساختار/نهادهای فرهنگ‌سازی این رفتار و ۳. راهبردهای فرهنگ‌سازی انفاق با توجه به نقش عاملیت و ساختار/نهادهای.

۵-۱. عناصر بینشی رفتارکننده در الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق

قرآن کریم برای فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، به عناصر بینشی باور به حق‌الله و حق‌الناس (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۵۸۸) اشاره کرده است؛ زیرا بر مبنای خداشناسی قرآنی، همه اموال از خداوند متعال است و انسان منفق تنها از مالی که خداوند به او عطا کرده است (نور، ۳۳) انفاق می‌کند و خود را واسطه‌ای میان خالق و مخلوق می‌داند (حدید، ۷) و انسان در این دنیا فرصت دارد که انفاق کند (منافقون، ۱۰). باتقواترین افراد کسانی هستند که در راه رضای خدا از مال خود انفاق می‌کند (لیل، ۱۷-۱۸). براساس مبنای ارزش‌شناسی داشتن قصد قربت (بدون ریا و منت گذاشتن) و از مال مورد علاقه (آل عمران، ۹۲) و از طیبات کسب بودن، بر ایشار و مقدم داشتن دیگران بر خود استوار است (حشر، ۹) و انفاق باید از بهترین قسمت مال حلال (مائده، ۲۷) انتخاب شود تا خیر محض و پر به حساب آید و موجب رشد و شکوفایی جامعه شود و ترک انفاق از گناهان کبیره است؛ زیرا حق‌الناس است و کفاره و توبه‌پذیر نیست (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۵۹۵).

۵-۲. عناصر گرایشی رفتارکننده در الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق

از دیدگاه قرآن کریم، تقویت عناصر انگیزشی انفاق، رشد انفاق‌کننده در قالب دل‌کنندن از

محبوب‌های خیالی، حصول آرامش پس از انفاق (توبه، ۱۰۳)، شکوفا شدن روح سخاوت، وصل به محبوب حقیقی و الهی، کسب رضایت خداوند متعال (انسان، ۹) و سعادت‌مندی در آخرت (قصص، ۷۷) است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۱۱۲)؛ زیرا کسی که از خسران آخرت می‌پرهیزد، به همین انگیزه مال خود را انفاق می‌کند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲۰، ص ۵۱۶). همچنین براساس مبانی جامعه‌شناسی قرآن کریم، انفاق سبب پیشگیری از هلاکت جامعه است (بقره، ۱۹۵)؛ زیرا هنگامی که مسئله انفاق به فراموشی سپرده شود و ثروت‌ها در دست گروه اندکی جمع گردد و در برابر آنان اکثریت مردم محروم و بینوا باشند، دیری نخواهد گذشت که انفجار عظیمی در جامعه به وجود می‌آید که نفوس و اموال ثروتمندان هم در آتش آن خواهد سوخت و از اینجا رابطه مسئله انفاق و پیشگیری از هلاکت روشن می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۱۱۷) و انفاق، پیش از آنکه به حال محرومان مفید باشد، به نفع ثروتمندان است؛ زیرا تعدیل ثروت، حافظ ثروت است. از دیدگاه قرآن کریم، انفاق منافع مادی، معنوی و اخروی در زندگی فردی و اجتماعی انفاق‌کنندگان دارد (بقره، ۲۷۲)؛ از نظر معنوی، روح گذشت و بخشش و فداکاری و نوع‌دوستی و برادری را در انفاق‌کننده پرورش می‌دهد و در حقیقت وسیله مؤثری برای تکامل روحی و پرورش شخصیت اوست و اما از نظر مادی، فاصله طبقاتی را کم می‌کند و خطراتی را که از این رهگذر متوجه افراد اجتماع می‌شود از میان می‌برد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۳۵۴). بر این اساس وقتی انفاق‌کننده بداند که فواید مادی و معنوی انفاق به خود او بازمی‌گردد، بیشتر به آن کار علاقه‌مند خواهد شد و انگیزه مادی و معنوی بیشتری برای انفاق پیدا می‌کند.

۳-۵. عوامل فرهنگ‌ساز در الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق

با تحلیل محتوای کیفی، بخشی از تفاسیر آیاتی که با عمل و عاملیت انسان در ارتباط است به دست می‌آید که عمل ارادی، سازنده شخصیت هویت انسان است و از اینکه فرزند حضرت نوح به عنوان عمل غیر صالح نامیده شده است (هود، ۴۶) مشخص می‌کند اعمال و رفتار انسان حقیقت و شخصیت او را می‌سازند و اصولاً انسان غیر از علم و عمل خویش چیز دیگری نیست که با اراده خویش ساخته می‌شود و انسان موجودی در حال شدن است (آخوندی، ۱۳۹۰) و همان طوری که عمل از روی قصد، نیت و اراده انجام می‌شود (قرشی، ۱۴۱۲، ص ۱۳۲)، بر سه مبدأ معرفت، میل و اراده مبتنی است (باقری، ۱۳۸۲، ص ۲۷). در رویکرد قرآن کریم نیز عاملیت انسان افزون بر اینکه شخصیت و انسان‌سازی و شدن او را شکل می‌دهد، براساس اراده و حق انتخاب او شکل می‌گیرد (هود، ۱۱۸؛ آل عمران، ۲۰؛ آل عمران، ۱۰۳؛ انعام، ۳۵؛ نحل، ۳۶)، اما

اراده و اختیار انسان مطلق نیست و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی محیط بر افکار و عمل او نادیده انگاشته نمی‌شود، بلکه میان عمل و ساختار/نهادها رابطه وجود دارد؛ بنابراین، قرآن کریم «عمل» را سازنده شخصیت و هویت انسان می‌داند که تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی است. از نظر قرآن کریم انسان همواره مسئول عمل خویش است و هیچ شرایطی از او سلب مسئولیت نمی‌کند و در این فرایند به اصلاح نیت‌های انفاق‌کنندگان و نیز قانونمند کردن این انفاق‌ها در مسیر رشد کل جامعه هم براساس نقش عاملیت و هم نقش ساختار/نهادها اشاره داشته است.

