

چیستی الگوی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی با تأکید بر سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و کارکردهای آن در مقاوم‌سازی اقتصادی

دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۵ تأیید: ۱۴۰۰/۶/۸ امید ایزانلو*
و محمد جواد توکلی**

چکیده

یکی از مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی، بُعد فرهنگی آن است. در این مقاله به بررسی این سؤال محوری می‌پردازیم که تحقق اقتصاد مقاومتی، نیازمند چه الگوی فرهنگ اقتصادی است؟ بنا به فرضیه مقاله، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق اقتصاد مقاومتی را فراهم کند. به منظور اثبات این فرضیه با استفاده از روش تحلیلی، ضمن تبیین مؤلفه‌های عمومی و بخشی فرهنگ اقتصادی جهادی، به بررسی تأثیر آن بر تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته‌ایم. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که فرهنگ اقتصادی جهادی دارای مؤلفه‌های عمومی فعالیت اقتصادی در راه خدا، اولویت منافع جمعی بر منافع فردی، عدم پذیرش سلطه اقتصادی و تأکید بر مقاومت اقتصادی است. این مؤلفه‌های عمومی منجر به ایجاد مؤلفه‌های سخت‌کوشی برای کسب روزی حلال، همراه نهی از تنبلی و راکدگذاشتن اموال با تأکید بر تولید کالای داخلی در بخش تولید، مصرف طیب در سطح کفاف با اولویت کالای داخلی در بخش مصرف و توزیع عادلانه منابع و درآمد با تأکید بر بعد توانمندسازی در بخش توزیع می‌شوند. شواهد نظری و عملی حاکی از آن است که فرهنگ اقتصادی جهادی منجر به افزایش مقاومت اقتصادی می‌شود.

واژگان کلیدی

فرهنگ اقتصادی جهادی، فرهنگ تکاثری، فرهنگ اقتصادی، اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، مقاوم‌سازی اقتصادی، حکومت اسلامی

* دانش آموخته حوزه علمیه و دکتری اقتصاد: omidezanlo@gmail.com
** دانش آموخته حوزه علمیه و عضو هیأت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی: tavakoli@iki.ac.ir



پښتو ښکته علمون انساني و مطالعات فرېښتې
پرتال جامع علمون انساني

مقدمه

اقتصاد مقاومتی الگوی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی است؛ الگویی که پیروی از آن باعث فائق آمدن بر همه مشکلات اقتصادی می شود و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام عیار در برابر ملت بزرگ ایران صفا آرای می کرده است، به شکست و عقب نشینی وامی دارد. یکی از مؤلفه های مهم اقتصاد مقاومتی، بُعد فرهنگی آن است؛ بعدی که از آن با عنوان فرهنگ انقلابی و اسلامی، روی کرد جهادی و فرهنگ جهادی یاد شده است. در این مقاله به بررسی این سؤال محوری می پردازیم که تحقق اقتصاد مقاومتی، نیازمند چه الگوی فرهنگ اقتصادی است؟ آیا الگوی فرهنگ اقتصادی حاکم در اقتصاد سرمایه داری می تواند به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نماید؟ یا این که باید به سراغ الگویی خاص متناسب با شرایط اسلامی - ایرانی کشور برویم؟ بنا به فرضیه تحقیق، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها الگوی فرهنگی است که می تواند به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نماید. در ادامه ابتدا به تبیین فرهنگ اقتصادی تکاثری در اقتصاد سرمایه داری و ظرفیت سنجی اصل فرهنگ در تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته، سپس پس از معرفی فرهنگ اقتصادی جهادی به عنوان الگوی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، مؤلفه ها و کارکردهای آن در تحقق اقتصاد مقاومتی ارزیابی می شود.

فرهنگ اقتصادی تکاثری

مهم ترین ویژگی در الگوی توسعه غربی، مبتنی بودن آن بر فرهنگ تکاثری است. در فرهنگ تکاثری، دست یابی به حداکثر بهره مندی از رفاه مادی و دنیوی و مسابقه مصرف گرایی به عنوان غایت رفتار فرد و اجتماع انسانی مطرح می باشد و مقاصد و اهداف اجتماعی تابع نفع شخصی است.

مطابق با این ویژگی، پیروی از فرهنگ نفع طلبی شخصی موتور محرکه رشد اقتصادی در اقتصاد سرمایه داری بوده است. مطابق با نظر ماندویل (۱۷۳۳-۱۶۷۰ میلادی) رذایل و نفع طلبی های فردی، هر چند در واقع گناهی اخلاقی می باشند، ولی ناخواسته

موجب فضیلت عمومی و رفاه کل جامعه می‌شوند. وی جامعه را مانند کندوی زنبور عسلی می‌داند که درون این کندو، تقسیم کار وجود دارد؛ عده‌ای کار می‌کنند، عده‌ای دفاع و یکی هم ملکه است که کنترل و نظارت می‌کند. لازمه پیشرفت، وجود چنین تقسیم کاری است که موتور محرکه آن، خودخواهی‌های فردی و منافع شخصی است. اگر چنین نفع‌طلبی و نابرابری مترتب بر آن، حکم رذایل اخلاقی را داشته باشد، راه دیگری وجود ندارد، جز کنارآمدن با آن؛ یعنی باید توزیع ناعادلانه درآمد را بپذیریم و این، شرط لازم رشد اقتصادی است. از باب مثال، وی دزدی را فعلی قابل نکوهش می‌داند، ولی می‌گوید اگر کسی از فردی خسیس که ثروتمند است، ولی مصرف وی بسیار اندک است، مبلغی را بدزدد و این مبلغ دزدی وارد چرخه تجاری شود، در نهایت به سود تمام مردم جامعه می‌باشد. در واقع، مبدأ این پول مهم نیست؛ آنچه مهم است، ورود این پول به بازار و برکت داشتن آن برای کل مردم می‌باشد (Mandeville, 1970, p.81-83).

آدام اسمیت (۱۷۹۰-۱۷۲۳ میلادی) با بهره‌گیری از دیدگاه ماندویل، در کتاب ثروت ملل به جای ارجاع به رذایل اخلاقی، از کلمه «حب نفس» استفاده کرد. او فعالیت زنبورها را روشی صحیح برای ایجاد نظم و اقتدار اقتصادی می‌داند. به نظر او باید با حفظ نظم طبیعی، افراد را در پی‌گیری منافع شخصی خود آزاد گذاشت. او این ایده را در قالب مفهوم «دست نامرئی بازار» نظریه‌پردازی می‌کند. مطابق با این مفهوم، وی این‌گونه استدلال می‌کند که وقتی افراد در شرایط رقابتی با انگیزه نفع شخصی به دنبال کسب سود بروند، با کمک دست نامرئی بازار، تولید و اضافه رفاه کل (اضافه رفاه تولیدکننده و مصرف‌کننده) بیشینه می‌شود و در نتیجه، منافع جمعی نیز تأمین می‌گردد (Smith, 1965, p.423).

هرچند ماکس وبر بعدها سعی داشت رشد اقتصادی سرمایه‌داری را به فرهنگ کالونیستی برخاسته از شکل‌گیری مسیحیت پروتستانی پس از رنسانس - یعنی ارزشمندبودن سخت‌کوشی و انباشت سرمایه در عین تمایل مصرف‌کنندگان به مصرف کم‌تر - مرتبط بداند (Ericl, 1995, p.271; Weber, 1905, p.88) و باکاک، (۱۳۸۱، ص ۱۸-۱۶)، اما وی به نظریه‌های ماندویل - که خود را یک کالونیست می‌دانست و قائل به انباشت سرمایه بود - و نظریه‌های اسمیت توجهی نکرد.

حتی با فرض قبول نظریه وبر، قبول ارزش‌های کالوینیستی، به ویژه بعد از جنگ جهانی دوم، رو به تغییر می‌گذارد و فرهنگ سرمایه‌داری از کار و تولید به سمت مصرف متمایل می‌شود. این روند، نتیجه طبیعی گسترش فرهنگ تکاثری مبتنی بر نفع‌طلبی شخصی است که طالب مصرف بیش‌تر است. در این برهه، مصرف به عنوان امری مبتنی بر میل و نه صرفاً مبتنی بر نیاز مطرح می‌شود (باکاک، ۱۳۸۱، ص ۴). جست‌وجو در آثار موجود، انبوهی از تحلیل‌ها در مورد فرهنگ مصرفی نوین به دست می‌دهد. به طور نمونه، ژان بودریار در کتاب جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها و هم‌چنین در کتاب نظام اشیاء، دالن تیموتی در کتاب جامعه‌شناسی مصرف، استیون مایلز و مالکوم مایلز در کتاب شهرهای مصرفی، جان موون و میشل مینور در رفتار مصرف‌کننده و مقدم بر همه، تورستین وبلن در نظریه طبقه تن‌آسا، به ابعادی از فرهنگ مصرفی مزبور اشاره می‌کنند.

