

قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی؛ مفهوم، ویژگی‌ها، رویکردهای نظری و مبانی عملی

محمدجواد قاسمی اصل*

چکیده:

هدف اقتصاد اسلامی، تثبیت و قاعده‌مند شدن رفتارهای اقتصادی، در چارچوب هنجارهای اسلامی است: «لِيُقِيمُوا النَّاسَ بِالْقِسْطِ»؛ بنابراین، بررسی مفهوم و ویژگی‌های قواعد رفتاری و تبیین مبانی و رویکردها به آن در بخش‌های مختلف اقتصاد اسلامی، ضرورت دارد. مقاله حاضر، با بهره‌گیری از ابزارهای تحلیل فقهی و اقتصادی، این دغدغه را دنبال می‌کند.

طبق یافته‌های تحقیق، قاعده رفتاری، معادل مفهوم «معروف» در شریعت است و می‌توان برای آن شش ویژگی برشمرد: معناداری، ثبات نسبی و پویایی تدریجی، ابتنا بر احساس نیاز ناشی از باورها و عواطف، اتکا به تثبیت سازوکار و زمینه‌های نهادی، امکان تحقق آگاهانه یا خودجوش و قابلیت قضاوت. در اقتصاد هنجاری اسلامی، قواعد رفتاری در چارچوب الگوهای پویا، ضوابط شرعی باثبات و سیاست‌های متغیر ارائه می‌شود. در اقتصاد اثباتی اسلامی، قواعد رفتاری در قالب کشف سازوکارهای موجود، تعیین نسبت آن با هنجارهای اسلامی و استظهار رفتارهای مکلفین شناخته می‌شود. در اقتصاد سیاستی اسلامی، مبتنی بر ضوابط شریعت در رفتارسازی، الگوهای تثبیت یا تغییر قواعد رفتاری متناسب با هنجارهای اسلامی، جستجو می‌شود. قواعد رفتاری اقتصادی مدنظر اسلام، متکی بر مبانی دینی چون استخلاف و استعمار در تولید، تسخیر و اخوت در توزیع و اعتدال و کفاف در مصرف، قابل تحقق است.

واژگان کلیدی: قاعده رفتاری، معروف، اقتصاد اسلامی، هنجاری، اثباتی، سیاستی.

مقدمه

دانش اقتصاد در یک تقسیم یا به بررسی رفتار عوامل انسانی می‌پردازد و یا به تحقیق درباره نقش نهادها. طرفداران اقتصاد رفتاری و نهادی، دو مکتب فکری مرتبط به این دو بخش از اقتصاد هستند. بین این دو بخش از دانش اقتصاد، ارتباط تنگاتنگی برقرار است و طرفین دعوا نیز به این حقیقت معترف‌اند، هرچند درباره اولویت عوامل انسانی یا چارچوب‌های نهادی اختلاف نظر دارند. گذشته از این که نقش اول را رفتارها یا نهادها ایفا می‌کنند، تردید نیست که هدف نهایی دانش اقتصاد به‌عنوان دانشی انسانی، رسیدن انسان به اهداف مطلوب است و نهادها حتی اگر واجد اثر اصلی در عملکرد بشر باشند، ابزاری برای بهبود وضع اقتصادی و رفتاری انسان هستند.

اهمیت شناخت قواعد حاکم بر رفتارها از این جهت است که دانش اقتصاد یک دانش اجتماعی و اقتصاد اسلامی بخشی از اندیشه اجتماعی اسلام به‌مثابه یک کل مترابط است (صدر ۱۳۸۲، ۲۹۳)؛ بنابراین، لازم است بدانیم در سطح جامعه، عملکردها و رفتارها چه وضعیتی دارد تا بتوانیم بر اساس هنجارهای رفتاری مورد اهتمام اسلام، به تغییر وضع عمومی پردازیم و دولت اسلامی، به‌عنوان طراح و مجری سیاست‌های اقتصادی، بتواند سیاست‌های مطلوبی را در جهت تغییر الگوهای رفتاری به‌سمت الگوهای سالم و سازگار با فطرت و طبیعت انسان شکل دهد.

رسیدن به این هدف، منوط به تعریف قواعد و نظام‌های مطلوبی است که علاقه داریم بر رفتارهای انسان حاکم باشد، شناخت قواعدی که فعلاً بر رفتارهای ما حاکم است و شناخت راه‌ها و ضوابطی که تغییر وضع موجود را ممکن می‌سازد و طراحی قواعدی برای دوران گذار از وضع نامطلوب به وضع مطلوب است. اینجا، نقطه اتصال و ارتباط بخش‌های هنجاری، اثباتی و سیاستی اقتصاد اسلامی و مقصد تلاش‌هایی است که با عنوان اسلامی کردن اقتصاد انجام می‌شود.

مقاله پیش‌رو از سنخ تبیین دیدگاه شریعت است و در جهت رفع ابهام از زوایای مفهوم قاعده رفتاری و تطبیق آن در اقتصاد اسلامی، سامان یافته است. فرضیه تحقیق این است که قاعده رفتاری، معادل عنوان معروف در قرآن و سنت است و معنادار، دارای ثبات نسبی و قابلیت تغییر تدریجی، ناشی از احساس نیاز و تثبیت سازوکار و دارای دو نوع خودجوش و آگاهانه است. قواعد رفتاری در عینیت زندگی اقتصادی مسلمانان، در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف و در دانش اقتصاد اسلامی با سه رویکرد هنجاری، اثباتی و سیاستی قابل پیگیری است.

بنابراین، در راستای تنویر فضای بحث قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی، تحقیق حاضر چهار هدف را دنبال می‌کند:

یک) تبیین مفهوم قاعده رفتاری بر اساس ادبیات قرآن و سنت؛ بنابراین، بنا داریم با استمداد از منابع اندیشه اسلامی به تعریف و تنقیح مفهوم مدنظر خود از قاعده رفتاری پردازیم و بنا نیست اصطلاح قاعده رفتاری در ادبیات موجود در علوم اقتصادی یا جامعه‌شناسی را تعریف کنیم و آن را با مفاهیم دینی مقایسه کنیم.

دو) تنقیح مفهوم ارائه‌شده در بخش اول با تشریح ویژگی‌های قاعده رفتاری بر اساس اندیشه اسلامی. اگرچه این ویژگی‌ها به صورت استقرایی و با هدف رفع ابهام مطرح شده، انتخابشان هدفمند و دارای توجیه کافی است. توجیه انتخاب این شش ویژگی، در شروع بحث از ویژگی‌ها خواهد آمد.

سه) تشریح رویکردها به قواعد رفتاری در دانش اقتصاد اسلامی، شامل سه رویکرد هنجاری، اثباتی و سیاستی.

چهار) تبیین مبانی اسلامی رفتار اقتصادی در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف. این بحث در حد مقدماتی و بسیط مطرح شده و طرح تفصیلی آن موکول به مقالات مستقل است.

۱) پیشینه

در تمام علوم رفتاری، از قواعد، اصول و ضوابط حاکم بر رفتارها صحبت به میان می‌آید. به‌عنوان مثال، در دانش اخلاق، جریان قاعده‌نگر - در مقابل جریان عمل‌نگر - معتقد است که در توجیه اخلاقی رفتارها باید بر قواعد اخلاقی تکیه کرد (ر.ک: ریچلز ۱۳۸۹، ۱۷۹؛ مک ناوتن ۱۳۸۰، ۲۹۷). همچنین، در دانش جامعه‌شناسی، قواعد رفتاری یا هنجارهای رایج در هر جامعه، مورد توجه جامعه‌شناسان است (ر.ک: وینچ ۱۳۸۶، فصل دوم؛ لیتل ۱۳۸۸، فصل نهم).

دانش اقتصاد نیز از این بحث‌گریزی ندارد. دانش اقتصاد رفتاری، به‌عنوان یک جریان دگراندیش اقتصادی، بر ارتباط اقتصاد با علوم شناختی و روان‌شناسی در تحلیل واقعی از رفتار کارگزاران اقتصادی تکیه دارد (ر.ک: دادگر ۱۳۹۶، ۶۹؛ سعیدی و پیغامی ۱۳۸۸، ۸۵). مفاهیم و مضامینی چون شناخت، کنش، نظم، به‌ویژه نظم خودجوش، در اندیشه اقتصاددانان مکتب اتریش (وان ۱۳۸۵، ۱۰۷ و ۱۷۶) و مضامینی چون عادات، کنش جمعی، عرف اجتماعی، نهادها، قواعد و تغییرات در اندیشه نهادگرایان (چاونس ۱۳۹۰، ۵۳، ۶۴، ۷۵، ۷۹، ۱۲۴) همه به واقعیتی نظر دارد که از یک‌جهت به حقوق و اخلاق و از جهت دیگر به جامعه‌شناسی ارتباط دارد. در این میان، نیاز به طرح ادبیات اصیل اسلامی در این گرایش دانش اقتصاد احساس می‌شود. انتظار این است که ذیل بحث از قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی، از منابع اسلامی به تحلیل قواعد و چارچوب‌های حاکم بر رفتارهای نوعی و عمومی در حوزه‌های گوناگون فعالیت اقتصادی پرداخته شود. در این تحقیق، با هدف تمرکز بر خلأ موجود در

حوزه دانش اقتصاد رفتاری اسلامی و تولید ادبیات در این عرصه دانش، تلاش شده مفهوم قاعده رفتاری در دانش اقتصاد اسلامی تبیین و زوایای ابهام آن زدوده شود.

(۲) مفهوم «قاعده رفتاری» در قرآن و سنت

برای قاعده رفتاری در ادبیات موجود علوم اسلامی می‌توان معادل «سیره» را از دانش اصول فقه برگزید که هریک از دو صنف آن، یعنی سیره عقلا و سیره متشرعه می‌تواند با قاعده رفتاری در جامعه اسلامی تطبیق داده شود (ر.ک: صدر ۱۴۱۷ ق، ۴، ۲۳۳-۲۴۸). همچنین، در منطق سنتی، بخشی از قضایا به‌عنوان «مشهورات» شناخته می‌شود که حاکی از اموری است که مورد توافق و پذیرش عمومی قرار گرفته است. اصطلاح «مشهورات» در مبادی استدلال منطقی نیز می‌تواند معادلی برای مفهوم قاعده رفتاری محسوب شود (ر.ک: مظفر ۱۴۲۰ ق، ۲۸۱-۲۸۸).

