

مدل اسلامی اخلاق مصرف

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۵/۱۸ تاریخ تأیید: ۱۳۹۲/۲/۲۰

محمد جداری عالی*
سیدحسین میرمعزی**

چکیده

مقاله پیش رو بر آن است تا مدل اخلاقی مصرف مورد نظر اسلام را در ارتباط با دیگر آموزه‌ها و از منابع اصیل اسلام یعنی قرآن کریم، سنت و عقل کشف و ارائه کند. تحقیق پیش رو که به روش توصیفی تحلیلی انجام گرفته، نشان می‌دهد اصول و قواعد اثباتی مانند انفاق، قناعت، زهد، تدبیر در معیشت، در کنار اصول و قواعد سلبی مانند نهی از اسراف، تبذیر، اتلاف، اقتدار و حرص و طمع، با معیار اصلی میانه‌روی با ویژگی‌های همچون کفاف و نیاز و مبتنی بر یک سری مبانی فکری و اخلاقی مانند علیت به‌عنوان مبانی وجودشناختی، توحید برای مبانی خداشناختی، هدف‌مندی، نظام احسن به‌عنوان مبانی جهان‌شناختی مانند اصالت و تکاملی بودن روح، نیازمندی، هدف‌مندی، اختیار آخرت‌باوری و مسئولیت‌پذیری انسان برای مبانی انسان‌شناختی و سرانجام خوددوستی به‌عنوان مبانی اخلاقی و تئوری هنجاری، به‌صورت هماهنگ، زندگی خوب و گوارایی با ویژگی‌هایی عدالت اجتماعی، امنیت و رشد و پیشرفت همه‌جانبه را برای دنیای انسان فراهم کند.

بر این اساس انسان اخلاقی می‌تواند ضمن بهره‌مندی کامل و بهینه از منابع طبیعی و موهبت‌های الهی به رشد و ارتقای روحی و معنوی بالایی برسد و سرانجام نزد خدای ملیک مقتدر عز و جلال آرام گیرد.

واژگان کلیدی: مدل، اخلاق، اخلاق مصرف، مبانی، اصول و قواعد مصرف.

طبقه‌بندی JEL: D11, E21, Z11

*. استادیار پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی (نویسنده مسئول). Email: mj.aali5@gmail.com.

**دانشیار پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. Email: h.mirmoezi@gmail.com.

مقدمه

الگوی مصرف نامطلوب در وضعیت موجود جامعه افزون بر اثر مستقیم خود به‌عنوان یک رفتار در شکل‌گیری شخصیت معنوی افراد و بروز رذائل اخلاقی و اجتماعی متعدد در جامعه با الگوی تولید جامعه ناسازگار بوده که بالطبع اثر منفی خود را بر توسعه جامعه گذاشته و باعث عقب‌ماندگی آن می‌شود. از آنجا که این الگوها ریشه در فرهنگ و اخلاق جامعه دارند، نمی‌توان با ابزارهای اقتصادی صرف تحول اساسی پدید آورد و تغییرهای بلندمدت آنها به‌طور کلی تحت تأثیر تغییرها در هنجارها و مؤلفه‌های اخلاقی مرتبط با آنها است. تحقیق پیش‌رو بر آن است تا با پیش‌فرض‌های مشخصی درباره مبانی، هدف‌ها و انگیزه‌ها، معیارها و اصول و قواعد اخلاقی مصرف، مدلی نظریه‌مند برآمده از آموزه‌های اسلامی برای اخلاق مصرف ارائه دهد تا گامی در جهت اصلاح الگوی مصرف و تحقق مدل اسلامی ایرانی پیشرفت باشد.

تحقیق پیش‌رو از نظر گردآوری مدارک از روش کتابخانه‌ای استفاده کرده و از لحاظ محتوا از روش‌های تحلیلی و نقلی بهره جسته است. در روش تحلیلی، به‌صورت تحلیل مفهومی، محتوایی و سیستمی و در روش نقلی به‌وسیله مراجعه به قرآن کریم و سنت با روش‌های رایج تفسیری و روش درایه‌ای، مسائل مربوط به اخلاق مصرف تحلیل می‌شود. در این پژوهش جهت ارائه مدل اسلامی اخلاق مصرف کوشش شده پس از شناسایی مبانی فکری، هدف‌ها، معیارها و اصول اخلاقی مصرف، نقش هر یک از آنها در مدل و رابطه‌شان با دیگر عناصر و اجزا تبیین شود.

مفهوم‌شناسی

پیش از پرداختن به بحث، لازم است مفهوم برخی واژگان کلیدی که در انتقال درست مقصود، نقش اساسی دارند به اختصار بیان شود.

اخلاق

اخلاق علم چگونه زیستن، چگونه بودن و چه‌بودن است. چگونگی زیستن شامل رفتار، چگونگی بودن، شامل ملکات و چه‌بودن شامل شکل‌گیری ماهیت انسان می‌شود؛ یعنی انسان چگونه باید رفتار کند و چگونه ملکاتی باید داشته باشد تا از نظر روحی دارای

ماهیت و واقعیت با ارزش و مقدسی بشود (مطهری، ۱۳۷۴، ج ۱۳، ص ۷۱۴)؛ بنابراین می‌توان اخلاق را چنین تعریف کرد: «اخلاق عبارت است از رفتارها و ملکاتی که انسان را از نظر روحی به سمت یک ماهیت و واقعیت با ارزش و مقدس رهنمون می‌سازند».

اخلاق مصرف

اخلاق مصرف عبارت است از مجموعه رفتارها و صفت‌هایی که لازم است درباره مصرف کالاها و خدمات نهایی، رعایت شود تا انسان‌ها از نظر روحی دارای ماهیت و واقعیت با ارزش و مقدسی بشود.

مدل

مدل (Model) عبارت از الگو، طرح، معرفی (به‌ویژه کوتاه) یا تشریحی است که برای نشان‌دادن هدف اصلی یا کارکرد موضوع، نظام یا مفهوم در نظر گرفته شده است (From Wikipedia model).

مدل‌ها دو نوع کارکرد توضیحی انجام می‌دهند. از یک‌سو مدل می‌تواند توضیحی از یک بخش انتخاب‌شده از جهان باشد (نظام هدف). از سوی دیگر مدل می‌تواند نظریه‌ای را توضیح دهد از این جهت که قوانین و اصول موضوعه آن را تفسیر کند. این دو مانع‌الجمع نیستند؛ زیرا مدل‌های علمی می‌توانند هر دو کارکرد را در یک زمان داشته باشند (N. Zalta, 2004).

در منطق مدرن، مدل نظریه، ساختاری است که تمام جمله‌های نظریه را صحیح می‌کند؛ البته این در جایی است که نظریه (به‌طور معمول با منطق قیاسی) به‌صورت مجموعه‌ای از گزاره‌ها در زبان رسمی باشد (Bell & Machover, 1977)؛ برای مثال به نظریه هندسه اقلیدسی توجه کنید. این نظریه مشتمل بر اصول موضوعه‌ای است مانند «هر دو نقطه به‌وسیله یک خط راست به هم وصل می‌شوند» و مشتمل بر قواعدی است که از این اصول موضوعه استخراج می‌شوند. هر ساختاری که در آن این جمله‌ها صحیح است مدلی از هندسه اقلیدسی است (N. Zalta, 2004).

از تعریف مدل نظریه در ادبیات متعارف در می‌یابیم که مدل ساختار فیزیکی، ریاضی یا منطقی برای توضیح و تفسیر نظریه است. از سوی دیگر، مدل‌ها براساس کارکردشان به چهار گروه بزرگ تقسیم می‌شوند:

مدل‌های شناختی، مدل‌های پیش‌بینی‌کننده، مدل‌های تصمیم‌گیری و مدل‌های هنجاری که عمل این مدل‌ها ارائه تصویری تا حد امکان دقیق از نظامی است که باید پدید آید (دوران، ۱۳۷۶، ص ۶۷-۶۸).

مدل اسلامی اخلاق مصرف

در ادبیات علمی، مدل‌های داده‌ها و پدیده‌ها برای وصف و تبیین پدیده‌ها یا داده‌های مربوط به واقع خارجی به کار می‌روند. بدیهی است این مفهوم از مدل نمی‌تواند در مدل اسلامی اخلاق مصرف مقصود باشد؛ زیرا مدل مورد نظر برای وصف و تبیین وضع موجود در رفتارهای مصرفی نیست؛ بلکه در صدد توضیح وضعیت مطلوب آن است که تناسب بیشتری با مدل‌های نظریه دارد؛ زیرا نظریه اسلامی اخلاق مصرف به تبیین واقعیت، پدیده یا نظام خارجی نمی‌پردازد؛ بلکه به تبیین مبانی، هدف‌ها و اصول رفتار مصرفی براساس اخلاق و آموزه‌های اسلامی می‌پردازد؛ بنابراین مدل اسلامی اخلاق مصرف مدلی نظریه با کارکرد هنجاری است.

پیشینه تحقیق

در منابع اسلام آموزه‌های فراوانی درباره جوانب گوناگون مصرف آمده است. برخی به دسته‌بندی آنها پرداخته‌اند مانند حکیمی در الحیة و محمدی‌ری‌شهری در الگوی مصرف از نگاه قرآن و حدیث که برگرفته از کتاب مفصل‌تر وی با عنوان التنمية الاقتصادية فی الكتاب و السنة است. برخی با توجه به نظریه‌های اقتصادی مصرف که زبانشان بیان واقعیت‌ها است، کوشیده‌اند آنها را با الگوی مصرف اسلامی که پایبند ارزش‌ها است مقایسه و جنبه‌های مثبت آن را نسبت به الگوهای دیگر نشان دهند. برخی از آنها به جنبه‌های خردی پرداخته‌اند. مندر قحف در مقاله‌های «تئوری مصرف» و «گفتاری در رفتار مصرف‌کننده در جامعه اسلامی»، مرتضی عزتی در کتاب ایمان، عقلانیت و رضایت‌خاطر، سیدرضا حسینی در کتاب الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان، مجتبی باقری‌تودشکی در پایان‌نامه سطح مصرف از دیدگاه اسلام و مقاله «الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی» و برخی دیگر به جنبه‌های کلان آن نیز پرداخته‌اند، فهیم‌خان در مقاله «تئوری مصرف‌کننده در چشم‌انداز اسلامی»، مشرف‌جوادی در پایان‌نامه نگرشی بر الگوی مصرف در جوامع اسلامی،

میرمعزی در مقاله «الگوی مصرف کلان در جامعه اسلامی». در این دسته از آثار هر چند به جنبه‌های ارزشی پرداخته شده؛ اما به‌طور عمده جنبه اقتصادی مورد توجه است. برخی مانند کلانتری در کتاب **اسلام و الگوی مصرف**، مصداق‌هایی از مصارف فردی و دولتی را براساس نصوص دینی مورد بحث قرار داده است؛ اما چنان‌که خود نویسنده در مقدمه اذعان کرده این کتاب در صدد ارائه یک الگوی دقیق و جامع برای الگوی مصرف نبوده؛ بلکه فقط به‌عنوان درآمدی بر این موضوع است. *ایروانی* در کتاب **الگوی مصرف در آموزه‌های اسلامی**، کوشیده تعدادی معیار و اصل برای مصرف ارائه دهد که می‌تواند در شناسایی الگوی مصرف مفید و مؤثر باشد.

در پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، مجموعه مقالاتی درباره اصلاح الگوی مصرف در گروه‌های گوناگون از جنبه‌های اقتصادی، سیاسی، حقوقی و اخلاقی تهیه شده است که هر کدام مسئله‌ای از مصرف را بدون توجه به امر مدل‌سازی مطرح کرده‌اند.*

در منابع غربی درباره اخلاق مصرف چند کتاب و مقاله نوشته شده است که بیشتر آنها رفتار مصرف‌کننده را در جهت دستیابی به هدف‌های بازاریابی بررسی می‌کنند.

چنان‌که ملاحظه می‌شود هیچ‌کدام از تحقیق‌های پیش‌گفته در جهت ارائه مدلی اسلامی از اخلاق مصرف با رویکرد بین‌رشته‌ای اخلاقی-اقتصادی که بتواند الگویی برای عصرهای گوناگون قرار گیرد، گامی برنداشته‌اند؛ بنابراین جای خالی چنین تحقیقی حس می‌شد و تحقیق پیش‌روی به‌عنوان گامی در جهت پرکردن خلأ پیش‌گفته است.

اجزای مدل

مراد از اجزاء، مبانی نظری، هدف‌ها و انگیزه‌ها، معیارها و اصول اخلاقی است که در مقاله پیش‌رو در صدد بیان تفصیلی و اثبات این اجزاء به‌وسیله آیه‌ها و روایت‌ها نیستیم؛** بلکه فقط روابط بین آنها از حیث سازگاری و ارتباط منطقی‌شان با هم مورد توجه است.

*. تا کنون از چهار مجموعه پیش‌گفته مجموعه مربوط به گروه اقتصاد منتشر شده و مجموعه‌های دیگر در شرف چاپ است.

** تفصیل آن در رساله دکترای نویسنده مسئول با عنوان **اخلاق مصرف از دیدگاه اسلام** در رشته اخلاق و عرفان دانشگاه باقرالعلوم ع آمده است.

مبانی نظری (فکری - فلسفی)

مبانی فکری - فلسفی در حقیقت همان جهان‌بینی است (میرمعزی، ۱۳۷۸، ص ۱۹). جهان‌بینی، نوع برداشت و طرز تفکری که مکتبی درباره جهان و هستی عرضه می‌دارد و زیرساز و تکیه‌گاه فکری آن مکتب شمرده می‌شود (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۷۱۴-۷۱۵). منظور از مبانی نظری مدل اسلامی مصرف، آن‌دسته از مسائل جهان‌بینی اسلامی است که تکیه‌گاه خطوط اصلی مدل و سازنده ایده‌های آنها می‌باشد. مهم‌ترین مبانی مدل اسلامی اخلاق مصرف عبارت هستند از: علیت به‌عنوان مبنای وجودشناختی؛ توحید به‌ویژه توحید افعالی و عبادی برای مبنای خداشناختی؛ هدف‌مندی، نظام احسن به‌عنوان مبانی جهان‌شناختی؛ نیز اصالت و استکمالی‌بودن روح، نیازمندی، اختیار، آخرت‌باوری و مسئولیت‌پذیری انسان برای مبانی انسان‌شناختی و سرانجام خوددوستی به‌عنوان مبنای اخلاقی و نظریه‌هنجاری.

هدف‌ها

هدف نهایی انسان در تمام ساحات، رسیدن به سعادت جاودانه وی است که با هدف میانی زندگی خوب و گوارا با ویژگی‌های عدالت اجتماعی، امنیت، رشد و پیشرفت همه‌جانبه در دنیای انسان قابل دست‌یابی است؛ به‌طوری که انسان بتواند ضمن بهره‌مندی کامل و بهینه از منابع طبیعی و موهبت‌های الهی به رشد و ارتقای روحی و معنوی بالایی برسد و سرانجام نزد خداوند ملوک مقتدر جل جلاله آرام گیرد.

اصول اخلاقی

مقصود از «اصول اخلاقی» در مقاله پیش‌رو، آن‌دسته از رفتارها و صفتهایی است که در عملکرد انسان در حوزه مصرف اثر اساسی دارد. مهم‌ترین اصول اخلاق مصرف در دو بخش ایجابی و سلبی قابل دسته‌بندی است. اصول ایجابی عبارت هستند از: سخاوت (انفاق)، قناعت، زهد، تدبیر در معیشت و اصول سلبی عبارت هستند از: نهی از اسراف و تبذیر، نهی از اتراف، نهی از اقتار و نهی از حرص و طمع.

معیار اخلاق مصرف

مراد از معیار در اینجا مفهومی است که برای تشخیص صحیح اصول اخلاقی مصرف و نیز کم‌وکیف مطلوب آن به‌کار می‌رود. در نوشتار پیش‌رو معیار اصلی اخلاق مصرف، میانه‌روی با تأکید بر ویژگی‌های کفاف و نیاز مورد توجه قرار گرفته است.

استخراج مدل

براساس پیش‌فرض‌های پیش‌گفته، روابط میان هر کدام از عناصر و اجزای مدل به شرح ذیل مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

جایگاه مبنای مبدأشناختی در مدل اخلاق مصرف

مبنای مبدأشناختی اخلاقی مصرف در تمام ارکان و عناصر مدل اخلاق مصرف نقش تعیین‌کننده دارد؛ از مبانی تا هدف‌ها و انگیزه‌ها و اصول اخلاق ایجابی و سلبی اخلاق مصرف.

رابطه مبنای مبدأشناختی و سایر مبانی

ریشه اصلی مبانی اخلاق مصرف، مبانی مبدأشناختی و در رأس آن اصل توحید است. اصل توحید با مراتب چهارگانه ذاتی، صفاتی، افعالی و عبادی در تمام مبانی دیگر اثر گذاشته و باعث می‌شود که براساس مبانی وجودشناختی، خداوند متعال ﷻ را صرف‌الوجود و حقیقت وجود و علّة‌العلل و یگانه علت مستقل بدانیم و همین سبب می‌شود که در مبانی جهان‌شناختی، جهان و به عبارتی ماسوی الله را نشانه‌های ذات بی‌پایان خداوند متعال ﷻ دانسته و وی را غنی مطلق و غیر وی را فقیر و نیازمند وی بشماریم و نیز برای جهان، ماهیت از اوایی و به سوی اوایی قائل شویم. بر اساس چنین رابطه بین خداوند متعال ﷻ و جهان، نظام حاکم بر جهان را توحیدی و نشأت‌گرفته از ذات واحدی که حُسن محض و جمال صرف و کمال مطلق است دانسته و با توجه به علم، حکمت و خیر محض بودن مبدأ جهان هستی، نظام حاکم بر آن را نظام احسن ارزیابی ارزیابی کنیم.

باور به توحید در خالقیت باعث شده تا در مبانی انسان‌شناختی، انسان را به‌عنوان اشرف مخلوقات خدا و دارای روحی مستقل از جسم و با قابلیت‌های خداگونه شدن بدانیم؛ چرا که خداوند متعال ﷻ در دو جای قرآن کریم درباره خلقت انسان ضمن یادآوری انتساب خالقیت انسان به خود و پس از بیان خلقت جسم وی می‌فرماید: «پس چون آن عنصر جسم را به‌صورت کامل و معتدل آراستم و در آن از روح خویش دمیدم همه بر وی سجده کنید» (حجر: ۲۸-۲۹) که از نظر بعضی از مفسران این سجده از جهت حرمت و عظمت آن روح منتسب به الله است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ص ۱۵۴/ رازی، ۱۳۷۷، ج ۷، ص ۵۹).

نیز از باور به توحید به ضمیمه آیه‌های قرآن کریم، خلقت انسان براساس فطرت الهی و توحیدی استفاده می‌شود (روم: ۳۰) که سرچشمه تمام فضایل اخلاقی از جمله فضایل اخلاق مصرف است.

رابطه مبنای مبدأشناختی با هدف‌های اخلاق مصرف

بر اساس مطالب پیش گفته، خداگونه شدن و به عبارتی درک و مجاورت حق متعال ﷻ و اوصاف و افعال وی را سعادت حقیقی نامیده و هدف نهایی انسان قرار داده و هدف‌های میانی را نیز زندگی طیبه و گوارا بنامیم، زندگی که در جهت و زمینه‌ساز رسیدن به همان هدف خداگونه شدن قابل تعریف است.

رابطه مبنای مبدأشناختی با اصول اخلاقی مصرف

بحث توحید از دو راه با اخلاق مصرف و اصول آن ارتباط دارد:

الف) توحید در مالکیت؛

ب) توحید در عبادت.