بررسی ظرفیت فرهنگ اقتصادی تکاثری در تحقق اقتصاد مقاومتی

پیش از معرفی فرهنگ اقتصادی جهادی و تحلیل کارکردهای آن، این سؤال قابل طرح است که آیا فرهنگ اقتصادی تکاثری می‌تواند به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نماید؟ نگاهی تاریخی به عمل‌کرد نظام‌های اقتصادی سرمایه‌داری نشان می‌دهد که هرچند فرهنگ تکاثری موفقیت‌هایی در تحقق رشد اقتصادی این کشورها داشته است، اما از جهت دست‌یابی به اقتصادی مقاوم با مشکل مواجه بوده است. در بستر این فرهنگ، عملاً رشدی شکننده و غیرمقاوم حاصل شده است. وقوع بحران‌های اقتصادی مختلف، از جمله بحران ۱۸۹۲، ۱۹۳۳ و ۱۹۸۷ میلادی و در همین انتها بحران ۲۰۰۸ نشان داد که رشد اقتصادی محقق‌شده به واسطه این فرهنگ، رشدی پویا و مقاوم نیست (درخشان، ۱۳۹۰، ص ۴۵).

هم‌چنین فرهنگ اقتصادی تکاثری به واسطه اعتقاد به دئیسم، اتکا به عقل بشری و استغنا از تعالیم وحیانی و نفی ارتباط خداوند با عالم طبیعت پس از خلقت (حسینی، ۱۳۹۱، ش ۱۰، ص ۶۴-۶۳)، حتی اگر بتواند باعث رشد اقتصادی شود، نمی‌تواند

زمینه‌ساز تحقق اقتصاد مقاومتی در بستر نظام اقتصادی اسلام که مبتنی بر تعالیم و حیانی است، شود.

این فرهنگ به واسطه اتکا بر فرهنگ نفع‌طلبی شخصی، همواره با برخی مشکلات جدی دیگر از جمله تخریب محیط زیست (صادقی و فراهانی‌فرد، ۱۳۸۹، ش ۱۰، ص ۲۳؛ چپرا، ۱۳۸۴، ص ۱۱۵ و اسکور، ۱۳۸۵، ص ۲۲۸)، کسری‌های ممتد بودجه (چپرا، ۱۳۸۴، ص ۱۱۷ و ۴۹۸) و هزینه بالای بازتوزیع منابع (استیگلیتز، ۱۳۹۱، ص ۳۳۸) مواجه بوده است.

فرهنگ اقتصادی جهادی به عنوان الگوی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی

در تقابل با فرهنگ اقتصادی تکاثری، در الگوی اقتصاد مقاومتی، روی‌کرد اسلامی متأثر از فرهنگ جهادی می‌باشد. در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز به صورت ضمنی به مقوله فرهنگ اقتصادی توجه شده است. در مقدمه سیاست‌ها بیان شده که الگوی اقتصاد مقاومتی، برآمده از «فرهنگ انقلابی و اسلامی» است. یکی از ابعاد فرهنگ انقلابی و اسلامی که در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بر آن تأکید شده، «فرهنگ جهادی» است. از این فرهنگ، با تعبیر مختلفی هم‌چون «روی‌کرد جهادی» و «فرهنگ جهادی» یاد شده (سیاست‌های کلی اقتصادی مقاومتی، بند ۲۰). هرچند در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به ابعادی از فرهنگ اقتصادی مورد نظر اشاره شده، ولی تبیین کاملی از آن ارائه نشده است. در ادامه ضمن تبیین ویژگی‌های مفهومی فرهنگ جهادی، به تبیین این فرهنگ در عرصه اقتصاد می‌پردازیم.

ویژگی‌های فرهنگ جهادی

در مفهوم فرهنگ جهادی دو ویژگی اصلی؛ یعنی مخلصانه‌بودن و مبارزه به معنای تلاش خستگی‌ناپذیر در مقابل دشمن وجود دارد. این دو ویژگی، فرهنگ جهادی را از فرهنگ تکاثری جدا می‌نماید. در ادامه به تبیین این دو ویژگی پرداخته می‌شود.

مخلصانه‌بودن

مفهوم جهاد در قرآن کریم دارای بار ارزشی و مثبت می‌باشد و باید با قصد قربت و

ایمان در راه خدا صورت گیرد (توبه (۹): ۹ و مائده (۵): ۳۵). در بیش‌تر موارد کاربرد کلمه جهاد در روایات و آیات قرآنی همراه با کلمه فی سبیل الله (در راه خدا) می‌باشد (مائده (۵): ۵۴؛ نساء (۴): ۹۵ و حجرات (۴۹): ۱۵). این همراهی دلالت بر این دارد که رکن و هدف اصلی در جهاد، نیت و انگیزه خدایی است. به همین دلیل، جهاد یکی از فروع دین برشمرده شده است. اخلاص و نیت خالص لله داشتن، بیان‌گر قداست خاص، جنبه حماسی و عبادی بودن متعلق جهاد است. چنین روی‌کردی، افراد را از حصار تنگ منافع فردی و مادی خارج نموده و در مسیر تحقق اهداف اجتماعی قرار می‌دهد.

مبارزه

معیار جهاد، شمشیر و میدان جنگ نیست. معیار جهاد همان چیزی است که امروزه در زبان فارسی، در کلمه «مبارزه» وجود دارد. لازمه مبارزه، وجود دو شرط ضروری می‌باشد (خامنه‌ای، ۱۳۷۳/۶/۲۶).

الف) وجود جهاد، تلاش و تحرک همراه با خستگی‌ناپذیری. فرهنگ جهادی، فرهنگی است که همراه با خستگی‌ناپذیری و تلاش مضاعف می‌باشد. خستگی‌ناپذیری به معنای تلاش مضاعف در هر شرایط مکانی و زمانی و امکاناتی است. الگوی عملی این مشخصه را می‌توان در هشت سال دفاع مقدس یا جهاد سازندگی یافت. خستگی فقط به معنای خستگی جسم نیست، بلکه خستگی به معنای خستگی جسمی و روحی می‌باشد. خستگی روحی از خستگی جسمی، گاهی خطرناک‌تر است؛ چراکه خستگی روحی باعث می‌شود انسان از رسیدن به هدف باز بماند. ایشان راه جلوگیری از وقوع خستگی روحی را استمداد از پروردگار متعال، توکل به خدا و امیدواری به کمک الهی برشمرده‌اند (خامنه‌ای، ۱۳۸۴/۷/۱۷). در صورتی که خستگی روحی وجود نداشته باشد، فرد مجاهد به دنبال تلاش حداکثری به منظور رفع موانع و دستیابی به هدف می‌باشد.

ب) وجود دشمن در مقابل. در جهاد، حضور و رویارویی با دشمن مفروض است. انسان یک تلاشی می‌کند، دشمن در مقابل او نیست، این جهاد نیست. اما یک وقت

شما می‌خواهید یک تلاشی را انجام دهید که به خصوص یک دشمن، سینه‌به‌سینه شما ایستاده است، این می‌شود جهاد (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۱/۱۸).

این مبارزه مختص به زمان جنگ نظامی نمی‌باشد، بلکه در همه عرصه‌های مادی و معنوی مورد نیاز یک ملت می‌تواند تأثیرگذار باشد. فرهنگ جهادی، گاهی در میدان نظامی و رودررو با دشمن ظاهری می‌باشد و گاهی در عرصه‌های غیر نظامی مانند سیاست و اقتصاد بروز می‌کند (خامنه‌ای، ۱۳۷۳/۶/۲۹).