در این بخش، مفهوم موردنظر از قاعده رفتاری که با مفهوم لغوی آن نیز ارتباط نزدیکی دارد، بر اساس قرآن و سنت تبیین می‌شود تا با سایر کاربردهای احتمالی خلط نشود. این بحث، صبغه موضوع‌شناسی و تعریف مفهوم دارد و از مبادی تصویری دانش اقتصاد رفتاری اسلامی و سایر علوم رفتاری اسلامی شمرده می‌شود. می‌توان قاعده رفتاری را با عنوان «معروف» در ادبیات دینی، هم‌معنا یا دارای معنایی نزدیک به هم دانست. با تبیین مفهوم معروف در قرآن و سنت، به دنبال استفاده از این مفهوم در تبیین عنوان قاعده رفتاری در دانش‌های رفتاری اسلامی هستیم؛ بنابراین، محتوای مقاله از سنخ تفسیر موضوعی یا تحلیلی فقه‌الحدیثی بر محور مفهوم معروف است.

عنوان «معروف» در ادبیات قرآن و روایات، در دو معنای متمایز و مرتبط به‌کار رفته است:

الف) کاربرد اول «معروف» و نسبت آن با قاعده رفتاری

معروف به معنای هر کار خیر و مطلوب شرعی و منکر به معنای هر کار مذموم در نظر شریعت است. در قرآن، «معروف» و نقطه مقابل آن «منکر» در بیان دستور امر به معروف و نهی از منکر در همین معنا به‌کار رفته است (آل عمران، ۱۰۴، ۱۱۰، ۱۱۴؛ اعراف، ۱۵۷؛ توبه، ۶۷، ۷۱، ۱۱۲؛ حج، ۴۱؛ لقمان، ۱۷). معروف در این کاربرد، غیر از مطلوب شریعت بودن، حاوی این مضمون نیز هست که آن کار خیر، شایستگی این را دارد که مقبول و پذیرفته در نظر مسلمانان واقع شود و مورد پذیرش و اقبال عمومی واقع شده باشد. در غیر این صورت، به‌جهت موهوم و ضعیف شدن احتمال تأثیر امر و نهی (امام خمینی ۱۳۷۸، ۴۵۰؛ مقام معظم رهبری ۱۳۸۹، ۲۲۵)، موضوع برای امر به معروف محقق نمی‌شود؛ زیرا یا مطلقاً مجهول است که موضوع قاعده ارشاد جاهل می‌شود، یا دچار ابهام و پرسش است

که موضوع قاعده نصح مستشیر (مشورت) می‌شود، یا مورد توجه و التفات مردم نیست که موضوع قاعده تنبیه غافل می‌شود؛ بنابراین، امر به معروف تنها زمانی موضوعیت دارد که یک هنجار شرعی مورد شناخت و پذیرش عرفی قرار گرفته باشد و با وجود این، کسانی بخواهند با آن معارضه کنند.

امور مطلوب شرعی که عنوان معروف به خود می‌گیرد، انواع مختلفی دارد که به سه دسته‌بندی آن اشاره می‌شود:

یک) معروف تعبدی و توصیلی. گاه معروف دارای شکل و قالب خاص است؛ یعنی کیفیت تحقق آن برای شارع اهمیت دارد، مثل نماز که کیفیت خاصی از آن به صورت تعبدی از مکلفان خواسته شده است، یا شکل و قالب آن مورد اهتمام شریعت نیست و تنها تحقق یک اثر یا ملاک، مطلوب شریعت است، مثل اینکه اکرام به والدین مورد توجه شریعت است؛ ولی کیفیت آن تابع شرایط، منعطف و تغییرپذیر است. به بیان دیگر، برخی معروف‌ها تعبدی است و شکل و ملاک آن هر دو موضوعیت دارد و برخی معروف‌ها توصیلی است، به این معنا که شکل آن مورد اهتمام نیست و صرفاً ملاک آن مدنظر است. در این موارد، معروف بودن به تحقق ملاک است. معروف در برخی آیات قرآن را می‌توان بر این معنا حمل کرد (ر.ک: بقره، ۲۲۸-۲۴۱).

دو) معروف تأسیسی و امضائی. گاه معروف از امور تأسیسی مانند نماز است که خود شریعت آن را بنا نهاده و گاه معروف از امور امضائی چون بسیاری از معاملات است که عقلاً تأسیس کرده‌اند و چون با اغراض شارع سازگار بوده، شارع امضا کرده است (جمعی از نویسندگان ۱۳۸۹، ۱۰۳).

سه) معروف ابتدائی و امضائی. گاه معروف از تشریحات ابتدائی مانند نماز است که خواست و توافق افراد، در تشریح آن نقشی ندارد و گاه معروف چیزی است که چون مورد توافق عقلاً قرار گرفته است و با اغراض شریعت منافات نداشته است، مورد امضاء شارع قرار گرفته است (محقق خویی ۱۴۱۸ ق، ۳۳، ۱۱۷). در تبیین تفاوت امضاء در معنای دوم و سوم می‌توان گفت: در معنای سوم، خواست و توافق عقلاً ملاحظه می‌شود و قید امضاء شریعت است؛ اما در معنای دوم، خواست و توافق عقلاً صرفاً ظرف امضاء شریعت است و خواست عقلاً موضوعیت ندارد.

در برخی آیات و روایات، کاربرد اول با تمرکز بر برخی مصادیق خاص معروف (و منکر) استفاده شده است. به عنوان مثال، در قرآن، در بیان شرایط بیعت پیامبر با زنان یا در نحوه معاشرت مردان با زنان بر عنوان معروف تأکید شده است (ر.ک: بقره، ۲۲۸-۲۴۱). همچنین، در روایات متعددی از عنوان معروف برای اشاره به قرض دادن و رسیدگی به حال فقرا استفاده شده است (ر.ک: کلینی ۱۴۰۷، ۲، ۱۰۳ و ۱۹۵، ۳، ۴۹۸، ۴، ۱۸-۲۷).

ب) کاربرد دوم «معروف» و نسبت آن با قاعده رفتاری

هر کار خیر و مطلوب عرفی، یعنی با تبدیل شدن هر کار خوب یا بدی به عرف و رفتار طبق قاعده و مقبول در سطح اجتماع، آن کار معروف است و در مورد منکر عکس این مطلب صدق می‌کند. علامه طباطبایی ذیل آیه ۱۹ سوره نساء «وَ عَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ»، معروف را چیزی معرفی می‌کند که مردم یک جامعه آن را می‌شناسند، انکار نمی‌کنند و برای آنان ناشناس نیست (علامه طباطبایی ۱۴۱۷ ق، ۴، ۲۵۵). وی همچنین، معروف (و منکر) را در آیه ۱۰۴ سوره آل عمران با استناد به سیاق آیات به معنای خیر مقبول حمل می‌کند؛ زیرا جامعه‌ای که به حبل الهی متمسک شود، طبیعتاً معروف در آن خیر و منکر در آن شر خواهد بود (همان ۳، ۳۷۳).

دو روایت به عنوان شاهد مطرح می‌شود:

یک) امیرالمؤمنین علیه السلام در شرح مشکلات زمانه‌ای که بعد از ایشان رخ خواهد داد، می‌فرماید: «نزد مردم آن زمان، چیزی منکرتر از معروف و معروف‌تر از منکر وجود ندارد» «و لَيْسَ عِنْدَ أَهْلِ ذَلِكَ الزَّمَانِ... شَيْءٌ أَنْكَرُ مِنَ الْمَعْرُوفِ وَلَا أَعْرَفُ مِنَ الْمُنْكَرِ» (نهج البلاغه، خ ۱۷). در این عبارت، دو لفظ «معروف‌تر» و «منکرتر» که با صیغه اسم تفضیل «أَنْكَرُ» و «أَعْرَفُ» به کار رفته است، در معنای دوم استفاده شده است؛ یعنی آنچه در ذهنیت و باور مردم پذیرفته یا غیرقابل پذیرش تصور می‌شود.

دو) در کتاب قرب الاسناد، از پیامبر صلی الله علیه و آله نقل شده که در آینده‌ای که برای جامعه اسلامی پیش خواهد آمد [یعنی وضعیت موجود در آینده] زنان فاسد و جوانان فاسق می‌شوند و مردم امر به معروف و نهی از منکر نمی‌کنند: «كَيْفَ بِكُمْ إِذَا فَسَدَ نِسَاؤُكُمْ وَ فَسَقَ شُبَّانُكُمْ، وَ لَمْ تَأْمُرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَ لَمْ تَنْهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ؟!» صحابه پیامبر با تعجب می‌پرسند: آیا واقعاً چنین وضعیتی رخ خواهد داد؟! «وَيَكُونُ ذَلِكَ، يَا رَسُولَ اللَّهِ؟!». پیامبر در پاسخ فرمودند: «بله! و بدتر از این خواهد شد، چه حالی دارید وقتی که امر به منکر و نهی از معروف کنید!»: «نَعَمْ، وَ شَرٌّ مِنْ ذَلِكَ، كَيْفَ بِكُمْ إِذَا أَمَرْتُمْ بِالْمُنْكَرِ وَ نَهَيْتُمْ عَنِ الْمَعْرُوفِ». این فراز روایت، با مضمون آیه ۶۷ سوره توبه هماهنگ است که در توصیف منافقان می‌گوید: «آن‌ها امر به منکر و نهی از معروف می‌کنند!» (همچنین ر.ک: کلینی ۱۴۰۷ ق، ۲، ۲۸۹). صحابه مجدداً با تعجب پرسیدند: آیا واقعاً چنین وضعی رخ خواهد داد؟! «يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَ يَكُونُ ذَلِكَ؟!». پیامبر فرمودند: «بله! و از این هم بدتر خواهد شد، چه حالی دارید وقتی که معروف را منکر ببینید و منکر را معروف ببینید!»: «نَعَمْ، وَ شَرٌّ مِنْ ذَلِكَ، كَيْفَ بِكُمْ إِذَا رَأَيْتُمُ الْمَعْرُوفَ مُنْكَرًا وَ الْمُنْكَرَ مَعْرُوفًا؟!» (حمیری بی‌تا، ۵۴). طبق این حدیث، معروف و منکر در فراز اول و دوم به معنای اول، یعنی معنای درست شرعی آن است، اما در فراز سوم، «المعروف» و «المنکر» به معنای معروف و منکر

شناخته شده از نگاه دین و «منکراً» و «معرفاً» به معنای معروف و منکر در تصور و برداشت مردم مدنظر است.

معروف در معنای دوم، با اصطلاح هنجار در جامعه‌شناسی (محسنی ۱۳۸۸، ۳۰۹؛ کوهن ۱۳۹۲، ۱۱۶) مترادف است و منکر نیز در این کاربرد به معنای نابهنجار است. اصطلاح اخیر معروف و منکر، یک مفهوم جامعه‌شناختی است؛ درحالی‌که کاربرد اول از سنخ اخلاقی و فقهی است. قاعده رفتاری ممکن است ناظر به دیدگاه مطلوب اسلامی یا ناظر به وضع موجود در جامعه باشد؛ بنابراین، دارای هر دو مفهومی است که معروف در کاربرد اول و دوم دارد.