رابطه مبنای مبدأشناختی با اصول اخلاقی مصرف از طریق توحید در مالکیت

رابطه مصرف با توحید در مالکیت از این قرار است که از سویی مصرف به لحاظ حقوقی و اخلاقی بر مالکیت مبتنی است؛ یعنی تا کسی مالک چیزی نشود، در وضعیت عادی نه به لحاظ حقوقی و نه به لحاظ اخلاقی مجاز به تصرف و مصرف آن نخواهد بود. از سوی دیگر چگونگی نگرش به مالکیت انسان بر اموال، در اصول اخلاقی مصرف آنها اثر شگرفی دارد؛ برای مثال، لیبرالیست‌ها به علت نادیده گرفتن نقش خداوند متعال ﷻ در مالکیت، برای انسان نسبت به اموال نوعی مالکیت مطلق قائل هستند؛ بنابراین به جزء محدودیت‌های قیمتی و درآمدی و احیاناً محدودیت‌های طبیعی، هیچ‌گونه محدودیتی برای مصرف انسان قائل نیستند و از نظر آنها، انسان در اموال خود در تمام تصرفات و هر نوع مصرف آزاد بوده و هیچ‌کس حق ندارد وی را محدود کند. همین امر باعث شده است که مصرف‌گرایی را مجاز و حتی ممدوح تلقی کنند؛ اما براساس تحلیل ما از توحید، مالک مطلق تمام عالم هستی از جمله انسان و اموال، خداوند متعال ﷻ است و مالکیت اعتباری اشیاء از خداوند متعال ﷻ به انسان منتقل شده و مالکیت وی در طول مالکیت خداوند متعال ﷻ است. در حقیقت انسان به نمایندگی از جانب خداوند متعال ﷻ دارایی‌های در اختیارش را هزینه

می‌کند؛ چنان‌که قرآن کریم می‌فرماید: «به خدا و رسولش ایمان بیاورید و از آنچه خداوند متعال ﷻ شما را نماینده (خود) در آن قرار داده انفاق کنید (حدید: ۷).

در نتیجه، هیچ انسانی مالک مطلق اشیا در اختیارش نبوده؛ بنابراین در تصرف آنها آزادی مطلق ندارد؛ بلکه خود را نماینده و زیر نظر مالک مطلق می‌بیند که تصرفاتش باید در جهت خواست وی صورت پذیرد. اینجا است که هدایت تشریحی خداوند متعال ﷻ رخ می‌نماید و در رفتارهای انسان از جمله رفتارهای مصرفی وی نقش جدی ایفا کرده و کم‌وکیف مصرف وی را در چارچوب قوانین شرعی ضابطه‌مند و محدود می‌کند؛ بنابراین براساس فرمان‌های خداوند متعال ﷻ حق اسراف، تبذیر، کنز، احتکار و ... را ندارد و موظف است اموال در اختیارش را هرچند فراوان باشد، براساس موازین شرعی در موارد تعیین شده و به میزان مجاز - تا حد کفاف - مصرف کند. به این ترتیب، اصلی مانند انفاق با اقسام واجبش مانند خمس و زکات و هزینه‌های خانواده و نیز اقسام مستحبش مانند انفاق به نیازمندان، هدیه و ... و نیز اصل قناعت و اکتفا به مصرف در حد کفاف معنا پیدا می‌کند؛ زیرا اگر مالکیت انسان مطلق بوده و وابسته به کسی نباشد، علتی بر محدودیت مصرف برای وی وجود نخواهد داشت.

رابطه مبانی مبدأشناختی با اصول اخلاقی مصرف از راه توحید در عبادت

توحید در عبادت، توحید عملی است به این معنا که تمام رفتارهای جسمی و روانی انسان از جمله رفتارهای مصرفی باید برای خداوند متعال ﷻ باشد. این ایده در جهت‌گیری‌ها و انگیزه‌ها و هدف‌های مصرف‌کننده اثر دارد؛ برای مثال، دئیست‌ها به علت فقدان توحید در عبادت، در رفتارهای مصرفی خود عاری از هرگونه انگیزه خدایی بوده و انگیزه اصلی آنها در مصرف، حداکثر کردن لذت و مطلوبیتی است که برخاسته از تمایل‌های نفسانی است و این در حالی است که مصرف‌کننده موحد، هیچ‌گاه براساس تمایل‌ها و هواهای نفسانی دست به مصرف نمی‌زند یا با انگیزه‌های خودنمایی و فخرفروشی و دیگر انگیزه‌های مبتنی بر هواپرستی مصرف نمی‌کند. این امر در پایه‌ریزی اصول و قواعد متعدد اخلاقی مصرف و در جهت مبارزه با مصرف‌گرایی و اسراف و اتراف نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

رابطه توحید در عبادت و انفاق

براساس آموزه‌های اسلام تمام انفاق‌ها عبادت هستند و در صورتی ارزشمند و مورد قبول هستند که همراه با انگیزه خدایی باشند؛ برای مثال، اگر خمس یا زکات با نیت خالص برای خداوند متعال ﷻ و در موارد تعیین‌شده، پرداخت نشود، تکلیف از عهده فرد ساقط نمی‌شود هر چند بیش از میزان لازم پرداخته باشد و اگر در انفاقات نیت الاهی نباشد، نه تنها ارزش و فایده‌ای نخواهد داشت؛ بلکه چه بسا فرد انفاق‌کننده در زمره کافران شمرده شود (بقره: ۲۶۴) و همنشین شیطان می‌شود (نساء: ۳۸).

رابطه توحید در عبادت و زهد

طبق تعریف، حقیقت زهد، انصراف از غیرخدا به خاطر خداوند متعال ﷻ است. این نهایت درجه توحید در عبادت است و از همین‌رو است که پیامبر اکرم ﷺ می‌فرماید: «خداوند متعال ﷻ به چیزی بهتر از زهد عبادت نشده است» (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۲، ص ۵۰) و در جای دیگر می‌فرماید: «خداوند متعال ﷻ را با هیچ عبادتی مانند زهد و دل‌برکندن از دنیا نپرستیدند» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۷۰، ص ۳۲۲). روایت نخست به این معنا است که عبادتی بالاتر از زهد وجود ندارد و روایت دوم بالاتر رفته و می‌فرماید که نه تنها عبادتی بالاتر از زهد وجود ندارد؛ بلکه عبادتی مانند زهد نیز وجود ندارد.

از سوی دیگر خود زهدورزی، مرهون خداشناسی است تا انسان خداوند متعال ﷻ را آن‌چنان‌که باید نشناسد نمی‌تواند متصف به فضیلت زهد شود و هر کس به میزان معرفتش به خداوند متعال ﷻ، نسبت به دنیا زهد می‌ورزد. چنان‌که امام صادق ﷺ نقل می‌کند: «خداوند تبارک و تعالی در مناجات حضرت موسی ﷺ با وی داشت فرمود: همانا بندگان صالح من به اندازه شناختشان نسبت به من از دنیا دل‌کندند و دیگر آفریدگان من به اندازه جهلشان نسبت به من به دنیا رو آوردند...» (صدوق، ۱۳۸۰، ح ۲، ص ۵۳۱).

نتیجه آنکه خداشناسی یا توحید و زهد وثیق‌ترین رابطه را با هم دارند؛ به این ترتیب که خداشناسی و توحید، زمینه زهد را فراهم می‌کند و زهد نیز انسان را به بالاترین مراتب عبودیت و توحید می‌رساند.

جایگاه مبانی جهان‌شناختی در مدل اخلاق مصرف

نقش نیازمندی جهان در مدل اخلاق مصرف

یکی از مبانی جهان‌شناختی نیازمندی جهان است و از نیازمندی جهان، نیازمندی تمام اجزای آن از جمله انسان نتیجه می‌شود. این نیازمندی اعم از نیازهای مادی، معنوی، تکوینی و تشریعی است؛ بنابراین انسان در رفع نیازهای مصرفی خود، به لحاظ سخت‌افزاری و منابع مادی و به لحاظ نرم‌افزاری و برنامه و مدل مصرف نیازمند به خداوند غنی، رزاق و متعال ﷻ است. در این مدل یکی از آثار اصولی مانند قناعت و زهد، توجه و دست‌نیاز بردن به خداوند متعال ﷻ و بی‌نیازی از غیرخداست؛ چرا که بنا به فرمایش امام باقر علیه السلام یا امام صادق علیه السلام درباره قناعت چنین است که «هر کسی که به آنچه خداوند متعال ﷻ روزیش کرده قانع باشد، از توانگرترین مردم است» (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۲، ح ۹، ص ۱۳۹).

درباره زهد نیز مسئله به‌طور کامل روشن است؛ زیرا مفهوم زهد همین است که انسان باید فقط به آنچه در نزد خداست دل ببندد تا نسبت به غیرخدا بی‌نیاز شده و زهد ورزد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «کسی که زهد ورزد هرگز نیازمند نمی‌شود» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۷۷، ص ۲۱۲).

نقش هدفمندی جهان در مدل اخلاق مصرف

یکی دیگر از مبانی جهان‌شناختی مصرف، هدفمندی جهان است. از هدفمندی جهان، هدفمندی انسان از جمله در مصرف نتیجه می‌شود. از نظر نوشتار پیش‌رو برخلاف نظام مصرف‌گرایی سرمایه‌داری، مصرف وسیله است نه هدف؛ پس انسان باید برای رفتارهای مصرفی خود اصول و قواعدی را برگزیند که وی را به هدف‌های مورد نظرش برساند. از آنجا که هدف انسان سعادت ابدی و قرب به خداوند متعال ﷻ و نیز زندگی خوب و گوارا در دنیاست؛ بنابراین اصول اخلاقی مصرف طوری انتخاب شده که این هدف‌ها را تأمین کند.*

جایگاه مبانی انسان‌شناختی در مدل اخلاق مصرف

از آنجا که موضوع و متعلق اصلی مدل اخلاق مصرف، انسان و رفتارهای مصرفی وی است، نوع شناخت از انسان و مبانی آن در ارائه چنین مدلی، نقش محوری دارد. در این مجال اثر مبانی مورد نظر این نوشتار در مدل اخلاق مصرف به اختصار تبیین می‌شود:

*. اثبات این مدعا در بحث «رابطه اصول اخلاقی با هدف‌ها و انگیزه‌ها» خواهد آمد.