همچنین تحلیل محتوای بخشی از آیات شریفه قرآن (حجر، ۶۰؛ صافات، ۳۰، ۵۶، ۱۶۳؛ بقره، ۲۵۳؛ زخرف، ۳۲؛ سبأ، ۳۳) نشان می‌دهد که ساختارهای اجتماعی و چارچوب‌های ذهنی و فکری که در جریان جامعه‌پذیری شکل گرفته‌اند، اعمال و رفتارهای انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (اعراف، ۳۸) و شکل‌گیری ساختارهای اجتماعی و فرهنگی، نتیجه کنش‌ها و رفتارهای اجتماعی افراد جامعه (نحل، ۱۱۲؛ مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۲، ص ۵۲۲) و همراه با اثبات اراده و اختیار انسان است (آخوندی، ۱۳۹۰). نتیجه آنکه تأثیر ساختارها مسلم است و عاملیت و عمل اصل غیرقابل خدشه به‌شمار می‌رود (گلابی و همکاران، ۱۳۹۴). بر این اساس در اهتمام به فرهنگ‌سازی، یک رفتار از ساختار/نهادها و عاملیت و عمل انسانی متأثر است. قرآن کریم نیز در امر فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، با توجه به شرایط اقتصادی مسلمانان در زمان نزول آیات رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، برنامه گام‌به‌گام و هدفمندی برای تقویت روحیه بخشنده‌گی و فرهنگ‌سازی آن با استفاده از عاملیت و ساختار/نهادهای موجود دارد.

۵-۳-۱. نقش عامل انسانی در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در قرآن کریم
قرآن کریم به مواردی از نقش عاملیت و عامل انسانی در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق اشاره کرده است. چنان‌که به تصریح روایات فریقین (طبرسی، ۱۴۱۵ق، ج ۱۹، ص ۶۳) در مورد انفاق و صفت بخشنده‌گی امیرالمؤمنین (علیه السلام) و بخشیدن انگشتر گران‌قیمت در حال رکوع نماز (مانده، ۵۵) و انفاق دیگر امامان معصوم نیز در حال رکوع (مانده، ۵۵) با توجه به فعل جمع در این آیه شریفه (ر.ک: قرائتی، ۱۳۸۳، ج ۳، ص ۱۱۱) به‌عنوان عاملان انسانی فرهنگ‌ساز انفاق اشاره شده است. از جمله مواردی دیگر از نقش عاملیت در فرهنگ‌سازی انفاق و براساس عمل به آیات شریفه انفاق از دوست‌داشتنی‌ها (آل عمران، ۹۲) می‌توان به انفاق باغ زیبا و عالی ابوطلحه انصاری (قرائتی، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۸۱)، همچنین اشتیاق ابوذر برای نحر شتر عالی و فربه برای میهمانان و ذخیره در قیامت را نام برد (طبرسی، ۱۴۱۵ق، ج ۱۹، ص ۶۳).

۵-۳-۲. نقش ساختار/ نهادها در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی- اجتماعی انفاق در قرآن کریم از جمله نهادهای اساسی که در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی- اجتماعی انفاق براساس آیات قرآن کریم نقش دارند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۵-۳-۲-۱. خانواده

نهاد «خانواده» از جمله نهادهایی است که در قرآن کریم به نقش آن در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی- اجتماعی انفاق اشاره شده است. قرآن کریم تأثیر نهاد خانواده را بر رفتار اطعام‌گری اعضای خانواده بیان کرده است که همه اعضای خانواده غذای مورد علاقه و نیاز خود را به «مسکین» و «یتیم» و «اسیر» می‌دهند! (انسان، ۸). این آیات شیوه رفتار اقتصادی- اجتماعی انفاق توسط خانواده اطعام‌گری از مؤمنان است که قرآن بخشی از کارهای آنها را در قالب اطعام مسکین و یتیم و اسیرشان خبر داده است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲۰، ص ۲۱۴). آنچه واضح است نقش خانواده در تربیت اخلاقی فرزندان جهت بخشندگی و ایجاد روحیه بخشندگی فردی، مستلزم بخشنده بودن خانواده وی است.

۵-۳-۲-۲. تعلیم و تربیت

نهاد «تعلیم و تربیت» به‌عنوان مهم‌ترین نهاد اجتماعی و به‌مثابه قلب جامعه و عهده‌دار فرهنگ‌سازی ارزش‌هایی همانند انفاق در جامعه است و یکی از نقاط ضعف فعلی جامعه همین ضعف نهاد تعلیم و تربیت و آموزش از نظر فرهنگ‌سازی انفاق است. منظور از تعلیم و تربیت گاهی اشاره به فرایند فعالیت‌های تأثیرگذار بر رشد متربی با هدف ایجاد تغییر مطلوب است (اعرافی، ۱۳۸۷، ص ۵۸) و در برخی کاربردها، اشاره به نهاد رسمی تربیت، یعنی آموزش و پرورش است (حبیبی، ۱۳۹۴) که بر شناخت، نگرش، اخلاق و رفتار متربیان براساس اهداف ازپیش‌تعیین‌شده، اثرگذارند کاربست قرآن در این عرصه با واژه‌هایی همچون «علم» با بسامد ۴۸۴ بار، «عقل» با بسامد ۴۸ بار، «هدایت» با بسامد ۱۰۹، «ترکیه» با بسامد ۱۱ بار و «تطهیر» با بسامد ۲۴ بار بیان شده است، اما رویکرد قرآن در عرصه تعلیم و تربیت مرتبط با نهادینه‌سازی انفاق با بیان فلسفه، هدف، آثار، ویژگی‌ها، شرایط و مصادیق و به‌طورکلی فرهنگ انفاق، اشاره شده است (ر.ک: کاظمی‌نسب و داوودی، ۱۳۹۹). این کاربست بر اصل «هماهنگی تعلیم و تربیت با فطرت حقیقت‌جویی انسان» استوار است. مهم‌ترین فلسفه بعثت انبیا در طول تاریخ تعلیم و تربیت انسان‌ها، این بود که مردم را به سوی پاسخ به خواست‌های فطری خود هدایت کنند (بقره، ۱۲۹) و

گرایش فطری انسان به عبادت را در مسیر درست پرستش خدای متعال (ذاریات، ۵۶)، با پیشه کردن تقوای مالی توسط انفاق، هدایت کنند. بر این اساس، نهاد تعلیم و تربیت باید هماهنگ و همسو با ویژگی حقیقت‌خواهی شاگردان باشد و حقایق نظام هستی را در مورد واقعیت‌ها و حقیقت‌های انفاق به آنها ارائه دهد و زمینه عمل و نهادینه نمودن انفاق در سطح جامعه را فراهم آورد.