بنابراین، فرهنگ جهادی دارای دو ویژگی مبارزه به معنای تلاش خستگی‌ناپذیر در برابر دشمن همراه با اخلاص در عمل و قرب الی الله می‌باشد. همراه‌بودن و مقدم‌بودن جهاد مالی و اقتصادی بر جهاد جانی در آیات قرآن (نساء(۴): ۹۵؛ انفال(۸): ۷۲؛ توبه(۹): ۲۰، ۴۱ و ۴۴؛ حجرات(۴۹): ۱۵ و صف(۶۱): ۱۱)، نشان‌دهنده اهمیت جهاد اقتصادی می‌باشد. این فرهنگ در جنبه اقتصادی دارای مؤلفه‌هایی است که باعث مقاوم‌شدن اقتصاد می‌شود. مقام معظم رهبری نیز با توجه به شرایط کشور، جهاد در عرصه اقتصاد را یک ضرورت برای کشور برمی‌شمارند (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۱/۱ و ۱۳۹۰/۶/۶). در ادامه به تبیین مؤلفه‌های این الگو در عرصه اقتصاد می‌پردازیم.

مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی جهادی

مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی جهادی، حاکی از هنجارهای اقتصادی است که قواعد غیر رسمی در زمینه رفتار اقتصادی مطلوب را تعیین می‌کند (North, 1990, p.3). این مؤلفه‌ها را می‌توان در دو دسته مؤلفه‌های اقتصادی عمومی و بخشی جای داد. مؤلفه‌های اقتصادی عمومی در مورد همه فعالیت‌های اقتصادی صادق‌اند، ولی مؤلفه‌های اقتصادی بخشی به حوزه‌های تولید (ایجاد ثروت و درآمد)، توزیع (انفاق درآمد و ثروت) و مصرف (تأمین معاش) اختصاص دارند. در ادامه به تبیین این مؤلفه‌ها می‌پردازیم.

مؤلفه‌های اقتصادی عام

فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع جمعی بر منافع فردی و

عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی از جمله هنجارهای عمومی در فرهنگ اقتصادی جهادی است که در تمامی حوزه‌های تولید، مصرف و توزیع جریان دارد.

(الف) فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا

یکی از مؤلفه‌های محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی این است که سخت‌کوشی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی؛ چه در تولید و چه در مصرف و توزیع، باید در راه خدا و برای خداوند باشد. انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا باعث می‌شود که تلاش برای کسب روزی حلال و طیب به نوعی به عبادت تبدیل شود (شیخ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۱۵۷؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۱، ص ۵۸ و ۱۰؛ نوری، ۱۴۰۸ق، ص ۴۶۰ و ابن اثیر، ۱۳۶۷، ج ۴، ص ۲۰۲). در این راستا، اسلام تلاش برای تأمین معاش خانواده را همانند جهاد در راه خدا دانسته (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۸۸) و تبلی و بی‌کاری را نکوهش کرده است (حمیری، ۱۴۱۳ق، ص ۱۱۵ و کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۹، ص ۵۷۵).

متأسفانه امروزه برخی افراد با استناد به این هنجار، فعالیت جهادی را با فعالیت تبرعی یکسان می‌دانند. حال آن‌که این دو مفهوم با یکدیگر تفاوت ماهوی دارند. تبرع به معنای بذل مال یا منفعت به دیگری به قصد احسان و بدون دریافت اجر و دستمزد می‌باشد (حیدری و باقری، ۱۳۹۴، ش ۱۶، ص ۳۵-۵۹). به عنوان مثال، کسی که به قصد تبرع، برای دیگری کاری انجام داده - مانند دلال که مال دیگری را فروخته (نجفی، ۱۴۱۷ق، ج ۲۵، ص ۸۹) یا مادر که به فرزندش شیر داده است - مستحق اجرت نخواهد بود (همان، ج ۳۱، ص ۲۸۱). در تبرع نیاز به نیت خالصانه و قصد قرب الی الله نیز وجود ندارد. هم‌چنین در تبرع، مفهوم مبارزه و رویارویی با دشمن وجود ندارد. در مقابل، کار جهادی کاری است که همراه با نیت الهی و تلاش مضاعف در مقابل دشمن انجام می‌گیرد. این تلاش مطابق با بیان خداوند متعال منجر به پاداش دنیوی و اخروی می‌شود (اسراء (۱۷): ۲۰-۱۸).

(ب) اولویت منافع جمعی بر منافع فردی

در فرهنگ نفع‌طلبی شخصی حاکم بر نظام سرمایه‌داری، اولویت با منافع فردی است

و منافع جمع چیزی جز جمع منافع فردی نیست. در مقابل، در الگوی فرهنگ اقتصادی جهادی، منافع جمعی بر منافع فردی اولویت دارد. در این الگو، فرد و جامعه بر اساس سلسله‌مراتبی از پیوندهای طولی و عرضی با یک‌دیگر همبستگی دارند و به جای بیش از اصالت فردی و تلاش برای ایجاد وحدت تصنعی بر مبنای قرارداد که نتیجه آن محصورماندن فرد به محدوده منافع شخصی و رهاکردن مصالح اجتماعی به دست تقدیر است، این عقیده وجود دارد که جامعه همانند یک پیکر به‌هم‌پیوسته از افراد تشکیل‌دهنده آن است که همگی باید در صفوف به‌هم‌پیوسته (صف (۶۱): ۴ و سبأ (۳۴): ۴۶) در مسیر تکامل الی الله حرکت نمایند (حسینی، ۱۳۹۴، ش ۱۰، ص ۲۶۹). امام صادق ۷ در باره همبستگی آحاد مؤمنان و برادری ایمانی آنان می‌فرماید:

مؤمن برادر مؤمن است و مانند یک پیکر هستند که اگر عضوی از آن به درد آید، دیگر اعضایش نیز آن درد را در خود، احساس می‌کنند، روح آن دو مؤمن، از یک روح است و اتصال روح مؤمن به روح خداوند، بیش‌تر از اتصال پرتو خورشید به خورشید است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۶).

بنابراین، در این نگرش مصالح هیچ جزئی بدون در نظر گرفتن مصالح سایر اجزا ممکن نیست. از این رو، همگان در مقابل هم مسئول‌اند (همان، ج ۱، ص ۴۹) و هر کسی همان‌طور که نیازهای خود را می‌بیند، باید نیازهای دیگران را هم در نظر بگیرد.

توجه به اولویت منافع جمعی بر منافع فردی در منابع دینی به اندازه‌ای است که در برخی آیات (حشر (۵): ۹) و روایات بر تقدم دیگران بر خود تأکید شده است (شیخ صدوق، ۱۳۸۵ق، ج ۱، ص ۱۸۱-۱۸۲ و شیخ مفید، ۱۴۱۴ق، ص ۳۳۷). در سیره عملی پیشوایان دینی نیز توجه به این هنجار، یک اصل بوده است. امام صادق ۷ این هنجار را با استناد به آیه ۹ سوره حشر که در آن مقدم‌داشتن دیگران بر خود تشویق شده است، بیان می‌کند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۳۶، ص ۵۹). قرآن مجید عالی‌ترین نمونه تقدم دیگران را در سوره «هل آتی» در داستان ایثار حضرت امیرالمؤمنین، حضرت زهرا، امام حسن و حسین : در بخشش غذای افطاری خود در سه روز متوالی به مسکین، یتیم

و اسیر بیان می‌کند (انسان(۷۶): ۸). در آیه ۹ سوره حشر نیز خداوند متعال از انصار در بخشش اموالشان به مهاجران، علی‌رغم نیاز خودشان تمجید می‌کند.

لازمه ارجحیت‌دادن منافع جمعی بر منافع فردی، رسیدن به مرحله‌ای است که فرد قادر باشد بر تمایلات نفسانی خود غالب شود و منافع دیگران را بر منافع شخصی خود ترجیح دهد. تقدم جهاد نفس بر جهاد با دشمنان ظاهری در منابع دینی که از آن با نام جهاد اکبر در مقابل جهاد اصغر نام برده شده است، نشان‌دهنده اهمیت ارجحیت منافع جمعی بر منافع شخصی می‌باشد (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۳؛ شیخ صدوق، ۱۳۷۶، ج ۱، ص ۴۶۶ و مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۷، ص ۶۵).