نقش اصالت روح انسان در مدل اخلاقی مصرف

یکی از مبانی انسان‌شناختی اخلاق مصرف این است که انسان دو ساحت ماده و روح دارد که ساحت روح به‌رغم اینکه در آغاز پیدایش وابسته به ساحت مادی است؛ اما در اثر سیر تکاملی جوهری‌اش استقلال یافته و جسم را به‌دنبال می‌کشد و غرض از خلقت انسان نیز کمال روح بوده و سعادت وی نیز در همان کمال و سعادت روح معنا می‌شود؛ بنابراین، اصالت با روح است و جسم در این میان فقط نقش وسیله برای استکمال و سعادت روح را ایفا می‌کند. بر این اساس در این مقاله؛ اولاً، مبنای اخلاقی مصرف را خوددوستی و حب‌ذات قرار دادیم و مراد از خود و ذات را مرتبه بالا و پایدار واقعیت وجودی انسان که همانا «من علوی و روح» وی است، معرفی کردیم؛ ثانیاً، جهت‌گیری و هدف نهایی اخلاق مصرف را سعادت معرفی کردیم و سعادت حقیقی انسان را کسب بالاترین مرتبه وجودی خود تعریف کردیم که همانا رسیدن نفس به مرتبه عقل مستفاد و اتصال وی به عقل فعال است و انسان در نتیجه این اتصال، به معارف زلال حقه‌ای دست می‌یابد که بالاترین آن درک و مجاورت حق متعال جَلَّ جَلَالُهُ و اوصاف و افعال وی و فرشتگان مقربین است که در مقاعد صدق نازل شده‌اند. واضح است که حاصل چنین معرفت و تقرب، نه حداکثرکردن لذت‌های مادی؛ بلکه استغراق در لذت‌های معنوی روح خواهد بود. به دنبال آن اصلی‌ترین هدف میانی را زندگی گوارا و به تعبیر قرآن کریم حیات طیبه معرفی کردیم که هر چند همراه با زندگی مادی است؛ اما در اساس خود زندگی معنوی با ویژگی‌هایی مانند عدالت و امنیت است؛ ثالثاً، اصول اخلاقی مصرف را، انفاق و زهد و قناعت مطرح کردیم که نقش عمده آنها پرورش و تقویت روح در جهت هدف‌های پیش‌گفته است و برای جسم در حدی که برای حیات روح لازم است بها داده، در حد ضرورت و سرانجام کفاف اجازه پرورش و تقویت می‌دهد؛ در حالی که برای تقویت روح حدی قائل نمی‌شود. این در حالی است که مکتب‌هایی که به ساحت روح معتقد نیستند یا به آن اصالت نمی‌دهند، تمام هم‌شان راحتی و التذاد جسم است و حتی اخلاق و معنویت را نیز در همان چارچوب لذت‌های مادی معنا می‌کنند؛ رابعاً، اصولی مانند اسراف، تبذیر و اتراف و اقتار را به‌عنوان اصول سلبی اخلاق مصرف نامیدیم و دوری از آن را توصیه کردیم؛ چرا که این رفتارها

بهرغم اینکه لذت‌های مادی و دنیوی را به دنبال دارند؛ اما افزون بر آثار مخرب اقتصادی و اجتماعی، باعث سقوط معنویت، هلاکت روح و مانع از سعادت جاودانه آن می‌شوند.

نقش اختیار انسان در مدل اخلاقی مصرف

یکی دیگر از مبانی انسان‌شناختی مطلق اخلاق، اختیار انسان است. بدون پذیرش اختیار انسان، انتساب خوب و بد به افعال وی ممکن نیست. به‌طور کلی موضوع علم اخلاق، رفتارهای اختیاری انسان است که رعایت آن، ضمن اصلاح و تقویت کمالات در صفات نفسانی، باعث تصحیح و تنظیم روابط انسان با خود، خداوند متعال ﷻ، جامعه و طبیعت نیز می‌شود.

نقش اختیار در اصول اخلاقی مصرف نیز همین است؛ به‌طور مثال زهد در صورتی فعل اخلاقی و خوب تلقی می‌شود که فرد با اختیار، خود را از مادیات دنیا برای رسیدن به خداوند متعال ﷻ و آخرت محروم کند؛ وگرنه صرف محرومیت از موهبت‌های دنیا بنا به علل جبری مانند موانع طبیعی و اجتماعی و ... زهد شمرده نشده شخص محروم مورد ستایش قرار نمی‌گیرد و آثار تشریعی و تکوینی زهد نیز بر آن مترتب نمی‌شود.

نقش فطرت‌مندی انسان در مدل اخلاقی مصرف

فطرت‌مندی اثر خود را در مبنای اخلاقی مصرف گذاشته و سبب می‌شود که بایستگی و ملاک خوبی رفتارهای اخلاقی از جمله مصرفی را بتوانیم توجیه منطقی کنیم.

نقش آخرت‌باوری در مدل اخلاق مصرف

مهم‌ترین نقش باور به جهان آخرت، در هدف‌ها و انگیزه‌های افراد ظاهر می‌شود. مؤمن به جهان آخرت، آثار و نتیجه‌های رفتارهای مصرفی را در شکل‌گیری حیات اخروی و سعادت جاوید خود لحاظ کرده و متناسب با آن عمل می‌کند که این امر، افزون بر آثار معنوی و سعادت اخروی و جلب رضایت الاهی، آثاری مانند امنیت روانی و اجتماعی، استفاده بهینه از ثروت‌های طبیعی و ملی، افزایش سرمایه‌گذاری، پیشرفت و عدالت اجتماعی و اقتصادی را در پی خواهد داشت. در برابر، لیبرالست‌ها به‌علت نداشتن چنین باوری یا از روی عدم لحاظ آن در زندگی دنیوی، هدفشان را در مصرف رسیدن به

مطلوبیت و لذت بیشتر تعریف کرده‌اند که فرهنگ مصرف‌گرایی، استثمار، استعمار و بی‌عدالتی‌های حاکم بر جوامع غربی امروز و جوامع متأثر از آنها محصول آن است. باور به آخرت در انتخاب اصول اخلاقی اثر به‌سزایی دارد. برای کسی که حیات را منحصر در جهان مادی می‌داند، عاقلانه‌ترین رفتار این است که در همین دنیای مادی نهایت لذت را از دارایی‌های خود ببرد. برای چنین کسی انفاق‌هایی مانند خمس، زکات، بخشش به دیگران در راه خداوند متعال ﷻ یا زهد و قناعت مفهوم ندارد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «کسی که قدر آخرت را نداند چطور می‌تواند نسبت به دنیا زهد ورزد؟!» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۴، ص ۵۶۲).

اما کسی که به جهان آخرت ایمان دارد و آن را حیات حقیقی و جاودانه خود می‌داند به راحتی حاضر می‌شود به‌خاطر آن از بخشی از دارایی‌ها و حتی از تمام نعمت‌های دنیوی بگذرد؛ از این‌رو است که با رضایت‌خاطر به پرداخت‌هایی مانند خمس و زکات و دیگر عبادت‌های مالی تن می‌دهد و با عنوان زهد برای رسیدن به نعمت‌های اخروی از امکانات دنیوی صرف‌نظر کند یا به میزان کمی از آن قناعت ورزد.

نقش تغییرپذیری اخلاق انسان در مدل اخلاقی مصرف

تغییرپذیری اخلاق به‌عنوان مبنای دیگر انسان‌شناختی از لوازم تربیت اخلاقی است؛ زیرا بدون آن ارسال پیامبران و تعلیم و تربیت انسان و تدوین علم اخلاق بیهوده خواهد بود.

نقش مسئولیت‌پذیری انسان در مدل اخلاقی مصرف

براساس این مبنای انسان در برابر خداوند متعال ﷻ، خود، دیگر انسان‌ها و طبیعت مسئولیت دارد. احساس مسئولیت انسان در برابر خداوند متعال ﷻ باعث می‌شود که در برابر فرمان‌ها و قانون‌های وی سر تعظیم فرود آورد و تبعیت کند که از جمله آن قوانین، قوانینی مانند پرهیز از اسراف و تبذیر، اتلاف، اتراف و اقتار که اصول سلبی مصرف هستند و نیز پایبندی به اصولی اخلاقی مانند انفاق، زهد و قناعت که مورد سفارش دین الاهی اسلام هستند. نیز مسئولیت‌پذیری انسان در برابر خود سبب می‌شود اصول و قوانین پیش‌گفته را افزون بر اطاعت خداوند متعال ﷻ، به‌عنوان اصولی که باعث کمال و سعادت حقیقی خودش می‌شود با انگیزه بیشتری رعایت کند. از سوی دیگر، احساس مسئولیت انسان در برابر دیگران و

هم‌نوعان خود باعث می‌شود که وی تمام انسان‌ها را اعضای یک پیکر تلقی کرده و خود را به‌ویژه در برابر درماندگان و نیازمندان مسئول بداند و همین امر سبب می‌شود با انگیزه و رضایت خاطر بیشتری در رفع نیاز خانواده خود در مرتبه اول و دیگر نیازمندان به ترتیب اولویتی که در روایت‌ها آمده بکوشد. به این ترتیب انفاق به‌عنوان اصل اساسی موضوعیت پیدا می‌کند. مسئولیت‌پذیری به‌همراه مبنای همگانی‌بودن منابع و ثروت‌های طبیعی باعث می‌شود اصول سلبی مانند نهی از اسراف و تبذیر و اتراف مطرح شود و انسان با پذیرفتن آنها در مصرف منابع و ثروت‌ها، نسبت به طبیعت و دیگران احساس مسئولیت کند؛ در نتیجه از آنها در حد نیاز خود و به‌صورت بهینه استفاده کرده و از هدر دادن آنها بپرهیزد.

جایگاه مبنای اخلاقی در مدل اسلامی اخلاق مصرف

در نوشتار پیش‌رو، خوددوستی به‌عنوان نظریه‌هنجاری (Normative theory)، مبنای اخلاقی مدل قرار گرفته است. این نظریه از سویی بر برخی مبانی مانند فطرت‌مندی و اصالت روح مبتنی است و از سوی دیگر، در انتخاب هدف‌ها و انگیزه‌ها، معیارها، اصول سلبی و ایجابی اخلاق مصرف اثر تعیین‌کننده‌ای دارد (جداری‌عالی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۹-۱۴۰).