۵-۳-۲-۳. تبلیغات

امروزه نهاد «تبلیغات» مهم‌ترین بستر انتقال و ترویج فکر، فرهنگ، ارزش‌ها و هرگونه پیام به دیگران است. همه مذاهب، مکاتب و ملل از رهگذر آثار مکتوب و رسانه‌های گوناگون، سعی در تبلیغ و دعوت همه‌جانبه به مرام خویش دارند؛ «تبلیغ»، رساندن پیام با استفاده از ابزار مناسب و مؤثر است؛ هدف از تبلیغ، دعوت و آشنا نمودن مردم با احکام اسلامی و معارف الهی و بشارت دادن مؤمنان و انداز و هشدار مخالفان است (قرائتی، ۱۳۸۸، ص ۷۴). قرآن به تبلیغ و دعوت به خیر، از جمله دعوت بلیغی به انفاق کرده است و در این زمینه از الگو، چارچوب و ظرافت‌های هنری تبلیغی همانند استفاده از تمثیل و تشبیه برای انفاق (بقره، ۲۶۱) و تشبیه آن به باغ پرثمر (بقره، ۲۶۵) استفاده کرده است. قرآن کریم در تعیین چارچوب کلی تبلیغ و دعوت به انفاق با پرداختن به ابعاد بینشی-نگرشی، توجه به نیت و انگیزه افراد، توصیف رفتار مطلوب انفاق‌کنندگان، استفاده از جاذبه‌های تبلیغی مناسب، استفاده از روش‌های کاهش نگرانی و هشدار نسبت به پیامدهای انفاق نکردن (آل عمران، ۱۱۷) اشاره کرده است. براساس نظر کارشناسان قرآن کریم افزون بر سه نوع جاذبه منطقی، احساسی و ترس که در متون متعارف نیز به آنها پرداخته شده، به جاذبه چهارمی با عنوان جاذبه اطمینان‌بخش برای تبلیغ انفاق در آیات قرآن کریم نیز اشاره شده است (مسعودی‌پور و خیری، ۱۳۹۳). همچنین قرآن به منظور فرهنگ‌سازی انفاق و تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب، استفاده از مهارت‌های هنری مانند به‌کار بردن روش‌های تصویرسازی و مجسم کردن موضوعات، مثل استفاده از صنایع ادبی و تمثیلی را در نهاد تبلیغات مورد اشاره قرار داده است (بقره/۱۷۱) براساس نظر مفسران از آن‌رو که انسان در عالم ماده و محسوسات زندگی می‌کند و درک امور حسی ساده‌تر از مفاهیم عقلی است، خداوند برای بیان معارف الهی از جمله برای فرهنگ‌سازی انفاق از مثال‌ها و داستان‌های تمثیلی استفاده کرده است و امور معنوی برای فهم همه انسان‌ها به امور ملموس و حسی تنزل داده شده است تا عموم مردم آنها را به تناسب ادراک خود دریابند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ص ۳۹). بر این اساس، نهاد تبلیغات در الگوی فرهنگ‌سازی تأثیرگذار و قابل توجه است.

۵-۳-۲-۴. حکومت

یکی از نهادهای مطرح در فرهنگ‌سازی انفاق، نهاد «دولت و حاکمیت» است که ریاست آن در جامعه اسلامی با پیامبر گرامی و جانشینان آن حضرت است. قرآن کریم از یک نظام دریافت و تخصیص اموال ناشی از پرداخت صدقات (توبه، ۶۰) و متولیان گردآوری زکات سخن به میان آورده است و به نقش حاکمیت در برپایی نماز و دریافت زکات که همان انفاق واجب است، اشاره کرده است (حج، ۴۱) که دولت اسلامی پس از تمکن در زمین در کنار اقامه مسائلی عبادی، فرهنگ‌سازی انفاق در اولویت برنامه‌های آن قرار دارد. براساس رویکرد تاریخی، حکومت و جامعه‌ای که برای نخستین بار این امور اساسی در آن نهادینه شد، جامعه و حکومت رسول خدا ﷺ بود. چنان‌که پیامبر موظف به گرفتن انفاقات واجبی مثل زکات از مردم شده است (توبه، ۱۰۳). این جامعه بی‌گمان سبیل و مصداق بارز آیه (حج، ۴۱) است چنان‌که می‌فرماید: *الَّذِينَ إِذَا مَكَتَاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَاللَّهُ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ* (حج/۴۱) همان کسانی که هر گاه در زمین به آنها قدرت بخشیدیم، نماز را برپا می‌دارند، و زکات می‌دهند، و امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند، و پایان همه کارها از آن خداست! (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۴، ص ۵۴۷)؛ بنابراین، حکومت به‌عنوان یک نهاد، نقش اساسی در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق دارد. درحالی‌که این مسئله در حکومت‌های غیردینی و لیبرال جایگاهی ندارد.

۵-۳-۲-۵. اقتصاد

از آنجاکه نهادها، کانونی‌ترین واقعیت اجتماعی است که حول محور یک نیاز اجتماعی شکل می‌گیرند (قنادان و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۳۱)، نهاد «اقتصاد»، عهده‌دار رفع نیازهای اقتصادی و معیشتی است (حبیبی، ۱۳۹۴) که ارتباط مستقیمی با تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات دارد. این نهاد از یک‌سو، براساس نیازهای نامحدود انسان و از سوی دیگر محدودیت منابع، در زندگی و رفتار فردی و اجتماعی انسان رسمیت پیدا کرده است. از جمله موارد فرهنگ‌سازی قرآن کریم در قالب نهاد اقتصاد، سفارش به امور خیریه‌ای مانند اعطای قرض نیکو به خداوند (حدید، ۱۱) و انفاق فی سبیل الله (مائده، ۱۲؛ حدید، ۱۸؛ تغابن، ۱۷) است و مفسران با توجه به سیاق آیات، منظور از قرض الحسنه در همه آیات را همان انفاق فی سبیل الله تعبیر کرده‌اند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲۷، ص ۳۰۰)؛ بنابراین، می‌توان نهاد اقتصاد را از عوامل اثرگذار در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق قلمداد کرد. آیه ۷۵ سوره نحل نشان‌دهنده نقش فعالیت اختیاری انسان

توانمند مالی در ایجاد زمینه انفاق است. اسلام مالکیت خصوصی را به رسمیت شناخته است و مسیر تکامل انسان را فعالیت ارادی او می‌داند و برای این منظور بازار اقتصادی و دادوستد آزاد اقتصادی همراه با گونه‌های مختلف معامله با شرایط تراضی طرفین و خيارات را پیشنهاد کرده است (نصیری زاده و همکاران، ۱۳۹۳) تا افراد از طریق آن درآمد کسب کرده و انفاق کنند.