اهتمام به قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی، در جهت تبدیل معروف‌های دسته اول به معروف‌های دسته دوم است؛ زیرا اسلام دین دعوت است (صدر ۱۳۸۲، ۳۶۲) و اراده خداوند بر سعادت بشر تعلق گرفته است؛ بنابراین، راه‌ها و اهداف درست را در مقابل چشم بشر قرار داده است. این اراده تشریحی، در قالب هنجارها ارائه شده است و خواست خدا این است که این هنجارها در زندگی بشر، عملیاتی و تثبیت شود.

۳) ویژگی‌های عمومی قواعد رفتاری

برای قواعد رفتاری شش ویژگی مطرح می‌شود. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: ۱. معناداری قاعده رفتاری؛ ۲. ثبات و تغییر در قاعده رفتاری؛ ۳. ضرورت احساس نیاز و وجود سازوکار رفع نیاز جهت تحقق قواعد رفتاری؛ ۴. نحوه تعامل قاعده رفتاری با چارچوب‌های نهادی؛ ۵. آگاهانه یا خودجوش بودن شکل‌گیری قواعد رفتاری؛ ۶. قضاوت ارزشی درباره قواعد هنجاری و تبعیت آن از هنجارهای قضاوت‌کننده. قاعده رفتاری از قواعد طبیعی متمایز است؛ زیرا قواعد طبیعی فاقد معناداری، قضاوت ارزشی، تغییرپذیری، تعامل با نهادهای اجتماعی و آگاهانه بودن است. ویژگی اول و دوم مبنای صحت تفکیک بین قواعد طبیعی و قواعد رفتاری، ویژگی سوم و چهارم تبیین‌گر علت وجودی قواعد رفتاری، ویژگی پنجم منشأ تفکیک در خود قواعد رفتاری و ویژگی ششم مبنای ارزش‌شناختی قواعد رفتاری را مطرح می‌کند. در ادامه، این شش ویژگی موردبررسی قرار می‌گیرد:

الف) معناداری قاعده رفتاری

قاعده رفتاری معنادار است، یعنی شبیه پدیده‌های طبیعی نیست و لزوماً با صرف مشاهده حسی نمی‌توان درباره مفهوم و لوازم آن قضاوت کرد؛ زیرا قاعده رفتاری یک رفتار انسانی است و تابع ذهنیت‌ها، باورها، هنجارها و عواطف افراد است (لیتل ۱۳۸۸، ۱۱۵؛ وینچ ۱۳۸۶، ۴۶)؛ بنابراین، برای فهمیدن و تغییر دادن یک قاعده رفتاری لازم است که به پشتوانه‌های آن رفتار توجه کرد و به باورها و عواطف عاملان آن دست یافت. باور، به‌تنهایی قاعده رفتاری

را شکل نمی‌دهد، مگر اینکه عواطف و احساسات فرد با باور او هم‌جهت شود. از دیگر سو، احساسات و عواطف به‌تنهایی ممکن است منجر به رفتارهایی شود، ولی اگر از پشتوانه باورها برخوردار نباشد، ماندگاری و ثبات نخواهد داشت؛ بنابراین، قاعده رفتاری، هر رفتار مستمری است که مبتنی بر باورها و عواطف افراد شکل بگیرد. رابطه معنادار بین قاعده رفتاری و باورها و عواطف، یک رابطه تعاملی و طرفینی است؛ یعنی، باورها و عواطف در تحقق و شکل یافتن قاعده رفتاری و قواعد رفتاری در تثبیت و تقویت باورها و عواطف مؤثر است (ر.ک: کلینی ۱۴۰۷، ق، ۲، ۲۷۳). به تعبیر دیگر، باورها و عواطف، سبب ایجاد و تثبیت قاعده رفتاری و قواعد رفتاری، سبب بقا و تعمیق باورها و عواطف است.

(ب) ثبات و تغییر در قاعده رفتاری

قاعده رفتاری باثبات و مانا است؛ زیرا قاعده رفتاری مبتنی بر ملکه یا عادت است. از این جهت، قواعد رفتاری موضوع دانش اخلاق نیز هست؛ زیرا اخلاق درباره رفتارهای اختیاری است که ناشی از استواری صفات و حالات نفسانی است و بدون تأمل از انسان صادر می‌شود (معلمی ۱۳۸۴، ۱۳). به همین جهت، بنای بر تکرار و استمرار داشتن و عمدی و بدون عذر شرعی بودن رفتار خلاف شرع، از شرایط و جوب امر به معروف و نهی از منکر شمرده می‌شود (امام خمینی ۱۳۷۸، ۴۵۰؛ مقام معظم رهبری ۱۳۸۹، ۲۲۵). این ویژگی باعث می‌شود که انسان در رفتارهای خود ثبات نسبی داشته باشد و دائماً در حالت تعلیق نباشد. این ویژگی، نقطه اتکای انسان برای حرکت در مسیرهای گوناگون است، به‌نحوی که در هر اقدام نیاز نیست که از اولین قدم شروع کند. از این حالت در انسان می‌توان به وضعیت‌پذیری تعبیر کرد. در حوزه سیاست‌گذاری نیز وجود این ویژگی باعث می‌شود که دستگاه سیاست‌گذار بتواند با اعتماد بر قواعد رفتاری موجود در افراد جامعه، به طراحی سیاست‌های نوین اقدام کند.

ثبات در قواعد رفتاری، جبری و غیرقابل تغییر نیست. قاعده رفتاری چون با انسان سروکار دارد، تابع اراده و خواست انسان است و امکان و ظرفیت تغییر در آن همواره وجود دارد. اصل تربیت‌پذیری در انسان، مبتنی بر وجود فطرت و استعدادها قابل تغییر در انسان است (مطهری ۱۳۷۷، ۳، ۴۵۲) که مبدأ و بنای شکل‌گیری نظام‌های اخلاقی و تربیتی و علت بعثت انبیا است (ر.ک: جداری ۱۳۹۴، ۷۴). در عرصه اجتماعی، سیاست‌گذار با اتکا به همین ویژگی، به طراحی سازوکارهای تغییر وضع موجود می‌پردازد.

شکل‌گیری و تبدل در قواعد رفتاری، مانند همه پدیده‌های عالم ماده، به‌تدریج رخ می‌دهد (مصباح ۱۳۹۰، ۱۷۰ و ۳۱۲). این تدریج، دارای چند مرحله عدم التزام عملی به قاعده رفتاری سابق، قانونی شدن قاعده رفتاری جدید و تبدیل قانون جدید به قاعده

رفتاری جدید است. تبدیل قانون جدید به قاعده رفتاری نیز تدریجی است؛ زیرا منوط به اراده و خواست افراد از یکسو و جدیت و اراده قانون‌گذار از سوی دیگر است. در حکمت ۳۶۷ نهج البلاغه، عدم اقدام عملی، عدم حمایت زبانی و عدم تعهد قلبی «بِأَيِّدِكُمْ ثُمَّ بِالْأَسْتِئْتِكُمْ ثُمَّ بِقُلُوبِكُمْ»، به‌عنوان سه مرحله زایل شدن یک قاعده رفتاری در افراد برشمرده که طبق تعبیر روایت، به وارونگی شخصیتی، یعنی معروف را منکر دیدن و منکر را معروف دانستن منجر می‌شود: «فَمَنْ لَمْ يَعْرِفْ بِقَلْبِهِ مَعْرُوفًا وَ لَمْ يَنْكُرْ مُنْكَرًا قَلْبًا فُجِعَ لَأَعْلَاهُ أَسْفَلُهُ وَ أَسْفَلُهُ أَعْلَاهُ».

ج) احساس نیاز و تثبیت سازوکار؛ منشأ تحقق قواعد رفتاری

رفتار اختیاری انسان تابع نیاز و احساس نیاز، قاعده شدن آن، تابع استمرار نیاز و اجتماعی شدن آن، منوط به عمومیت آن نیاز محسوس و مستمر است و این چیزی است که در اقتصاد اسلامی و سایر علوم رفتاری اسلامی به دنبال آن هستیم. اگر بدانیم که انسان چه نیازهای دائمی و عمومی دارد، می‌توانیم پیش‌بینی کنیم که باید چه قواعد رفتاری بر یک فرد یا جامعه متعادل و مبتنی بر فطرت حاکم باشد (ر.ک: مطهری ۱۳۷۷، ۲، ۴۰۱). انسان‌شناسی به ما کمک می‌کند که نیازهای فطری را بشناسیم (ر.ک: همان ۱، ۴۷۲؛ ۲، ۱۲۱، ۲۳۹، ۳۲۰). با ارتقای دانش انسان نسبت به نیازهای خود، زمینه ایجاد قواعد رفتاری نوین فراهم می‌شود. این دانش ممکن است جهل مرکب یا فاقد اولویت باشد و با نیازهای مهم‌تری تعارض یا تراحم داشته باشد. از احساس نیاز تا تحقق قاعده رفتاری یک واسطه وجود دارد و آن کشف یا طراحی سازوکار تأمین نیاز است. ممکن است تا مقطعی احساس نیاز وجود داشته باشد؛ اما درک روشنی درباره نحوه رفع نیاز وجود نداشته باشد. در این دوره گذار، ممکن است راهکارهای متنوعی پیشنهاد شود. اهمیت و کارکرد نهادهای اجتماعی بانفوذ و مرجع، مانند دین و دولت، در تثبیت یک سازوکار خاص پررنگ می‌شود.

د) زمینه‌های نهادی تحقق قواعد رفتاری

رفتار، نیاز به ظرف و زمینه‌ای بیرونی دارد که در آن محقق شود. این ظرف و زمینه بیرونی را نهاد گوئیم که نظامی از تشکیلات، ارزش‌ها، شیوه‌های قومی، رسوم و قوانین است که نقش آن‌ها، استقرار رفتارهای مناسب برای ایفای کارکردهای اساسی در یک جامعه است (محسنی ۱۳۸۸، ۱۶۳). چارچوب نهادی موجود در یک جامعه دارای دو سطح رسمی و غیررسمی است (چاونس ۱۳۹۰، ۱۲۰). البته ممکن است یک قاعده رفتاری هم دارای پشتوانه قانونی و هم پذیرش عرفی باشد. گاه قانون از عرف تبعیت می‌کند، یعنی قانون رسمی در نتیجه عرف شکل می‌گیرد. گاه عرف از قانون تبعیت می‌کند، یعنی عرف در نتیجه قانون شکل می‌گیرد.