رابطه مبنای اخلاقی با دیگر مبانی مدل اسلامی اخلاق مصرف

از آنجا که مشروعیت و بایستگی خوددوستی در رفتارهای اختیاری - از جمله مصرفی - بر خلقت مطابق با فطرت الاهی انسان مبتنی است، از لحاظ مبدأشناختی بر توحید در ربوبیت تکوینی خداوند متعال ﷻ مبتنی است. از آن جهت که در ادامه راه برای جلوگیری از انحراف از فطرت الاهی، انسان را نیازمند به هدایت‌ها و برنامه‌های خداوند متعال ﷻ می‌داند، بر توحید در ربوبیت تشریحی مبتنی است.

نیز از آن جهت که در مبانی انسان‌شناختی پس از قبول دوساحتی‌بودن انسان، اصالت و ملاک انسانیت وی را ساحت روحش دانستیم؛ بنابراین، در مبنای اخلاقی نیز، من‌علوی و روح را به‌عنوان «خود (ذات)» و من واقعی و حقیقت انسان در برابر من سفلی - که درجه پایین و مربوط به جسم و حیوانیت وی است - مورد نظر قرار دادیم. در ادامه مقصود از خوددوستی را دوست‌داشتن همان من ملکوتی و علوی انسان دانستم که خود، سرچشمه گرایش‌ها و انگیزه‌های اصیل انسان مانند حب بقا، حب کمال و حب لذت یا سعادت است

و همین امر به‌عنوان مقدمه‌ای لازم، ما را در اثبات بایستگی و خوبی رفتار بر مبنای خوددوستی یاری می‌کند. نیز پذیرش فطرت‌مندی انسان در مبنای انسان‌شناختی نیز به‌عنوان پیش‌فرض دیگر ما را در تقریر برهان نظریه اخلاقی خوددوستی یاری می‌کند و از آن جهت که یکی از مبنای انسان‌شناختی را اختیار برگزیدیم، اختیاری بودن رفتارها بر مبنای خوددوستی را اثبات کردیم تا خوددوستی بتواند به‌عنوان نظریه اخلاقی، رفتارهای اخلاقی مصرف را توجیه کند.

رابطه مبنای اخلاقی با هدف‌ها و انگیزه‌ها

یکی از کاربردهای مهم نظریه خوددوستی در مدل اخلاق مصرف، انتخاب هدف‌ها و انگیزه‌های آن است. از آنجا که نظریه اخلاقی را خوددوستی و مراد از خوددوستی را دوست داشتن من ملکوتی و علوی انسان دانستیم، هدف‌های خود را براساس هدف‌های همان من علوی و کمال و سعادت آن قرار دادیم که نتیجه نهایی آنها تقرب به حق تعالی ﷻ است. از آنجا که چنین خوددوستی، سرچشمه گرایش‌ها و انگیزه‌های اصیل انسان مانند حب بقا، حب کمال و حب لذت یا سعادت است؛ بنابراین انگیزه اصلی در این مدل را همین خوددوستی در نظر گرفتیم.

رابطه مبنای اخلاقی با اصول اخلاقی مصرف

خوددوستی به‌عنوان مبنای اخلاقی در مدل اخلاقی مصرف، در انتخاب اصولی مانند انفاق، زهد و قناعت نقش کلیدی دارد. این اصول به‌طور دقیق مطابق با مقتضای خوددوستی بوده و اثر شگرفی در رشد و کمال خود حقیقی دارند؛ به‌طور مثال، درباره انفاق، قرآن کریم می‌فرماید: «پس تا آنجا که می‌توانید از خداوند متعال ﷻ بترسید و بشنوید و اطاعت کنید و اگر انفاق کنید برای خودتان بهتر است» (تغابن: ۱۶). در آیه دیگر می‌فرماید: «آگاه باشید که شما همان مردمی هستید که به انفاق در راه خداوند متعال ﷻ دعوت می‌شدید و برخی از شما خست نشان می‌دهد، هر کس بخل ورزد به زیان خود وی است؛ زیرا خداوند متعال ﷻ بی‌نیاز است و شما نیازمند هستید» (محمد: ۳۸).

با تأمل در دو آیه پیش‌گفته در می‌یابیم که آیه اول با بیان اینکه خیر و نفع انفاق برای خود انسان است، انسان را بر عمل انفاق تشویق می‌کند و آیه دوم با بیان اینکه بخیل با

بخشش به خودش ضرر می‌زند، انسان را از بخل نهی و بر انفاق تشویق می‌کند این امر؛ اولاً، مبتنی بر این است که انسان دارای حب نفس و دنبال منافع خود است؛ ثانیاً، از اینکه انفاق در ظاهر به ضرر نفس حیوانی و منافع مادی است، معلوم می‌شود که این خوددوستی مربوط به خود ملکوتی و علوی است. حاصل آنکه انفاق بر نظریه خوددوستی مورد نظر مبتنی است. این مطلب در روایت‌های فراوانی از معصومان علیهم‌السلام مورد تأکید قرار گرفته است (ابن‌شعبه‌حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۸۳ / نهج‌البلاغه، ن ۳۱ / مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۹۶، ح ۳، ص ۱۱۵). از جمله / امیر مؤمنان علی علیه‌السلام فرمود: «هر آنچه از دنیایت پیش فرستادی برای خودت است» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۶، ص ۸۴).

پیش‌فرستادن کنایه از انفاق است؛ بنابراین معنای روایت این است که (هر آنچه در دنیا انفاق کردی برای خودت است) و روشن است که مراد از «نفس» و خود در این روایت روح و من علوی است که به‌صورت جاودانه برای جهان آخرت نیز باقی می‌ماند. در ضمن همان تحلیلی که درباره آیه‌های مربوطه گفته شد درباره این روایت نیز قابل بیان است.

افزون بر آیه‌ها و روایت‌ها، آثاری که انفاق از خود به‌جا می‌گذارد بیان‌گر این است که خیر و منافع انفاق به خود ملکوتی انسان برمی‌گردد؛ آثاری مانند توحید و خداشناسی، پاک‌سازی نفس از بخل، شکر نعمت، آرامش روحی و پاداش‌های مضاعف و نیک الاهی.

درباره زهد باید گفت که زهد به‌طور کامل از مبنای اخلاقی خوددوستی متأثر است؛ چرا که مفهوم زهد، انصراف از غیرخدا و منافع مادی دنیوی و رو آوردن به خداوند متعال جل جلاله و منافع اخروی است؛ به عبارت دیگر محروم‌ساختن من سفلی و دنیوی برای رسیدن به کمال و سعادت من علوی و ملکوتی است. از این‌رو است که امام صادق علیه‌السلام می‌فرماید: «جز این نیست که در دنیا زهد می‌ورزند تا قلب‌هایشان در جهت رسیدن به زندگی گوارای آخرت فراغت یابد» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۷۰، ح ۷، ص ۲۳۹).

رابطه قناعت با خوددوستی نیز داستانی از این دست دارد. ماهیت قناعت اساساً این است که از امکانات دنیا در جهت پرورش من سفلی و حیوانی به مقدار کم و کفاف بسنده شود تا قلب فراغت یابد و زمینه برای رشد و کمال من علوی و ملکوتی فراهم شود. آثار پربهای آن مانند غنای نفس، خودسازی، راحتی جسم و جان و سلامت دین و ایمان، همه گویای همین مطلب است.

رابطه مبنای اخلاقی با اصول سلبی اخلاق مصرف

نتیجه مصرف مسرفانه، مترفانه و مقترانه پیامدهای منفی و جبران‌ناپذیری در روح داشته و مانع اعتلای من علوی و ملکوتی انسان به‌جا می‌گذارد؛ به‌طور مثال، اسراف و تبذیر باعث ناسپاسی و کفران نعمت، خواری در پیشگاه الهی و در نتیجه، خشم خداوند متعال ﷻ و محرومیت از هدایت وی و عدم استجاب دعا به‌وسیله وی، در ارتباط با خداوند متعال ﷻ و نیز آثاری مانند قساوت قلب، تحقیر نفس انسانی، در ارتباط با خود و پیدایی رذایلی مانند بخل و ناجوانمردی در انسان می‌شود.

نیز اتراف باعث قساوت قلب، فراموشی خداوند متعال ﷻ و روی‌گردانی از وی و در نتیجه سقوط انسانیت و پیدایی رذایلی مانند سرکشی و طغیان، غرور و تفاخر و حسد می‌شود. اقتار نیز نتیجه رذایلی مانند حرص و طمع است که آثار منفی و مخربی در تربیت انسانی خود و فرزندان می‌گذارد.

با توجه به پیامدهای پیش‌گفته، درمی‌یابیم که تمام آنها برخلاف مقتضای من ملکوتی و فطرت خدایی انسان بوده و به ضرر آن است. آیه‌هایی از قرآن کریم نیز این مطلب را تأیید می‌کند (محمد: ۳۸).

جایگاه هدف‌ها و انگیزه‌ها در مدل اسلامی اخلاق مصرف

یکی از معیارهایی که در انسجام یک مدل ضرورت دارد، هماهنگی و سازگاری عناصر اصلی مدل با هدف‌ها و انگیزه‌های آن است. در نوشتار پیش‌گفته هدف‌نهایی انسان در رفتارهای خود از جمله رفتارهای مصرفی، سعادت و مهم‌ترین هدف میانی آن، زندگی گوارا معرفی شد. سازگاری اصول اخلاقی مصرف با هدف‌های پیش‌گفته به شرح ذیل است.

رابطه انفاق با هدف‌ها

انفاق در برابر بخل و حرص، یکی از فضایل اخلاقی است که انسان را به سعادت ابدی می‌رساند. قرآن کریم می‌فرماید: «آنها را بر خود مقدم می‌دارند هر چند سخت فقیر باشند، کسانی که خداوند متعال ﷻ آنها را از بخل و حرص نفس خویش بازداشته رستگار هستند» (حشر: ۹). از آیه پیش‌گفته به خوبی استفاده می‌شود که انفاق و ترک بخل و حرص انسان را به رستگاری که هدف‌نهایی اخلاق مصرف است، می‌رساند.