۵-۳-۲-۶. دین

«دین» مجموعه‌ای از عقاید، اخلاق، قوانین فقهی و حقوقی است که خداوند آن را برای هدایت و رستگاری بشر تعیین کرده است (جوادی آملی، ۱۳۹۲، ص ۷۳). جامعیت نهاد دین به این معناست که دین حاوی اصول و کلیات همه عرصه‌های لازم در حوزه جهان‌بینی و عرصه بایدها و ایدئولوژی و حاوی همه حقایق هستی و پاسخ به همه نیازهای آدمی (حبیبی، ۱۳۹۴)، از جمله نیازهای مبتنی بر انفاق چه در طرف رفع نیازهای مادی و رفع فقر در جامعه و چه در طرف انفاق‌کنندگان که نیازمند تعالی و رشد معنوی و پیراستگی روح و جان از بخل و خساست است. بر این اساس یکی از کارکردها و آثار نهاد دین به‌عنوان یکی از نهادهای اساسی در جامعه، توجه به امر فرهنگ‌سازی انفاق در جامعه است، چنان‌که در آیه شریفه (بینه، ۵)، دین به‌عنوان یک نهاد به امر پرداخت زکات به‌عنوان یکی از مصادیق انفاق اشاره کرده است و رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق را از پیروان دین الهی طلب می‌کند و یکی از عوامل اهتمام زیاد قرآن که منبع و حیانی دین است، به مسئله انفاق صحیح، بخشش نادرست اعراب بوده است که هدف آن ریا و خودنمایی و کسب ستایش و انتشار خبر آن در قبایل و خیمه‌ها بود (قطب، ۱۳۷۴، ص ۱۲۲). قرآن و نهاد دین جهت اصلاح این انحراف در اهداف و تصحیح نیت‌های انفاق‌کنندگان، توصیه‌های ارزشمندی نموده است و هدف آن کسب رضایت خداوند (انسان، ۹)، رشد و تعالی بخشی انسان‌های پرداخت‌کننده و در پی آن جامعه است (عزتی و نورمحمدلو، ۱۳۹۱).

۵-۴. راهبردهای فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق

راهبردهای فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در رویکرد قرآن کریم براساس نقش عاملیت یا ساختار/نهادهای اشتراک هر دو ارائه شده است که به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌گردد.

۵-۴-۱. تقویت بینشی عاملان انفاق

راهبرد تقویت بینشی انفاق‌کنندگان با تأکید بر ایمان به‌عنوان کنترل‌کننده و هدایت‌کننده رفتارهای

انفاق‌کنندگان ظهور دارد و این مهم از آسیب‌ها و انحرافات رفتاری انفاق‌جلب‌گیری خواهد کرد (مسعودی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷). از منظر قرآن، انفاق یک برنامه تربیتی برای شخص انفاق‌کننده نیز هست که رعایت شرایط انفاق، از جمله الهی بودن عمل (انسان، ۹) برای او ضروری است که مهم‌ترین آن حسن فاعلی است و جزء جدایی‌ناپذیر تشویق به انفاق تأکید بر نیت است (مسعودی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷) که با تقویت بینشی عاملان انفاق به دست می‌آید.

قرآن کریم در آیاتی که به انفاق توصیه و سفارش می‌کند، به موضوع ایمان نیز اشاره می‌کند (بقره، ۳؛ نساء، ۳۸؛ حدید، ۷) و مؤلفه‌های بینشی همچون ترویج باور به مالکیت اصیل خداوند (نور، ۳۳) و تقویت روحیه ایمان به غیب و معادباوری، بخشش و ایشار و گذشتن از مال را برای انسان تسهیل می‌کند (طباطبایی، ۱۳۹۳، ج ۲۰، ص ۳۰۳) همچنین ترویج باور به مالکیت حقیقی خداوند بر عالم، خالقیت و ربوبیت الهی و علم مطلق الهی (حدید، ۱-۱۰)، وسیله آزمایش بودن فقیر که در صورت رد کردن آن خدا را رد کرده است (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۷، ص ۳۵۳۹) تقویت بینشی انفاق‌کننده را مدنظر دارد.

۵-۴-۲. تقویت انگیزشی عاملان انفاق

قرآن کریم برای فرهنگ‌سازی انفاق به راهبردهای خاصی مربوط به عاملیت اشاره کرده است. از آن جمله راهبرد تقویت انگیزشی عاملان انفاق با به‌کارگیری عقلانیت و نفع‌طلبی و دفع ضرری انفاق‌کنندگان است؛ زیرا یکی از عواملی که باعث تمایل بیشتر انسان بر انجام دستورات می‌شود، دانستن فلسفه انجام آن دستورات و نیز تحریک قوه نفع‌طلبی و استفاده از صفت حب ذات انفاق‌کنندگان است. براساس دیدگاه کارشناسان عقلانیت‌ورزی در عرصه‌های اقتصادی براساس استفاده از ابزار شناخت عقل در کنار آموزه‌های وحی صورت می‌گیرد (شوریده‌بخت، ۱۳۸۹). قرآن کریم برای فرهنگ‌سازی انفاق براساس استفاده از عقلانیت‌ورزی و تقویت انگیزشی جلب نفع و دفع ضرر افراد به فواید و آثار اصل فعل انفاق (حسن فعلی)، بیان و ارزشمندی فاعل انفاق (حسن فاعلی)، انذار و توجه به عذاب دنیوی و اخروی پرداخت نکردن انفاق واجب، اشاره می‌کند؛ چنان‌که انفاق را برای رضایت خدا که بالاترین انگیزه متعالی و مصداق بهترین اعمال (توبه، ۱۲۱) و به نفع خود انفاق‌کننده است، می‌داند (بقره، ۲۷۲) همچنین از جمله فواید و برکات انفاق می‌توان به تزکیه و طهارت نفس، پاک شدن نفس از بسیاری از رذایل اخلاقی (لیل، ۱۸)، حصول آرامش روحی انفاق‌گر در دنیا و آخرت (بقره، ۲۶۵) و جبران و افزایش اموال (بقره، ۲۷۲) و عامل امنیت اجتماعی و نجات‌دهنده از هلاکت و نابودی (محمد، ۳۸) اشاره کرد. مفسران در

تبیین این اثر انفاق نظر دارند که در صورت ترک انفاق، جامعه به نابودی و هلاکت در دنیا دچار می‌گردد؛ زیرا این نابودی افراد ثروتمند را به طریقی و نابودی افراد فقیر به طریق دیگر تهدید می‌کند و امنیت مالی و جانی هر دو گروه را از بین می‌رود (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۳۱۶). و انفاق آتش خشم و شعله‌های سوزان طبقات محروم را فرومی‌نشاند و روح انتقام و کینه‌توزی را از آنها می‌گیرد. در نتیجه امنیت اجتماعی، سلامت اقتصادی و جهات مختلف مادی و معنوی به سود انفاق‌کنندگان (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۳۵۴) در راستای تقویت انگیزشی عاملان انفاق و تحریک عقلانیت و نفع‌طلبی آنان را به همراه دارد. همچنین انفاق به‌عنوان تقوای مالی، راهی برای نجات از بیماری‌های درونی نفس مانند بخل و شُحّ و... بیان شده است که زمینه‌ساز طهارت روح خواهد بود (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۹).

