

اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم با تکیه بر راهبردهای روان‌شناختی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۴

مسعود رستنده* سیدحمید حسینی** ابوالقاسم یعقوبی***

چکیده

هر دین آسمانی یک‌سخن جهانی دارد. سخن جهانی اسلام، اخلاق است که مبنای همه فعالیت‌های فردی و اجتماعی به شمار می‌آید. در عرصه اقتصاد رقابت آن‌قدر جدی است که گاه برخی برای ربودن گوی سبقت، حاضرند حریم اخلاق را بشکنند تا به هر قیمتی سود لازم را به دست آورند. در مکتب اقتصادی اسلام لازم است اخلاق اقتصادی در رقابت‌های اقتصادی رعایت شود و فضایی چون اتقان در کار، انصاف، عدالت و قسط مورد توجه قرار گیرد و از رذایلی مانند: کم‌فروشی، رباخواری، احتکار، اسراف و تبذیر پرهیز گردد. هدف این پژوهش ارائه راهبردهای روان‌شناختی قرآن برای رشد اخلاق اقتصادی است. روش این پژوهش با رویکرد کیفی و تحلیل محتواست و در آن از فن تحلیل محتوای مضمونی بر مبنای واحد جملات استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، کل قرآن و حجم نمونه، ۹۵ آیه از آیات قرآن است. روش نمونه‌گیری هدفمند بوده و با هدف انتخاب آیات اقتصادی که اشارات اخلاقی و روان‌شناختی دارند، انجام گرفته است. در این پژوهش راهبردهای شناختی، دیداری، شنیداری، گفتاری و کرداری قرآن برای رشد اخلاق اقتصادی با ابزار جدول تحلیل محتوای کمی و کیفی ارائه و آنگاه نمایه مدل مفهومی آن نیز طراحی شده است.

واژگان کلیدی: اقتصاد، اخلاق، راهبردهای رشد، قرآن، روان‌شناختی.

طبقه‌بندی JEL: Z19, Z12

* دانشجوی دکتری علوم قرآن و حدیث، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.

Email: MasoudRastandeh@yahoo.com.

** استادیار گروه علوم و قرآن و حدیث، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران (نویسنده

Email: Hoseinihamid2@gmail.com.

مسئول).

*** استاد گروه روان‌شناسی دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی همدان، همدان، ایران.

Email: Yaghobi41@yahoo.com.

مقدمه

اقتصاد از مؤلفه‌های مهم زندگی انسان است. مؤید آن حدیث شریف «مَنْ لَا مَعَاشَ لَهُ لَا مَعَادَ لَهُ» است. پیامبر ﷺ می‌فرماید: خدایا اگر ما نان نداشتیم نمی‌توانستیم نماز بخوانیم، صدقه بدهیم و روزه بگیریم (مطهری، ۱۳۹۷). قرآن از نادر به فقیر تعبیر می‌کند؛ یعنی کسی که ستون فقراتش شکسته است و برای سامان‌دهی اقتصادی جوامع بشری دستور می‌دهد که امواتان را به دست نخبگان جامعه بسپارید نه به دست سفیهان و بی‌خردان (نساء: ۴) (جوادی آملی، ۱۳۹۸)؛ بنابراین مال را نباید به دست مسئولان سفیه سپرد؛ زیرا اقتصاد پویاست که انسان را به حرکت در می‌آورد و عامل و ستون قیام یک ملت می‌شود (جوادی آملی، ۱۳۹۷). کسی که زندگی مادی ندارد، زندگی مذهبی و معنوی هم ندارد و دروغ می‌گوید که اندروم از نور پر است. اندرون باید پر از غذا باشد. در فقر، جهل می‌زاید نه دین. /بوذر می‌گوید: وقتی فقر وارد خانه‌ای شد دین از در بیرون می‌رود این غیر از مذهبی است که می‌گوید در فقر، رضایت خدا هست. دین وقتی وجود دارد که زندگی مادی و اقتصادی جامعه، یک زندگی مرفه و پر از عدالت اجتماعی باشد. اگر فقر هست، جهل هست. جهل، فساد است و فساد، انحطاط و فساد اخلاقی است (شریعتی، ۱۳۹۸، ص ۷۳). آثار فقر، جبران‌ناپذیر است. آثار روحی مثل خودکمترینی، سستی اراده، ضعف اندیشه، تشویش و اضطراب است. اثر اعتقادی فقر همان کفر است و آثار اجتماعی نیز عبارت‌اند از: انزوا، کینه و دشمنی (ایروانی، ۱۳۸۴، ص ۱۷۱).

در عصر حاضر، عرصه اقتصاد، عرصه پرقابتی است؛ تا جایی که برخی برای ربودن گوی سبقت حاضرند حریم اخلاق را بشکنند و به هر قیمتی هم که شده سود لازم را به دست آورند. رقابت افراد، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در تولید، توزیع و مصرف است. متأسفانه در برخی از موارد شاهد سقوط اخلاق در این رقابت‌ها هستیم و شاهد عدم اتقان در کار، کم‌فروشی، رباخواری، احتکار، اسراف، تبذیر، حرص و حبّ به دنیا می‌باشیم. با توجه به حدیث شریف نبوی «هَلَاكُ النَّاسِ فِي ثَلَاثٍ: الْكِبْرُ وَالْحِرْصُ وَالْحَسَدُ» (مجلسی، ۱۳۹۸، ج ۷۵، ص ۱۱)، یکی از ضلع‌های مثلث سقوط انسان، عرصه اقتصاد است. قرآن کریم برای درمان اختلال روانی حرص، راهبرهای روان‌شناختی دقیقی را پیش روی ما قرار داده است؛ برای نمونه خداوند به معرفی شخصیت اقتصادی انصار مدینه می‌پردازد که چگونه

به استقبال مهاجران مکه رفتند. «وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَنْ يوقْ شِحْنًا نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ: و [فئیء (غنایمی که بدون جنگ به دست می آید) مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۹۱، ج ۲۳، ص ۵۱۱)) برای] کسانی [از انصار است] که پیش از مهاجران در سرای هجرت و ایمان [یعنی مدینه] جای گرفته اند، [و] کسانی را که به سوی آنان هجرت کرده اند دوست دارند و در سینه های خود نیاز و چشم داشتی به آنچه به مهاجران داده شده است نمی یابند و آنان را بر خود ترجیح می دهند گرچه خودشان را نیاز شدیدی باشد و کسانی را که از بخل و حرصشان بازداشته اند، اینان همان رستگاران اند» (حشر: ۵۹).

ادبیات و پیشینه موضوع

برای علاج رفتارهای نامناسب اقتصادی، شایسته است راهبردهای روان شناختی درمان این اختلال، از منظر قرآن که انسان را به استوارترین راه هدایت می نماید (اسراء: ۱۷)، مورد بررسی قرار گیرد تا به اخلاق اقتصادی شایسته دست یابیم.

علم اخلاق، علمی است که در آن از تهذیب نفس و چگونگی رابطه افراد خانواده با یکدیگر و با جامعه بحث می شود و ملکات خوب و بد را به ما می شناساند (خلیلی، ۱۳۹۲، ص ۳).

علم اقتصاد به تجزیه و تحلیل رویدادها اقتصادی و کشف عوامل آن برای نیل به اهداف اقتصادی می پردازد. محورهای اصلی علم اقتصاد تولید، توزیع و مصرف است (ایروانی، ۱۳۸۴، ص ۲۵). نظام اقتصادی مجموعه ای هماهنگ از نهادهای اقتصادی است که به منظور تحقق اهداف اقتصادی گرد هم آمده باشد (ایروانی، ۱۳۸۴، ص ۲۵). از دیدگاه شهید صدر، ساختمان عمومی اقتصاد اسلامی از سه اصل تشکیل یافته است: ۱. اصل مالکیت مختلط (خصوصی، عمومی و دولتی) و اسلام برای هر یک از این اشکال سه گانه مالکیت، میدان عمل خاصی اختصاص داده است. ۲. اصل آزادی اقتصادی در کادر محدود؛ یعنی در چارچوب ارزش های معنوی و اخلاقی. ۳. اصل عدالت اجتماعی یعنی نظام توزیع ثروت در جامعه اسلامی (صدر، ۱۳۵۰، ص ۳۵۴). پس می توان اخلاق اقتصادی را این گونه تعریف

کرد که: اخلاق اقتصادی التزام و پایبندی به اصول و مبانی انسان‌شناسی، کرامت‌ورزی، عزت‌مندی و حکمت‌مداری در فعالیت‌های اقتصادی است؛ چنین حالتی باعث می‌شود که در صورت مشاهده ورشکستگی رقیب، درصدد حل مشکل و معضل برآییم.

ازجمله اموری که در اخلاق اقتصادی باید به آن توجه خاص شود، مبارزه با اسراف، تبذیر، اتراف و مانند آنهاست؛ یعنی کسانی که نسبت به اموال خود و دیگران بی‌قیدند و در تولید و مصرف، به هیچ اصولی پایبند نیستند، جامعه را با بحران اقتصادی مواجه خواهند نمود؛ بنابراین توجه به اخلاق در حوزه اقتصاد در بخش نظر و عمل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

پژوهش حاضر، به دنبال راهبردهای روان‌شناختی برای رشد اخلاق اقتصادی است. مایکل پورتر راهبرد یا استراتژی (Strategy) را این می‌داند که من تصمیم شفاف و دقیق در مورد نحوه رقابت با دیگران بگیرم (عزیزی، ۱۳۹۷). راهبرد شامل سه مفهوم است: ۱. ترسیم اهداف (هدف‌شناسی)؛ ۲. شناخت امکانات و شرایط (ابزارشناسی)؛ ۳. ارائه بهترین شیوه اجرا (روش‌شناسی)؛ بنابراین راهبرد عبارت از طرح عملیاتی، به منظور هماهنگی و سازمان‌دهی اقدامات برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده است (روشن‌دل، ۱۳۷۰، ص ۲۴۲-۲۳۵).