رابطه زهد با اهداف

زهد نیز یکی از عوامل مهم سعادت انسان است. در این باره از امام علی علیه السلام نقل شده است: «اصل زهد، یقین به خداوند متعال جل جلاله است و نتیجه آن سعادت است» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۲، ص ۳۰۹۹، ص ۴۱۸). در این روایت یقین به خداوند متعال جل جلاله که ناشی از کمال انسانی و تقرب وی به خداوند متعال جل جلاله است در کنار سعادت به عنوان نتیجه زهد معرفی شده است.

رابطه قناعت با هدفها

درباره قناعت امام سجاد علیه السلام فرمود: «تمام خیر و سعادت را در این دیدم که انسان به آنچه در دست مردم است چشم طمع نداشته باشد» (همان).

چشم طمع از دست مردم بریدن حاکی از همان قناعت است؛ پس مطابق این روایت، تمام خیر و سعادت در قناعت است. مطابق آنچه در تفسیر مجمع البیان آمده از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نقل شده که مراد از «حیاء طیبه» در آیه شریفه «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً» قناعت است (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۵، ص ۳۸۴). همین مطلب از امیر مؤمنان علیه السلام نیز نقل شده است (نهج البلاغه، ح ۴۴ و ۲۲۹).

رابطه معیارهای مصرف مطلوب با اصول اخلاقی مصرف

معیار اصلی مصرف در آموزه‌های اسلامی اعتدال و میانه‌روی است و زیرملاک‌های آن کفاف و نیاز است. در اینجا لازم است اثبات شود که اصول اخلاقی مورد نظر با ملاک و زیرملاک‌های مصرف سازگار است و به عبارت دیگر آن معیارها را تأمین می‌کند.

رابطه انفاق با معیارهای مصرف مطلوب

شکی نیست که انفاق مورد نظر این نوشتار به‌طور کامل با میانه‌روی در مصرف سازگار است و آیه‌ها و روایت‌های متعددی بر این امر دلالت دارد که روشن‌ترین آنها آیه شریفه مشهور است که می‌فرماید: «وَأَنانَ كِه چون انفاق می‌کنند، اسراف نمی‌کنند و خِسْت نمی‌ورزند؛ بلکه میان این دو، راه اعتدال را می‌گیرند» (فرقان: ۶۷).

نیز روایت امام باقر علیه السلام از پدر بزرگوارش امام زین‌العابدین علیه السلام است که فرمود: «انسان باید با میانه‌روی و تا حد کفاف مصرف و هزینه کند و باقی‌مانده مالش را از پیش برای آخرتش

بفرستد؛ زیرا این روش سبب پایداری بیشتر نعمت و نزدیکی بیشتر به افزونی [نعمت‌های مادی و معنوی] خداوند متعال ﷻ می‌شود و برای آخرت انسان سودمندتر است» (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۴، ح ۱، ص ۵۲).

در این روایت ضمن تأکید بر میانه‌روی در هزینه‌های شخصی در حد کفاف، انفاق و بخشش به دیگران و در راه خداوند متعال ﷻ را نیز یادآور شده است.

رابطه زهد با معیار مصرف مطلوب

ممکن است چنین تصور شود که مقتضای زهد در رفتارهای مصرفی اکتفا به ضروریات و کمترین میزان ممکن از امکانات زندگی است. از سوی دیگر مقتضای میانه‌روی، مصرف در حد کفاف که به‌طور مسلم بیش از ضروریات است؛ زیرا زندگی در حد ضروریات پیوسته همراه با رنج و سختی است و با روح آموزه‌های اجتماعی و اقتصادی اسلام ناسازگار است. حال پرسش این است که آیا اصل اخلاقی زهد با معیار پیش‌گفته مصرف مطلوب ناسازگار نیست؟! برای پاسخ به این پرسش توجه به چند نکته ضروری است.

زهد به معنای دل‌کندن از دنیا و غیرخدا برای رسیدن به آخرت و خدا است (فیض‌کاشانی، ۱۴۱۷ق، ج ۸، ص ۳۴۵). براساس این مفهوم، زهد آموزه‌ای است که:

اولاً، جنبه روحی و قلبی دارد و هر کس به تناسب کمال روحی و درجه رغبت به خداوند متعال ﷻ و آخرت، به مراتب خاصی از دنیا دل‌کنده و زهد می‌ورزد و این روحیه لزوماً با بهره‌مندی از نعمت‌های الهی در حد کفاف منافات ندارد. انسان می‌تواند در عین بی‌رغبتی به دنیا، به‌علت مصلحت‌های اجتماعی و دینی در حد کفاف از نعمت‌های الهی بهره‌مند شود. نمونه آن را در زندگی برخی پیامبران مانند حضرت سلیمان ﷺ یا حضرت یوسف ﷺ و برخی امامان مانند امام باقر ﷺ، امام صادق ﷺ، امام کاظم ﷺ و امام رضا ﷺ می‌توان مشاهده کرد که به‌علت وضعیت اجتماعی و مصلحت‌های دینی با لباس‌های مرغوب و آراستگی ظاهر در جامعه حاضر می‌شدند و به شیعیان خود نیز توصیه می‌کردند. به‌طور مثال امام کاظم ﷺ به شیعیان خود می‌فرمود: «شما گروهی هستید که دشمنان فراوانی دارید. ای گروه شیعیان! مردم با شما دشمنی کردند؛ بنابراین تا آنجا که در توان دارید، در برابر آنان خود را بیاراید» (همان).

برعکس آن نیز صادق است؛ یعنی فرد می‌تواند در عین محرومیت از مادیات دنیا، دل‌بستگی شدید به آن داشته باشد که نمونه‌های آن فراوان و غیرقابل تردید است. ثانیاً زهد جنبه شخصی دارد؛ به این معنا که هر کسی مجاز است شخصاً زندگی زاهدانه را انتخاب کند و حق ندارد این شیوه زندگی را بر دیگران حتی همسر و فرزندان خود تحمیل کند مگر آنکه آنان خود به اختیار و متناسب با وضعیت روحی‌شان زهد را برگزینند - چنان‌که در شأن نزول آیه شریفه ۸ سوره انسان آمده است، خانواده/میر مؤمنان علیهم‌السلام چنین شیوه زندگی را اختیار کردند- در غیر این صورت صرف عدم بهره‌مندی از موهبت‌های دنیوی بدون پیش زمینه‌های روحی، زهد تلقی نمی‌شود. با این حال برخی انتظار دارند کسی که زاهد است، باید خانواده‌اش را نیز از نعمت‌های دنیوی محروم سازد در حالی که این برخلاف آموزه‌های اسلام و سنت معصومان علیهم‌السلام است (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۶، ص ۴۴۸-۴۴۹).

حاصل آنکه، توصیه به زندگی زاهدانه با میانه‌روی و توسعه در زندگی خانواده تا حد کفاف قابل جمع است؛ به این صورت که شخص مسلمان، اخلاقاً می‌تواند به لحاظ قلبی و در زندگی فردی خود زهد ورزد و در عین حال به علت رعایت مصلحت‌های دینی با ظاهری آراسته در جامعه حاضر شده یا برای رفاه حال خانواده، متناسب با امکانات خود در زندگی وی تا حد کفاف توسعه دهد. این دو هیچ منافاتی با هم ندارند.

رابطه منطقی اصول اخلاقی مصرف با یک‌دیگر

سخاوت (انفاق)، زهد، قناعت و تقدیر در معیشت، چهار اصل اساسی هستند که برای اخلاق مصرف مطرح شد که از نظر ما همه با هم سازگار و در جهت هدف‌های کمالی انسان هستند. در اینجا روابط حاکم بر آنها را به اختصار بیان می‌کنیم:

رابطه زهد و انفاق

انفاق و زهد هر دو از فضایل اخلاقی هستند و در برابر صفت رذیله مال‌دوستی و دنیاطلبی بوده و به‌عنوان درمان آن مطرح شده است. هم‌چنان‌که زاهد با بی‌اعتنایی به دنیا از مال و امکانات مادی صرف‌نظر می‌کند، انفاق‌کننده نیز با انفاق مال و امکانات در اختیار خود در حقیقت از آنها صرف‌نظر کرده و در اختیار دیگران قرار می‌دهد. نکته قابل توجه درباره

این دو فضیلت این است که اگر مفهوم آنها دقیق فهمیده شود، هر دو نه تنها با هم سازگار و در یک جهت هستند بلکه به صورتی مکمل هم دیگر نیز هستند؛ زیرا انفاق، شامل مستحبات مالی مانند صدقات مستحب، هدیه به دیگران، اطعام دیگران به صورت میهمانی و ... و نیز شامل واجبات مالی مانند خمس، زکات و هزینه‌های خانواده و افراد تحت تکفل می‌شود که مطابق روایت‌های مورد اخیر نیز جزو صدقات بلکه بهترین آنها شمرده شده است (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۴، ص ۲۶) و هیچ‌کدام از این موارد بدون اتصاف نفس به مرتبه‌ای از زهد و دل‌کندن از مال، محقق نمی‌شوند.

از سوی دیگر این انفاق‌ها، تمرینی برای نفس است که در خود صفت زهد را پدید و تقویت کند و بدون این تمرینات، رسیدن به زهد حقیقی ممکن نیست؛ زیرا زهد اسلامی مانند رهبانیت مسیحی نیست که از کار و کوشش و جامعه کناره بگیرد و در گوشه‌ای به عبادت پردازد بلکه در اسلام، کار و کوشش و خدمت به مردم و جامعه یکی از عبادت‌های بزرگ شمرده شده است و نتیجه کوشش اجتماعی و اقتصادی هر فردی به‌طور طبیعی درآمد متناسب با آن خواهد بود و زاهد حقیقی از این درآمد به اندک بسنده کرده و باقی مانده آن را در راه‌های مشروع و معقول که همانا موارد انفاق باشند، صرف خواهد کرد. نمونه بارز چنین زاهدی امیر زاهدان حضرت علی علیه السلام است که به‌گواهی تاریخ یکی از پرکارترین و ثروت‌مندترین افراد روزگار خویش بوده (احمدبن حنبل، ۱۴۱۴ق، ج ۱، ح ۱۲۱۷، ص ۷۱۲ / ابن‌شهر آشوب، ۱۳۷۹ق، ج ۲، ص ۱۳۲ / کلینی، ۱۳۸۹، ج ۶، ح ۸، ص ۴۳۹) و در عین حال در طول تاریخ هیچ زاهدی به‌گرد وی نرسیده است.