قرآن کریم با بیان ارزشمندی و اجر بزرگ (حدید، ۷)، رحمت واسعه الهی (اعراف، ۱۵۶)، پرداخت کامل پاداش (فاطر، ۲۹)، اعطای عوض و مابه‌ازای مالی که پرداخت شده (سبأ، ۳۹)، به دست آوردن مواهب بهتر و پایدارتر نزد خداوند (شوری، ۳۶)، به ارث بردن بهشت و پاداش‌های آخرتی (شوری، ۳۸)، برکات دنیوی و اخروی و نعمات و ویژگی‌های ارزنده انفاق (بقره، ۱۱۰، ۱۹۵، ۲۴۵، ۲۶۵، ۲۶۸، ۲۷۰، ۲۷۲، ۲۷۴، ۲۷۵؛ انفال، ۴۱، ۷۴؛ آل‌عمران، ۹۲؛ احزاب، ۳۵؛ نساء، ۹۵) و چند برابر کردن انفاق و زکات (روم، ۳۹) برای انفاق‌کنندگان مؤمن (حسن فاعلی) تقویت انگیزشی آنان را مدنظر قرار داده است. همچنین در این راستا انذار و توجه به عذاب دنیوی و اخروی پرداخت نکردن انفاق واجب را اشاره کرده، چنان‌که در سوره‌هایی که در سال‌های آغازین در مکه نازل شدند با لحن توبیخی و تهدیدآمیز خطاب به مردم مکه آنان را برای بخشش و انفاق تحریک می‌کند و درعین حال می‌کوشد نگاه آنان را به نیت و انگیزه انفاق را به سمت خدامحوری هدایت کند. از جمله داستان برادرانی که قصد داشتند محصول باغ خود را برداشت کنند با انذار و توجه به عذاب دنیوی و اخروی پرداخت نکردن انفاق (قلم، ۱۷-۳۳) و به نیت پنهانی دو برادر برای فرار از انفاق اشاره کرده است و واقعه آتش گرفتن باغ را نتیجه نیت پلید آنها در خودداری از انفاق می‌داند که یک مجازات دنیوی بود و مجازات اخروی هم قطعاً در پیش دارند (طبرسی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص ۵۰۷). در همین راستا به خارج کردن طلا و نقره از جریان درست اقتصادی و انفاق نکردن آن وعده مجازات دردناک داده است (توبه، ۳۴) و بر اطعام مستمند نکردن (مدثر، ۴۴) که همان انفاق بر تهی‌دستان جامعه است (طباطبایی، ۱۴۱۷، ج ۲۰، ص ۹۷) وعده دخول دوزخ داده شده است و با این لحن توبیخی همراه با جملات تکان‌دهنده مردم را به دستگیری از نیازمندان ترغیب کرده است (فجر، ۱۷-۱۸؛ ضحی، ۹-۱۰؛ ماعون، ۲-۳؛ نجم، ۳۳-۴۳؛ همزه، ۲-۳؛ بلد، ۱۲-۱۶).

۵-۴-۳. الگونمایی انفاق کنندگان

از دیگر راهبردهای فرهنگ‌سازی انفاق، معرفی الگوهای برتر انفاق‌کنندگان به جامعه است که در مرحله نخست، مربوط به عاملیت و الگونمایی انفاق‌کنندگان است و در مرحله دوم مربوط به ساختار/نهادها از جمله نهاد خانواده، تبلیغات و حکومت است. قرآن کریم به وجود حضرت مریم به‌عنوان یکی از الگوهای پرداخت‌کننده زکات (انفاق واجب) اشاره کرده است (مریم، ۳۱) همچنین در معرفی حضرت اسماعیل آمده است که مورد رضایت پروردگارش بود و همواره خانواده‌اش را به نماز و زکات فرمان می‌داد (مریم، ۵۵) و فرزندان‌ش نیز اهل انفاق بودند (انبیاء، ۷۳) و یکی از نشانه‌های ولی و سرپرست امت، پرداخت‌کننده بودن زکات است (مائده، ۵۵)؛ افزون‌بر آن در توصیف کسانی که اهل اعتدال هستند (فرقان، ۶۷) و در توصیف مؤمنان (نمل، ۲-۳) و محسنین (لقمان، ۳-۴)، متقین (ذاریات، ۱۵-۱۹)، رستگاران (مؤمنون، ۱-۴)، پیشگامان در خیرات (مؤمنون، ۶۰-۶۱)، نمازگزاران حقیقی (معارج، ۲۲-۲۵) و همه دوستان خدا از متقین (بقره، ۵)، مؤمنان (انفال، ۲)، متوکلان و محسنان به ویژگی انفاق‌کننده بودن آنها و به‌عنوان الگو و نمونه اشاره کرده است. از دیدگاه مفسران توصیه قرآن به صدقه و انفاق آشکار، تشویق و دعوت عملی مردم و نمونه و الگو بودن به کار نیک است که مایه دلگرمی فقرا و مساکین و یک نوع تبلیغ عملی است (قرآنی، ۱۳۸۳، ج ۱، ص ۴۳۵) و به راهبرد الگونمایی اشاره دارد.

۵-۴-۴. آموزش و آگاهی‌بخشی عاملان انفاق

یکی از راهبردهای فرهنگ‌سازی و هدایت و تربیت در هر جامعه‌ای، مربوط به ساختار/نهادهایی مانند خانواده، تعلیم و تربیت و سیاست‌گذاری آموزشی توسط نهاد حاکمیت است. مهم‌ترین اشاره فرهنگ‌سازانه قرآن کریم اشاره به گفتمان پرسش درباره انفاق و کسب آگاهی در زمینه چگونگی انفاق مورد پذیرش درگاه الهی است (بقره، ۲۱۵، ۲۱۹). طرح مستمر این پرسش‌ها از سوی مسلمانان نشان می‌دهد که قرآن کریم و پیامبر اکرم، مسلمانان را با آموزش و آگاهی‌بخشی به حدی از رشد و آگاهی رسانده‌اند که خود جامعه و افراد به این مسئله حساس شده و به‌عنوان یک گفتمان و یکی از دغدغه‌های بخشی از جامعه درآمده که از ویژگی‌ها و جزئیات آن سؤال می‌کنند. قرآن کریم در راستای آگاهی‌بخشی جامعه نسبت به بیان ویژگی‌های رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، بیان انواع و واژه‌های مرتبط با انفاق مثل صدقه و قرض دادن به خدا، نحر شتر (کوثر، ۲)، اطعام مساکین و انفاق برای امر جهاد و اصول عملی مانند اعتدال در مورد رفتار بخشش‌گرانه (بقره، ۱۸۴، ۱۹۶، ۲۶۳، ۲۶۴، ۲۷۱، ۲۸۰؛ انفال، ۷۲)، معرفی مصادیق انفاق (بقره، ۱۸۴،