هم‌چنین لازمه رسیدن به این مرحله از جهاد با نفس و ترجیح منافع جمعی بر فردی، وجود انگیزه بسیار قوی می‌باشد تا افراد جامعه راغب به ترجیح منافع جمعی بر فردی باشند. این انگیزه باید به اندازه‌ای قوی باشد که فرد را به ترجیح منافع جمعی بر منافع فردی ترغیب کند. به عنوان مثال، اگر تولیدکنندگان در فعالیت تولیدی، به جای توجه به منافع جمعی، منافع فردی را ترجیح دهند، تغییر ایجادشده در تخصیص منابع به فعالیت‌های اقتصادی آسیب‌های زیادی برای اقتصاد به همراه دارد. در چنین حالتی صاحبان سرمایه، سرمایه خود را در زمینه‌های تولیدی سرمایه‌گذاری نکرده و به جای آن به سراغ فعالیت‌های غیر مولد (مانند خرید و فروش سکه طلا، ارز و ...) می‌روند تا نفع طلبی شخصی آن‌ها حداکثر شود. انگیزه‌ها را می‌توان به دو نوع تقسیم کرد: الف) انگیزه‌های مادی و ب) انگیزه‌های معنوی. انگیزه‌های مادی از یک واقعیت عینی سرچشمه می‌گیرند و برای افراد قابلیت درک بیش‌تری دارند. ولی این انگیزه‌ها عمیق نیستند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ش ۱۸، ص ۳۵). به عنوان مثال، برای افرادی که به کارآفرینی می‌پردازند، جایزه قرار دهیم. هرچند انگیزه کسب جایزه منجر به کارآفرینی می‌شود، ولی این انگیزه باعث نمی‌شود افراد در شرایط جنگ اقتصادی، جهاد کرده و خود را به سختی و تعب بیاورند تا منجر به کارآفرینی شود. لذا در مراحل بحرانی و شرایط جنگ اقتصادی تأثیر این نوع انگیزه‌ها کاهش می‌یابد و یا بی‌اثر می‌شود.

در مقابل انگیزه‌های مادی، انگیزه معنوی قرار دارد که از باور به توحید سرچشمه می‌گیرد و پشتوانه‌ای هم‌چون معاد و زندگی جاویدان پس از مرگ دارد. تأثیر این انگیزه قوی و عمیق می‌باشد و باعث می‌شود افراد خود را از حصار تنگ منافع شخصی خارج کرده و به این علت که پاداش کار خود را نزد خداوند متعال می‌یابند، منافع جمع را بر منافع فرد ترجیح دهند.

(ج) عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی (استقلال اقتصادی) و تأکید بر مقاومت
 بر اساس آموزه‌های اسلامی، هرگونه راهی برای تسلط کفار بر مؤمنین از طرف خداوند نفی شده است (نسا(۴): ۱۴۴ و آل عمران(۳): ۲۸). نفی سیل قاعده‌ای اسلامی است که هرگونه تسلط کفار بر مسلمانان را در هر زمینه‌ای از جمله سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، نظامی و اقتصادی جایز نمی‌شمارد. پیامبر اکرم ﷺ به هیچ وجه به تسلط اقتصادی غیر مسلمانان بر مسلمانان رضایت نمی‌دادند. ایشان تقویت استقلال اقتصادی بازار اسلامی، اقدام به تغییر بازار مدینه از بازار بنی قینقاع - که در دست یهودیان بود و موجبات تسلط آنان بر قلب اقتصاد مدینه را فراهم کرده بود - به بازار مستقلی در نزدیکی باغ‌های انصار برای مسلمانان کرد (ابن ماجه ۱۳۹۵ق، ج ۲، ص ۷۵۱ و ابن شبه، ۴۱۰ق، ج ۱، ص ۳۰۶).

خداوند متعال در قرآن کریم راه صحیح مقابله با هجمه و فشارهای دشمن و در نتیجه ایجاد مشکلات فراوان را مقاومت معرفی می‌کند. یکی از نمونه‌های مهم داستان مبارزه طالوت (فرمانده بنی اسرائیل) با جالوت (ابرقدرت ستم‌گر) است. خداوند متعال می‌فرماید: «هنگامی که سپاه طالوت با لشکر جالوت روبه‌رو شدند، گفتند: پروردگارا، «مقاومت» در برابر دشمن را بر ما سرازیر کن و گام‌های مان را استوار دار و ما را بر این دشمنان کافر پیروز بگردان» (بقره(۲): ۲۵۰). در دوران مبارزه پیامبر گرامی اسلام ﷺ نیز همین راه به ایشان توصیه شده است و خداوند متعال هشدار می‌دهد که دست از مقاومت نکشند (هود(۱۱): ۱۱۲). راز سخن پیامبر که فرمود «شبیبتنی هود»؛ سوره هود مرا پیر کرد» (حویزی، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۳۳۴) نیز همین دستور به «مقاومت» است.

علامه طباطبایی در این مورد می‌نویسد:

این‌که در این آیه خطاب متوجه شخص پیامبر شده، علاوه بر این‌که تشریف و رعایت احترام او هست، شدت و سنگینی بار او را هم می‌رساند و او را با هول خطاب و ترس مکالمه با مقام متعالی حق هم روبه‌رو می‌کند و سنگینی این خطاب برای آن حضرت با سنگینی‌ای که به بقیه امت متوجه می‌شود، برابری می‌نماید و به همین جهت، مفسران کلام پیامبر را که فرمود این سوره مرا پیر کرد، به خاطر وجود این آیه گرفته‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱، ص ۵۰).

این آیات، ابتدا شخص پیامبر ﷺ و سپس مؤمنان به او را به استقامت امر می‌کنند. از این آیات نتیجه گرفته می‌شود که اولاً نباید در راه رسیدن به هدف متوقف شد و ثانیاً در مسیر رسیدن به هدف، باید مراقب انحراف و زاویه پیدا کردن بود. عوامل این انحراف دو امر است:

۱. عامل درونی و ۲. عامل بیرونی. عامل درونی همان «تهاجم هواهای نفسانی... و محبت طلا و نقره، پول و شهوات جنسی» است. عامل بیرونی «دشمنان، توطئه‌گران، بدخواهان و قدرت‌های مسلط» هستند (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۱/۶).

در مقابل، آیات متعددی جامعه اسلامی را به شدت از «سازش» منع می‌کند و «سازش‌کاران» را توبیخ کرده است (ممتحنه (۶۰): ۳-۱). مقام معظم رهبری با اشاره به عدم تبعیت از کفار و مقاومت در مقابل آنان، این امر را جهاد کبیر برمی‌شمارند. ایشان می‌فرمایند:

امروز برای کشور ما جنگ نظامی سنتی و متعارف احتمال بسیار ضعیفی است، لکن جهاد باقی است؛ جهاد یک چیز دیگر است. جهاد فقط به معنای قتال نیست، فقط به معنای جنگ نظامی نیست؛ جهاد یک معنای بسیار وسیع‌تری دارد. در بین جهادها، جهادی هست که خدای متعال در قرآن آن را «جهاد کبیر» نام نهاده: «وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا»، در سوره مبارکه فرقان است؛ «به» یعنی به قرآن، «جَاهِدْهُمْ بِهِ»؛ یعنی به وسیله قرآن با آن‌ها جهاد کن؛ جِهَادًا كَبِيرًا. این آیه در مکه نازل شده. درست توجه کنند جوان‌های

عزیز! در مکه جنگ نظامی مطرح نبود، پیغمبر و مسلمان‌ها مأمور به جنگ نظامی نبودند، کاری که آن‌ها می‌کردند، کار دیگری بود؛ همان کار دیگر است که خدای متعال در این آیه شریفه می‌گوید: «وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا». آن کار دیگر چیست؟ آن کار دیگر، ایستادگی و مقاومت و عدم تبعیت [است] «فَلَا تُطِيعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا»، از مشرکین اطاعت نکن. اطاعت نکردن از کفار همان چیزی است که خدای متعال به آن گفته جهاد کبیر. این تقسیم‌بندی غیر از تقسیم‌بندی جهاد اکبر و جهاد اصغر است. جهاد اکبر که از همه سخت‌تر است، جهاد با نفس است؛ همان چیزی است که هویت ما را، باطن ما را حفظ می‌کند؛ جهاد اصغر، مجاهدت با دشمن است، منتها در بین جهاد اصغر یک جهاد هست که خدای متعال آن را «جهاد کبیر» نام نهاده که آن همین است. «جهاد کبیر»؛ یعنی چه؟ یعنی اطاعت نکردن از دشمن، از کافر؛ از خصمی که در میدان مبارزه با تو قرار گرفته اطاعت نکن. اطاعت یعنی چه؟؛ یعنی تبعیت؛ تبعیت نکن. تبعیت نکردن در کجا؟ در میدان‌های مختلف؛ تبعیت در میدان سیاست، در میدان اقتصاد، در میدان فرهنگ، در میدان هنر. در میدان‌های مختلف از دشمن تبعیت نکن؛ این شد «جهاد کبیر» (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۳/۳).