رابطه زهد و قناعت

دو صفت زهد و قناعت هر چند در مفهوم با هم تفاوت دارند اما با یک‌دیگر ارتباط وثیق دارند. در کتاب‌های اخلاق هر دو صفت در باب ذم دنیا بحث می‌شوند؛ زهد در برابر مفهوم عام و حب دنیا و قناعت در برابر حرص که بخشی از حب دنیا است، قرار دارد؛ بنابراین می‌توان گفت که قناعت از این جهت، زیرمجموعه زهد است؛ بنابراین قناعت یکی

از مراتب زهد است و زمینه رسیدن به زهد به معنای عام را فراهم می‌سازد. از سوی دیگر روحیه زهد انسان را به حد کفاف و عفاف قانع می‌سازد؛ بنابراین زهد و بی‌رغبتی به دنیا همواره با قناعت همراه است.

درباره مصرف نتیجه عملی زهد و قناعت با هم تفاوت قابل توجهی ندارند و هر دو، انسان را به مصرف کم و در حد رفع نیازهای زندگی می‌خوانند. شاید به این علت است که این دو واژه در عرف بیشتر به صورت عطف تفسیری و معادل هم به کار می‌رود.

رابطه انفاق و قناعت

انفاق و قناعت نیز دو صفت از فضایل اخلاقی هستند و با هم سازگار و رابطه محکمی دارند. در روایت‌های فراوانی در کنار هم و مکمل هم، از فضایل و کمالات انسان معرفی شده است. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «چه نیکو است که انسان به کم قناعت کند و زیاد ببخشد» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۶، ص ۹۷).

در فرمایش دیگر می‌فرماید: «از زیاده‌روی بپرهیز و میانه‌روی پیشه کن. امروز به فکر فردایت باش. از مال به قدر نیازت نگه دار و آنچه افزون آید، پیشاپیش برای روزی که به آن نیازمند گردی، روانه دار» (نهج‌البلاغه، ن ۲۱).

حضرت علی علیه السلام در بیان اول زیبایی قناعت و انفاق در کنار هم را مطرح می‌کند و در سخن دوم ضمن اینکه از اسراف که خلاف قناعت است برحذر می‌دارد و یاد روز قیامت را که وقت نتیجه‌گیری از اعمال است، متذکر می‌شود و به قناعت به مقدار ضرورت و انفاق باقی‌مانده سفارش می‌کند. طبیعی است که لازمه انفاق مالی این است که پس از رفع نیازهای زندگی خود چیزی باقی بماند تا بشود انفاق کرد. اگر کسی هر چه به دست می‌آورد با اسراف هزینه کند، مالی برای انفاق باقی نمی‌ماند؛ بنابراین امام با بیان پیش‌گفته رابطه منطقی دست‌یابی به فضیلت انفاق و قناعت را ترسیم می‌کند.

روابط انفاق، زهد و قناعت

با توجه به رابطه زهد و قناعت، به‌طور معمول روحیه زهد انسان را به حد کفاف و عفاف قانع می‌سازد و باعث می‌شود زاهد به بیش از آن خود را گرفتار نکند و اگر هم چیزی داشته

باشد در مصرف آن قناعت ورزیده و به مقدار کم آن بسنده کند. این خود باعث می‌شود بخشی از اموال باقی بماند تا به این صورت زمینه انفاق فراهم شود و آن اموال باقی‌مانده را در راه خداوند متعال ﷻ و رفع نیاز مردم به‌کار می‌گیرد و با تقویت روحیه زهد و قناعت و تکرار عمل انفاق به جایی می‌رسد که دیگران را بر خویش مقدم می‌دارند، و به فرموده قرآن کریم دیگران را بر خود مقدم می‌دارند، هر چند خود به‌شدت فقیر باشند (حشر: ۹).

از این جهت می‌توان گفت: قناعت یکی از مراتب زهد است؛ سیر کمال اخلاقی از قناعت شروع می‌شود و پس از آن نوبت به مرتبه انفاق و احسان می‌رسد و با رشد و تقویت روحیه انفاق به مرتبه بالای انفاق یعنی ایثار می‌رسد و واپسین منزل، ترک ما سوی‌الله است (مهدوی‌کنی، ۱۳۷۶، ص ۶۳۳).

رابطه تقدیر معیشت با دیگر اصول اخلاقی مصرف

تقدیر معیشت، نوعی تنظیم مصرف با درآمد و پرورش روح انضباط مالی و نظم اقتصادی در زندگی است؛ به طوری که فرد ضمن بهره‌مندی از نعمت‌های الهی و تأمین نیازهای زندگی، بتواند راه سعادت دنیا و آخرت را به خوبی طی کند. از سوی دیگر، نیک می‌دانیم که اصول اخلاقی مصرف برخی مانند زهد بیشتر جنبه فردی و برخی مانند انفاق، بیشتر جنبه اجتماعی و برخی مانند قناعت می‌تواند همه جنبه‌های فردی، خانوادگی یا اجتماعی را داشته باشد. با توجه به موقعیت اجتماعی و درآمدی هر شخص و مسئولیت‌های متناسب با آن، لازم است تمام اصول نام برده و دیگر اصولی که به‌علت رعایت اختصار مطرح نشد، در یک جهت و مکمل هم و به‌صورت نظام‌مند نگریسته شوند. در این میان مهم‌ترین عامل هماهنگی آنها رعایت اصل تقدیر و تدبیر معیشت است که نقش مدیریت اصول اخلاقی را در عمل ایفا می‌کند. در غیر این صورت از دستیابی به نتیجه مطلوب باز خواهیم ماند؛ چرا که عدم تشخیص درست وظیفه و عدم رعایت اولویت‌های لازم در مقاطع گوناگون زندگی باعث می‌شود که اصول اخلاقی پیش‌گفته نیز به معنای حقیقی خود عملی نشود؛ چه‌بسا انفاق به

اسراف یا زهد و قناعت به اقتار منتهی شود. در طول تاریخ از این دست انحراف‌ها فراوان رخ داده است. در این مجال به چند مورد اشاره می‌کنیم:

۱. اعتراض سفیان ثوری و گروهی از زاهدنمایان از جنس وی به امام صادق علیه السلام درباره لباس رویین زیبای حضرت و مقایسه آن با لباس‌های پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امیر مؤمنان علیه السلام (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۵، ص ۶۵-۷۰) و اعتراض‌هایی که به دیگر امامان معصوم علیهم السلام می‌شده، ناشی از عدم رعایت مقتضیات زمانی و در نتیجه عدم لحاظ تقدیر مناسب معیشت در کنار زهد است. آنان زهد را بدون لحاظ شرایط زمان، در نوع لباس پوشیدن پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امیر مؤمنان علیه السلام می‌دیدند که چنین پوششی در زمان امام صادق علیه السلام با توجه به سطح زندگی آن زمان اقتار تلقی می‌شود.

۲. در همان روایت پیشین زاهدنمایان با تمسک به آیه‌های «و يُؤْتِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَ لَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَ مَنْ يُوقَ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (حشر: ۹) و «وَ يُطْعَمُونَ الطَّعَامَ عَلَىٰ حُبِّهِ مِسْكِينًا وَ يَتِيمًا وَ أَسِيرًا» (انسان: ۸) باور داشتند که همه باید چنین رفتار کنند و هر چه دارند به دیگران ببخشند؛ اما امام صادق علیه السلام در پاسخ به بی‌توجهی آنان به مسئله تقدیر معیشت اشاره کرده، استدلال فرمود که رفتارهای یادشده در آیه‌های پیشین برای دسته خاصی از اصحاب پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله مباح و جایز بود؛ چرا که وضعیت روحی و جسمی آنها برای چنین رفتار آماده بود اما به‌عنوان دستورالعمل عمومی برای همه انسان‌ها با هر وضعیت روحی و جسمی با فرامین دیگر الهی ناسازگار است و خداوند متعال جل جلاله به علت رعایت حال عموم مؤمنان و رحمت و عنایت به آنان از چنین کاری نهی کرد تا مبدا با این رفتار به خود و خانواده‌هایشان آسیب برسانند؛ زیرا ممکن است در بین آنان خردسالان و کودکان و پیران کهنسالی باشند که گرسنگی را طاقت نمی‌آورند و اگر من نان خود را صدقه دهم و جز آن، نانی نداشته باشم، آنان از گرسنگی تباه و هلاک شوند.

از این رو پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمود: «اگر انسان پنج دانه خرما یا پنج قرص نان یا دینار یا درهم داشته باشد و بخواهد به مصرف برساند، بهترین آن، انفاق به پدر و مادر، دوم خود و خانواده‌اش، سوم خویشاوندان فقیر، چهارم همسایگان مسکین و پنجم انفاق در

راه خداوند متعال ﷻ است و این پنجمی از همه کم‌پاداش‌تر است» (کلینی، ۱۳۸۹، ج ۵، ص ۶۵-۷۰).

۳. انفاق بدون تقدیر معیشت انسان را به جایی می‌رساند که نه تنها انفاقش به اسراف ختم می‌شود بلکه خود نیز صلاحیت مسلمانی را از دست می‌دهد. امام صادق ﷺ روایت می‌کند که پیامبر اکرم ﷺ درباره یکی از انصار که هنگام مرگش پنج یا شش غلام را آزاد کرده بود و کودکانی خردسال داشت و مال دیگری به جای نهاده بود، فرمود: «اگر وضع وی را به من خبر داده بودید، اجازه نمی‌دادم که وی را در کنار مسلمانان دفن کنید؛ کودکانی خردسال را رها می‌کند تا دست نیاز پیش مردم دراز کنند؛ سپس امام فرمود: «پدرم برایم روایت فرمود که پیامبر اکرم ﷺ فرموده است: انفاق را از خانواده خود، به ترتیب نزدیکی‌شان آغاز کن» (همان).