۱۹۶؛ مجادله، ۴؛ مائده، ۸۹، ۹۵؛ آل عمران، ۱۳۴، ۱۳۰؛ فرقان، ۶۷) و آگاهی بخشی نسبت به موانع انفاق، مانند وسوسه‌های شیطانی مبتنی بر ترس از فقر در صورت انفاق مال طیب (بقره، ۲۶۸)، اطمینان نداشتن نسبت به جایگزینی مال انفاق شده (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۴، ص ۴۲)، بی‌صبوری بر مصائب و علاقه به اموال و همسران و فرزندان (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲۴، ص ۲۰۴) و تأثیرپذیری از افراد بخیلی که به جای انفاق به بخل دعوت می‌کنند (طباطبایی، ۱۳۹۳، ج ۴، ص ۵۶۴) اهتمام داشته است و از موارد و زمینه‌های آگاهی بخشی قرآن کریم در راستای فرهنگ‌سازی انفاق است. همچنین قرآن کریم در راستای آگاهی بخشی و بیان استدلال‌ات عقلی بر لزوم انفاق به رفع شبهات منکران انفاق نیز اشاره کرده است (یس، ۴۷)، چنان‌که از قول کفار مغالطه‌ای مطرح می‌کند که در آن، میان اراده تشریحی خدا و اراده تکوینی‌اش خلط کرده‌اند و خداوند بر اطعام نیازمندان قادر است (طبرسی، ۱۴۱۵، ج ۸، ص ۶۶۸) و این چنین با پاسخگویی استدلالی و فعالیت فرهنگی شبهات منکران انفاق را خنثی می‌کنند. براساس این راهبرد قرآن کریم به گفتمان‌سازی، آگاهی دادن و بینش اولیه در مورد رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق اشاره کرده است.

۵-۴-۵. تبلیغات فرهنگی و استفاده از ظرافت‌های هنری تبلیغ انفاق

تبلیغات فرهنگی و استفاده از ظرافت‌های هنری تبلیغ انفاق براساس بیان قرآن کریم در فرازهای گوناگونی اشاره شده است؛ چنان‌که به مؤلفه‌های تبلیغی، تعیین مخاطب، مقدمه‌چینی برای تبلیغ انفاق، استفاده از تمثیل، بیان شروط، هشدار بر حبس حقوق نیازمندان، هشدار بر وسوسه‌های شیطان، بیان کیفیت انفاق، تبشیر به ایمن بودن از عذاب در صورت انفاق و بیان مستحقان انفاق اشاره کرده است (بقره، ۲۵۴-۲۷۴). همچنین در همین راستا، به نهی از رفتار نامطلوب در برابر انفاق، یعنی رباخواری، پررنگ نمودن عنصر ترس در صورت ارتکاب رفتار نامطلوب، توصیه به رفتار جایگزین و پررنگ نمودن عنصر تشویق به انفاق با وعده‌های پاداش، بیان نوع مطلوب انفاق (آل عمران، ۱۳۰-۱۳۸)، بیان آسیب‌های رفتاری مخالفان انفاق، و ویژگی‌ها و گروه بخیلان و ریاکاران و دعوت دوباره به انفاق خالی از آسیب‌های رفتاری و تأکید بر محفوظ بودن اجر و پاداش عمل نیک (نساء، ۳۶-۴۲)، زمینه‌چینی برای دعوت به انفاق، پیشنهاد رفتار مطلوب و افزایش تأثیرپذیری از طریق جاذبه ترس (یس، ۳۳-۵۰)، مقدمه‌چینی برای دعوت به انفاق با معرفی رزق برتر و ماندگار مخصوص مؤمنان (شوری، ۳۰-۴۳)، اشاره دارد. همچنین با زمینه‌سازی بینشی-نگرشی، به معرفی رفتار مطلوب در برابر حق که ایمان و انفاق است، به کاهش نگرانی نسبت به انجام این رفتار تأکید کرده است (حدید، ۱-۱۰). در آیات ۹ تا ۱۱ سوره منافقان با ایجاد

نگرانی به عوامل بازدارنده، به یاد خدا اشاره دارد و رفتار جایگزین و مطلوب انفاق را پیشنهاد می‌کند در گام بعد با افزایش ترس برآمده از اتمام فرصت‌ها با فرارسیدن مرگ، ایجاد اطمینان از کارهای نیک انجام شده را گوشزد می‌کند. در نهایت با مقدمه چینی دعوت به صبر و امر به اطاعت الهی نسبت به موانع احتمالی انفاق هشدار می‌دهد و دعوت به انفاق را با ذکر پاداش‌ها و منفعت واقعی آن با تحریک انگیزه عقلانیت و منفعت‌طلبی انسان‌ها، اشاره کرده است (تغابن، ۱۱-۱۸). قرآن کریم با به‌کارگیری مهارت‌های هنری همانند استفاده از تمثیل و تشبیه برای انتقال پیام انفاق که انفاق مؤمنان را به بذری (بقره، ۲۶۱) و باغ پرثمر (بقره، ۲۶۵) تشبیه کرده است و انفاق کافران را به باد سوزان خراب‌کننده زراعت مثل زده است (آل عمران، ۱۱۷)، استفاده از نهاد تبلیغات در فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق را مدنظر قرار داده است.

۵-۴-۶. قانونگذاری و وضع حقوق اقتصادی انفاق

قرآن کریم راهبرد قانونگذاری و وضع حقوق اقتصادی انفاق را با توجه به مسئولیت نهاد حکومت در امر فرهنگ‌سازی انفاق مورد اشاره قرار داده است. چنان‌که یکی از کلماتی که در مجموعه سوره‌های قرآن کریم در مورد انفاق مکرر استفاده شده است، کلمه حق است، یعنی نیازمندان را صاحبان حق در اموال ثروتمندان معرفی می‌کند که به این وسیله تبیین بنیادی و بیان حقوقی امر انفاق را اشاره می‌کند و با این بیان آنان را به کمک نیازمندان ترغیب می‌کند، چنان‌که در مورد پرداخت انفاق و حق خداوند که در ثمردهی میوه‌هاست، با تعبیر «وَأَتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ» (انعام، ۱۴۱) این حق را بیان می‌کند. از دیدگاه مفسران، مقصود از حق در این تعبیر، آن حق ثابتی است که متعلق به میوه‌های یادشده می‌شود و آیه شریفه به‌طور اجمالی و سربسته از میوه‌ها و حبوبات حقی برای فقرا قائل شده و فرموده که در روز درو غلات و چیدن میوه‌ها، حق فقرا باید داده شود (ر.ک: طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۷، ص ۵۰۱). در قرآن کریم درباره نهاد اقتصاد و حکومت به جایگاه نظام مالکیت و حقوق و قوانین اقتصادی و در نهایت به جایگاه بخش خیریه و انفاق در نظام اقتصادی می‌توان اشاره کرد که به فرهنگ‌سازی انفاق از ساختار/نهادها مرتبط است. وجود قواعد و قوانین مالکیت اصلی و اعتباری در نهاد اقتصاد از دیدگاه قرآن کریم به رسمیت شناخته شده است (بقره، ۲۹). این اصلی است که بسیاری از احکام و قوانین مهم مالکیت و فعالیت‌های اقتصادی، از جمله احکام مربوط به انفاق مبتنی بر آن هست و درحقیقت نسبت به قسمت عمده‌ای از احکام اسلام، جنبه زیربنا برای مناسباتی چون وراثت، حیات، تجارت، نیاز و... دارد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۴، ص ۲۷۳). براساس این اصول اساسی، انفاق از مالی که مال خداوند متعال بوده،