مؤلفه‌های اقتصادی بخشی

در الگوی فرهنگ اقتصادی جهادی، مؤلفه‌های مشخصی در سه بخش تولید، توزیع و مصرف مطرح است. همان‌گونه که بیان خواهد شد، این مؤلفه‌های به شکلی هماهنگ و سازگار، فضای فعالیت اقتصادی را ساماندهی می‌کنند.

مؤلفه‌های بخش تولید

در فرهنگ اقتصادی جهادی، کار و تولید همراه با سخت‌کوشی برای تأمین نیازهای خود و دیگران، به شدت تشویق شده است. هم‌چنین هنجارهایی هم‌چون خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی، اخلاص در کار و تولید، ممنوعیت راکد نگه‌داشتن

سرمایه و لزوم بهبود کمی و کیفی تولید ترویج می‌شود. در این بخش، هنجاری که با توجه به شرایط بومی کشور باید به آن توجه شود، هنجارشدن افزایش تولیدات داخلی به عنوان بخش مهمی از جهاد اقتصادی (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۱/۱) و ستون فقرات اقتصاد مقاومتی (خامنه‌ای، ۱۳۹۳/۲/۱۰) می‌باشد. به عبارت دیگر، این هنجار که افزایش تولید باید در داخل کشور اتفاق بیفتد، جهت‌دهنده هنجارهای مرتبط با بخش تولید در نظام اقتصادی اسلام می‌باشد.

(الف) سخت‌کوشی و تلاش مضاعف

در فرهنگ اقتصادی جهادی، سخت‌کوشی و تلاش مضاعف برای امرار معاش و کسب روزی حلال، ارزشی اساسی است. سخت‌کوشی و تلاش، یکی از مؤلفه‌های محوری است که در مفهوم جهاد نهفته است. جهاد به معنای تلاش فراوان همراه با سخت‌کوشی است. بر اساس مضمون روایات، ارزش کسی که برای تأمین مخارج خانواده، خود را به سختی می‌اندازد (الکاد علی عیاله)، همانند مجاهد در راه خداست (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۸۸). در این فرهنگ، کار تنها برای تأمین معاش نیست، بلکه وسیله‌ای برای عمران و آبادانی زمین است که بشر بدان مأمور گشته است (هود(۱۱): ۶۱). لازمه تداوم جهاد اقتصادی این است که خود را به تعب و سختی در کار عادت دهیم. چنان‌که سیره امامان معصوم: نیز این بوده که برای تأمین معاش حلال زحمت و سختی آن را نیز متحمل می‌شدند (حر عاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۱۷، ص ۲۳).

(ب) خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی

در فرهنگ اقتصادی جهادی، خستگی‌ناپذیری ارزشمند و تنبلی ضد ارزش است (ابن شعبه حرانی، ۱۳۶۳، ص ۲۹۵؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۷۲؛ شیخ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۶۹ و مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۰، ص ۹)؛ چنان‌که سیره امامان معصوم: نیز این بوده که برای تأمین معاش حلال، زحمت و سختی آن را نیز متحمل می‌شدند (حر عاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۱۷، ص ۲۳). ارزش خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی در فرهنگ اسلامی به اندازه‌ای است که امام باقر ۷، مرگ در حالت تلاش و کار را، مرگ

در حال اطاعت از خداوند متعال می‌داند. جهد و تلاش امام باقر 7 در مزرعه خود، در شدت گرما سبب تعجب و اعتراض فردی از اهالی مدینه شد. وی از روی اعتراض گفت: «اگر در این حال اجلت فرا رسد چه خواهی کرد؟ آن حضرت در پاسخ فرمود: اگر در این حال مرگم فرا رسد، در حال اطاعت خدا دیده از جهان فرو خواهم بست و با این کار، خود و خانواده‌ام را از تو و دیگران بی‌نیاز می‌کنم» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۷۴-۷۳).

برخلاف فرهنگ اقتصادی جهادی، در فرهنگ نفع‌طلبی شخصی آنچه برای عرضه‌کننده کار مهم است، اصل مطلوبیت ناشی از فراغت می‌باشد و عرضه‌کننده کار، اصل کار را جبری تلقی می‌کند.

(ج) راکد نگذاشتن سرمایه

در فرهنگ اقتصادی جهادی، کنز و راکدگذاشتن سرمایه مذموم است. در قرآن کریم، از راکدگذاشتن سرمایه نهی شده است (توبه ۹): (۳۴). علامه طباطبایی؛ در تحلیل جامع و دقیق از آیه کنز می‌گوید:

مفهوم «کنز» بیان‌گر ننگه‌داری، ذخیره و منع جریان مال در معاملات است... و مفهوم «سبیل الله» نماینده هر چیزی است که برپایی دین خدا و جلوگیری از فروپاشی بنیان‌های آن هم‌چون جهاد، مصالح واجب دین و امور جامعه اسلامی به آن بستگی دارد... پس هر کس مال را به خود اختصاص دهد، «كَنْزْتُمْ لَأَنْفُسِكُمْ»، به خدا و پیامبرش [در امانتی که به او سپرده شده،] خیانت کرده است... و اگر ثروت خود را؛ هرچند زیاد، در چرخه سرمایه‌گذاری‌های تولیدی و تجاری قرار دهد و به دیگران خدمت کند، هیچ‌گونه منعی ندارد... (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۹، ص ۲۶۰-۲۵۸).

بنابراین، مال و ثروت باید به نفع مصالح عمومی جامعه اسلامی، در چرخه تولید و تجارت قرار گیرد و راکدگذاشتن آن به زیان تحقق اقتصاد مقاومتی است. در روایات نیز با اشاره به زیان‌های اقتصادی، راکدگذاشتن ثروت، بر لزوم سرمایه‌گذاری آن در فعالیت‌های اقتصادی مولد تأکید شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۹۱).

(د) بهبود کمی و کیفی تولید (اتقان در عمل)

بهبود کمی و کیفی تولید در جامعه اسلامی، یکی از مؤلفه‌های محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی است. در این چارچوب، نه تنها بهبود کمیت محصولات تولیدی ارزشمند بوده و باعث تقویت اقتصاد جامعه اسلامی می‌شود، بلکه بهبود کیفیت آن نیز مورد تأکید است. در واقع، تقویت کمی و کیفی تولید داخلی مؤلفه مهمی از جهاد اقتصادی و ستون فقرات اقتصاد مقاومتی است (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۱/۱ و ۱۳۹۳/۲/۱۰).

در روایات معصومان : تأکید زیادی بر اتقان عمل شده است؛ مقوله‌ای که باعث بهبود کیفیت تولید داخلی می‌شود. پیامبر اکرم ﷺ در این زمینه می‌فرمایند: «هرگاه یکی از شما کاری انجام دهد، باید آن کار را استوار و محکم انجام دهد» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۲۶۳). هم‌چنین آن حضرت در سخن دیگری می‌فرمایند: «خداوند بنده‌ای را دوست دارد که هرگاه عملی را انجام می‌دهد، آن را مستحکم کند» (حر عاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۳، ص ۲۳۰).

هنجارهای بخش مصرف

در رویکرد اقتصاد سرمایه‌داری، مصرف جهت‌دهنده به تولید است و ذاتاً امری مطلوب قلمداد می‌شود. این در حالی است که مصرف بیش از حد و بدون جهت‌گیری اجتماعی می‌تواند باعث عدم تحقق اقتصاد مقاومتی شود. در اقتصاد مقاومتی، مصرف تولیدات داخلی منجر به افزایش مقاومت اقتصادی کشور می‌شود. این هنجار که مصرف باید در چارچوب تولیدات داخلی باشد، جهت‌دهنده هنجارهایی هم‌چون مصرف در حد کفاف، ممنوعیت اسراف، قناعت، عدم اقتار و اتراف، مصرف حلال و طیب در فرهنگ اقتصادی جهادی است.

(الف) مصرف در حد کفاف

در فرهنگ اقتصادی جهادی، هر نوع مصرفی مطلوب نیست. مصرف باید در حد کفاف و با هدف تأمین متعادل نیازهای افراد جامعه باشد. در روایات بر رعایت حد کفاف در معیشت تأکید شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۴۰؛ نهج البلاغه، قصار ۴

و ابن شعبه حرانی، ص ۷۹). تأکید اسلام بر مصرف در حد کفاف به اندازه‌ای است که ثروتمندان، حتی پس از پرداخت زکات و انجام تکالیف شرعی، باز هم مجاز به مصرف بیش از حد کفاف نیستند (قمی، ۱۴۰۴ق، ج ۱، ص ۵۱).