روان‌شناسی از نظر کنت کلارک، مطالعه عینی رفتار است (کلارک، ۱۹۷۰م). روان‌شناسی، رفتار را به صورت علمی بررسی می‌کند. رفتار به هرگونه فعالیتی که از موجود زنده سر می‌زند اطلاق می‌شود؛ مانند راه رفتن، غذا خوردن، پرخاشگری و مانند آن. علاوه بر این، رفتارهایی نیز وجود دارند که قابل مشاهده نیستند؛ مانند احساس و ادراک (بهرامی‌زاده، ۱۳۹۸). موضوع روان‌شناسی، رفتار موجود زنده است و هدف آن تجزیه و تحلیل حالت روانی است تا کشش‌ها و حقایقی که بر روحیه و رفتار انسان حکم فرماست، کشف شود (استوتزل، ۱۳۳۹، ص ۱۳۰). تعریف رفتار بیان می‌کند: رفتار، جمیع فعالیت‌هایی است که از موجود زنده سر می‌زند مثل راه رفتن، مطالعه کردن، دادوستد و ... (عظیمی، ۱۳۶۶، ص ۳۶). روان‌شناسی می‌خواهد بداند تفاوت روانی، معلول محیط است یا فطری است (مان، ۱۳۷۳، ص ۳۰-۳۱).

در این پژوهش شخصیت فعالان اقتصادی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. شخصیت به مجموعه افکار، هیجانات و رفتارهای متمایز و پایداری گفته می‌شود که شیوه انطباق ما را با دنیا نشان می‌دهد.

روان‌شناسی و اقتصاد، رابطه مؤثری دارند تا جایی که رشته‌هایی چون روان‌شناسی صنعتی، روان‌شناسی اجتماعی، روان‌شناسی مدیریت، روان‌شناسی تربیتی، بهداشت روانی در کارخانه‌ها، مددکاری اجتماعی، مشاوره و راهنمایی شغلی و حرفه‌ای، تأثیر شگرفی در بهبود اقتصادی دارند و مورد استقبال متصدیان تولید، توزیع و مصرف قرار گرفته‌اند (مصباح، ۱۳۹۸).

از سوی دیگر روان‌شناسی و اخلاق اقتصادی هم رابطه تنگاتنگی دارند که به چند نمونه اشاره می‌شود: در باب مذهب و اخلاق، راش یکی از بنیان‌گذاران علم روان‌شناسی می‌گوید: مذهب آن‌قدر برای پرورش و سلامت روح و روان آدمی اهمیت دارد که هوا برای تنفس (محمدی، ۱۳۹۸). همه این توصیه‌ها به خاطر آن است که حرص، یک اختلال روانی بسیار خطرناک است. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «الْحِرْصُ عِنَاءٌ مُؤَبَّدٌ: بیماری حرص، رنجی دائمی و پایدار است» (آمدی، ۱۳۶۰، ص ۲۹۴)؛ البته حرص و طمع در مادیات امری قبیح و ناپسند است؛ اما در معنویات امر پسندیده‌ای به شمار می‌رود (رحمتی شهر، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۳۸۳). از دیدگاه روان‌شناسان، افراد تجمل‌گرا و مصرف‌گرا دچار بحران هویتی و شخصیتی می‌شوند و حاضر هستند، برای تأمین این خلأ، حتی وام بگیرند یا قرض کنند تا بتوانند آن را جبران کنند. در غیر این صورت چیزی برای از دست دادن ندارند و دچار افسردگی و شکست می‌شوند. جامعه مصرفی و تجمل‌گرا نیز از ارزش‌هایش فاصله می‌گیرد و با ارزش‌های بومی خود بیگانه می‌شود. روان‌شناسان معتقدند تجمل‌گرایی با اضطراب ارتباط مستقیمی دارد و مشکلات هویتی و تربیتی را به همراه دارد (ماهرزاده، ۱۳۹۸). امام علی علیه السلام برای رهایی از مصرف‌گرایی، خط‌مشی و مرزبندی زیبایی را در مدیریت اقتصادی به تصویر می‌کشند و می‌فرمایند: «كُنْ سَمْحًا وَ لَا تَكُنْ مُبَدِّرًا وَ كُنْ مُقَدِّرًا وَ لَا تَكُنْ مُقْتَرًّا: بخشنده باش و ولخرج مباش. صرفه‌جو باش و سخت‌گیر مباش» (نهج‌البلاغه، ص ۴۷۴). امام باقر علیه السلام در مقایسه آثار مدیریت اقتصادی و قناعت با آثار تبذیر و اسراف می‌فرماید: «مَنْ اقْتَصَدَ وَ قَنَعَ بَقِيَّتِ عَلَيْهِ النُّعْمَةُ وَ مَنْ بَدَّرَ وَ اسْرَفَ زَالَتْ عَنْهُ النُّعْمَةُ: هر کس

میان‌روی و قناعت پیشه کند، نعمت بر او پایدار ماند و آن کس که تَبذیر و اسراف کند، نعمت از کف او بیرون رود» (حرّانی، ۱۴۰۴ق، ص ۴۷۱)؛ همچنین امام صادق علیه السلام درباره پیامد درخشان مدیریت اقتصادی مطلوب می‌فرمایند: «ضَمِنْتُ لِمَنْ اِقْتَصَدَ اَنْ لَا يَفْتَقِرَ: مَنْ ضَمِنْتُ مِي كُنْمَ كَه هِر كَه مِيَانَه رُوي پيشه كند، فقير نشود» (كليني، ۱۴۰۱ق، ج ۴، ص ۵۳). در باب شکرگزاری به خاطر شغل، *راندل برن* چه زیبا می‌نویسد: اگر قدردان شغل فعلی خود باشید هرچند کاملاً با آرزوهایتان منطبق نباشد، به‌زودی فرصت‌های بی‌ظنیری بر سر راهتان سبز خواهد شد. هرچه بیشتر سپاسگزاری کنید، این احساس باورتان می‌شود. او معتقد است: قدرشناسی، درمان روابط سخت و شکست خورده، نداشتن پول، بیماری و ناراحتی‌هاست. قدرشناسی، ترس، نگرانی، اندوه و یأس را از بین می‌برد و با خودشان شکیبایی، مهربانی، دلسوزی، فهم و آرامش ذهن را به همراه می‌آورد. ملت‌هایی که در آینده دنیا را رهبری می‌کنند آنهایی هستند که رهبران و مردمشان، شکرگزارترین‌اند. شکرگزاری افراد یک مملکت، باعث بالیدن و ثروتمند شدن آن کشور می‌شود و کاهش چشمگیر مرض و بیماری، رونق گرفتن تجارت، تولید بیشتر، شادی و صلح فراگیر را برای آن ملت در پی خواهد داشت. فقر ناپدید می‌شود و هیچ انسان گرسنه‌ای پیدا نخواهد شد؛ چراکه یک ملت شاکر هیچ‌گاه چنین امری را بر نخواهد تافت (راندل برن، ۱۳۹۸).

سخاوت و بخشندگی آثار روان‌شناختی ارزشمندی دارد. امام علی علیه السلام می‌فرمایند: «سخاوت و بخشندگی، محبت می‌آورد و اخلاق را زینت می‌بخشد. تحقیقات روان‌شناختی حاکی از آن است که سخاوت، مایه آرامش خویش و آسایش دیگران می‌گردد» (شعاعی، ۱۳۹۸). امام صادق علیه السلام در مقایسه شخصیت انسان سخاوتمند و بخیل می‌فرماید: «جاهل سخاوتمند نزد خدا از عابد بخیل محبوب‌تر است» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۸، ص ۳۵۷).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رفتارهای اخلاقی و دینی رابطه مستقیمی با ارتقاء سلامت روان دارند؛ به عنوان مثال، یکی از عبادت‌های پیشنهادی خداوند، انفاق و بخشش مال به دیگران است که روان‌شناسان آن را روشی برای تکامل روح انسان می‌دانند؛ زیرا که نه تنها انسان را به خدا نزدیک می‌کند و اخلاقیات را پرورش می‌دهد، بلکه به روابط حسنه او با خلق خدا نیز می‌انجامد (بیگلریگی، ۱۳۹۸).

مرویان (۱۳۹۶) در مقاله «بررسی اعجاز روان‌شناختی قرآن» به ارائه بینش روان‌شناسانه موجود در قرآن پرداخته و به بیان بینش و نظام شگرف قرآن کریم بر مبنای ویژگی‌های شخصیت سالم مبادرت ورزیده است. وی نتیجه می‌گیرد با توجه به اینکه در بیش از چهارده قرن پیش که اساساً دانش و علمی با عنوان روان‌شناسی مدون مطرح نبوده، وجود این‌چنین دیدگاه‌ها و بینش‌های عمیق روان‌شناسانه در قرآن کریم، نشان از اعجاز قرآن در این زمینه دارد؛ زیرا با گذر زمان و دستیابی علوم به دستاوردهای جدید، نه تنها کهنه نشده بلکه هماهنگی آن با جدیدترین دستاوردهای علم روان‌شناسی بیش‌ازپیش روشن شده است.

شریفی (۱۳۸۹) در مقاله «اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم» نتیجه می‌گیرد که اخلاق اقتصادی قرآن در سه محور تولید، توزیع و مصرف قابل بحث و بررسی است که در تولید، رعایت اصول اخلاقی و توجه به ارزش‌ها، ایمان به قدر الهی، رازقیت الهی و کار و تلاش و در توزیع، پرهیز از کم‌فروشی، رباخواری، دروغ، احتکار و رعایت عدل و انصاف مطرح‌اند و اصول اخلاقی قرآن در مصرف، سه محور افراطی، تفریطی و اعتدالی را در برمی‌گیرد که در مصرف افراطی، اسراف و تبذیر، طمع، حرص، حب دنیا و در مصرف تفریطی، بخل و در مصرف اعتدالی، زهد، سخاوت، قناعت و انفاق مطرح است.