قاعده رفتاری مطلوب یا مذموم اگر شکل قانون به خود بگیرد، مورد حمایت نهاد رسمی قرار می‌گیرد و به تدریج تبدیل به عرف می‌شود. در روایتی که پیش‌تر مطرح شد (حمیری بی‌تا، ۵۴)، پیامبر اعظم ﷺ از سه مرحله سقوط و تنزل سطح فرهنگ دینی جامعه این تعبیر را دارد: ابتدا، منکر عملی در مردم رخ می‌دهد. سپس، به منکر دستور و از معروف نهی می‌شود [نهاد رسمی]. در نهایت، تصویر ذهنی مردم عوض می‌شود و منکر را معروف و معروف را منکر می‌بینند. طبق این روایت، عدم التزام عملی به هنجارهای اسلامی زمینه را برای تغییرات رسمی در قانون فراهم می‌کند و تغییر نهاد رسمی منجر به تغییر در اندیشه و عواطف افراد، یعنی نهاد غیررسمی، خواهد شد. شبیه همین بیان، در وصیت امیرالمؤمنین ﷺ آمده است که نتیجه ترک امر به معروف و نهی از منکر را تسلط اشرار، یعنی حکومت ناصالحان [و در نتیجه تغییر قوانین صحیح] و عدم اجابت درخواست‌ها دانسته است (ر.ک: نهج البلاغه، نامه ۴۷؛ کلینی ۱۴۰۷ ق، ۷، ۵۲).

م) شکل‌گیری آگاهانه یا خودجوش قواعد رفتاری

آدام اسمیت، با طرح عنوان «دست نامرئی» توجه اقتصاددانان را به عوامل غیر اختیاری یا ناآگاهانه در اقتصاد جلب کرد. طبق نقل هایک، اسمیت با این اصطلاح توضیح می‌داد که انسان چگونه به تحقق هدفی کمک می‌کند بدون این‌که قصدش را داشته باشد (هایک ۱۳۸۰، ۶۹). این عنوان، نزد دیگرانی چون نازیک، به یک نظریه عمومی در مورد نهادهای اجتماعی مبدل شد (گری ۱۳۷۹، ۵۵). کارل منگر، در نقد مکتب تاریخی آلمان، بین دو شیوه عمل‌گرایانه (آگاهانه) و ارگانیک در شکل‌گیری نهادهای تمایز قائل شد. وی بر اهمیت نهادهای ارگانیک که شکل‌گیری آن فاقد اراده جمعی است، تأکید کرد و پول، قانون، دولت و بازار را از این سنخ دانست (ر.ک: چاونس ۱۳۹۰، ۹۱-۹۶؛ وان ۱۳۸۵، ۵۰-۵۲؛ گری، همان).

فریدریش هایک با طرح عنوان «نظم خودجوش» در تبیین ماهیت رفتارها و عوامل اقتصادی کوشید (هایک، ۱۳۸۰، ۶۵). وی نظم جوامع انسانی را حد وسط نظم طبیعی و مصنوعی دانست (باتلر ۱۳۸۷، ۳۸). اگر ملاک تقسیم، وجود ناظم مشخص و آگاه باشد، نظم طبیعی و مصنوعی در این ویژگی مشترک است؛ بنابراین، نظم را باید به دو بخش نظم آگاهانه و خودجوش تقسیم کرد. نظم آگاهانه سه ویژگی سادگی، قابلیت مشاهده و هدفمندی را دارد؛ اما نظم خودجوش، اولاً می‌تواند پیچیده باشد. به همین جهت، احاطه علمی ناظم واحد شخصی بر آن ناممکن است. ثانیاً انتزاعی و غیرقابل مشاهده است و فهم آن تابع نظریه‌ای است که خصلت‌های آن را توضیح می‌دهد. ثالثاً، تابع هدف ناظم واحدی نیست، هرچند واجد فوایدی برای عاملان به آن باشد (هایک ۱۳۸۰، ۷۰-۷۱).

صرف‌نظر از ادعای هایک در مورد سادگی نظم‌های طبیعی که پاسخ محققانه به

آن در صلاحیت دانشمندان علوم طبیعی است، ریزینی وی در ریشه‌یابی قواعد رفتاری و نهادهای اجتماعی - اقتصادی درخور تحسین و آموزنده است. هرچند، شایسته بود وی بر ویژگی دفعی و پایا بودن تحقق نظم‌های طبیعی در مقابل تدریجی و پویا بودن شکل‌گیری نظم‌های رفتاری - اجتماعی تکیه می‌کرد.

نکات تکمیلی حول دیدگاه ایشان مطرح می‌شود که می‌تواند در رسیدن به حقیقت کمک کند:

یک) بر فرض که بشر تا امروز در مسیر حرکت و تکامل زندگی اجتماعی خود تغییرات آگاهانه انجام نداده باشد، به معنای عدم امکان چنین تغییراتی نیست! بشر همچنان که به صورت ناآگاهانه تغییراتی را به صورت تدریجی در خود پذیرفته، می‌تواند تغییرات آگاهانه و فعالانه را نیز بپذیرد و این یکی از ظرفیت‌های رشد حیات اجتماعی است که ریشه در توانمندی ذاتی انسان دارد. ضرورت ندارد نگاه به حیات اجتماعی، صرفاً نگاه مکانیکی و از نوع تحول داروینی باشد (ر.ک: گری ۱۳۷۹، ۵۲-۵۵). بشر می‌تواند به این حد از رشد و خودآگاهی برسد که با توجه و آگاهانه، قواعد رفتاری ایجاد کند یا قواعد رفتاری موجود را تغییر دهد.

دو) بشریت، در ذات خود و در طول تاریخ حیات خود، دو ویژگی پرستش و گرایش به الگو را همراه داشته است، به گونه‌ای که انبیاء، مصلحان اجتماعی و مریبان اخلاق، با تکیه بر همین دو ویژگی، به پرورش افراد همت گمارده‌اند. اهتمام بشر به الگوپذیری و تمجید از برترین‌ها که اوج آن در غریزه پرستش مشاهده می‌شود، نشان می‌دهد که اصرار بر عدم شکل‌گیری قواعد رفتاری از یک منشأ واحد، با انسان‌شناسی فلسفی، جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و تربیتی سازگاری ندارد.

سه) هایک و همفکران ایشان، مسیر و سیر تحولات اجتماعی را مستقل از خداوند تعریف کرده‌اند. ایشان، بشر را تعیین‌کننده‌ی همه تحولات و پیشرفت‌ها می‌دانند (هایک ۱۳۸۰، ۷۰) و برای خدا، دین و انبیا هیچ نقشی در شکل‌گیری اخلاق و آداب اجتماعی قائل نیستند. طبیعتاً در چنین فضای ذهنی و تحلیلی گسسته از مبدأ و فاقد ریشه‌ای، باید برای هر قاعده موجود در حیات اجتماعی، یک ریشه تصادفی و ناخواسته طراحی شود؛ زیرا یکی‌یک افراد بشر بر پیچیدگی‌های روابط و اعتبارات اجتماعی احاطه ندارند (همان)، پس باید این حقایق را نتیجه ناخواسته و غیرارادی رفتارهای همه بشر دانست.

چهار) درباره انتزاعی و مشاهده‌ناپذیر بودن نظم‌های خودجوش، اگر مقصود این است که حقیقت منظم خودجوش را نمی‌توان در خارج مشاهده کرد، درحالی‌که حقیقت منظم طبیعی و مصنوعی در خارج قابل مشاهده است، باید دانست هر مفهوم انتزاعی، صرفاً قابل درک عقلی است و مشاهده آن به مشاهده منشأ انتزاع آن است (مصباح ۱۳۶۸، ۱، ۱۷۷)؛ مثلاً،

یک مفهوم انتزاعی مثل بازار را می‌توان از مشاهده «رابطه مبادله کالا بین دو طرف» انتزاع کرد. علاوه بر این که مشاهده اعیان طبیعی یا مصنوعی، لزوماً به معنای مشاهده ماهیت و حقیقت ذات آن‌ها نیست.

پنج) نظم‌های خودجوش، نتیجه رفتارهای هدفمند افراد بسیاری است که هر یک به سهم خود در پیچیدگی مفهوم انتزاعی مورد نظر گامی برداشته‌اند. هر فرد، تصور و شناختی متناسب با نیازها و اقتضائات زمان خود، از مفهوم مورد نظر داشته است. تدریجاً، این مفهوم به‌وسیله قیود یا اطلاعات نوینی، توسط دیگران تزییق یا توسعه یافته است؛ بنابراین، نظم‌های خودجوش، دارای پویایی معنایی است و انقطاع و توقف در آن راه ندارد. به عبارت دیگر، در علوم کاربردی چون اقتصاد، آن چیزی غلط است و در نتیجه رخ نخواهد داد که لغو باشد و منجر به رفع نیازی نشود. از آنجاکه شکل‌گیری مفاهیم اجتماعی تابع نیاز است، هر فردی در محدوده نیازهای زمان خود، به پذیرش مفاهیم موجود اقدام خواهد کرد و اگر پاسخ نیاز زمانه با مفاهیم موجود ممکن نباشد، مفاهیم نوین ابداع می‌شود.

شش) از لحاظ تاریخی، بروز حرکات و انقلاب‌های اجتماعی نشان می‌دهد که بسیاری از تغییرات قواعد، تابع اراده‌ها و تصمیمات آگاهانه افراد بوده است. در صدر این حرکات، دعوت‌های انبیا و اولیای الهی است که بر هشیار کردن عقول بشر و تغییرات اختیاری و آگاهانه در باورها، عواطف و رفتارها تکیه دارد. همچنین، خیلی از نظم‌ها و قواعد رفتاری به این صورت شکل می‌گیرد که نهاد صاحب نفوذ، الزامی ایجاد کرده و مورد پذیرش عمومی واقع شده است؛ بنابراین، عملاً در بسیاری از موارد مردم با ساختار موجود همراهی می‌کنند و الزام‌هایش را می‌پذیرند. همین پذیرش، منجر به شکل‌گیری و تثبیت قواعد رفتاری می‌شود. بنابراین، قواعد رفتاری از دو سنخ فعال و منفعل است. در قواعد فعال، یک نهاد بانفوذ مثل دین یا دولت، قاعده‌ای را برای رفتار مردم تعریف می‌کند و مردم نیز آن را می‌پذیرند و قاعده رفتاری جدید شکل می‌گیرد. در قواعد منفعل، قاعده رفتاری به تدریج، بدون ناظم واحد مشخص و بدون هماهنگی تفصیلی شکل می‌گیرد؛ اما به جهت معنادار بودن قواعد رفتاری، منفعل بودن به معنای بی‌تأثیری یکایک افراد نیست؛ بلکه به معنای تأثیر جزئی، تدریجی و احتمالی هر فرد، در شکل‌گیری قاعده رفتاری است.