کفاف، حدی از هر چیز است که اضافه و نقصان در آن نباشد. میزان کفاف، نسبی و وابسته به نگاه عرف است (نراقی، ۱۳۷۵، ص ۶۳۰). کفاف، دارای یک دامنه است و به گسترش اطلاعات مالی بین افراد و سطح تحمل اختلافات وابسته است. از این رو، در احکام، شاهد مواردی هم‌چون وجوب تهیه مخارج عرفی زندگی خود و همسر (امام خمینی، ۱۴۲۴ق، ص ۴۷۶) و مخارج عرفی پدر، مادر و فرزندان فقیر (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص ۲۹۶) و نیز وظیفه دولت اسلامی در تأمین حد عرفی زندگی نیازمندان می‌باشیم (شهید صدر، ۱۳۸۲، ص ۶۸۳-۶۷۱).

دستور امام صادق ۷ در ایام قحطی به کارگزار خود مبنی بر فروش گندم ذخیره‌شده و تهیه روزانه گندم برای بیت امام، مانند سایر مردم و سفارش به تهیه نان منزل به صورت ترکیبی از گندم و جو (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۶). نشان‌دهنده اهمیت مصرف در حد کفاف و مطابق با عرف زندگی مردم می‌باشد.

(ب) ممنوعیت اسراف

در بینش اسلامی، اسراف به شدت نهی شده است. اسراف سبب سرکشی (شوری: ۴۲: ۲۷)، بطر (سرمستی) (قصص: ۲۸: ۵۸) و ترف (خوش‌گذرانی) (اسراء: ۱۷: ۱۶) می‌شود. اسراف در مصرف، به معنای مصرف بیش از حد کفاف است (طبرسی، ۱۳۹۵ق، ج ۴، ص ۱۷۶؛ مکارم شیرازی، ۱۳۶۴، ج ۶، ص ۱۴۹ و مصطفوی، ۱۴۰۲ق، ج ۵، ص ۱۱۰).

(ج) قناعت و عدم اقتار و اتراف

قناعت در مصرف همراه با عدم اقتار و اتراف، مؤلفه‌ای اساسی در فرهنگ اقتصادی جهادی است. فرد قانع، به حاصل سعی و تلاش خود راضی است و از حسادت، رقابت و چشم‌وهم‌چشمی نسبت به مال و دارایی دیگران دوری می‌کند. امیر مؤمنان

علی 7 می‌فرماید: «قناعت و استفاده به میزان نیاز، موجب توان‌مندی و دولت‌مندی است» (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۳۹).

قناعت به رضایت به کفاف معنا شده است (همان، حکمت ۴۴). مصرف بیش از حد کفاف، مصداق اسراف و زمینه‌ساز اتراف است. خداوند متعال بسیاری از مخالفت‌ها با پیامبران الهی را به مترفین نسبت داده است (سبأ(۳۴): ۳۴) که آثار فساد آنان دامن‌گیر جامعه خواهد شد (اسراء(۱۷): ۱۶). مصرف کم‌تر از حد کفاف نیز اقتار است. اقتار به معنای تنگ‌نظری و سخت‌گیری در مصرف است (ابن فارس، ۱۳۸۷، ص ۸۰۳ و طریحی، ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۶۵۵). در آیات و روایات، از اقتار و تنگ‌نظری در مصرف اموال نهی شده است (فرقان(۲۵): ۶۷؛ مائده(۵): ۸۷؛ ابن ابی‌جمهور، ۱۴۰۵ق، ج ۲، ص ۱۴۹ و کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۱۰).

(د) مصرف حلال و طیب

مصرف کالاها و خدمات حلال و طیب نیز در اسلام مورد تأکید فراوان قرار گرفته است. در آیات مختلف قرآن، به مصرف حلال و طیب امر شده است (بقره: ۵۷، ۱۶۸ و ۱۷۲ و نحل: ۱۱۴). کالای حلال و طیب کالایی است، گوارا، پاک، غیر مضر و با کیفیت که از هر نوع آلودگی خالی است و در فرآیند تولید آن، تعدی و تجاوزی به منابع طبیعی، حقوق انسانی و حقوق الهی صورت نمی‌گیرد (توکل و شفیع‌نژاد، ۱۳۹۸، ص ۴۷-۳۹).

(ه) مصرف تولید داخلی

مصرف تولید داخلی نیز مؤلفه دیگری در فرهنگ اقتصادی جهادی است. مصرف تولید داخلی از آن جهت مطلوب است که باعث کاهش وابستگی اقتصاد جامعه اسلامی به بیرون و در نتیجه افزایش استحکام اقتصادی آن می‌شود. مقام معظم رهبری مصرف تولیدات داخلی را پایه و ستون اقتصاد مقاومتی می‌داند (خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۲/۹) و بر لزوم شکل‌گیری فرهنگ مصرف تولیدات داخلی تأکید می‌کنند (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱/۱ و ۱۳۹۱/۵/۳)؛ چراکه مصرف به تولید جهت می‌دهد و در صورت عدم مصرف یک کالای داخلی،

بازار آن کالا از بین می‌رود و در نتیجه انگیزه تولیدکنندگان داخلی برای تولید، به تدریج زایل می‌شود و تولید داخلی کاهش می‌یابد.

هنجارهای بخش توزیع

در فرهنگ اقتصادی جهادی، نه تنها بر رعایت عدالت در توزیع درآمد و ثروت تأکید شده، بلکه ایثار در راه خدا فراتر از انفاقات واجب به عنوان هنجاری محوری مطرح شده است. در این فرهنگ، توانمندسازی فقرا و محرومان ضرورتی اساسی است.

(الف) عدالت توزیعی

در فرهنگ اقتصادی جهادی، توزیع عادلانه درآمد و ثروت، مؤلفه‌ای محوری است. اهمیت عدالت در اسلام، به اندازه‌ای است که قرآن کریم آن را از اهداف بعثت پیامبران می‌شمارد (حدید(۵۷): ۲۵). در اقتصاد مقاومتی نیز تأمین عدالت و کاهش فاصله طبقاتی، هم‌زمان با تحقق رشد اقتصادی دنبال می‌شود (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۷/۲۲ و ۱۳۹۳/۱/۱).

تحقق عدالت توزیعی، از طرفی مستلزم توزیع اولیه عادلانه ثروت‌ها و منابع عمومی پیش از تولید و از طرف دیگر نیازمند توزیع عادلانه درآمدها پس از تولید است. در توزیع عادلانه درآمد در رویکرد اسلامی، دو عنصر کار و نیاز مطرح است؛ کار منشأ بهره‌مندی افراد از دسترنج خود است، نیاز نیز منشأ ایجاد حق بر درآمد ثروتمندان برای نیازمندان می‌باشد (رجائی، ۱۳۹۲، ص ۶۴-۲۳). البته در فرهنگ اقتصادی جهادی، رفع نیازها از طریق کوشش و تلاش خود فرد اولویت دارد. با وجود این، در جامعه افرادی وجود دارند که یا توانایی کارکردن ندارند یا این‌که درآمد حاصل از کار آن‌ها برای مصرف‌شان کفایت نمی‌کند. در این صورت، اسلام بر گسترش فرهنگ انفاق و ایثار تأکید دارد (شهید صدر، ۱۴۱۷ق، ص ۳۳۷).

(ب) ایثار و از خودگذشتگی در راه خدا

هرچند پرداخت حقوق واجب هم‌چون خمس و زکات، ارزشی محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی است، اما ایثار و از خودگذشتگی در راه خداوند، فراتر از این حد نیز

مطلوب است. از این رو، در اسلام به انفاقات مستحب نیز توصیه شده است. خداوند در قرآن مجید حکایت اهل بیت : را نقل می‌کند که سه روز افطاری خود را به رغم نیاز خودشان، به نیازمندان انفاق می‌کنند (انسان(۷۶): ۹).

(ج) توانمندسازی فقرا

در فرهنگ اقتصادی جهادی، انفاقات به واسطه توانمندسازی افراد جامعه، باعث کاهش انگیزه کار و فعالیت در میان نیازمندان و عموم جامعه نمی‌شود و از این طریق، به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند. از همین رو، ثواب قرض‌الحسنه نسبت به صدقه مضاعف است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۴، ص ۳۴۱ و مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۳، ص ۱۳۸ و ۱۴۰)؛ چراکه ضمن تأمین نیاز فرد و حفظ آبرویش، وی را به کار و تلاش برای بازپرداخت آن وامی‌دارد.