ایروانی (۱۳۸۳) در مقاله «اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث» نتیجه می‌گیرد که اخلاق با اقتصاد، رابطه انکارناپذیر دارد و مبانی اخلاق با مبانی سرمایه‌داری، رابطه تباینی دارد و ارزش‌های معنوی در رشد اقتصادی نقش مؤثری دارند. در این مقاله به ارائه عناصر اخلاق اقتصادی در سه بخش تولید، توزیع و مصرف پرداخته شده و شیوه‌های مقابله فرهنگی با زمینه‌ها و آثار فقر و تکاثر، تبیین اصول حاکم بر اخلاق تجارت و معیارهای الگوی مصرف را تبیین گردیده است.

نعمتی (۱۳۸۴) در مقاله «تاریخچه‌ای از علم اقتصاد در جایگاه علمی اخلاقی» با نگاهی گذرا به تاریخ عقاید اسلامی، نشان می‌دهد که دانش اقتصاد در بستر اخلاق رشد کرده و تا مدّت‌ها با عنوان تدبیر منزل یعنی یکی از اقسام حکمت عملی (Practical Sciences) قلمداد می‌شد؛ اما به علل گوناگون از جمله پیشرفت چشمگیر علوم طبیعی و برتری یافتن

روش تجربی و نیز اتخاذ روش‌شناسی پوزیتیویستی در علم اقتصاد (Positivist Methodology)، رفته رفته دانش اقتصاد از دغدغه و مسائل اخلاقی جدا شد.

آقانظری (۱۳۸۳) در مقاله «عدالت اقتصادی از نظر افلاطون، ارسطو و اسلام» به این نتایج می‌رسد که عدالت اقتصادی از نظر افلاطون و ارسطو، بر عنصر تناسب و شایستگی افراد و توزیع مشاغل و مسئولیت‌های تأثیرگذار بر اساس همین شایستگی طبیعی، اصرار دارد و اسلام، جهت تحقق عدالت اقتصادی بر اجرای حقوق متقابل بین حاکمیت و ملت تأکید دارد. وی در پایان مقاله می‌نویسد که تحقق عدالت اقتصادی مشکلات عدیده‌ای دارد که مهم‌ترین آنها، وجود «رانت» است که عوامل اساسی رانت عبارت‌اند از: وضعیت نابه‌هنجار اقتصادی، عامل اجتماعی و عامل اطلاعات؛ آنگاه نتیجه می‌گیرد اگر قرار است حقوق متقابل حاکمیت و ملت و عدالت اقتصادی محقق شود، باید زمینه‌های رانت‌خواری در بخش‌های گوناگون اقتصادی از بین برود.

دیوید هیوم (Hume, D) (۱۷۳۹م) در کتاب رساله‌ای درباره طبیعت آدمی به این نتیجه می‌رسد که جامعه را از طریق کسب ثروت و منفعت، بهتر می‌توان حفاظت کرد تا از طریق سرکوب امیال و انزواطلبی. وی با غلبه تفکر انسان‌گرایانه (اومانیزم) (Humanism) و تغییر نگاه به اخلاق، در رابطه بین خرد و میل، برخلاف ارسطو نتیجه می‌گیرد که خرد، حریف میل نمی‌شود و ابزاری در خدمت امیال نفسانی (شهوت) است. جمله «عقل فقط برده امیال نفسانی است و باید هم باشد»، از اظهارات کلیدی اوست. او معتقد است یک میل می‌تواند عاملی توازن بخش برای کنترل سایر امیال باشد.

آدام اسمیت (Smith, A) (۱۷۷۶م) در کتاب ثروت ملل یا تحقیقی پیرامون ماهیت و اسباب ثروت ملل متأثر از فیزیوکرات‌ها که ارمغان یکی از سفرهایش به فرانسه است، می‌گردد. وی در کتابش به این نتیجه می‌رسد که بر مبنای نظریه «نظام آزادی طبیعی»، هر فرد آزاد است، بدون دخالت دولت، منافع شخصی خود را در یک فضای رقابتی دنبال کند؛ البته او بلافاصله توضیح می‌دهد که این نظام تا وقتی می‌تواند به کار خود ادامه دهد که از «قوانین عدالت» (Law of Justice) تخطی نشود.

مندویل (Mandeville) (۱۹۲۴م) در کتاب *افسانه زنبوران عسل* نگاه منفعت‌طلبی به اقتصاد دارد. از دیدگاه او منفعت‌طلبی نه یک رذیلت، بلکه یک موهبت است که با کنترل امیال خطرناک‌تر، به نظم و بقای جامعه کمک می‌کند.

درباره اخلاق اقتصادی مقالات ارزنده‌ای به رشته تحریر درآمده است؛ اما از منظر روان‌شناختی کمتر به این موضوع پرداخته شده است؛ اما در این پژوهش، مدیریت اخلاقی و روان‌شناختی در فعالیتهای اقتصادی مد نظر قرار گرفته است.

هدف این پژوهش این است که راهبردهای روان‌شناختی را از منظر قرآن کریم برای رشد اخلاق اقتصادی و درمان اختلالات روانی در فعالیتهای اقتصادی ارائه نماید؛ زیرا راهبردهای قرآن تضمین‌کننده است. «إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ: بی‌تردید این قرآن به استوارترین آیین هدایت می‌کند» (اسراء: ۱۷).

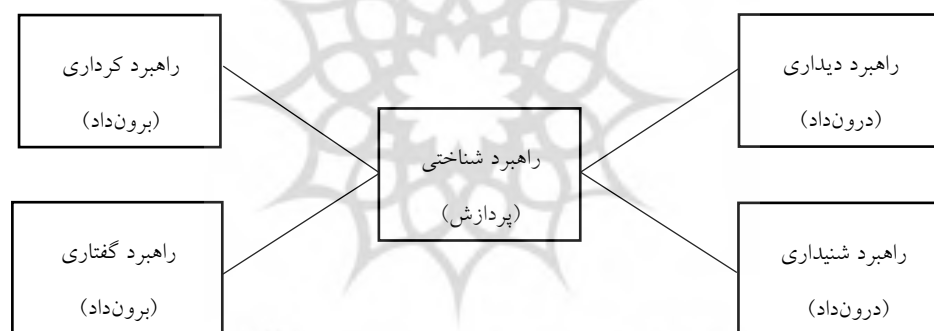
فرضیه پژوهش چنین است: قرآن کریم برای رشد اخلاق اقتصادی، راهبردهای روان‌شناختی پایداری را به جامعه بشری ارائه نموده است.

این پژوهش با رویکردی کیفی و تحلیل محتوای کیفی به رشته تحریر درآمده است. روش «تحلیل محتوای کلام» (Content Analysis) که روش علمی برای تفسیر متن (Text) است، از جمله روش‌های تحقیقی است که در حوزه علوم انسانی کاربرد دارد و چون نتایج به‌دست‌آمده از طریق این روش دارای اعتبار و روایی بالایی است، بسیار مورد توجه محققان و پژوهشگران قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین روش‌های شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها (اطلاعات)، روش بررسی اسناد است. لورنس باردن در کتاب خود با عنوان *تحلیل محتوا* اشاره می‌کند که «تحلیل محتوا» در حقیقت فن پژوهشی عینی، اصولی و کمی، به منظور تفسیر و تحلیل محتواست و تفکر تحلیل محتوا عبارت است از: قرار دادن اجزای یک متن (کلمات، جملات، پاراگراف‌ها و امثال آن برحسب واحدهایی که انتخاب می‌شوند)، در مقولاتی که از پیش تعیین شده‌اند (باردن، ۱۳۷۵، ص ۲۹).

تحلیل محتوای متن تاریخچه‌ای بسیار قدیمی دارد با استفاده از این روش برای اولین بار، کتب و متون مذهبی را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دادند (باردن، ۱۳۷۵، ص ۹). لاسول عمده‌ترین کاربرد تحلیل محتوا را مطالعه ارتباطات، به منظور پاسخ دادن به این سؤال قدیمی تحقیق در ارتباطات می‌داند که «چه کسی؟ چه چیزی را؟ به چه کسی؟ چرا؟»

چگونه؟ و با چه تأثیری؟ می‌گوید» (کیوی و دیگران، ۱۳۸۱، ص ۲۲۲). در حقیقت تحلیل محتوا، درباره متنی معنی پیدا می‌کند که آن متن برای انتقال پیام و مفاهیمی نوشته شده باشد و دارای ماهیتی مشخص باشد؛ لذا تحلیل محتوا در مورد کلمات عامیانه‌ای که دارای مفاهیم ساده، بدیهی و مشخصی هستند به کار نمی‌رود (جانی پور، ۱۳۹۱، ص ۱۲۹).

برای مقاله حاضر فن تحلیل محتوای مضمونی بر مبنای واحد جملات و به صورت کیفی و با تأکید بر راهبردهای روان‌شناختی قرآن کریم برای رشد اخلاق اقتصادی در ابعاد شناختی، دیداری، شنیداری، گفتاری و کرداری، انتخاب شده است که به شرح ذیل است: الف) جدول تحلیل محتوای کیفی راهبردهای روان‌شناختی رشد اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم شامل: ۱. ردیف، ۲. شناسه محتوا (جزء...)، ۳. محتوا (کلیدواژه آیه یا آیات)، ۴. ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی و ۵. ابعاد راهبرد رشد اخلاق اقتصادی شامل:



نمایه مدل مفهومی راهبردهای روان‌شناختی رشد اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم

جامعه آماری این پژوهش، ۶۲۳۶ آیه قرآن است و حجم نمونه، ۹۵ آیه از آیات قرآن کریم است. روش نمونه‌گیری هدفمند بوده و با هدف انتخاب آیات اقتصادی قرآن که اشارات اخلاقی و روان‌شناختی در آن مطرح است، انجام گرفته است.