ی) قابلیت قضاوت درباره قواعد رفتاری

گفته شد که قاعده رفتاری تابع اندیشه و باورهای است که افراد در جامعه به آن ملتزم می‌شوند. این باورها منجر به شکل‌گیری مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌ها می‌شود که معیار قضاوت درباره قواعد رفتاری خواهد بود. این همان مضمونی است که در روایت منقول از پیامبر ﷺ در قرب الاسناد تبیین شده است. به بیان دیگر، در هر جامعه‌ای

مجموعه‌ای از قواعد رفتاری حاکم است که ممکن است به نظر ما درست یا غلط و خوب یا بد باشد. قضاوت ما و هر ناظری، درباره هر قاعده رفتاری موجود در هر جامعه‌ای، تابع هنجارهایی است که ما پذیرفته‌ایم. این نسبت در قضاوت درباره قواعد هنجاری، با بحث بر سر مبانی معرفتی باورها و ارزش‌ها قابل قطعی شدن است.

۴) رویکردها به قواعد رفتاری در دانش اقتصاد اسلامی

در اقتصاد اسلامی با سه رویکرد در مورد قواعد رفتاری مواجهیم؛ رویکرد تبیین قواعد رفتاری مطلوب، رویکرد تشریح قواعد رفتاری موجود و رویکرد تغییر قواعد رفتاری موجود به سمت قواعد رفتاری مطلوب که می‌توان از این سه نوع نگاه، به رویکرد هنجاری، اثباتی و سیاستی تعبیر کرد.

رویکرد وضع مطلوب (رویکرد هنجاری) به دنبال تبیین قواعدی است که باید در رفتارهای انسان‌ها دیده شود؛ این باید به این معنی است که اگر انسان بخواهد به کمال خود برسد، باید چنین رفتارهایی داشته باشد. این باید‌ها اگر در جهت شکل دادن به اهداف، راهبردها و ساختارهای اجتماعی-اقتصادی باشد، قواعد نهادی اقتصاد اسلامی را ایجاد می‌کند، شبیه کاری که شهید صدر در اقتصادنا (صدر ۱۳۸۲) انجام داده است که به دنبال تبیین اهداف و راهبردهایی چون عدالت، آزادی محدود و مالکیت مختلط یا تشریح ساختارهای اقتصادی چون نظام توزیع یا تولید و جایگاه دولت است و نقش هریک را در اقتصاد اسلامی تشریح می‌کند؛ اما اگر تمرکز تحقیق بر تشریح رفتارهای مطلوب اقتصادی از دیدگاه اسلامی باشد، قواعد رفتاری در اقتصاد هنجاری اسلامی شکل می‌گیرد.

رویکرد وضع موجود (رویکرد اثباتی) به دنبال تبیین قواعدی است که در رفتارهای افراد جامعه دیده می‌شود. شناخت وضع موجود این خاصیت را دارد که ما را متوجه نقاط قوت و ضعف سیاست‌های پیشین می‌کند و در جهت تغییر سیاست، هدایت‌گر خواهد بود. وضع موجود رفتارها در تعامل مستمر با وضع موجود سازوکارهای اقتصادی است و تغییر هریک منجر به تغییراتی هم‌جهت در دیگری خواهد شد؛ بنابراین، یک ابزار مهم در اختیار برای تغییر وضع موجود رفتارها، تغییر در سازوکارهای اقتصادی است.

رویکرد تغییر هدفمند (الگوی تغییر) به دنبال تبیین قواعدی است که بر اساس آن بتوان رفتارهای عمومی و قاعده‌شده را تغییر داد. رویکرد تغییر، نیازمند شاخص و معیاری است که جهت و نحوه تغییر را تعیین و تنظیم کند. این شاخص را باید در راهبردهای رویکرد مطلوب جستجو کرد. قواعد رویکرد تغییر باید نشان دهد که تغییرات اجتماعی رفتارها چگونه محقق می‌شود و چه آفاتی این تغییر را تهدید می‌کند.

این سه رویکرد، در محتوا، نحوه کشف و منبع کشف متفاوت هستند، یعنی اولاً رویکرد

اثباتی از حقیقتی موجود خبر می‌دهد؛ درحالی‌که دو رویکرد هنجاری و سیاستی از حقیقتی مطلوب حکایت می‌کند؛ یعنی رویکرد اثباتی از هست‌ها و دو رویکرد هنجاری و سیاستی از بایدها صحبت می‌کنند. با این تفاوت که بایدهای هنجاری، از نوع کلی و راهبردی اما بایدهای سیاستی، از سنخ مقطعی و راهکاری است.

ثانیاً درحالی‌که رویکرد هنجاری به‌صورت اجتهادی و عقلی و از منبع نصوص دینی و دریافت‌های عقلی به دست می‌آید، رویکرد اثباتی به‌صورت تجربی و با فهم معنای رفتارهای افراد در سطح اجتماع یا با دلالت التزامی عملکرد نهادها و سازوکارهای اقتصادی جامعه قابل دریافت است. رویکرد سیاستی از سنخ مهارتی و عقلایی است و باید از منابع گوناگون شرعی، عقلی و ادراک عقلایی الزامات و آسیب‌های تغییرات اجتماعی فهمیده شود. با وجود تفاوت در منبع و ابزار کشف، تعامل این سه رویکرد نیز درخور توجه است: رویکرد هنجاری به‌مثابه مقصد، رویکرد اثباتی به‌مثابه مبدأ و رویکرد تغییر به‌مثابه مسیر است. البته این تصویر را باید پویا در نظر گرفت؛ یعنی در هر برهه زمانی، وضع موجود چیزی غیر از وضع موجود در برهه‌های زمانی سابق و آتی است. طبیعتاً، با تغییر وضع موجود و مبدأ حرکت، الگوی تغییر نیز دچار تغییر خواهد شد.

الف) رویکرد هنجاری به قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی

قواعد رفتاری در اقتصاد هنجاری، به‌صورت ارائه الگو و نمونه عینی یا به‌صورت تبیین ضوابط حاکم بر رفتارهای انسان مسلمان ارائه می‌شود. این دو تصویر از قاعده رفتاری مکمل یکدیگر است؛ یعنی اولاً ارائه الگو بدون تبیین ضابطه، ذهن مخاطب و پذیرنده الگو را فاقد نظم و سیاق منطقی شکل می‌دهد و پذیرنده ضابطه رفتاری متوجه لِمَ و چرایی رفتارها نمی‌شود. نفهمیدن چرایی رفتارها، منجر به جمود و عدم درک تحولات و تغییرات رفتاری می‌شود؛ ثانیاً اگر قاعده بدون الگو ارائه شود، ذهن مخاطب با مجموعه‌ای از ضوابط انتزاعی انباشته می‌شود و در عملیاتی بودن این ضوابط دچار تردید می‌شود. علاوه بر این، وجود الگو اثر انگیزشی دارد و انسان را به اقدام و رفتار تهییج می‌کند؛ بنابراین، قواعد هنجاری باید هم‌زمان واجد ضابطه و الگو باشند. این ویژگی، در اندیشه اسلامی به‌ویژه در قرائت شیعی آن به‌صورت پررنگ وجود دارد.

وجود الگوی معصوم «حجّت خدا» در اسلام که در مذهب شیعه دارای بُعد زمانی حداقل ۲۵۰ ساله است، نمونه‌های متنوعی از رفتارهای شاخص در موقعیت‌های متنوع را نشان می‌دهد که تربیت‌کننده افراد در اقدام بر اساس هنجارهای اسلامی است. در امور مقطعی و موقت، عملکرد و الزام‌های حجّت شرعی راهنمای رفتار انسان مسلمان است. این حجّت شرعی، در زمان غیبت، ولی فقیه است. از طرف دیگر، شناخت ضوابط، ذهن

را عمیق و فقیه بار می‌آورد، به گونه‌ای که فرد می‌تواند در موقعیت‌های نوین به‌درستی و بر اساس ضوابط، رفتار درست را تشخیص دهد. ضوابط رفتاری که در متون اولیه شریعت مورد توجه قرار گرفته است، در قالب احکام شرعی تکلیفی در کتب و فرآورده‌های فقهی گرد آمده است.

برای ضوابط رفتاری، تقسیمات و انواعی می‌توان برشمرد. در این مجال، به سه تقسیم اشاره می‌شود:

یک) رفتار اقتصادی اصلی و تبعی. ضوابط رفتاری که اصالتاً محتوای اقتصادی دارند و در نقطه مقابل، ضوابط رفتاری که اگرچه بعد مالی در آن وجود دارد، اما اصالتاً اقتصادی نیستند و بعد اقتصادی آن کم‌رنگ یا بی‌اثر است. به‌عنوان مثال، رفتار خرید یا اجاره یک رفتار اقتصادی اصیل و رفتار ازدواج و تشکیل خانواده یا پرداخت هزینه‌های جهاد رفتارهایی است که اگرچه اثر اقتصادی دارند، اما اصالتاً اقتصادی نیستند و سطح بالاتری از رفتارهای انسانی و اسلامی را نمایش می‌دهند (ر.ک: صدر ۱۳۸۲، ۳۷۵).

دو) رفتار اقتصادی مشروط یا غیر مشروط به انگیزه خاص. برخی رفتارهای اقتصادی وقتی صحیح است که با انگیزه‌های خاصی انجام شود و در مقابل، در برخی رفتارهای اقتصادی نیت و انگیزه خاصی شرط نیست. به‌عنوان مثال، پرداخت زکات و صدقات یک رفتار اقتصادی انگیزه‌محور و در اصطلاح عبادی یا تعبدی است (امام خمینی ۱۴۲۴ ق، ۲، ۱۵۶)؛ اما رفتاری مثل پرداخت قیمت کالا یا اجاره‌بها نیاز به انگیزه الهی ندارد، هرچند همین رفتارها نیز به سطحی از توجه و آگاهی نیاز دارند (همان ۲۱۶). البته، بین شرط صحت رفتار و شرط کمال رفتار تفاوت است. به‌عنوان مثال، قصد تقرب و انگیزه الهی اگرچه شرط صحت بسیاری از رفتارهای اقتصادی نیست، اما شرط کمال هر رفتاری است؛ بنابراین، مسلمان می‌تواند هر رفتار خود را با قصد الهی انجام دهد و موجبات کمال خود را فراهم کند.