همواره مورد توصیه قرآن کریم است. چنان‌که در آیات گوناگونی به حقوق اقتصادی نیازمندان در اموال ثروتمندان (معارج، ۲۵) و حقوق بنیادین سائل و محروم (معارج، ۲۴، ۲۵؛ روم، ۳۸؛ ذاریات، ۱۹؛ ضحی، ۱۰) در نهاد اقتصاد اشاره شده است. بر این اساس سازوکار حقوقی-اقتصادی انفاق یکی از موارد اساسی برای پرداخت حقوق نیازمندان است که الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق مبتنی بر آن است و قرآن کریم با بیان این حقوق در صدد فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق با استفاده از راهبرد قانونگذاری و بیان حقوق بنیادی در موارد متعلقات انفاق است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که به‌کارگیری الگوی فرهنگ‌سازی قرآنی انفاق راهگشای برچیده شدن فقر و اختلاف فاصله طبقاتی از جامعه است، همان‌گونه که با اجرای این الگو، نهادهای فرهنگی انفاق در جامعه نبوی تحقق پیدا کرده بود و فقیری در جامعه پیدا نمی‌شد که زکات به آنها تعلق گیرد. از الزامات تعاریف الگو و فرهنگ‌سازی، دستیابی به عناصر عام فرهنگ‌سازی است که در ابتدا اثرگذاری بر عناصر و بخش‌های شناختی و گرایشی-انگیزشی اشخاص جهت فرهنگ‌سازی، اتخاذ راهبردهای مناسب را می‌طلبد و دوم اینکه نهادهای فرهنگی و اجرایی عملی راهبردهای مناسب از سوی عوامل فرهنگ‌سازی، یعنی عامل انسانی، ساختار/نهادهای سازمان‌ها انجام می‌گیرد. بر این اساس، نهادهای فرهنگی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق در جامعه، به‌معنای اجرای فرایند و جریانی است که طی آن بتوان این رفتار اقتصادی-اجتماعی را به‌صورت منظم و بادوام از سوی راهبردهایی در جامعه گسترش داد، به‌نحوی که در متن و عمق جامعه تأیید شده و ارزش‌ها و مقررات مربوط به آن از سوی افراد جامعه به رسمیت شناخته شود.

ترسیم ۲: فرایند الگوی فرهنگ‌سازی



منبع: یافته‌های تحقیق

بر این اساس، الگوی فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق براساس عناصر بینشی و انگیزشی انفاق شکل می‌گیرد که عبارت است از آموزه‌هایی که رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق را براساس دیدگاه قرآن کریم تبیین می‌کند و در فرایند دیگر عامل انسانی، نهادها و سازمان‌ها در فرهنگ‌سازی انفاق نقش دارد و آیات روشنی بر این نقش تأکید دارد. چنان‌که نقش نهادهای خانواده، تعلیم و تربیت، تبلیغات، حاکمیت، اقتصاد و دین در این فرهنگ‌سازی به‌طور مستدل اشاره شده است. در فرایند دیگر فرهنگ‌سازی رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق، راهبردهایی برای نهادینه‌سازی این رفتار در آیات مختلف اشاره شده است که مهم‌ترین آنها تقویت بینشی و انگیزشی و الگومایابی عاملان انفاق، آموزش و آگاهی بخشی، تبلیغات فرهنگی و استفاده از ظرافت‌های هنری تبلیغ، قانونگذاری و وضع حقوق اقتصادی است. براساس این راهبردها می‌توان نتیجه گرفت که قرآن کریم نخست متناسب با شرایط مختلف اجتماعی و اقتصادی جامعه و بیان قوانین راهگشا هم‌زمان با فعالیت‌های فرهنگی و فکری در راستای بینش‌سازی و تحریک انگیزشی جامعه توصیه نموده است تا مردم برای پذیرش و اجرای آن قوانین آمادگی و انگیزه کافی داشته باشند. همچنین قرآن کریم به تدریج با تذکرات و هشدارهای بیدارکننده و بیان مشوق‌ها و نیز با استدلال‌ات عقلی، جامعه را به موضوع رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق برای رفع نیازمندان جامعه حساس کرده تا رذایل اخلاقی را از آن بزداید و جامعه را به حدی از رشد فکری در این زمینه برساند که خود جامعه به این مسئله حساس شود و پیگیر آن باشد؛ در گام آخر توانست جامعه را به حدی برساند که یک ساختار اجتماعی منظم برای دریافت و مصرف هدفمند این بخشش‌ها داشته باشند. در این الگو، رفتار اقتصادی-اجتماعی انفاق یک برنامه چندبعدی و چندوجهی است؛ هدف بعد اقتصادی آن کاهش شکاف طبقاتی و رفع نیاز مستمندان است، اما بعد مهم‌تر آن، بعد تربیتی و انسان‌سازی است که با نقش‌آفرینی عاملیت و ساختار/نهادها و مبتنی بر اصل نهادینه‌سازی نیکوکاری و بخشش تحقق پیدا می‌کند.

منابع

- * قرآن کریم.
- * نهج البلاغه.
۱. آخوندی، محمدباقر (۱۳۹۰)، «یگانگی یا دوگانگی عاملیت و ساختار در تفاسیر قرآن»، دو فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، دوره ۳، ش ۶، ص ۴۸-۷۵.
 ۲. اعرافی، علیرضا (۱۳۸۷)، فقه تربیتی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
 ۳. باقری، خسرو (۱۳۸۲)، هویت علم دینی، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
 ۴. جلالی پور، حمیدرضا و جمال محمدی (۱۳۸۷)، نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی، نشرنی.
 ۵. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۲)، عقل در هندسه معرفت دینی، قم: اسراء.
 ۶. جهانیان، ناصر (۱۳۸۸)، اسلام و رشد عدالت محور، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
 ۷. حبیبی، رضا (۱۳۹۴)، «مبانی تعلیم و تربیت از دیدگاه آیت‌الله جوادی آملی»، حکمت اسراء، س ۷، ش ۳، پیاپی ۲۵، ص ۶۷-۹۷.
 ۸. حکیم، سیدمنذر (۱۳۸۸)، مجتمعاتی فکر و تراث الشهد محمدباقر الصدر، تهران: المجمع التقریب بین المذاهب الاسلامیه.
 ۹. دیوالدر، واس (۱۳۹۹)، قدرت علی ساختارهای اجتماعی، مترجم: اکبر احمدی، تهران: نشر علم.
 ۱۰. رضازاده جویباری، علی و فتح‌الله نجارزادگان (۱۳۹۷)، «راهبردها و روش‌های نهادینه‌سازی فرهنگ قرآن بر پایه گرایش فطری انسان به کمال و زیبایی»، قرآن شناخت، س ۱۰، ش ۲ (پیاپی ۲۱).
 ۱۱. زبیدی، محمد بن محمد مرتضی (۱۴۱۴)، تاج العروس من جواهر القاموس، محمد بن یعقوب فیروزآبادی و علی شیری، بیروت: دار الفکر.
 ۱۲. سلیمی فر، مصطفی (۱۳۸۹)، مقاله؛ مقدمه‌ای بر الگوی توسعه اسلامی ایرانی، کتاب نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی، بی‌جا.