یافته‌های پژوهش

قرآن کریم برای رشد اخلاق اقتصادی، راهبردهای روان‌شناختی ترسیم فرموده است که این راهبردها شامل راهبردهای شناختی، دیداری، شنیداری، گفتاری و کرداری است.

راهبردهای رشد، (Developmental Strategies) راهکارهایی است که در جهت تعالی و نیل به کمال، هدایت‌گر هستند. در این پژوهش، رشد، در راستای امور اقتصادی مورد نظر است و این رشد از منظر مکتب تعالی بخش اسلام مد نظر قرار گرفته است.

راهبردهای شناختی، راهکارهایی هستند که انسان را به تعقل و تأمل و می‌دارند.

راهبردهای دیداری، رفتارهایی هستند که قابل مشاهده هستند.

راهبردهای شنیداری، درک مفاهیم، ارزش‌ها و اصولی است که خداوند به عنوان مبانی

رفتار و اخلاق اقتصادی در قرآن مطرح کرده است.

راهبردهای گفتاری، توصیه‌هایی است که در قرآن کریم خطاب به پیامبر ﷺ و یا در

قالب داستان‌های گوناگون به بشریت متذکر شده است.

راهبردهای کرداری، رفتارهای اخلاق اقتصادی جا افتاده است که به صورت عادت

ظاهر می‌گردد.

شایان ذکر است ملاک تعیین هر یک از راهبردها، فعل جملات، در ستون ویژگی‌های

شخصیتی فعالان اقتصادی است.

۱-۱ جدول تحلیل محتوای کیفی راهبردهای روان‌شناختی رشد اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم

گروه هدف: فعالان اقتصادی موضوع: اخلاق اقتصادی (رابطه انسان با ثروت)

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/آیه)	ردیف
					محتوا (Content) عبارت قرآن	ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش	شناختی	*	۱	جزء ۱ بقره/۳
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی	*	*	۲	جزء ۱ بقره/۹۶
*				*	*	*	۳	جزء ۲

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/آیه)	ردیف
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش				
گرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی				
				*	*در انفاق، به ترتیب اولویت برنامه‌ریزی می‌کنند. *هم به ساکنان توجه دارند و هم به نیازمندی که سؤال و درخواست نمی‌کنند.	*جَبَّ ذَوَى الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ...	بقره/۱۷۷	
*				*	*از رشوه، غصب، قمار، پرونده‌سازی پایه دروغین و دیگر امور باطل اقتصادی پرهیز می‌کنند. *از فعالیت اقتصادی مشکوک پرهیز می‌کنند.	*وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَ...	جزء ۲ بقره/۱۸۸	۴
				*	*به کیفیت چیزهایی که انفاق می‌کنند توجه دارند. *در مصرف انفاق اولویت‌شناسی را رعایت می‌کنند. *به اثر انفاق به خویشان که همان تحکیم پیوند خویشاوندی است، توجه دارند. *برای خالصانه بودن انفاق، پنهانی انفاق می‌کنند.	*يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلَّوَالِدَيْنِ وَ...	جزء ۲ بقره/۲۱۵	۵
*	*	*	*	*	*در انفاق اعتدال را رعایت می‌کنند. *بهترین قسمت مال خود را انفاق می‌کنند. *اوج انفاق یعنی عفو و گذشت را رعایت می‌کنند. *در فلسفه و حکمت انفاق تفکر می‌نمایند.	*يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوُ...	جزء ۲ بقره/۲۱۹	۶
*	*	*	*	*	*بتیم نوازی می‌کنند. *به یتیمان توجه عاطفی دارند. *به حکمت احکام خداوند در امور اقتصادی یتیمان توجه دارند.	*وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْيَتَامَى قُلْ إِصْلَاحٌ لَهُمْ خَيْرٌ وَ...	جزء ۲ بقره/۲۲۰	۷
				*	*به آثار بابرکت قرض‌الحسنه توجه دارند. *به انفاق نگاه توسعه‌ای دارند؛ زیرا معتقدند باعث افزایش روزی می‌شود. *انفاق را سبب وحدت جامعه و توسعه اقتصادی می‌دانند؛ بنابراین به انفاق نگاه همه‌جانبه دارند.	*مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ ضِعَافًا كَثِيرًا وَ...	جزء ۲ بقره/۲۴۵	۸

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/ آیه)	ردیف	
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن			
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش	شناختی				
				*	*	* برای انفاق ارزش ویژه‌ای قائل‌اند. * خلوص در انفاق را باعث برکت آن می‌دانند.	*مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ...	۹	جزء ۳ بقره/ ۲۶۱
*	*	*	*	*	*	* از منت و آزار پس از انفاق، پرهیز می‌کنند. * به پیامد مبارک انفاق نزد پروردگارشان ایمان دارند. * پس از انفاق آرامش روانی دارند.	*الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ...	۱۰	جزء ۳ بقره/ ۲۶۲
*	*	*	*	*	*	* در صورت عدم تمکن مالی، خوش‌گفتار هستند و از بدی‌های مردم چشم‌پوشی می‌کنند. * خدا را از انفاق بی‌نیاز و او را در برابر ناسپاسی انسان بردبار می‌دانند.	*قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذَى...	۱۱	جزء ۳ بقره/ ۲۶۲
				*	*	* به موانع رشد شخصیت اقتصادی یعنی منت، آزار و ربا توجه دارند.	*يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا...	۱۲	جزء ۳ بقره/ ۲۶۴
				*	*	* به آثار بابرکت انفاقی که برای رضای خدا باشد، توجه دارند.	*وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ...	۱۳	جزء ۳ بقره/ ۲۶۵
				*	*	* به آفت‌های انفاق توجه دارند.	*أَيُّودٌ أَحَدَكُمُ...	۱۴	جزء ۳ بقره/ ۲۶۶
*	*	*	*	*	*	* با کیفیت‌ترین چیزها را انفاق می‌کنند و به آن توجه ویژه دارند.	*يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ...	۱۵	جزء ۳ بقره/ ۲۶۷
				*	*	* به منشأ آفات انفاق که همان وعده‌های شیطان است، توجه دارند.	*الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَ...	۱۶	جزء ۳ بقره/ ۲۶۸
				*	*	* برای پیروزی در میدان مبارزه با وسوسه‌های شیطان در هنگام انفاق، به حکمت توجه	*يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَ...	۱۷	جزء ۳ بقره/ ۲۶۹

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/آیه)	ردیف
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش				
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی				
					می‌نمایند.			
				*	*به علم تفصیلی خدا به فرایند انفاق، نذر و ظلم ظالمان به فقرا، توجه دارند.	*وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ نَفَقَةٍ أَوْ...	۱۸ جزء ۳ بقره/۲۷۰	
				*	*انفاق پنهانی را بر انفاق آشکار ترجیح می‌دهند.	*إِنْ تَبَدَّوْا...	۱۹ جزء ۳ بقره/۲۷۱	
*	*	*	*	*	*به تفاوت انگیزه‌های اقتصادی انفاق و مراتب ایمان، توجه دارند. *از ابزار قراردادن انفاق برای مجبور کردن دیگران به اسلام آوردن، پرهیز می‌کنند. *به اثر وضعی انفاق در دنیا و آخرت توجه دارند.	*لَيْسَ عَلَيْكُمْ حُدُودُهُمْ...	۲۰ جزء ۳ بقره/۲۷۲	
				*	*فقیران حقیقی را می‌شناسند.	*لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ...	۲۱ جزء ۳ بقره/۲۷۳	
*	*	*	*	*	*به تمام جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی انفاق توجه دارند.	*الَّذِينَ يُنْفِقُونَ...	۲۲ جزء ۳ بقره/۲۷۴	
				*	*به آثار مخرب روانی ربا در شخصیت فرد توجه دارند. *به تفاوت بیع و ربا توجه دارند. *پیامدشناسی بیع و ربا را مورد توجه قرار می‌دهند.	*الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا...	۲۳ جزء ۳ بقره/۲۷۵	
				*	*به آثار وضعی ربا و صدقات توجه دارند.	*يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ...	۲۴ جزء ۳ بقره/۲۷۶	
*	*	*	*	*	*به فرایند درمان ربا که عبارت‌اند از ایمان، انجام اعمال شایسته، اقامه نماز و پرداخت زکات توجه دارند و به آن عمل می‌کنند. *پیامدشناسی ایمان و تأثیر آن را در فعالیت‌های اقتصادی مدنظر دارند.	*إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ...	۲۵ جزء ۳ بقره/۲۷۷	
				*	*به عدم سازگاری رباخواری با روح ایمان	*يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا	۲۶ جزء ۳	