سه) رفتار اقتصادی مشروط یا غیر مشروط به فرد خاص. طبق یک تقسیم فقهی پرکاربرد، تکالیف به دو دسته عینی و کفایی تقسیم می‌شود (مظفر ۱۳۷۴، ۱، ۹۲-۹۴). برخی رفتارهای اقتصادی از سنخ امور کفایی است که صرف تحقق آن در خارج توسط تعدادی از افراد مدنظر است. این رفتارها، اموری چون صنایع و مشاغل مورد نیاز جامعه اسلامی یا تعهدات متقابل اجتماعی چون فریضه امر به معروف و نهی از منکر یا تصدی مسئولیت‌های اجتماعی است که قوام زندگی اجتماعی به آن وابسته است. در مقابل، برخی رفتارهای اقتصادی از هر فرد به‌عنوان یک فرد انسان مطلوب است؛ زیرا قوام انسانیت هر فردی به آن وابسته است و حتی با فرض زندگی فردی یا عدم تحقق یک جامعه اسلامی نیز ضرورت دارد. به‌عنوان مثال، اکرام به والدین یا تعهد و پرداخت نفقه همسر از اموری است که از هر انسان یا مرد خواسته شده است و عمل یکی، تکلیف را از گردن دیگران ساقط نمی‌کند؛ اما انجام کار تولیدی کشاورزی یا تجاری از اقتضائات زندگی اجتماعی و واجب

کفایی است و انجام آن از طرف یک یا چند نفر، تکلیف را از گردن دیگران ساقط می‌کند؛ اما اگر هیچ‌کس اقدام نکند، همه مواخذه می‌شوند (صدر ۱۴۱۷ ق، ۲، ۲۲۴).

ب) رویکرد اثباتی به قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی

قواعد رفتاری موجود را می‌توان به یکی از این چهار حیثیت اسلامی دانست: یک) به اعتبار انگیزه فاعل، یعنی از آن جهت که فاعل مسلمان رفتارهایش را با هدف الهی و مشروع انجام داده است. به تعبیر دیگر، استدلالی که رفتارکننده بر صحت رفتار خود ارائه می‌دهد، تعیین می‌کند که قاعده رفتاری اسلامی شکل گرفته یا نه. دو) به اعتبار ساختارها، یعنی از آن جهت که رفتارها و قواعد رفتاری در قالب نهادها و ساختارهای مورد قبول اسلام شکل گرفته است؛ یعنی، بررسی رفتارهایی که مردم مسلمان، در تعامل با سازوکارهایی که نظام اسلامی ایجاد کرده، بروز می‌دهند. سه) به اعتبار شکل فعل، یعنی شکل‌گیری رفتارها در قالبی که مطلوب اسلام باشد، در مواردی که شکل فعل از نظر اسلام اعتبار و موضوعیت دارد. چهار) به اعتبار ملاک و اثر فعل، یعنی قاعده رفتاری اسلامی است که ملاک‌های مورد نظر اسلام را تأمین کند.

در یک دسته‌بندی و رویکرد متفاوت، می‌توان شاخص‌های اسلامی دانستن قواعد رفتاری را به دو بخش عمده فردی و اجتماعی تقسیم کرد: اول) نیت و رفتارهایی که از فرد خواسته شده، مبین ابعاد فردی قاعده رفتاری است. دوم) ساختار و رفتارهای کفایی که صرف تحقق آن مدنظر است، نمایشگر ابعاد اجتماعی قاعده رفتاری است. ابعاد فردی بر درونی شدن قاعده رفتاری و ابعاد اجتماعی بر برونی شدن و جریان‌سازی قاعده رفتاری دلالت دارد. این دو بعد درونی و بیرونی، با یکدیگر تعامل و هم‌افزایی دارد. در مورد شیوه تعامل این چهار شاخص، سه راه‌حل رابطه عرضی، رابطه طولی و تفکیک دامننه به نظر می‌رسد:

یک) رابطه عرضی. به هریک از این چهار شاخص نمره داده شود و در مورد هر قاعده رفتاری، با توجه به تعدلی که از چهار نمره می‌گیرد، به اسلامی یا غیراسلامی بودن توصیف شود. طبیعتاً، در مواردی که شکل خاصی از رفتار مدنظر شریعت نباشد، معدل‌گیری از سه شاخص دیگر انجام می‌شود.

دو) رابطه طولی. بین چهار شاخص نیت، شکل، اثر و ساختار رتبه‌بندی طولی برقرار شود، یعنی به‌عنوان مثال، برای احراز اسلامی بودن یک قاعده رفتاری، به ترتیب، نیت، شکل، اثر و ساختار آن بررسی شود. در هر مرحله که اسلامی بودن احراز نشد، نوبت به شاخص بعد نمی‌رسد.

سه) تفکیک دامنه. برای هر یک از شاخص‌ها محدوده‌ای مشخص شود. به‌عنوان مثال، با کمک از توضیحاتی که در بحث اقتصاد هنجاری مطرح شد، نیت در امور عبادی، اثر در امور کفایی، شکل در رفتارهایی که از هر فرد خواسته شده و ساختار در بررسی رفتارها در سطح کلان معتبر شمرده شود.

به جهت معناداری قواعد رفتاری (ر.ک: ۱ و ۲) و تعدد شاخص‌های اسلامی بودن یک قاعده رفتاری، نمی‌توان به‌صرف مشاهده و استقراء از طریق ابزارهایی چون سرشماری و آمارگیری اکتفا کرد؛ مثلاً، اسلامی شمردن قاعده رفتاری با شاخص اسلامی بودن ساختارها، نیازمند ساختارسنجی بر اساس ملاک‌های اسلامی بودن ساختارها است. در مورد اثر و ملاک، می‌توان بازخورد اجرای سیاست‌ها را با شاخص‌های کلان اقتصادی نیز به دست آورد.

در مواردی می‌توان برای شناخت عمیق‌تر تحولات رفتاری، سیاست‌هایی با هدف آزمون و سنجش عکس‌العمل مردم اجرا کرد. خطر این نوع بازخوردسنجی این است که هر آزمونی اگر آگاهانه باشد، صحت جواب را مخدوش می‌کند و اگر آگاهانه نباشد، خودش منجر به تغییر رفتار خواهد شد. در جهت کشف قاعده و معنای حاکم بر رفتارها، نباید به سطح رویین و ظاهری رفتارها اکتفا کرد. نفوذ به عمق رفتارها از چند طریق ممکن است:

یک) سنجش مفروضات و مسلمات ذهن افراد، یعنی هدف آزمون و بررسی رفتاری این باشد که دریابیم افراد در رفتارهای خود چه چیزهایی را مفروض، قطعی و مسلم می‌گیرند. دو) سنجش و کشف استدلالی است که قاعده رفتاری موردنظر بر اساس آن بنا شده است. فهم دلیل رفتار، دامنه عمل به قاعده رفتاری را تعیین خواهد کرد.

سه) سنجش اموری است که در ذهن رفتارکنندگان منکر است و آن‌ها قطعاً آن را انجام نخواهند داد. افراد با سه دسته افعال مواجه‌اند: کارهایی که ملکه، عادت، معروف و قاعده رفتاری ایشان شده است، کارهایی که اگرچه قاعده رفتارشان نیست، اما در مواقع خاص از ایشان سر می‌زند و کارهایی که قطعاً انجام نمی‌دهند و برایشان منکر است، یعنی ترک آن، ملکه، عادت، معروف و قاعده رفتاری ایشان شده است.

در احراز قاعده رفتاری اسلامی، دو اصل روش‌شناختی صحت و صداقت جاری است:

اولاً در مواقعی که دچار شک شویم، رفتار دیگران را بر صحیح حمل می‌کنیم. البته این اصل در مورد افراد متهم، رفتارهایی که طبیعتاً فاسد هستند (مکارم ۱۴۱۱ ق، ۱، ۱۱۳ و ۱۵۰) و امور بسیار مهم جاری نمی‌شود.

ثانیاً در مواقع شک، اصل صداقت جاری می‌شود. این اصل در مواردی است که احراز قاعده رفتاری منوط به گزارش شخص رفتارکننده است. این اصل نیز در مورد افراد متهم جاری نمی‌شود. درحالی‌که اصل صحت، صحت واقعی را احراز می‌کند، از آنجاکه اصل

صداقت، تطابق کلام با رفتار را احراز می‌کند، از موارد اصل صحت محسوب می‌شود. قاعده رفتاری که با ابزارها، روش‌ها و اصول پیش‌گفته به دست می‌آید، سه ویژگی دارد: اولاً به جهت محدودیت قوای شناختی و اتکای شناخت قواعد رفتاری بر ابزارهای تجربی و حدسی (مصباح ۱۳۶۸، ۱، ۲۱۰-۲۱۲)، یک نتیجه احتمالی و تقریبی به دست می‌آید و نباید از آن انتظار قطعیت و یقین منطقی داشت. ثانیاً به جهت تنوعی که عملاً در باورها و عواطف مردم وجود دارد و خطاپذیری اصول روش‌شناختی و ابزارهای کشفی که در اختیار است، نتیجه به‌دست‌آمده، نمایشگر حداکثر رفتارهای حداکثر مردم است، یعنی باید در کنار آن، اقلیتی از رفتارهای اکثریت و اکثریت رفتارهای اقلیت را در نظر گرفت، یعنی اکثریتی که طبق قاعده رفتار می‌کند، در مواقعی برخلاف قاعده رفتار می‌کند و اقلیتی که طبق قاعده رفتار نمی‌کند، در مواقعی بر اساس قاعده رفتار می‌کند. ثالثاً، قاعده رفتاری را باید موقت دانست؛ زیرا اگرچه قاعده ثبات نسبی دارد، اما تغییرپذیر است.

ج) رویکرد سیاستی به قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی

شناخت قواعد رفتاری در اقتصاد هنجاری و اثباتی اسلامی، زمینه را برای سیاست‌گذار در اجرای سیاست‌هایی در جهت تحقق قاعده رفتاری اقتصادی مطلوب اسلام فراهم می‌کند. اقتصاد سیاستی به دنبال کشف قواعد تغییر رفتار و طراحی و اجرای قواعد دوران‌گذار است؛ یعنی اولاً تعیین ضوابط روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و غیره، تغییر قواعد رفتاری (مفهومی - نظری) و ثانیاً تعیین سیاست‌های مناسب در هر برهه زمانی و مکانی تا مسیر کمال جامعه سریع‌تر و با کم‌ترین تبعات طی شود (مصادیقی - تطبیقی).

مواجهه شریعت با قواعد رفتاری موجود بین مردم، چهار صورت دارد: یک، سازگاری قاعده رفتاری موجود با هنجارهای موردنظر شریعت؛ دو، بی‌تفاوتی شریعت نسبت به قاعده رفتاری موجود؛ سه، ناسازگاری قاعده رفتاری موجود با هنجارهای شریعت (عکس صورت اول)؛ چهار، نبود قاعده رفتاری سازگار یا ناسازگار با هنجارهای شریعت (عکس صورت دوم). صورت اول، عرصه اجرای سیاست‌هایی برای تثبیت قاعده رفتاری با هدف حفظ هنجارهای شریعت، صورت دوم، عرصه اجرای سیاست‌هایی برای تثبیت قاعده رفتاری (صرفاً) با هدف حفظ نظام اجتماعی، صورت سوم، عرصه اجرای سیاست‌هایی در جهت تغییر قاعده رفتاری و صورت چهارم، عرصه اجرای سیاست‌هایی در جهت ایجاد قاعده رفتاری است.