نکته قابل توجه اینکه در ادامه حضرت در رد شیوه صوفیان [انفاق مال بدون تقدیر معیشت خانواده] به آیه شریفه «و کسانی که چون انفاق می‌کنند، اسراف نکنند و بخل نورزند و میان این دو معتدل باشند» (فرقان: ۶۷) استدلال کرده و می‌فرماید:

این سخن خداوند متعال ﷻ رد گفته شما و نهی‌ای است از جانب خدای عزیز حکیم ﷻ که پذیرش آن واجب است. آیا نمی‌نگرید که خداوند تبارک و تعالی ﷻ چیزی فرموده که با آنچه می‌بینم شما مردم را به سوی آن فرا می‌خوانید؛ یعنی ترجیح دادن دیگران بر خودشان، ناسازگار است و کسی را که به شیوه شما رفتار کند، اسراف‌کار خوانده است؟ همو در چند آیه از کتاب خود می‌فرماید: «هر آینه وی اسراف‌کاران را دوست نمی‌دارد» (همان، ص ۶۷).

ترتیب و ترتب اصول اخلاقی مصرف

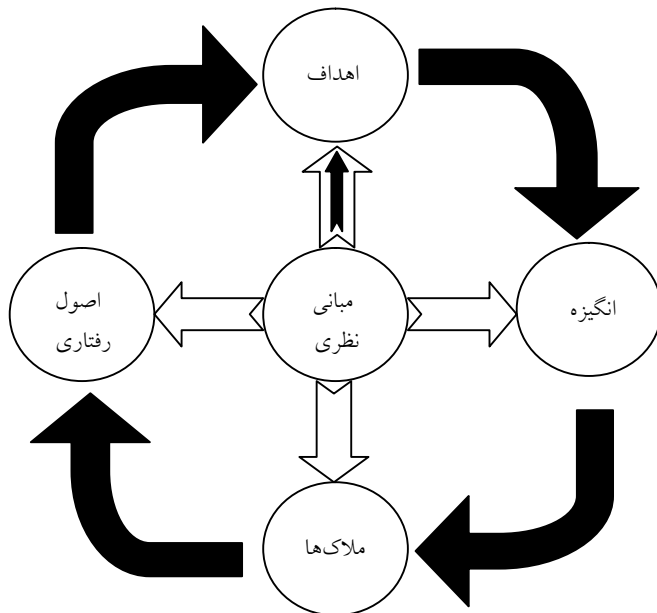
از مطالب پیشین می‌توان استفاده کرد که سیر کمال اخلاقی مصرف از قناعت شروع می‌شود؛ سپس نوبت به مرتبه انفاق و احسان می‌رسد و با رشد و تقویت روحیه انفاق به مرتبه ایثار قدم می‌گذارد و واپسین منزل زهد به معنای واقعی کلمه، ترک ما سوی الله است؛ البته چنان‌که گفته شد مراتب پایین زهد همواره در پدیدساختن و پرورش صفت قناعت و انفاق اثر به‌سزایی دارد. اصل تقدیر معیشت به نوعی در عملی شدن صحیح اصول انفاق، قناعت و زهد در زندگی انسان، نقش مدیریت رفتاری در آن زمینه‌ها را ایفا می‌کند؛

به طوری که اگر این اصل اعمال نشود، اصول دیگر در عمل با انحراف روبه‌رو شده و چنان‌که اثبات شد زهد و قناعت به اقتار و انفاق به اسراف ختم خواهد شد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بر اساس روابط پیش‌گفته در بین اجزا و عناصر مدل اسلامی اخلاق مصرف، معلوم می‌شود تمام عناصر درون اجزای مدل با هم و با عناصر اجزای دیگر سازگار و در جهت هدف‌های مدل هستند. در این مجال ساختار کلی مدل را که گویای فرایند شکل‌گیری و روابط اجزای اصلی مدل است را بررسی می‌کنیم. ساختار کلی مدل اسلامی اخلاق مصرف را می‌توان در نموداری مانند نمودار ۱ نمایش داد که در آن فلش‌های توخالی نمایان‌گر رابطه عرضی بین اجزا و فلش‌های توپر نشانگر رابطه طولی بین آنها است.

نمودار (۱) ساختار کلی و فرایند مدل اسلامی اخلاق مصرف



این نمودار نشانگر آن است که محوریت مدل، مبانی نظری است که خود برگرفته از اصل توحید هستند و در اطراف آن دیگر اجزای اصلی مدل به ترتیب: اهداف، انگیزه‌ها، ملاک‌ها و اصول رفتاری جا گرفته است که تمام آنها به‌طور مستقیم با مبانی مرتبط و از

آنها متأثر هستند. در عین حال در فرایند شکل‌گیری، مدل رفتاری از مبانی نظری مبتنی بر توحید آغاز و هدف‌های مورد نظر از آنها نتیجه می‌شود و به تناسب آنها و براساس مبانی اخلاقی مدل، انگیزه رفتاری که محرک انسان برای حرکت به سوی هدف‌ها باشد، شکل می‌گیرد؛ سپس ملاک اصلی و زیرملاک‌های لازم در این حرکت، در جهت تعیین اصول رفتاری و سنجش و بررسی درستی و نادرستی آنها متناسب با هدف‌های پیش‌گفته استخراج و تبیین می‌شود. به دنبال آن و براساس ملاک‌های اصول رفتاری نتیجه می‌شود که در صورت عمل به آنها و رعایت تمام حدود و شرایط آنها هدف‌های مورد نظر حاصل خواهد شد. بنابراین فرایند از مبانی مبتنی بر توحید شروع و پس از سیر مسیر اهداف، انگیزه‌ها، ملاک‌ها و اصول رفتاری، دوباره به هدف‌ها منتهی می‌شود که عبارت است از سعادت جاودانه که به صورت تأمین سعادت دنیوی در قالب زندگی گوارا و تقرب به خداوند متعال ﷻ و آرام‌گیری در مقعد صدق ملوک مقتدر ﷻ که نهایت درجه کمال انسانی و به نوعی دستیابی به توحید عملی است، نمایان می‌شود.

منابع و مأخذ

۱. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی بن حسین؛ تحف العقول عن آل الرسول ﷺ؛ ج ۲، قم: مؤسسه نشر اسلامی، ۱۴۰۴ ق.
۲. ابن شهر آشوب؛ مناقب آل ابی طالب ﷺ؛ ۴ جلدی، قم: مؤسسه انتشارات علامه، ۱۳۷۹ ق.
۳. ابن مسکویه، احمد بن محمد؛ تهذیب الاخلاق و تطهیر الاعراق؛ قم: بیداری، ۱۳۶۹.
۴. ابوالفتوح رازی، حسین بن علی؛ روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن (تفسیر ابوالفتوح رازی)؛ ج ۷، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۷۷.
۵. ادوارد مور، جورج؛ مبانی اخلاق؛ ترجمه غلام‌حسین توکلی و علی عسگری یزدی؛ قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۵.
۶. بدوی، عبدالرحمن؛ الاخلاق النظریه؛ کویت: وكالة المطبوعات، ۱۳۵۵ ق.
۷. جداری عالی، محمد؛ «خوددوستی و مقایسه آن با خودگروی»؛ فصلنامه علمی پژوهشی قبسات، س ۱۶، ش ۶۰، ۱۳۹۰.

۸. خوانساری، جلال‌الدین محمد؛ شرح غررالحکم و دررالکلم؛ ۷ جلدی، تصحیح میرجلال‌الدین حسینی اروموی؛ چ ۳، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۶۶.
۹. ژکس؛ فلسفه اخلاق؛ ترجمه ابوالقاسم پورحسینی؛ تهران: امیرکبیر، ۱۳۶۲.
۱۰. صدوق، محمدبن‌علی بن بابویه قمی؛ الأمالی؛ تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۰.
۱۱. طباطبایی، سیدمحمدحسین؛ المیزان فی تفسیر القرآن؛ ج ۱۰، چ ۵، قم: مؤسسه نشر اسلامی، ۱۴۱۷ق.
۱۲. طبرسی، فضل‌بن‌حسن؛ مجمع‌البیان فی تفسیر القرآن؛ مقدمه محمدجواد بلاغی؛ چ ۳، تهران: انتشارات ناصر خسرو، ۱۳۷۲.
۱۳. غزالی، ابوحامد محمد؛ احیاء علوم‌الدین؛ مقدمه بدوی طبانه؛ بیروت: دارالفکر، [بی‌تا].
۱۴. فیض کاشانی، ملامحسن؛ الحقایق فی محاسن الاخلاق قره‌العیون فی المعارف و الحکم؛ تصحیح محسن عقیل؛ قم: دارالکتب الاسلامی، ۱۳۸۱.
۱۵. _____؛ المحجة البيضاء؛ تصحیح و تعلیق علی‌اکبر غفاری؛ چ ۴، قم: مؤسسه نشر اسلامی، ۱۴۱۷ق.
۱۶. کلینی، محمدبن‌یعقوب؛ الکافی؛ تحقیق علی‌اکبر غفاری؛ قم: [بی‌تا]، ۱۳۸۹.
۱۷. مجلسی، محمدباقر؛ بحار الانوار؛ بیروت: مؤسسه الوفاء، ۱۳۶۲.
۱۸. مصباح‌یزدی، محمدتقی؛ فلسفه اخلاق؛ تحقیق و نگارش احمدحسین شریفی؛ تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۸۲.
۱۹. مطهری، مرتضی؛ مجموعه آثار استاد شهید مطهری؛ ج ۱۳، تهران: صدرا، ۱۳۷۴.
۲۰. مهدوی‌کنی، محمدرضا؛ نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی؛ چ ۷، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۶.
۲۱. نصیرالدین طوسی، محمدبن‌محمد؛ اخلاق ناصری؛ تصحیح مجتبی مینوی و علی‌رضا حیدری؛ تهران: خوارزمی، ۱۳۶۹.
۲۲. نوری، حسین؛ مستدرک الوسائل؛ چ ۲، بیروت: مؤسسه آل‌البتیة لإحیاء التراث، ۱۴۰۸ق.

23. Bell & Machover; **a Course in Mathematical Logic**; 1st Edition, North Holland, 1977 Or Hodges 1997 for details.
24. N. Zalta, Edward (ed.); “The Stanford Encyclopedia of Philosophy”; **Models and Theory**, (spring 2004 Edition), RL = <http://plato.stanford.edu/archives/spr2004/entries/physics-interrelate/>.