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/آیه)	ردیف
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پرداش				
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی				
					توجه دارند.	ا اتَّقُوا اللَّهَ وَ ذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا...	بقره/۲۷۸	
				*	*به این هشدار که رباخواری، اعلان جنگ با خدا و رسول است، توجه دارند.	*فَأَن لَّمْ تَفْعَلُوا فَاذْنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَ...	جزء ۳ بقره/۲۷۹	۲۷
*	*	*	*	*	*در برخورد با بدهکار، آسان‌گیر هستند و مراعات حال او را می‌کنند.	*وَإِن كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَاذْنُوا لَهُ...	جزء ۳ بقره/۲۸۰	۲۸
*	*	*	*	*	*از آنچه دوست دارند انفاق می‌کنند.	*لَن تَأْتُوا الْبِرَّ...	جزء ۴ آل عمران ۹۲/	۲۹
*	*	*	*	*	*به پیامد بخل در قیامت توجه دارند. *مالک حقیقی اموال را خداوند متعال می‌داند. *از فرصت انفاق و مزایای آن استفاده بهینه می‌کنند.	*وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ...	جزء ۴ آل عمران/ ۱۸۰	۳۰
*	*	*	*	*	*احکام اقتصادی و عاطفی یتیم را رعایت می‌کنند. *از کم‌فروشی پرهیز می‌کنند.	*وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا...	جزء ۸ انعام/ ۱۵۲	۳۱
*	*	*	*	*	*توزیع صدقات را به‌خوبی مدیریت می‌کنند و اولویت‌شناسی آن را مد نظر دارند.	*إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَ الْمَسْكِينِ...	جزء ۱۰ توبه/ ۶۰	۳۲
*	*	*	*	*	*اولویت‌شناسی در انفاق را مد نظر دارند و دچار تبذیر نمی‌شوند.	*وَآتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمِسْكِينَ...	جزء ۱۵ اسراء/ ۲۶	۳۳
				*	*در اقتصاد، اصالت را به مصرف‌کننده می‌دهند. *به فرهنگ مصرف توجه دارند.	*إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَ...	جزء ۱۵ اسراء/ ۲۷	۳۴
	*				*در برخورد با مستمندان، مدیریت گفتاری را	*وَإِنَّمَا تُعْرَضُونَ...	جزء ۱۵ اسراء/ ۲۸	۳۵

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/آیه)	ردیف	
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن			
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش					
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی					
						به‌خوبی رعایت می‌کنند.			
*	*	*	*	*		*در انفاق و مصرف اموال میانه‌روی می‌کنند. *مصرف اموال را در انفاق آسیب‌شناسی می‌کنند.	*وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ...	جزء ۱۵ اسراء/۲۹	۳۶
				*		*به تأثیر روانی بخل در شخصیت توحیدی، فرهنگی و اقتصادی انسان توجه دارند.	*فَلَوْ أَنَّهُمْ تَمَلَّكُونَ خَزَائِنَ... *فَلَوْ أَنَّهُمْ	جزء ۱۵ اسراء/۱۰۰	۳۷
*				*		*پرداخت زکات را یکی از ویژگی‌های مؤمنین می‌دانند و به آن پایبند هستند.	*وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ	جزء ۱۸ مؤمنون/۴	۳۸
*						*به میانه‌روی در انفاق که از ویژگی‌های عبادالرحمن است عمل می‌کنند.	*وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَ لَمْ يَقْتُرُوا...	جزء ۱۹ فرقان/۶۷	۳۹
				*		*درعین توجه به عالم آخرت، به بهره‌مندی‌های دنیوی هم توجه می‌نمایند و به مال و ثروت نگاه ابزاری دارند.	*وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَ لَا تَنْسَ نَفْسِكَ مِنَ الدُّنْيَا وَ...	جزء ۲۰ قصص/۷۷	۴۰
*	*	*	*	*		*کثرت اموال و فرزندان، موجب تکبر و غرور آنان نمی‌شود.	*وَقَالُوا نَحْنُ أَكْثَرُ أَمْوَالًا وَ أَوْلَادًا وَ...	جزء ۲۲ سبأ/۳۵	۴۱
	*			*		*در نگاه به ثروت و داشته‌ها همواره به یاد خدا هستند. [این آیات داستان حضرت سلیمان <small>عليه السلام</small> است.] (پورسیف، ۱۳۸۵، صص ۱۱۷۶-۱۱۷۷)	*إِذْ عَرِضَ عَلَيْهِ...	جزء ۲۳ ص/۳۱ تا ۳۵	۴۲ تا ۴۶
				*		*به حکمت شناسی انفاق توجه دارند.	*هَا أَنْتُمْ هُوَآءِ تُدْعُونَ لِنُتَّقُوا...	جزء ۲۶ محمد/۳۸	۴۷
				*		*به پیامدشناسی صدقه و قرض‌الحسنه می‌پردازند.	*إِنَّ الْمُصَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَ...	جزء ۲۷ حدید/۱۸	۴۸

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره / آیه)	ردیف	
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن			
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش		شناختی			
				*	*	*در کسب‌روزی و انجام عبادت، زمان‌شناسی را رعایت می‌کنند؛ زیرا خداوند را بهترین روزی دهندگان می‌دانند.	*وَ إِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ...*	جزء ۲۸ / جمعه / ۱۱	۴۹
*	*	*	*	*	*	*در عین توجه به اموال و فرزندان، از یاد خدا غافل نمی‌شوند.	*يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُلْهِكُمْ ءُمُورُكُمْ و...*	جزء ۲۸ / منافقون / ۹	۵۰
				*	*	*فرصت‌های حیات دنیوی را برای انفاق غنیمت می‌شمارند و آن را به تأخیر نمی‌اندازند	*وَأَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ...*	جزء ۲۸ / منافقون / ۱۰	۵۱
*	*	*	*	*	*	*دو مانع بزرگ رستگاری یعنی بخل و حرص را که همیشه سد راه انفاق هستند با تقوا مهار نموده و معتقدند خیر انفاق به خود انسان برمی‌گردد.	*فَاتَّقُوا اللَّهَ مَاسْتَطَعْتُمْ وَاَسْمَعُوا وَاَطِيعُوا وَاَنْفِقُوا خَيْرًا لِأَنْفُسِكُمْ...*	جزء ۲۸ / تغابن / ۱۶	۵۲
				*	*	*قرض‌الحسنه را عامل رونق اقتصادی می‌دانند.	*إِنْ تَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُّضَاعِفْهُ لَكُمْ...*	جزء ۲۸ / تغابن / ۱۷	۵۳

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره / آیه)	ردیف	
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن			
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش	*	ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن	شناسه محتوا (سوره / آیه)	ردیف
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی					
				*	* می‌دانند که اموال، وسیله‌های امتحان و ابتلاء هستند و همواره خود را در معرض آزمایش الهی می‌بینند.	* اِنَا بَلَوْنَاهُمْ كَمَا بَلَوْنَا... * وَلَا يَسْتَتِنُونَ... * فَطَافَ عَلَيْهَا طَائِفٌ مِّن رَّبِّكَ... * فَاصْبِرْ كَالصَّابِرِ * فَتَنَادُوا مُصْحِحِينَ... * اِنَّا نَعِدُوْا اَعْلٰى حَرِيْكُمْ... * فَانظُرُوْهُمْ فَيَخَافُوْنَ * اِنَّا لَا يَدْخُلْنَهَا الْيَوْمَ عَلَيْكُمْ مَسْكِيْنَ * وَعَدُوْا عَلٰى حَرَدٍ قَادِرِيْنَ * فَلَمَّا رَاَوْهَا قَالُوْا اِنَّا لَضَالُوْنَ	جزء ۲۹ قلم / ۱۷ تا ۳۳	۵۴ ۵۵ ۵۶ ۵۷ ۵۸ ۵۹ ۶۰ ۶۱ ۶۲ ۶۳	
				*	* در فعالیت‌های اقتصادی خود، خواست خدا را مد نظر دارند و مراقبند که اموالشان منشأ طغیان نگردد.				
				*	* بخل و حرص را عامل عذاب ناگهانی دنیوی و اخروی می‌دانند.				
				*	* به تجسم اعمال در دنیا و آخرت، اعتقاد راسخ دارند و معتقدند ظلم اقتصادی بی‌پاسخ نمی‌ماند.				
				*	* از محرومان جامعه غافل نیستند.				
				*	* ثروتمندی، آن‌ها را غافل نمی‌کند؛ دچار تکبر نمی‌شوند و به مکر اقتصادی آلوده نمی‌گردند.				
				*	* چون همواره به یاد محرومان هستند و حسن لامسه اجتماعی دارند بنابراین دچار قساوت قلب نمی‌شوند.				
				*	* چون خدا و محرومان را مد نظر دارند در دام بی‌رحمی نمی‌افتند.				
				*	* غفلت از مستمندان را رمز سقوط می‌دانند.				
				*	* به پیامد شوم تکبر و قساوت قلب در برابر مستمندان، آگاهی دارند.				

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره / آیه)	ردیف
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش			شناسایی	
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی				
				*	*محرومیت اقتصادی را نتیجه غفلت و قساوت قلب و نداشتن حس لامه اجتماعی می‌دانند.	*بَلْ نَحْنُ مَحْرُومُونَ	۶۴	
	*			*	*می‌دانند برای مبارزه با نفس و شیطان، عقل و ایمان نجاتشان می‌دهد.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۶۵	
	*			*	*می‌دانند که راه خدا برای توسعه اقتصادی بسته نیست.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۶۶	
	*			*	*می‌دانند که هرکس خود را اداره کند، بزرگ‌ترین مدیر است؛ بنابراین خودسازی را در اولویت کار خود می‌دانند.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۶۷	
	*			*	*برای توبه، عوامل اصلی گناه را می‌شناسند و به خشکاندن آن می‌پردازند.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۶۸	
	*			*	*به رحمت الهی برای جبران خسارت‌های اقتصادی پس از توبه امیدوارند.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۶۹	
	*			*	*می‌دانند که عذاب اخروی بخل و حرص از عذاب دنیوی آن‌ها بزرگ‌تر است.	*قَالَ أَوْسَطُهُمْ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ لَوْلَا تُسَبِّحُونَ	۷۰	
	*			*	*حرص معقول اخروی را بر حرص نفسانی و دنیوی ترجیح می‌دهند.	*إِنَّ الْإِنْسَانَ خَلِيقٌ هَلُوعًا...	جزء ۲۹ / معارج / ۱۹ تا ۲۵	۷۱ تا ۷۷
	*			*	*برای نجات از آتش دوزخ، به اطعام مسکین می‌پردازند.	*فِي جَنَاتٍ يَسَاءَلُونَ... *وَلَمْ يَكُنْ لَهُمْ نُطْعِمُ	جزء ۲۹ / مدثر / ۴۰ تا ۴۴	۷۸ تا ۸۲