بنابراین، هر سیاستی، یا در جهت تثبیت وضع موجود یا در جهت تغییر وضع موجود

است. سیاستی که به دنبال تغییر است، به تقویت و توسعه وضع موجود یا به تضعیف آن منجر می‌شود. سیاستی که به دنبال تضعیف وضع موجود است، یا فعال و نوآورانه است یا منفعل است. سیاست منفعل یا درصدد پیشگیری از بروز مشکل جدید یا در جهت درمان مشکل موجود است؛ بنابراین، هر سیاست و قاعده رفتاری سیاستی یکی از این پنج کارکرد را دارد: یک) تثبیت وضع موجود؛ دو) تقویت و توسعه وضع موجود؛ سه) تضعیف وضع موجود با ایجاد نوآوری؛ چهار) تضعیف وضع موجود با پیشگیری از مشکلات آتی؛ پنج) تضعیف وضع موجود با درمان مشکل موجود.

شریعت اسلام، در کنار تبیین قواعد رفتاری هنجاری، یعنی رفتارهای مطلوب و نامطلوب، ضوابطی جهت تغییر و تحول در قواعد رفتاری طراحی کرده است. طرح این ضوابط، ناشی از دغدغه اسلام در عملیاتی شدن هنجارهای مدنظر خود است. اسلام، به بیان رفتارهای درست و نادرست اکتفا نکرده و با ملاحظه این حقیقت که اسباب بینشی و گرایش‌های گوناگون می‌تواند مانع عملیاتی شدن رفتارهای مطلوب شود، با هدف عملیاتی شدن هنجارهای مدنظر خود، هنجارهایی (عناوین درجه دو) ناظر به هنجارهای مطلوب اصلی (عناوین درجه یک) خود وضع کرده تا عملیاتی شدن آن هنجارهای اصلی تضمین شود (ر.ک: قاسمی اصل ۱۳۹۷، ۵۲-۵۵).

در این مجال، چهار مورد از این ضوابط مطرح می‌شود:

یک. ارشاد جاهل. بخشی از سیاست‌ها، جنبه تعلیمی دارد، افق‌های جدیدی را می‌گشاید و سطح شناخت‌ها را در جامعه گسترش می‌دهد (ر.ک: امام خمینی ۱۴۲۴ ق، ۲، ۷۶۵؛ آملی ۱۳۸۰ ق، ۲، ۴۲).

دو. نصیح مستشیر. برخی سیاست‌ها جنبه مشورتی دارد؛ زیرا بخشی از افراد و ساختارها در مسیر حرکت اقتصادی با توجه به ضعف‌های خود نیاز به مشورت دارند (ر.ک: حرّعاملی ۱۴۰۹ ق، ۱۲، ۴۳؛ انصاری ۱۴۱۵ ق، ۱، ۳۵۱).

سه. تنبیه غافل. بخشی از سیاست‌ها باید با تشویق و تنبیه باعث تحرک و ایجاد انگیزه در مجموعه‌های اقتصادی شود (ر.ک: امام خمینی، همان؛ آملی، همان).

چهار. امر به معروف و نهی از منکر. در مقابل فعالیت‌های اقتصادی که آگاهانه به تخریب نظام اقتصادی مشغول است، باید از الزام و قوه قهریه استفاده کرد و جای امر و نهی است. به عبارت دیگر، سیاست‌های ارشادی برای رفع جهل مرکب، سیاست‌های مشورتی برای رفع جهل بسیط، سیاست‌های تنبیهی (به معنای فوق) برای ایجاد انگیزه‌های سازگار با نظام اقتصادی و سیاست‌های الزامی برای دفع انگیزه‌ها و جریان‌هایی که عامدانه سر ناسازگاری با نظام اسلامی دارد، طراحی شده است.

۵) مبانی اسلامی قواعد رفتاری در رفتارهای اقتصادی

می‌توان رفتارهای اقتصادی در جامعه اسلامی را در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف دسته‌بندی کرد. تولید، عرصه ارتباط انسان با طبیعت، توزیع، عرصه ارتباط بین افراد و مصرف عرصه ارتباط انسان با خود است. البته، در هر سه حوزه، انسان با دیگر انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کند؛ اما طبیعت عموماً اختصاص به تولید و خود انسان اختصاص به مصرف دارد. همچنین، توزیع ارتباط مستقیمی با طبیعت و خود فرد ندارد و اختصاصاً عرصه تعامل بین افراد است؛ زیرا تحقق توزیع، منوط به وجود جامعه انسانی و شکل‌گیری قواعدی برای تعاملات بین افراد است؛ بنابراین، برخی از قواعد رفتاری بیشتر به یکی از سه حوزه تولید، توزیع و مصرف ارتباط دارد. طبق بیان شهید صدر، در گذر از ذهنیت به عینیت یا از باور به عمل، مفاهیمی شکل می‌گیرد که جهت‌دهنده رفتارها و عواطف انسان است؛ مثلاً، مفهوم مالکیت در اندیشه اسلامی، بر اساس باور توحید شکل می‌گیرد و رفتارها و عواطف، متناسب با این مفهوم و آن باور شکل می‌گیرد. از این مفاهیم، به جهت نقش مبنایی که در عمل و رفتار انسان دارد، به مبانی عملی تعبیر می‌کنیم.

در این بخش، برخی از مبانی عملی اسلامی رفتارها در سه حوزه فعالیت اقتصادی، یعنی تولید، توزیع و مصرف مطرح می‌شود:

الف) مبانی اسلامی رفتار تولیدی

تولید به معنای استفاده از طبیعت (با واسطه یا بی‌واسطه) در جهت ایجاد ظرفیت‌های نوین مصرفی است که بسیاری مواقع در قالب یک فعالیت اجتماعی محقق می‌شود؛ بنابراین، تولید تابع نحوه مدیریت منابع انسانی و استفاده از طبیعت است و این کیفیت، تابع سطح علم و فن‌آوری است؛ بنابراین، قواعد رفتاری تولیدی به دو بخش نحوه ارتباط با طبیعت و نحوه مدیریت تفکیک می‌شود. در اندیشه اسلامی، دو اصل استخلاف و استعمار بر رفتار انسان نسبت به طبیعت و دو اصل تسخیر و اخوت بر رفتار بین مسلمانان حاکم است.

طبق اصل استخلاف و استیمان، انسان در زمین، جانشین و امین خداوند است (ر.ک: بقره، ۳۰؛ نور، ۵۵؛ احزاب، ۷۲). بنا بر اصل جانشینی، تنها تاحدودی حق تصرف در طبیعت دارد که به او اجازه داده شده است؛ زیرا جانشین و خلیفه تابع اصل خود عمل می‌کند. از آنجاکه امین است، باید از امانتی که به او سپرده شده است (طبیعت و زمین) مراقبت کند و در امانت خیانت نکند (ر.ک: مطهری ۱۳۷۷، ۲، ۸۷؛ صدر ۱۴۲۴ ق، ۳۵-۳۷؛ همو ۱۴۲۱ ق، ۱۰۸-۱۱۴). طبق اصل استعمار (هود، ۶۱)، انسان مأمور به آباد ساختن زمین شده است «هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا: اوست که شما را از زمین آفرید و آبادی آن را به شما واگذاشت!» (هود، ۶۱) و باید از امکانات موجود در زمین بهترین استفاده را برد. این دو

اصل، به صورت سلبی و ایجابی حرکت و تصرف در زمین را متعادل می‌کند؛ اصل استخلاف هشدار می‌دهد که از خطوط قرمز عبور نکند و دچار اسراف و استفاده بی‌جا از امکانات نشوند و اصل استعمار هشدار می‌دهد که ظرفیت‌ها را معطل نگذارد.

ب) مبانی اسلامی رفتار توزیعی

دو اصل تسخیر و اخوت بین رفتارهای تولیدی (مدیریتی) و توزیعی مشترک است؛ زیرا بخش مدیریتی تولید با بخش توزیع این ویژگی مشترک را دارد که هر دو عرصه تعامل بین افراد انسان است. اصل تسخیر و اخوت نیز ویژگی ایجابی و سلبی دارند و باعث ایجاد تعادل در رفتارهای افراد در جامعه اسلامی می‌شود. اصل تسخیر بر ضرورت تحقق برتری و فروتری اعتباری در عرصه حیات اجتماعی (ر.ک: نحل، ۷۱؛ بقره، ۲۵۳؛ اسراء، ۲۱) و اصل اخوت بر برابری ذاتی و واقعی بین افراد دلالت دارد. ترکیب این ویژگی‌های رفتار ساز موجب تحقق جامعه‌ای متعادل و رشد یافته می‌شود.

بر اساس اصل تسخیر و تفضیل در اندیشه اسلامی، تحقق و قوام یافتن جامعه انسانی منوط به تحقق سطوحی از توانمندی‌های متفاوت و متنوع در افراد جامعه اسلامی است که بر اساس شایستگی‌ها و نیازهای جامعه اسلامی باشد. بین این سطوح متنوع شخصیت‌های حقوقی و اقتصادی، لزوماً رابطه تساوی برقرار نیست و ممکن است انسان‌هایی که در برابر خداوند برابر هستند، در مواجهه باهم موظف به تبعیت برخی از برخی دیگر هستند. این تسخیر، اگر عملاً بر اساس توانمندی‌ها و نیازهای واقعی شکل بگیرد، اصل رفتاری تسخیر مورد نظر اسلام محقق می‌شود.

اصل اخوت در اندیشه اسلامی، مسلمانان را به برخورد برادرانه نسبت به دیگر مسلمانان دعوت می‌کند: «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخْوَيْكُمْ؛ مؤمنان برادر یکدیگرند پس برادران خود را صلح و آشتی دهید» (حجرات، ۱۰). این اصل، به صورت رقیق و ضعیف در حق سایر مؤمنان به ادیان توحیدی و سایر افراد بشر نیز صادق است؛ زیرا اولاً بر تمسک به اصول مشترک بین ادیان توحیدی دعوت می‌کند (ر.ک: آل عمران، ۶۴) و ثانیاً سایر افراد بشر را هم‌نوع انسان می‌داند (ر.ک: نهج البلاغه، نامه ۵۳).