۱۳. سلیمی، سیده فاطمه؛ سید عبدالله اصفهانی و فاطمه حسن نژاد (۱۳۹۹)، «مؤلفه‌های معنایی واژه «انفاق» در گفتمان قرآن کریم با تأکید بر روابط هم‌نشینی»، پژوهش دینی، دوره ۱۹، ش ۴۰، ص ۳۴-۵.
۱۴. سلیمی، هادی؛ رضا شکرانی و محسن فریور (۱۳۹۸)، «بررسی نهادینه‌سازی اطعام مسکین در بستر تاریخی نزول قرآن»، تحقیقات علوم قرآن و حدیث، س ۱۶، پاییز، ش ۳ (پیاپی ۴۳)، ص ۶۱-۹۰.
۱۵. سینگر، پیتر (۲۰۱۵)، دیگر دوستی مؤثر، مترجم: آرمین نیاکان، تهران: انتشارات نشر نی.
۱۶. شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۹)، «بایسته‌های فرهنگ‌سازی»، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی و رسانه، س ۴، ش ۵، ص ۵۰.
۱۷. شفیعی سروستانی، ابراهیم (۱۳۹۴)، «فرهنگ‌سازی، اولویت نخست رسانه ملی، گفتگو با دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی»، مجله مطالعات اجتماعی و رسانه بهار، س ۴، ش ۵، ص ۷-۲۳.
۱۸. شوریده‌بخت، زینب (۱۳۸۹)، «بررسی عقلانیت در اقتصاد اسلامی و تأثیر آن بر امنیت اقتصادی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد، استاد راهنما: محمدحسین حسین‌زاده بحرینی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۱۹. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۳ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، اسماعیلیان، قم.
۲۰. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
۲۱. طبرسی، ابوعلی الفضل بن الحسن (۱۴۱۵ق)، مجمع البیان، بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات، اول.
۲۲. طبرسی، علی بن حسن بن فضل (۱۳۷۴ش)، مشکاة الأنوار فی غرر الأخبار، ترجمه عزیزالله عطاردی، تهران: عطارد.
۲۳. عبدالله‌زاده، آرانی، رحمت‌الله؛ مجتبی بیابان پورآرانی، سمیه خاری آرانی (۱۳۹۸)، «بررسی «انفاق در قرآن» براساس ترتیب نزول آیات»، قرآن شناخت، س ۱۲، ش ۲ (پیاپی ۲۳).
۲۴. عزتی، مرتضی و پروانه نورمحمدلو (۱۳۹۱)، «برآورد اثر متغیرهای اقتصاد کلان بر انفاق»، پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، س ۲۰، ش ۶۳.
۲۵. قرائتی، محسن (۱۳۸۳)، تفسیر نور، چاپ یازدهم، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
۲۶. قرائتی، محسن (۱۳۸۸)، قرآن و تبلیغ، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
۲۷. قرشی بنابی، سیدعلی اکبر (۱۴۱۲ق)، قاموس قرآن، تهران: نشر دار الکتب الاسلامیه.
۲۸. قطب، محمد (۱۳۷۴ش)، نبرد سنت‌ها، چاپ اول، انتشارات: وثقی.

۲۹. قلی‌پور، آرین (۱۳۸۴)، نهادها و سازمان‌ها، اکولوژی نهادی سازمان‌ها، تهران: سمت.
۳۰. قنادان، منصور و همکاران (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی (مفاهیم کلیدی)، تهران: آوای نور.
۳۱. کاظمی‌نسب، رحمان و محمدناصر داوودی (۱۳۹۹)، «نقش اجتماعی و اقتصادی انفاق از منظر قرآن کریم»، پژوهش و مطالعات علوم اسلامی، س ۲، ش ۱۴، ص ۱۲-۲۲.
۳۲. کلینی، ابی جعفر محمد ابن یعقوب ابن اسحاق (۱۴۰۷ ق)، الکافی، مصحح: علی اکبر غفاری و محمد آخوندی، الناشر: دار الکتب الإسلامية، تهران.
۳۳. گرامی، غلامحسین و نرگس جعفری (۱۳۹۸)، «بررسی آیات انفاق، با رویکرد انگیزشی در تفسیر المیزان»، مطالعات تفسیری، س ۱۰، ش ۴۰، ص ۱۱۷-۱۲۸.
۳۴. گرین، مگ (۲۰۰۴)، مادر ترزا، یک زندگینامه، مترجم: رفیع رفیعی، تهران: نشر ثالث.
۳۵. مسعودی پور، سعید؛ بهروز قاسمی و محمود محمدیان (۱۳۹۷)، «طراحی الگوی تبلیغی قرآنی در موضوع بازاریابی اجتماعی انفاق»، اندیشه مدیریت راهبردی، س ۱۲، ش ۱ (پیاپی ۲۳)، ص ۴۸-۵.
۳۶. مسعودی پور، سعید و بهرام خیری (۱۳۹۳)، «جاذبه‌های تبلیغاتی مطلوب در بازاریابی اجتماعی انفاق براساس آموزه‌های قرآنی»، نشریه اندیشه مدیریت راهبردی، س ۱، ص ۶۷-۹۷.
۳۷. مصباحی مقدم، غلامرضا (۱۳۸۹)، مقاله؛ گامی به سوی تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، کتاب نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی، بی‌جا.
۳۸. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الإسلامية.
۳۹. میرمعزی، سید حسین (۱۳۸۹)، الگوی پیشرفت و اسلامی سازی علوم انسانی، بازاریابی در ۱۳۹۳/۹/۸، از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله سیدعلی خامنه‌ای.
۴۰. نصیری‌زاده، حمیدرضا و سعیده سعیدی‌نیا (۱۳۹۳)، «بازار اسلامی: مولود نظام اقتصادی صدر اسلام»، سیاست‌گذاری اقتصادی، ش ۱۱، ص ۱۴۹-۱۶۸.
۴۱. نظری، حسن‌آقا (۱۳۹۲)، «روش‌شناسی فقه نظریات اقتصادی از منظر شهید صدر»، معرفت اقتصادی، ش ۲.