ابعاد راهبرد					مدیریت راهبردی اخلاق اقتصادی		شناسه محتوا (سوره/ آیه)	ردیف
					ویژگی‌های شخصیتی فعالان اقتصادی	محتوا (Content) عبارت قرآن		
برون‌داد	برون‌داد	درون‌داد	درون‌داد	پردازش				
کرداری	گفتاری	شنیداری	دیداری	شناختی				
						المِسْكِينِ		
*				*	* به نیازمندان با نیت رضای خدا اطعام می‌کنند [این آیه سندی بزرگ بر فضیلت اهل بیت پیامبر ﷺ است و در شأن امام علی ﷺ، حضرت زهرا، امام حسن ﷺ و امام حسین ﷺ نازل شده است] (امامی، ۱۳۸۵، ص ۳۸۶-۳۸۸).	* وَ يُطْعِمُونَ الطَّامِرَ عَلَى حَبِهِ مِسْكِينًا وَ يَتِيمًا وَ اَسِيرًا	جزء ۲۹ انسان/ ۸ و ۹	۸۳
				*	* معتقدند که ابراز محبت، زمانی مایه تکامل و پاک‌سازی روح و تحکیم پیوندها خواهد بود که فقط وجه الله و برای خدا باشد.	* اِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَ لَا شُكْرًا		۸۴
				*	* به صفت سخاوت توجه ویژه دارند و به آرامش اقتصادی رسیده‌اند.	* فَاَمَّا مَنْ اَعْطَى وَ اتَّقَى وَ ...	جزء ۳۰ لیل ۵ تا ۱۱	۸۵ تا ۹۱
				*	* بخل و تنگ‌نظری اقتصادی ندارند؛ زیرا معتقدند بخل، رشد اقتصادی را در جامعه از بین می‌برد و جامعه دچار سختی‌های مالی می‌شود.	* وَ اَمَّا مَنْ بَخِلَ وَ اسْتَغْنَى وَ ...		
*	*	*	*	*	* به یتیمان و سائلان در عین توجه اقتصادی توجه عاطفی نیز دارند.	* فَاَمَّا الْيَتِيمَ فَلَا تَهْجُرْهُ وَاَمَّا...	جزء ۳۰ ضحی ۹ و ۱۰	۹۲ تا ۹۳
				*	* در رقابت‌های اقتصادی همواره به یاد خدا و مرگ هستند.	* بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ اَلْهَيْكُمُ التَّكَاثُرُ حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ	جزء ۳۰ تکوین/ ۲۱	۹۴ تا ۹۵

(پورسیف، ۱۳۸۵، ذیل آیات)

بنابراین راهبردهای روان‌شناختی قرآن کریم برای رشد اخلاق اقتصادی به این قرار

است:

۱. **راهبردهای شناختی:** قرآن کریم برای انجام فعالیت‌های اقتصادی، این راهبردهای

شناختی زیر را مد نظر قرار داده است: پیامدشناسی، کیفیت‌شناسی، اولویت‌شناسی، جامع‌نگری، زمان‌شناسی، توجه به مالکیت حقیقی خداوند و مالکیت اعتباری انسان، خدامحوری، آسیب‌شناسی رشد اقتصادی، برکت‌شناسی، اصالت دادن به مصرف‌کننده در فعالیت‌های اقتصادی، توجه به آثار با برکت نیت خالصانه، توجه به علم تفصیلی خدا در فعالیت‌های اقتصادی، توجه به آثار با برکت قرض‌الحسنه در رشد اقتصادی جامعه، توجه به آثار مادی انفاق شامل: زمینه سازی عدالت اجتماعی و افزایش روزی و توجه به آثار معنوی انفاق شامل: تثبیت هویت، آموزش و پوشش گناهان، تطهیر نفوس، رستگاری و نجات در آخرت.

۲. **راهبردهای دیداری:** از دیدگاه قرآن، برکت اقتصادی در زندگی انسان گاه به وسیله

راهبردهای دیداری تجلی پیدا می‌کند و روح و روان انسان را تلطیف می‌نماید: نگاه عاطفی به یتیمان، انفاق محبوب‌ترین مال، ترجیح انفاق پنهانی، پرهیز از آزار و منت پس از انفاق، کیفیت‌بخشی به انفاق، پرهیز از ریا، عفو و گذشت اوج انفاق، آسان‌گیری نسبت به بدهکار، اولویت‌شناسی نیازمندان، اعتدال در انفاق و رعایت فرهنگ مصرف.

۳. **راهبردهای شنیداری:** قرآن در راهبردهای شنیداری به موارد مهمی تأکید می‌فرماید:

آفت‌شناسی انفاق، اولویت‌شناسی نیازمندان، ترجیح انفاق پنهانی بر انفاق آشکار، زمان‌شناسی تجارت، مدیریت عاطفی یتیم، عفو و گذشت از خطای نیازمندان، کیفیت‌بخشی انفاق، اعتدال در انفاق و رعایت فرهنگ مصرف.

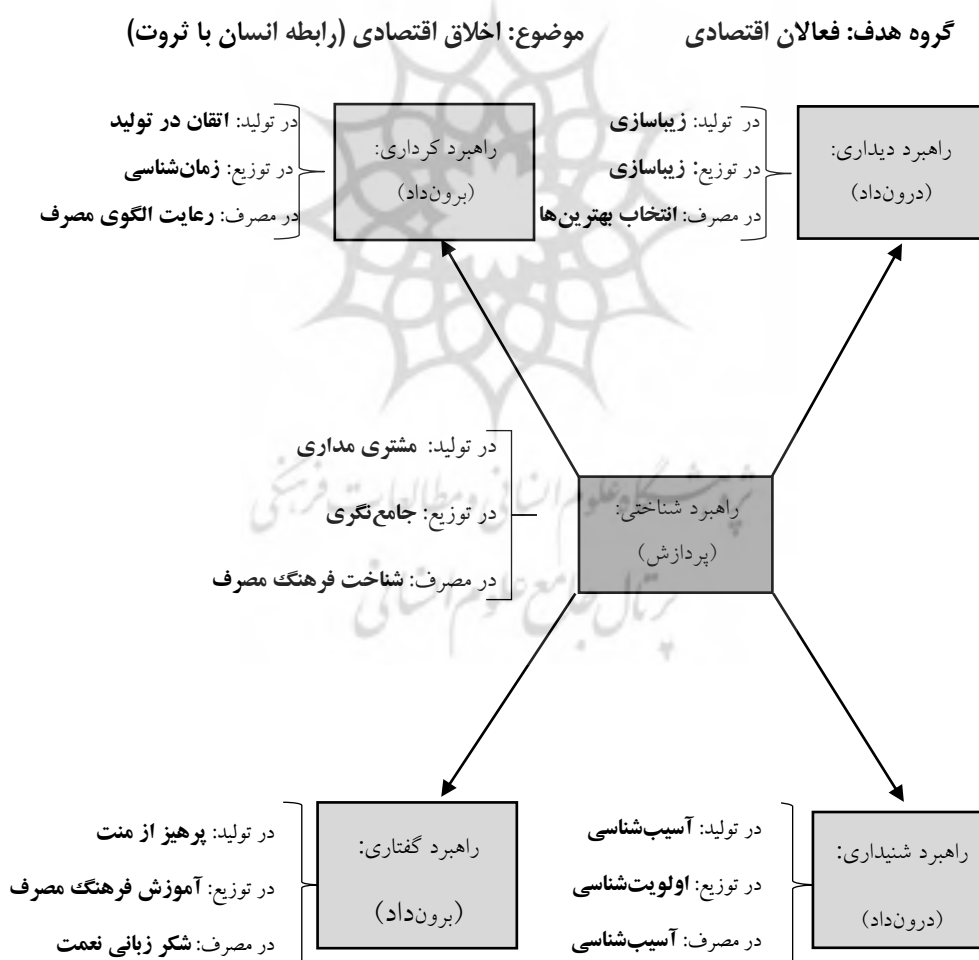
۴. **راهبردهای گفتاری:** قرآن به راهبردهای گفتاری در روابط اقتصادی توجه ویژه دارد:

خوش‌گفتاری، اولویت‌شناسی انفاق، پرهیز از استفاده ابزاری از انفاق برای سلطه دینی، یتیم‌نوازی به بهترین شیوه و بیان، ترجیح انفاق پنهانی بر انفاق آشکار، اولویت‌شناسی

انفاق، پرهیز از منت و آزار در انفاق، خوش‌بینی با بدهکار، آسیب‌شناسی بیانی در انفاق، آموزش فرهنگ مصرف و خوش‌اخلاقی در روابط اقتصادی.

۵. **راهبردهای کرداری:** قرآن کریم در فعالیت‌های اقتصادی، راهبردهای کرداری مهمی را برای انسان ترسیم می‌فرماید: استمرار در انفاق، انفاق پنهانی، انفاق بهترین قسمت مال، اطعام نیازمندان، پرهیز از آزار پس از انفاق، مدیریت توزیع در انفاق، پرهیز از کم‌فروشی و کاهندگی، اولویت‌بندی در اجرای انفاق، پرهیز از رباخواری، مدیریت اقتصادی و عاطفی یتیمان به نیکوترین شکل ممکن، اجرای قرض‌الحسنه و مدیریت اقتصادی بر اساس اصالت دادن به مصرف‌کننده.