ج) مبانی اسلامی رفتار مصرفی

در عرصه مصرف، دو قاعده رفتار ساز اعتدال و کفاف حاکم است. بر اساس اصل اعتدال، یک فرد تا حدی مصرف می‌کند که نیازهای واقعی وی تأمین شود و هر مصرفی باید تأمین‌کننده بخشی از نیازهای روحی و جسمی فرد باشد و مصرف کم‌تر یا بیشتر از این حد، مصداق معطل گذاشتن یا اسراف کردن در امانت است؛ بنابراین، اصل اعتدال در

مصرف، مبتنی بر دو اصل استخلاف و استعمار شکل می‌گیرد و از سنخ قضایای تحلیلی است. کفاف، اصل دوم در رفتار مصرفی است که مربوط به زندگی اجتماعی و تعامل بین مسلمانان است. طبق این اصل، هر فرد باید میزان و کیفیت مصرف خود را با سطح عمومی توانایی مصرف مردم هماهنگ کند. این دو اصل، به صورت سلبی و ایجابی، باعث ایجاد تعادل در رفتارهای مصرفی افراد و تأمین کارکردهای فردی و اجتماعی مصرف است.

نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف بررسی مفهوم، ویژگی‌ها، مبانی و رویکردها به قواعد رفتاری در اقتصاد اسلامی سامان یافت. از مباحث پیشین، نتایج ذیل به دست آمد:

قاعده رفتاری را می‌توان معادل عنوان قرآنی «معروف» برشمرد. در کاربرد شرعی، معروف دو اصطلاح دارد: یک. هر کار خیر و مطلوب شرعی؛ دو. هر کار مقبول و مطلوب عرفی. کاربرد اول، یک مفهوم اخلاقی - فقهی و معادل قواعد رفتاری هنجاری، کاربرد دوم معروف، یک مفهوم جامعه‌شناختی و معادل قواعد رفتاری اثباتی و «امر به معروف و نهی از منکر»، معادل قواعد رفتاری سیاستی است.

قاعده رفتاری شش ویژگی دارد: یک. به جهت مبتنی بودن بر باورها و عواطف افراد، قواعد رفتاری معنا دار است و با صرف مشاهده حسی قابل شناخت نیست؛ دو. قواعد رفتاری ثبات نسبی دارند و قابل تغییر هستند؛ سه. تحقق قاعده رفتاری تابع احساس نیاز نوعی است؛ چهار. کیفیت تحقق قاعده رفتاری وابسته به چارچوب‌های نهادی موجود در جامعه است؛ پنج. قواعد رفتاری به دو صورت آگاهانه و خودجوش قابلیت تحقق دارند و شش. قضاوت درباره قواعد رفتاری، تابع دیدگاه‌های هنجاری قضاوت کننده است.

در اقتصاد هنجاری اسلامی، قواعد رفتاری از دو طریق الگوهای شخصیتی و ضوابط فقهی، پژوهش و ترویج می‌شود.

یک) اسلامی بودن قاعده رفتاری موجود، ممکن است به یکی از چهار جهت اسلامی بودن ساختارها و نهادهای حاکم بر رفتارها، اسلامی بودن انگیزه افراد، اسلامی بودن شکل رفتارها و اسلامی بودن نتایج رفتارها باشد؛ دو) شناخت عمیق از رفتارها، منوط به شناخت مفروضات و مسلمات ذهنی افراد، استدلال‌های افراد بر رفتارهایشان و ایجاد یک طیف برای هر قاعده رفتاری و تعریف افراد از منکر و ضد قاعده در هر مورد است؛ سه. قواعد با دو اصل صحت و صداقت به دست می‌آید و با سه ویژگی احتمالی، اکثری و موقت بودن شناخته می‌شود.

قواعد رفتاری در اقتصاد سیاستی اسلامی، ضوابط عمومی تغییر و راهکارهای تغییرات در هر مقطع را مشخص می‌کند. این تغییرات ممکن است در جهت تثبیت، تقویت یا

تغییر وضع موجود با هدف نوآوری، پیشگیری یا درمان باشد. ضوابطی شرعی در راستای تضمین تغییر در قواعد رفتاری طراحی شده است؛ مثل ارشاد جاهل، نصح مستشیر، تنبیه غافل و امر به معروف و نهی از منکر.

طبق مبانی دینی، رفتارهای تولیدی در مواجهه با طبیعت بر اساس دو اصل استخلاف، یعنی جانمایی و امانت‌داری نسبت به خدا در زمین و استعمار، یعنی وظیفه آباد کردن زمین شکل می‌گیرد. رفتارهای مدیریتی و توزیعی در مواجهه بین افراد مسلمان بر اساس دو اصل تسخیر، یعنی وجود سلسله‌مراتب اجتماعی و اخوت، یعنی برابری. برادری ذاتی بین مسلمانان سامان می‌یابد. رفتارهای مصرفی افراد بر اساس دو اصل اعتدال بین مصرف و نیاز انسان و کفاف، یعنی مصرف در حد متعارف شکل می‌گیرد.

منابع

- قرآن کریم.
 نهج البلاغه.
۱. آملی، میرزا محمدتقی. ۱۳۸۰ ق. مصباح الهدی فی شرح العروة الوثقی. تهران: مولف.
 ۲. انصاری، مرتضی. ۱۴۱۵ ق. کتاب المکاسب. قم: کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری.
 ۳. باتلر، ایمون. اندیشه‌های سیاسی و اقتصادی هایک. ترجمه فریدون تفضلی. ۱۳۸۷. تهران: نشر نی.
 ۴. بیغامی، عادل و حامد سعیدی صابر. ۱۳۸۸. اقتصاد هترو دوکس. تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
 ۵. جداری عالی، محمد. ۱۳۹۴. مدل اسلامی اخلاق مصرف. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
 ۶. جمعی از محققان. ۱۳۸۹. فرهنگ‌نامه اصول فقه. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی. چاپ دوم.
 ۷. چاونس، برنارد. اقتصاد نهادی. ترجمه محمود متوسلی، علی نیکونسبتی و زهرا فرضی‌زاده. ۱۳۹۰، تهران: دانشگاه تهران.
 ۸. حرّ عاملی، محمدبن حسن. ۱۴۰۹ ق. وسائل الشیعة الی تحصیل مسائل الشریعة. قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم السلام.
 ۹. حمیری، عبدالله بن جعفر. بی‌تا. قرب الاسناد. تهران: کتاب‌فروشی نینوا.
 ۱۰. خامنه‌ای [مقام معظم رهبری]، سید علی. ۱۳۸۹. رساله اجوبة الاستفتائات. تهران: پیام عدالت.
 ۱۱. خمینی [امام]، سید روح‌الله. ۱۳۷۸. توضیح المسائل. قم: دفتر انتشارات اسلامی، چاپ هشتم.
 ۱۲. _____ . ۱۴۲۴ ق. توضیح المسائل (محشی). قم: دفتر انتشارات اسلامی. چاپ هشتم.
 ۱۳. خویی، سید ابوالقاسم. ۱۴۱۸ ق، موسوعه الإمام الخوئی. قم: مؤسسه احیاء آثار الإمام الخوئی.
 ۱۴. دادگر، یدالله. ۱۳۹۶. الگوهای اقتصاد رفتاری و ظرفیت تغییر رویکرد حاکم. اقتصاد تطبیقی ۲(۲): ۶۹-۸۸.
 ۱۵. ریچلز، جیمز. فلسفه اخلاق. ترجمه آرش اخگری. ۱۳۸۹. تهران: حکمت. چاپ دوم.

۱۶. صدر، محمدباقر. ۱۴۱۷ ق. بحوث فی علم الاصول. قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (علیهم السلام).
۱۷. _____ . ۱۴۲۱ ق، المدرسة القرآنیة. قم: مرکز الابحاث و الدراسات التخصصیه للشهید الصدر.
۱۸. _____ . ۱۴۲۴ ق، الأسلام یقود الحیاة. بیروت: دارالتعارف للمطبوعات.
۱۹. _____ . ۱۳۸۲. اقتصادنا. قم: بوستان کتاب قم. چاپ دوم.
۲۰. طباطبایی، سید محمدحسین. ۱۴۱۷ ق. المیزان فی تفسیر القرآن. قم: دفتر انتشارات اسلامی. چاپ پنجم.
۲۱. قاسمی اصل، محمدجواد. ۱۳۹۷. «بررسی و تحلیل مبانی مشروعیت سیاست گذاری در اقتصاد اسلامی». قم: کاوشی نو در فقه ۹۳، ۳۳-۶۰.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب. ۱۴۰۷ ق. الکافی. تهران: دارالکتب الاسلامیة.
۲۳. کوهن، پرسای اس. نظریه اجتماعی نوین. ترجمه یوسف نراقی. ۱۳۹۲. تهران: شرکت سهامی انتشار. چاپ دوم.
۲۴. گری، جان. فلسفه سیاسی فون هایک. ترجمه خشایار دیهیمی. ۱۳۷۹. تهران: طرح نو.
۲۵. لیتل، دانیل. تبیین در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالکریم سروش. ۱۳۸۸. تهران: صراط. چاپ پنجم.
۲۶. محسنی، منوچهر. ۱۳۸۸. مقدمات جامعه شناسی. تهران: دوران. چاپ بیست و پنجم.
۲۷. مصباح، محمدتقی. ۱۳۶۸. آموزش فلسفه. قم: سازمان تبلیغات اسلامی.
۲۸. مصباح، محمدتقی و همکاران. ۱۳۹۰. فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (قدس سره).
۲۹. مطهری، مرتضی. ۱۳۷۷. مجموعه آثار. تهران: صدرا.
۳۰. مظفر، محمدرضا. ۱۳۷۴. اصول الفقه قم: اسماعیلیان. چاپ هفتم.
۳۱. _____ . ۱۴۲۰ ق، المنطق. قم: دارالفکر.
۳۲. معلمی، حسن. ۱۳۸۴. فلسفه اخلاق. قم: مرکز جهانی علوم اسلامی.
۳۳. مکارم، ناصر. ۱۴۱۱ ق، القواعد الفقهیة. قم: مدرسة الإمام علی بن أبی طالب (علیه السلام). چاپ سوم.
۳۴. _____ . ۱۳۹۰. ترجمه قرآن کریم. قم: مدرسة الإمام علی بن أبی طالب (علیه السلام). چاپ ششم.
۳۵. مکناوتن، دیوید. بصیرت اخلاقی. ترجمه محمود فتحعلی. ۱۳۸۰. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (قدس سره).
۳۶. وان، کارن ایورسن. علم اقتصاد اتریشی. ترجمه غلامرضا آزاد (ارمکی) و امیر آزاد (ارمکی). ۱۳۸۵. تهران: نشر نی.
۳۷. وینچ، پیتر. ایده علم اجتماعی و پیوند آن با فلسفه. ترجمه زیرنظر «سمت». ۱۳۸۶. تهران: سمت. چاپ دوم.
۳۸. هایک، فریدریش فون. قانون، قانون گذاری و آزادی. ترجمه مهشید معیری و موسی غنی نژاد. ۱۳۸۰. تهران: طرح نو.