کارکرد فرهنگ اقتصادی جهادی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

با شکل‌گیری فرهنگ اقتصادی جهادی، سخت‌کوشی و پرتلاشی در بخش تولید تقویت می‌شود. مصرف، با اولویت‌دادن به مصرف کالای داخلی در حد کفاف، مدیریت می‌گردد و مازاد درآمد افراد، برای سرمایه‌گذاری، فقرزدایی و گسترش توانمندسازی محرومین هزینه می‌شود. نتیجه شکل‌گیری چنین فرهنگی افزایش هم‌زمان رشد و عدالت اقتصادی و در نتیجه افزایش مقاومت اقتصادی است.

با حاکمیت فرهنگ اقتصادی جهادی، افراد جامعه به دلیل پرهیز از تنبلی و بی‌کاری و راکد نگه‌داشتن سرمایه و هم‌چنین عبادت‌دانستن کسب و کار، به دنبال افزایش فعالیت تولیدی مولد می‌باشند. هم‌چنین افراد با در نظر گرفتن جنگ تمام‌عیار اقتصادی بر ضد جامعه اسلامی و اهمیت‌دادن به استقلال جامعه اسلامی، با دوری از سفته‌بازی، به افزایش کمی و کیفی تولیدات داخلی گرایش دارند. در چنین فضایی، تلاش جهادی همراه با خستگی‌ناپذیری و اخلاص در عمل، باعث تقویت تولید می‌شود. نتیجه این سخت‌کوشی و تقویت تولید داخلی، تحقق رشد درون‌زاست؛ رشدی با ثبات و پویا که به تحقق اقتصاد مقاومتی می‌انجامد.

حاکمیت مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی جهادی در حوزه مصرف نیز دست‌یابی به اقتصاد مقاومتی را تقویت می‌کند. ممنوعیت اسراف و چشم‌وهم‌چشمی و توصیه به قناعت و هم‌چنین مصرف کالای داخلی باعث می‌شود که مصرف افراد در سطح کفاف با اولویت مصرف کالای داخلی شکل بگیرد. کاهش تقاضا برای کالاهای تجملاتی و محصولات وارداتی غیر ضروری نیز از نتایج چنین فرهنگی است؛ چراکه به علت نهمی از اسراف و تأکید بر مصرف در حد کفاف، درآمد مازاد، به اقشار کم درآمد جامعه منتقل می‌شود؛ لذا تقاضا برای کالاهای تجملاتی و واردات کالاهای غیر ضروری در جامعه کاهش می‌یابد.

با گسترش فرهنگ اقتصادی جهادی، درآمد مازاد بر حد کفاف، یا در فعالیت‌های مولد سرمایه‌گذاری می‌شود یا در قالب انقاقات واجب و مستحب، به بهبود عدالت توزیعی کمک می‌کند. در هر دو حالت، هم سرمایه‌گذاری و هم انفاق باعث رشد اقتصادی توأم با عدالت می‌شود؛ چراکه انفاق و تکافل اجتماعی، با روی‌کرد توانمندسازی فقرا و محرومان صورت می‌گیرد که باعث ورود افراد و سرمایه‌ها در فعالیت‌های مولد اقتصادی و در نتیجه تقویت هم‌زمان رشد و عدالت اقتصادی می‌شود. در این چرخه، سرمایه‌گذاری بیش‌تر منجر به درآمد بیش‌تر و درآمد بیش‌تر منجر به مصرف در حد کفاف یا انفاق یا سرمایه‌گذاری می‌شود. در هر سه حالت، رشد اقتصادی هم‌افزا با عدالت، منجر به افزایش مقاومت اقتصادی جامعه می‌شوند.

شواهد تاریخی؛ چه در صدر اسلام و چه در دوره کنونی، نشان می‌دهد که هر زمان فرهنگ اقتصادی جهادی تقویت شود، نه تنها به رشد اقتصادی همراه با عدالت کمک می‌شود، بلکه رشدی پایدار و غیر شکننده را به دنبال دارد. هنگامی که تازه‌مسلمانان در محاصره شعب ابی‌طالب با مشکلات حاد معیشتی مواجه شدند، فرهنگ ایثار و ازخودگذشتگی آنان باعث شد که آنان بتوانند در برابر فشار کفار بایستند. در شرایط اقتصادی سخت هجرت پیامبر و مهاجران به مدینه نیز فرهنگ اقتصادی جهادی انصار باعث شد که آنان مهاجران را در خانه خود سکنی دهند و زمینه اشتغال آن‌ها را فراهم

کنند. البته در برهه‌هایی از تاریخ اسلام، گسترش فرهنگ اقتصادی تکاثری، رشد و عدالت اقتصادی جامعه اسلامی را با مشکل مواجه کرد. برای نمونه، توزیع ناعادلانه بیت‌المال در صدر اسلام و گسترش فرهنگ تجمل‌گرایی پس از رحلت پیامبر اکرم 9، موجب افزایش بی‌عدالتی و شکاف طبقاتی در جامعه اسلامی شد. امیر مؤمنان 7 برای اصلاح این فرهنگ و احیای فرهنگ توزیع عادلانه بیت‌المال در جامعه اسلامی تلاش زیادی کرد، ولی این رویه در دوره‌های بعدی دنبال نشد.

شکل‌گیری فرهنگ اقتصادی جهادی در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی و هم‌چنین در طول جنگ تحمیلی نیز آثار و برکات اقتصادی زیادی داشته است. شکل‌گیری نهادهایی مانند جهاد سازندگی و بسیج، حاصل این فرهنگ بوده است. این نهادها در سخت‌ترین شرایط به کمک محرومان و مستضعفان شتافته‌اند. نمونه اخیر اثرگذاری فرهنگ اقتصادی جهادی در کاهش مشکلات اقتصادی کشور را می‌توان در حرکت‌های مردمی در مواجهه با بحران کرونا و بحران آب در استان خوزستان دانست.

نتیجه‌گیری

آسیب‌ها و مشکلات ناشی از شرایط جنگ تمام‌عیار اقتصادی و هم‌چنین مخاطرات و بی‌اطمینانی‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار؛ مانند بحران‌های مالی، اقتصادی و سیاسی و ...، موجب شد تا مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی را به عنوان الگویی بومی و علمی و برآمده از نظام اقتصادی اسلام مطرح نمایند.

سؤال محوری این مقاله این بود که دستیابی به این اهداف، مستلزم وجود فرهنگ اقتصادی خاصی است. آیا فرهنگ تکاثری موجود در اقتصاد سرمایه‌داری می‌تواند به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نماید؟ یا این‌که باید به سراغ فرهنگ اقتصادی خاصی که متناسب با شرایط اسلامی - ایرانی کشور است، برویم؟

یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که هرچند فرهنگ اقتصادی تکاثری موفقیت‌هایی در ایجاد رشد اقتصادی داشته، ولی چنین رشدی شکننده و غیر مقاوم بوده است. هم‌چنین این فرهنگ به دلیل توجه صرف به جنبه مادی و بی‌توجهی به جنبه

و حیانی، با الگوی اقتصاد مقاومتی که الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام می‌باشد، ناسازگار است.

مطابق با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و بیانات مقام معظم رهبری، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق اقتصاد مقاومتی را فراهم کند. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که فرهنگ اقتصادی جهادی دارای مؤلفه‌های عمومی و بخشی خاص خود است که آن را از فرهنگ تکاثری متمایز می‌سازد. فرهنگ اقتصادی جهادی دارای مؤلفه‌های عمومی انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع جمعی بر منافع فردی، عدم پذیرش سلطه اقتصادی و تأکید بر مقاومت اقتصادی است. این مؤلفه‌های عمومی منجر به ایجاد مؤلفه‌های سخت‌کوشی برای کسب روزی حلال همراه نهی از تبلی و راکدگذاشتن اموال با تأکید بر تولید کالای داخلی در بخش تولید، مصرف طیب در سطح کفاف با اولویت کالای داخلی در بخش مصرف و توزیع عادلانه منابع و درآمد با تأکید بر بعد توانمندسازی در بخش توزیع می‌شوند.