۱-۲ نمایه مدل مفهومی راهبردهای روان‌شناختی رشد اقتصادی از منظر قرآن کریم



توضیح نمایه

راهبرد شناختی (پردازش)

تولید: راهبرد شناختی در تولید، مشتری‌مداری است. در اقتصاد اسلامی اصالت با مصرف‌کننده است و تولیدکننده باید برنامه‌ریزی تولید خویش را بر اساس رضایت مشتری و مصرف‌کننده قرار دهد.

توزیع: راهبرد شناختی در توزیع، جامع‌نگری است؛ یعنی توزیع‌کننده باید تفکر فراگیر در توزیع داشته باشد و مشتریان را با آداب، رسوم و فرهنگشان مد نظر قرار دهد.

مصرف: راهبرد شناختی در مصرف، شناخت فرهنگ مصرف است. مصرف‌کننده باید با مطالعه فرهنگ مصرف یک کالا، با آثار سوء اسراف و تبذیر آشنا گردد و آثار بابرکت مصرف بهینه آن کالا را بشناسد.

راهبرد دیداری (درون داد)

تولید: راهبرد دیداری در تولید، زیباسازی است. تولیدکننده شایسته است کالایی را به جامعه عرضه نماید که مصرف‌کننده با مشاهده آن، از زیبایی کالا لذت ببرد.

توزیع: راهبرد دیداری در توزیع، زیباسازی است. توزیع‌کنندگان کالای مورد عرضه را در بسته‌بندی‌های شکیل و زیبا آماده نمایند تا مصرف‌کنندگان با رضایت آن را تهیه کنند.

مصرف: راهبرد دیداری در مصرف، انتخاب بهترین‌هاست. مصرف‌کننده نباید قبل از دیدن کالا و انتخاب بهترین نوع آن، به تهیه آن مبادرت ورزد.

راهبرد شنیداری (درون داد):

تولید: راهبرد شنیداری در تولید، آسیب‌شناسی است. تولیدکنندگان برای ارتقاء و رشد کیفی تولید خویش، شایسته است ضمن شنیدن نظرات مصرف‌کنندگان، به آسیب‌شناسی تولیدات خویش بپردازند تا به رفع آن آسیب‌ها اقدام نمایند.

توزیع: راهبرد شنیداری در توزیع، اولویت‌شناسی است. توزیع‌کنندگان، شایسته است ضمن شنیدن تقاضای جامعه، نسبت به اولویت‌نیاز جامعه، به توزیع کالا اقدام نمایند.

مصرف: راهبرد شنیداری در مصرف، آسیب‌شناسی است. مصرف‌کنندگان ضمن شنیدن آسیب‌های احتمالی مصرف کالا، در جهت رعایت الگوی مصرف اقدام نمایند.

راهبرد گفتاری (برون‌داد)

تولید: راهبرد گفتاری در تولید، پرهیز از آزار و منت است. تولیدکنندگان باید واقعیت‌های یک کالا را بازگو نمایند و از منت، آزار و بیان غیرواقعی کیفیت کالا پرهیز نمایند و به تبلیغ واقعی تولیدات خود پردازند.

توزیع: راهبرد گفتاری در توزیع، آموزش فرهنگ مصرف است. توزیع‌کنندگان کالا باید فرهنگ و شیوه مصرف کالا را برای مصرف‌کننده بازگو نمایند و در قالب دفترچه راهنما یا کاتالوگ (Catalogue)، فرایند استفاده از کالا را به‌خوبی و واقعی شرح دهند.

مصرف: راهبرد گفتاری در مصرف، شکر‌زبانی است. مصرف‌کننده در هنگام مصرف، واقعیت یک کالا ببیند و شکر نماید و از بدگویی و تخریب کالا پرهیزد و اگر اشکالی در کالا می‌بیند واقعیت‌های آن را برای اصلاح، به تولیدکنندگان گوشزد نماید.

راهبرد کرداری (برون‌داد)

تولید: راهبرد کرداری در تولید، اتقان در تولید است. بهترین کار تولیدکنندگان، اتقان و محکم‌کاری در ساخت کالا است. کشورهای اروپایی در این زمینه بسیار موفق هستند و توانسته‌اند برندهای عالی را به تقاضاکنندگان کالا عرضه نمایند.

توزیع: راهبرد کرداری در توزیع، زمان‌شناسی است. توزیع‌کنندگان باید در توزیع کالا، ضمن تکریم و احترام به مشتری، به زمان تقاضا توجه نمایند و در وقت مورد نظر، کالا را به مشتریان، عرضه نمایند. گاه عدم زمان‌شناسی در توزیع کالا، باعث نارضایتی مشتریان می‌گردد؛ به عنوان مثال، هنگامی که یک شرکت خودروسازی، خودروی مورد نیاز مشتری را به موقع تحویل نمی‌دهد. این کار شرکت، رفتار غیراخلاقی به حساب می‌آید و اعتماد مشتریان را سلب می‌نماید.

مصرف: راهبرد کرداری در مصرف، رعایت الگوی مصرف است. مصرف‌کنندگان در هنگام خرید یک کالا باید ببینند تا چه حد این کالا، در اولویت زندگی آنان به حساب می‌آید. این راهبرد باعث خودداری مصرف‌کننده از اسراف و تبذیر می‌گردد؛ برای مثال اگر

مصرف‌کننده در تهیه وسایل ضروری زندگی، با مشکل اقتصادی مواجه است، تهیه لوستر برای منزل در اولویت نیست.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در پژوهش حاضر، نتایج ارزشمندی برای رشد اخلاق اقتصادی به دست آمده است. پیش از ارائه نتایج پژوهش، توجه به این نکته لازم است که تفاوت دستاوردها و نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های اخلاق اقتصادی که در ادبیات و پیشینه پژوهش ذکر گردید این است که آن نتایج با محوریت فضایل و رذایل در اخلاق اقتصادی ارائه گردیده است، اما نتایج این پژوهش با نگاه روان‌شناختی است و راهبردهای روان‌شناختی قرآن را در اخلاق اقتصادی مد نظر قرار گرفته است.

از این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که عدم توجه به اخلاق اقتصادی، آثار جبران‌ناپذیری را از جهت روحی و روانی در پی خواهد داشت؛ به عنوان مثال، تکاثر موجب می‌شود شخصیت انسان، شخصیتی خیالی گردد و عقلش به تباهی کشیده شود. سنگدلی و مرگ عواطف بر او چیره شود. دچار خودبرتربینی، طغیان، آزمندی، غفلت و سرگرمی گردد. با حق‌طلبان به مقابله برخیزد و مفسد اجتماعی رو به گسترش یابد. انسان، مسؤولیت‌گریز می‌شود. معیارها تغییر می‌کند و بهداشت روانی جامعه سلب می‌گردد.

برای مقابله با تکاثر، چند شیوه را می‌توان ارائه نمود. اینکه ارزش‌های اصیل قرآن بر روابط اقتصادی حاکم شود و ارزش‌های تکاثری درهم شکسته شود. به همین منظور لازم است، ثروت از معیارهای ارزیابی حذف گردد و جایگاه متکثران پیامدشناسی شود. هم‌نشینی با محرومان و دوری از متکثران از شیوه‌های رشد اخلاق اقتصادی است. در این میان اغنیا، دو وظیفه بر عهده دارند: یکی اینکه اخلاق توانگری را بیاموزند و دیگر اینکه به محرومان رسیدگی کنند. فقیران نیز باید به کار و تلاش بپردازند و اخلاق تنگدستی را بیاموزند.

نتیجه دیگر این پژوهش این است که بدانیم اخلاق یکی از مؤلفه‌های مهم فعالیت اقتصادی است؛ به عنوان مثال، در عرصه اقتصاد فردی، خانوادگی و اجتماعی لازم است

اولویت‌شناسی، آسیب‌شناسی، جامع‌نگری، رعایت فرهنگ مصرف، اتقان در کار، زمان‌شناسی، پرهیز از منت و آزار و توجه به سائلان و محرومان مد نظر قرار گیرد.

نتایج دیگر این پژوهش راهبردهای دقیقی است که عبارت‌اند از: توجه به معنویات شامل یاد خدا، توجه به نماز و یاد معاد که باعث تلطیف فعالیت‌های اقتصادی انسان و جامعه می‌شود، سود عادلانه، نفی کم‌فروشی و دخالت نکردن در معامله دیگران و فعالان اقتصادی از فروش کالاهای تقلبی و تبلیغات دروغین باید پرهیز نمایند و همواره خیرخواه مردم باشند. راهبرد دیگر، راهبرد احسان است؛ یعنی افراد جامعه گذشت داشته باشند و در معامله آسان‌گیر باشند. کالاهای مرغوب را عرضه نمایند و تقاضای فسخ معامله را بپذیرند. این رفتارها موجب نشاط و شادابی جامعه در عرصه اقتصاد می‌گردد. از دیگر راهبردهای مهم در اخلاق اقتصادی این است که انسان باید اموال را امانت الهی بداند و از راکدگذاشتن سرمایه، خودداری نماید. سرمایه را در فعالیت‌های اقتصادی گوناگون اقتصادی تقسیم نماید و از احتکار خودداری کند. راهبرد دیگر، رعایت اعتدال است. اعتدال، آثار اقتصادی ارزشمندی را برای انسان به همراه دارد که اگر کسی آن را رعایت نماید هرگز فقیر نخواهد شد و موجبات سلامت جسمی و روانی انسان را فراهم خواهد نمود. راهبرد مهم دیگر این است که در تخصیص درآمد و مصرف، به اولویت‌ها توجه شود. این راهبرد از دو جهت مطرح است: یکی از نظر نوع و مقدار کالاهای مصرفی و خدمات و دیگری، بر اساس افراد و گروه‌های مصرف‌کننده است.