با شکل‌گیری فرهنگ اقتصادی جهادی، سخت‌کوشی و پرتلاشی در بخش تولید با اولویت تولیدات داخلی تقویت می‌شود، مصرف در حد کفاف مدیریت می‌گردد و مازاد درآمد افراد برای سرمایه‌گذاری، فقرزدایی و گسترش توانمندسازی محرومان هزینه می‌شود. نتیجه شکل‌گیری چنین فرهنگی، افزایش هماهنگ و هم‌افزای رشد اقتصادی همراه با رشد بهره‌وری و تقویت درون‌زایی، گسترش عدالت توزیعی و توانمندسازی، افزایش مصرف کالاهای داخلی، کاهش مصرف کالاهای خارجی، کاهش مصارف تجملی و در نتیجه تقویت معنویت در جامعه اسلامی است.

شواهد تاریخی؛ چه در صدر اسلام و چه در دوره کنونی نشان می‌دهد که شکل‌گیری و تقویت فرهنگ جهادی باعث شده رشد اقتصادی نه تنها همراه با عدالت اقتصادی باشد، بلکه رشدی پایدار و غیر شکننده باشد. چنین فرهنگی اقتصاد را در مسیر اصلی خود قرار داده و باعث می‌شود که علاوه بر تحقق اهداف اقتصادی، پیشرفت اقتصادی در خدمت رشد معنویت نیز قرار بگیرد.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین، عوالی اللئالی العزیزة فی الاحادیث الدینیة، مقدمه شهاب الدین نجفی مرعشی، مصحح: مجتبی عراقی، ج ۲، قم: مجتبى العراقی، ۱۴۰۵ق.
۴. ابن شهبه، ابوزید، تاریخ المدینة المنورة، ج ۱، قم: دارالفکر، ۱۴۱۰ق.
۵. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، تحف العقول عن آل الرسول، قم: جامعه مدرسین، ۱۳۶۳.
۶. ابن فارس، احمد بن فارس بن زکریا، ترتیب مقایس اللغة، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۷.
۷. ابن ماجه، محمد بن یزید، السنن، ج ۲، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۳۹۵ق.
۸. استیگلیتز، ژوزف. ای.، اقتصاد بخش عمومی، ترجمه: محمدمهدی عسگری، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۱.
۹. اسکور، ژولیت، «طرح مسأله دولت رفاه و مسأله مصرف»، فصلنامه راهبرد یاس، سال دوم، ش ۵، ۱۳۸۵.
۱۰. امام خمینی، سیدروح الله، توضیح المسائل، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۴ق.
۱۱. باکاک، رابرت، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه، ۱۳۸۱.
۱۲. بودریار، ژان، جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها، ترجمه پیروز احمدی، تهران: ثالث، ج ۳، ۱۳۹۰.
۱۳. بودریار، ژان، نظام اشیا، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث، ۱۳۹۳.
۱۴. توکلی، محمدجواد و شفیعی نژاد، عباس، شاخص تولید طیب، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۹۸.
۱۵. تیموتی، دالن. جی، جامعه‌شناسی مصرف، ترجمه علی اصغر سعیدی و مهدی حسین آبادی، تهران: جامعه‌شناسان، ۱۳۸۸.
۱۶. چپرا، محمد عمر، اسلام و چالش اقتصادی، ترجمه: حسین میرمعزی و هم‌کاران، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۴.
۱۷. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعة، ج ۳ و ۱۷، بیروت: دارالفکر، ۱۴۱۶ق.

۱۸. حسینی، سیدعبدالرضا و هم‌کاران، «بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی»، پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ش ۱۰، ۱۳۹۳.
۱۹. حمیری، عبد الله بن جعفر، قرب الإسناد (ط - الحدیثه)، قم: مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۱۳ق.
۲۰. حویزی، عبد علی بن جمعه، تفسیر نور الثقلین، ج ۲، قم: اسماعیلیان، ۱۴۱۵ق.
۲۱. حیدری، سمیه و باقری، احمد، «قاعده تبرع»، مبانی فقهی حقوق اسلامی، سال هشتم، ش ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۴.
۲۲. خامنه‌ای، سیدعلی، در: Khamenei.ir.
۲۳. درخشان، مسعود، بحران نظام سرمایه‌داری، در: بحران مالی سال ۲۰۰۸ (ریشه‌ها، پیامدها و راهکارها)، به کوشش محمد نعمتی و محمد سلیمانی، تهران: دانشگاه امام صادق ۷، ۱۳۹۰.
۲۴. رجائی، سیدمحمدکاظم، «قیمت‌گذاری در اقتصاد اسلامی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۹۲.
۲۵. شهید صدر، سیدمحمدباقر، اقتصادنا، قم: بوستان کتاب، ج ۲، ۱۳۸۲.
۲۶. شهید صدر، سیدمحمدباقر، اقتصادنا، قم: دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۴۱۷ق.
۲۷. شیخ صدوق، محمدبن علی، الأمالی، ج ۱، تهران: کتابچی، ۱۳۷۶.
۲۸. شیخ صدوق، محمدبن علی، علل الشرائع، ج ۱، نجف اشرف: مکتبه الحیدریه، ۱۳۸۵ق.
۲۹. شیخ صدوق، محمدبن علی، من لایحضره الفقیه، ج ۳، قم: جامعه مدرسین، ۱۴۱۳ق.
۳۰. شیخ مفید، محمد بن نعمان، الاختصاص، بیروت: دارالمفید، ۱۴۱۴ق.
۳۱. صادقی، حسین و فراهانی، سعید، «محیط زیست از منظر دین و اقتصاد»، اقتصاد اسلامی، ش ۱۰، ۱۳۸۹.
۳۲. طباطبایی، سیدمحمدحسین، تفسیر المیزان، ج ۱۱ و ۱۰، بیروت: اعلمی، ۱۴۱۷ق.
۳۳. طبرسی، فضل بن الحسن، مجمع البیان، ج ۴، تهران: مکتبه الاسلامیه، ۱۳۹۵ق.
۳۴. طریحی، فخرالدین بن محمد، مجمع البحرین، تصحیح عادل محمود، ج ۱، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۴۰۸ق.
۳۵. قمی، علی بن ابراهیم، تفسیر القمی، ج ۱، قم: دارالکتاب، ۱۴۰۴ق.
۳۶. کلینی، محمدبن یعقوب، کافی، ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۹، ۱۰، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷ق.
۳۷. مایلز، استیون و مایلز، مالکوم، شهرهای مصرفی، ترجمه مرتضی قلیچ و محمدحسین خطیبی، تهران: تیس، ۱۳۹۲.

۳۸. مجلسی، محمدباقر، بحار الانوار، ج ۳۶، ۴۱، ۶۷، ۱۰۳ و ۱۰۰، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ق.
۳۹. محقق حلی، نجم‌الدین، شرایع الاسلام، ج ۲، قم: اسماعیلیان، ج ۲، ۱۴۰۸ق.
۴۰. مصطفوی، حسن، التحقیق فی کلمات القرآن، ج ۵، تهران: مرکز کتاب لترجمة و النشر، ۱۴۰۲ق.
۴۱. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، ج ۶، تهران: دار الکتب الاسلامیة، ۱۳۶۴.
۴۲. مکارم شیرازی، ناصر، «ویژگی‌های مدیریت اسلامی، ریشه‌ها - الگوها - انگیزه‌ها»، نشریه مدیریت دولتی، ش ۱۸، ۱۳۷۱.
۴۳. موون، جان و مینور، میشل، رفتار مصرف‌کننده، قزوین: دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، ۱۳۸۸.
۴۴. نجفی، محمدحسن، جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام، ج ۲۵ و ۳۱، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ج ۷، ۱۴۱۷ق.
۴۵. نراقی، مولی احمد، عوائد الایام، قم: مکتب الاعلام الاسلام، ۱۳۷۵.
۴۶. نوری، میرزا حسین، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، قم: مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۰۸ق.
۴۷. ویلن، تورستین، نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی، ج ۵، ۱۳۹۵.
48. Eric L., Jones, "Culture and its Relationship to Economic Change", **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, V. 151, N. 2, p.269_285, 1995.
49. Mandeville, bernard, **the fable of the bees: or private vices, publick benefits**, liberty fund inc, 1970.
50. North, D.C. **institutions, institutional change and economic performance**. cambridge: cambridge university, 1990.
51. Smith, Adam, **Wealth of Nations**, Edw Cannon, 1965.
52. Weber, Max, **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**, London: Routledge classic, 1905.