در پایان چند راهکار عملی و کاربردی برای رشد اخلاق اقتصادی پیشنهاد می‌گردد:

۱. دوره‌های آموزشی اخلاق اقتصادی از منظر قرآن برای فعالان اقتصادی برگزار شود و با بیانی شیوا و بر اساس اصول روان‌شناختی، راهبردهای رشد اقتصادی به مخاطبان گوشزد گردد.

۲. فعالان اقتصادی نیکوکار که اخلاق قرآنی را در عرصه اقتصاد به منصفه ظهور گذاشتند، مورد تقدیر شایسته قرار گیرند.

۳. از پژوهش‌های دانش‌بنیان اقتصادی که راهبردهای قرآنی را در جهت رشد اقتصادی مد نظر قرار داده‌اند، به طور شایسته تقدیر گردد.

۴. نظارت و کنترل مستمر بر فعالیت‌های اقتصادی صورت گیرد و از فعالان اقتصادی که در محرومیت‌زدایی، دستگیری نیازمندان و ترویج فرهنگ انفاق تلاش می‌کنند، تقدیر شود.

منابع و مأخذ

* القرآن الکریم؛ ترجمه محمد مهدی فولادوند؛ چ ۱، تهران: سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۷۸.

* قرآن حبل المتین؛ ترجمه حسین انصاریان؛ مؤسسه موج همراه نور، ww.mth-co.ir ویرایش ۶۰۱. تولید ۱۳۹۷/۰۴/۲۲، ۱۳۹۷.

* قرآن کریم؛ سایت تنزیل Tanzil.ir، طراحی حمیدرضا ضرابی‌زاده؛ ۱۳۹۸.

۱. امام علی ابن ابی طالب؛ نهج البلاغه؛ گردآوری سید رضی؛ شرح محمد عبده؛ بیروت: مؤسسه المعارف، ۱۴۱۶ق.

۲. آقا نظری، حسن؛ «عدالت اقتصادی از نظر افلاطون، ارسطو و اسلام»؛ مجله اقتصاد اسلامی، ش ۴، ۱۳۸۴.

۳. آمدی، عبدالواحد تمیمی؛ غررالحکم و درر الکلم؛ تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۶۰.

۴. ارتفاع، مریم؛ «روان‌شناسی شخصیت: تعریف شخصیت از دیدگاه روان‌شناسی»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۵/۱۰ از وبسایت Alborzprisons.ir، ۱۳۹۸.

۵. استوتزل، ژان؛ روان‌شناسی اجتماعی؛ ترجمه علی محمد کاردان؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۳۹.

۶. ایروانی، جواد؛ اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث؛ مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۸۴.

۷. _____؛ «اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث»، مجله الهیات و حقوق، ش ۱۴، ۱۳۸۳.

۸. باردن لورنس؛ تحلیل محتوا؛ ترجمه: ملیحه آشتیانی و محمد یمینی دوزی؛ تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۵.

۹. بهرامی‌زاده، حمید؛ «تعریف روان‌شناسی»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۱۸ از وب‌سایت ravanhami.com. ۱۳۹۸.
۱۰. بیگلربیگی، منیر؛ نقش بخشش‌های مادی (احسان) در سلامت روان؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۷ از وب‌سایت howzah.net، پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه، ۱۳۹۸.
۱۱. پورسیف، عباس؛ خلاصه تفاسیر قرآن مجید (المیزان، نمونه)؛ چ ۱، تهران: نشر شاهد، ۱۳۸۵.
۱۲. جانی‌پور، محمد؛ جایگاه نماز در اندیشه امام رضا علیه السلام بر مبنای رساله محض الاسلام؛ چ ۱، مشهد: امید مهر، ۱۳۹۱.
۱۳. جوادی آملی، عبدالله؛ «اقتصاد در قرآن»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۰ از وب‌سایت www.esra.ir، بنیاد بین‌المللی علوم و حیاتی اسراء، ۱۳۹۷.
۱۴. حرّانی، ابو محمد حسن بن علی؛ تحف العقول عن ائمه الرسول؛ تحقیق علی‌اکبر غفاری؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۰۴.
۱۵. خلیلی، مصطفی؛ جوانان و پرسش‌های اخلاقی؛ دسترسی در ۱۳۹۷/۰۵/۳۰ از وب‌سایت tebyan.net. ۱۳۹۲.
۱۶. دهقان، اکبر؛ هزار و یک نکته از قرآن کریم؛ چ ۱، قم: مؤسسه انتشارات حرم، ۱۳۸۶.
۱۷. راغب اصفهانی، حسین‌بن‌محمد؛ مفردات الفاظ قرآن کریم؛ ترجمه حسین خداپرست؛ چ ۱، قم: دفتر نشر نوید اسلام، ۱۳۸۷.
۱۸. راندا برن؛ کتاب قدرت و کتاب معجزه شکرگزاری؛ ترجمه وامق عسگری؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۶ از وب‌سایت میگنا migna.ir، پایگاه خبری روان‌شناسی، مشاوره و سلامت، ۱۳۹۸.
۱۹. رحمتی شهرضا، محمد؛ گنجینه معارف؛ چ ۱، قم: انتشارات صبح پیروزی، ۱۳۸۵.
۲۰. روحانی، محمود؛ الْمُعْجَمُ الْإِحْصَائِيُّ لِأَلْفَاظِ الْقُرْآنِ الْكَرِيمِ؛ ج ۱، ۲، ۳، چ ۲، مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۶۸.
۲۱. روشن‌دل، جلیل؛ «تحول در مفهوم استراتژی»؛ مجموعه مقالات اولین سمینار بررسی تحول مفاهیم؛ چ ۱، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، ۱۳۷۰.
۲۲. شریعتی، علی؛ «ریشه‌های اقتصادی رنسانس»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۱۵ از وب‌سایت Abbaspahavani.blogfa.com، [بی‌تا].

۲۳. شریفی، عنایت؛ «اخلاق اقتصادی از منظر قرآن کریم»؛ پژوهشنامه معارف قرآنی، دوره ۲، ش ۴، ۱۳۹۰.
۲۴. شعاعی، علیرضا؛ «سخت‌و‌سخت و بخشش آرامشی برای خود، آسایشی برای دیگران»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۷ از وبسایت pajoohe.ir، پژوهشکده باقرالعلوم، پژوهش: بانک مقالات علوم انسانی و اسلامی، ۱۳۹۸.
۲۵. صدر، محمدباقر؛ اقتصاد ما؛ ترجمه محمدکاظم موسوی بجنوردی؛ تهران: مؤسسه انتشارات اسلامی، ۱۳۵۰.
۲۶. عزیزی، سامان؛ «کامل‌ترین تعریف استراتژی چیست؟» دسترسی در ۱۳۹۷/۰۴/۰۹ از وبسایت Motamem.org، [بی‌تا].
۲۷. عظیمی، سروش؛ اصول روان‌شناسی عمومی؛ تهران: کتاب‌فروشی دهخدا، ۱۳۶۶.
۲۸. کلینی، محمدبن‌یعقوب؛ الکافی؛ تحقیق علی‌اکبر غفاری، ج ۴، بیروت: دارصعب و دارالتعارف، ۱۴۰۱.
۲۹. کنت کلارک؛ «تعریف روان‌شناسی»؛ دسترسی در ۱۳۹۷/۰۳/۲۴ از وبسایت Dehaghan-city.biogfa.com، ۱۹۷۰.
۳۰. مان، نرمان ل؛ اصول روان‌شناسی؛ ترجمه محمود صناعی؛ تهران: نشر اندیشه، ۱۳۷۲.
۳۱. کیوی، ریمون و لوک وان کامپنهود؛ روش تحقیق در علوم اجتماعی؛ ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر؛ ج ۶، تهران: انتشارات توتیا، ۱۳۸۱.
۳۲. ماهرزاده، حامد؛ «ارتباط مستقیم تجمل‌گرایی با اضطراب»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۷ از وبسایت hsna.ir، خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۹۸.
۳۳. مجلسی، محمدباقر؛ بحارالانوار الجامعه لدرر اخبار الائمه الاطهار؛ بیروت: مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۳ق.
۳۴. مجلسی، محمدباقر؛ بحارالانوار؛ ج ۷۵، دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۱۸ ش از وبسایت جامع الحدیث hadit.inoor.ir، [بی‌تا].
۳۵. محمدی، محمد؛ «اهمیت دعا از منظر روان‌شناسی»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۶ از وبسایت article.tebyan.net مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان، ۱۳۹۸.

۳۶. مرویان، سید محمود؛ «بررسی اعجاز روان‌شناختی قرآن»، فصلنامه قرآن و علم، ش ۱۳، ۱۳۹۶.

۳۷. مصباح، علی؛ «رابطه روان‌شناسی و اقتصاد»؛ دسترسی در ۱۳۹۸/۰۴/۲۶ از وبسایت marifat.nashriyat.ir. سامانه نشریات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۹۸.

۳۸. مطهری، مرتضی؛ اسلام و مقتضیات زمان؛ دسترسی در ۱۳۹۷/۰۷/۲۳ از وبسایت daneshnameh.roshd.ir. دانشنامه رشد، [بی تا].

۳۹. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران؛ تفسیر نمونه؛ چ ۳۲، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۹۱.

۴۰. نعمتی، علی؛ «تاریخچه‌ای از علم اقتصاد در جایگاه علمی اخلاقی»؛ اقتصاد اسلامی، س ۵، ش ۱۹، ۱۳۸۴.

41. Hume, D; **Treatise of Human Nature**; Book 111, Part 1, Oxford, 1739.

42. Mandeville, Bernard; **The Fable of the Bees**, New York: Oxford University press, 1924 [1729].

43. Smith, A; **An Inquiry into the Nature and Causes of the wealth of Nations**, Glagow edition, Oxford, 1776.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی