


The Impact of Philosophical Foundations of Allameh Tabatabaei's Attitude on the Formation of the Theory of Muslim Consumer Behavior

✉ **Alemdad Haidari**  / PhD in Economic Sciences, Islamic Economics, Al-Mustafa International University, Institute of Higher Education in the Humanities haidari1154901@gmail.com

Mohammad Saeed Panahi Boroujerdi / Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics, Allameh Tabatabaei University ms_panahi@atu.ac.ir

Ali Jaberi / Assistant Professor, Department of Economics, Imam Khomeini Education and Research Institute ali_jaberi2@yahoo.com

Received: 2025/10/17 - Accepted: 2025/12/08

Abstract

The theory of consumer behavior is based on philosophical principles. In this article, we will use an analytical method to examine the impact of Allameh Tabatabaei's philosophical principles on the theory of Muslim consumer behavior. Based on the research findings, Allameh Tabatabaei's philosophical principles in the form of his view on desires, theoretical and practical reason can be effective as a basis and premise on the theory of Muslim consumer behavior. Based on the research findings, Allameh Tabatabaei, citing verses from the Quran, proposes two guidance for the pious from the aspects of nature and the Quran. He also believes that theoretical reason is potential at the beginning of every human being's existence, and practical reason is actual. Practical reason receives the premises of its ruling from lust and anger and does not allow theoretical reason to become actual. Religion rushes with the help of theoretical reason and Meaning: Religion is in accordance with nature. Accordingly, according to the level of development of theoretical and practical power, there are levels of utilitarianism in individuals; as theoretical and practical power is strengthened in individuals, utilitarianism is weakened and more income is allocated to otherworldly uses. On the contrary, as theoretical and practical power is weakened, utilitarianism is strengthened and more income is allocated to worldly uses.

Keywords: Islamic economics, consumer behavior theory, Allameh Tabataba'i, religious rationality, economic man

JEL Classification: B41, D11, P4

تأثیر مبانی فلسفی نگرش علامه طباطبائی در شکل‌گیری نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

محمدصادق حیدری  / دکتری علوم اقتصادی گرایش اقتصاد اسلامی دانشگاه بین‌المللی المصطفی، مؤسسه آموزش عالی علوم انسانی

haidari1154901@gmail.com

ms_panahi@atu.ac.ir

ali_jaberi2@yahoo.com

محمدسعید پناهی بروجردی / استادیار گروه اقتصاد دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

علی جابری / استادیار گروه اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام

دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۲۵ - پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۷

چکیده

نظریه رفتار مصرف‌کننده مبتنی بر مبانی فلسفی شکل می‌گیرد. در این مقاله با استفاده از روش تحلیلی به بررسی تأثیر مبانی فلسفی علامه طباطبائی بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان می‌پردازیم. بر اساس یافته‌های پژوهش، مبانی فلسفی علامه طباطبائی در قالب دیدگاه ایشان نسبت به امیال، عقل نظری و عملی می‌تواند به‌عنوان مبنا و پیش‌فرض بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان مؤثر باشد. بر اساس یافته‌های پژوهش، علامه طباطبائی با استناد به آیات قرآن، برای متقین دو هدایت از ناحیه فطرت و قرآن مطرح می‌کنند. همچنین به اعتقاد ایشان عقل نظری در آغاز وجود هر انسان بالقوه است و عقل عملی فعلیت دارد. عقل عملی مقدمات حکم خود را از شهوت و غضب دریافت می‌کند و نمی‌گذارد عقل نظری فعلیت پیدا کند. دین به کمک عقل نظری می‌شتابد و به این معنا دین موافق فطرت است. بر این اساس، با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی، منفعت‌طلبی در افراد مراتب دارد؛ هرچه قوه نظری و عملی در افراد تقویت شود منفعت‌طلبی تضعیف می‌شود و درآمد بیشتر به مصارف اخروی اختصاص پیدا می‌کند. در مقابل، هرچه قوه نظری و عملی تضعیف شود، منفعت‌طلبی تقویت می‌شود و درآمد بیشتری به مصارف دنیایی اختصاص پیدا می‌کند.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد اسلامی، نظریه رفتار مصرف‌کننده، علامه طباطبائی، عقلانیت دینی، انسان اقتصادی.

مقدمه

در این پژوهش برآنیم که نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان را بر مبنای مبانی و پیش‌فرض‌های نگرش علامه طباطبائی تبیین کنیم. علامه طباطبائی در تفسیر آیه اول سوره بقره به این نکته اشاره می‌کند که متقین دارای دو هدایت هستند: هدایت اول از ناحیه فطرت و هدایت دوم از ناحیه قرآن است. به اعتقاد ایشان عقل نظری در صورتی که با فطرت سالم همراه باشد، بدیهیات اولیه را درک می‌کند و به شناخت‌های درست دست پیدا می‌کند. به اعتقاد ایشان ضرورت وجود خدا، ضرورت وجود پیامبر و ضرورت وجود روز آخرت جزء بدیهیات اولیه است که عقل نظری همراه با فطرت سالم آنها را درک می‌کند. بر این اساس در صورتی که عقل نظری با فطرت سالم همراه باشد، به هدایت اول که درک بدیهیات اولیه است، دست پیدا می‌کند و در نتیجه از هدایت دوم که از ناحیه قرآن است نیز برخوردار می‌شود. همچنین ایشان در تفسیر آیه ۲۱۳ سوره بقره به این نکته اشاره می‌کند که عقل نظری در آغاز وجود هر انسانی بالقوه است و عقل عملی که مقدمات حکم خویش را از احساسات باطنی (شهوت و غضب) دریافت می‌کند فعلیت دارد و عقل عملی نمی‌گذارد عقل نظری فعلیت پیدا کند؛ در نتیجه دین به کمک عقل نظری می‌شتابد و معنی اینکه گفته می‌شود دین موافق فطرت است نیز همین می‌باشد.

بنابراین اگر عقل نظری در مسیر فطرت حرکت کند به شناخت‌های درست دست پیدا می‌کند و معارف و حیانی را که مطابق فطرت است می‌پذیرد. در صورتی که عقل عملی تابع عقل نظری و معارف و حیانی باشد، عقلانیت حاکم بر رفتار انسان عقلانیت دینی و در صورتی که تابع شهوت و غضب باشد، عقلانیت حاکم بر رفتار انسان عقلانیت ابزاری خواهد بود. میزان تبعیت عقل عملی از شهوت و غضب در انسان‌ها مراتب دارد و با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی در افراد شدت و ضعف پیدا می‌کند. هدف از ارسال رسل و انزال کتب نیز تربیت قوه نظری و عملی افراد بوده است که در قرآن تحت عنوان تعلیم و تزکیه یاد شده و نتیجه آن ایمان و عمل صالح است. از آنجایی که نظریه علمی از سه عنصر مبانی و پیش‌فرض‌ها، روابط بین متغیرها و پیش‌بینی تشکیل می‌شود، در این پژوهش ابتدا مفاهیمی که به عنوان مبانی و پیش‌فرض‌های نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان مورد استفاده قرار می‌گیرد - نظیر عقلانیت دینی، عقلانیت ابزاری، انسان اقتصادی و تعامل‌گرایی - بر مبنای نگرش علامه طباطبائی مطرح می‌شود و در نهایت با استفاده از روش فرضیه‌ای قیاسی نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان بر مبنای مبانی و پیش‌فرض‌های فوق تبیین می‌گردد. در این پژوهش ما به این نتیجه دست یافتیم که با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی، منفعت‌طلبی در افراد مراتب دارد؛ هرچه قوه نظری و عملی در افراد تقویت شود، منفعت‌طلبی تضعیف و هرچه قوه نظری و عملی تضعیف شود، منفعت‌طلبی تقویت خواهد شد.

پیشینه پژوهش

با توجه به تفاوت آشکار و عدم سازگاری مبانی انسان‌شناختی و نظام ارزشی مکتب سرمایه‌داری با مبانی و آموزه‌های اسلامی، اقتصاددانان مسلمان مبانی و مفروضات نظریه‌های رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف را قابل تعمیم به فرد مسلمان ندانسته‌اند و تلاش کرده‌اند تا برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان، چارچوب متناسب با ارزش‌های اسلامی ارائه کنند. در این راستا برخی از اقتصاددانان مسلمان اصل موضوعه پیشینه‌سازی مطلوبیت را با وارد کردن احکام و محدودیت‌های اسلامی بازسازی کرده‌اند. به‌عنوان نمونه انس زرقا معتقد است که یکی از تفاوت‌های ساختاری میان انسان اقتصادی غربی و انسان اقتصادی اسلامی آن است که تابع مطلوبیت دومی دارای متغیر جدیدی است موسوم به پاداش و جزا در آخرت (Zarqa, 1992; 1976). اسد زمان نیز برای ترسیم تابع مطلوبیت مسلمان چهار اصل موضوعی را مطرح کرده و مواردی از ارزش‌های اسلامی مانند رفتار نوع‌دوستانه، اشباع‌پذیری مصرف، تفاوت میان نیازهای اساسی و غیراساسی را در تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان وارد می‌کند (Zaman, 1987). توتونچیان با استفاده از اصل موضوعه مطلوبیت مفاهیم انفاق، اسراف، تبذیر و حد کفاف، مصرف را تجزیه‌وتحلیل کرده است (توتونچیان، ۱۳۶۳). برخی دیگر از اقتصاددانان مسلمان با رد اصل موضوعه مطلوبیت، اصول موضوعه دیگری را مطرح کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، نجات‌الله صدیقی و منذر قحف معیار و منطق انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را باتقوا بودن و تطابق بیشتر رفتار با ضوابط شرعی می‌دانند. منذر قحف به تبعیت از نجات‌الله صدیقی معتقد است که موفقیت در باتقوا بودن است و هر قدر رفتار فرد تطابق بیشتری با استانداردهای اخلاقی داشته باشد و درستکاری وی در سطح بالاتری قرار گیرد، وی موفق‌تر است (Kahf, 1981; Siddiqi, 1992; 1996). از دیدگاه اقتصاددانان مذکور مطلوبیت فرد تربیت‌شده مکتب اسلام در گرو پیروی از احکام شرع است. به اعتقاد منذر قحف لذت بردن از مصرف کالاها و خدمات چون اطاعت از اوامر الهی شمرده می‌شود فضیلت است (Kahf, 1981; Siddiqi, 1992; 1996). فهیم خان نیز انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را دارای چهار مرحله می‌داند: مرحله اول، انتخاب بین تخصیص درآمد به نیازهای دنیایی و انفاق فی سبیل‌الله است؛ مرحله دوم، انتخاب بین مصارف حال و آینده؛ مرحله سوم، انتخاب بین سطوح گوناگون نیازهای مصرفی حال؛ مرحله چهارم، انتخاب بین گزینه‌های مختلف از سید کالاهای مصرفی می‌باشد. به اعتقاد وی نظریه رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف فاقد تبیین در دو مرحله نخست است و نظریه رفتار مصرف‌کننده غربی مربوط به مرحله سوم می‌شود که نوبت تصمیم‌گیری در فضای انتخاب کالا می‌رسد. وی معیار انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را رعایت اعتدال و توازن معرفی می‌کند؛ درحالی که در اقتصاد سرمایه‌داری انتخاب بر مبنای حداکثرسازی مطلوبیت با توجه به قید بودجه صورت می‌گیرد. وی «نیازها» را

به‌عنوان جایگزین مطلوبیت مطرح می‌کند و نیازهای زندگی انسان را به پنج نوع (لوازم حفظ دین، نفس، عقل، نسل و مال) و سه سطح (ضروریات، حاجیات و تحسنیات) تقسیم می‌کند. به اعتقاد ایشان درحالی که خواسته‌ها به‌واسطه مفهوم مطلوبیت معین می‌شود، ولی نیاز که یک دیدگاه اسلامی است به‌وسیله مفهوم مصلحت تعیین می‌گردد. وی همچنین تصریح می‌کند که مطلوبیت یک امر ذهنی است که به امیال ذهنی افراد وابسته است، ولی مصلحت درحالی که یک مفهوم ذهنی است به امیال ذهنی افراد وابسته نیست؛ چون معیارهای مصلحت از ناحیه شریعت تعیین می‌شود (Khan, 1984; 1992; 1995; 2002).

مقالات دیگری نیز در این زمینه نگاشته شده که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

محمد اکرم خان نیز در مقاله‌ای مصرف را دارای چهار بعد اعتدال، اسراف، تبذیر و بخل می‌داند و معتقد است که ابعاد مختلف مصرف با توجه به طبقات مختلف اجتماعی ممکن است معانی مختلف پیدا کند. همچنین ایشان خاطر نشان می‌کند رفتارهای مصرفی در بسترهای مختلف فردی، اجتماعی و عمومی رخ می‌دهد. در نهایت ایشان میل نهایی به مصرف را بسط می‌دهد و میل نهایی به اعتدال، میل نهایی به اسراف، میل نهایی به تبذیر و میل نهایی به بخل را معرفی می‌کند (M Fahim Khan, 2020). فرح یاسر هم در مقاله‌ای به بررسی رفتار مصرف‌کننده از دیدگاه اسلامی پرداخته است. وی تلاش می‌کند نشان دهد که اصول اسلامی تا چه اندازه در رفتار مصرف‌کنندگان تأثیرگذار است و چه جایگاهی در انتخاب‌ها و تصمیم‌های اقتصادی آنان دارد. این مطالعه با استفاده از روش‌های تحقیق تجربی صورت گرفته و داده‌ها از طریق ابزارهای آماری تحلیل شده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که قوانین شریعت، مفاهیم اخلاقی و ملاحظات دینی نقش قابل توجهی در شکل‌دهی الگوهای مصرفی افراد مسلمان دارند و مصرف‌کنندگان در انتخاب کالاها و خدمات، ملاحظات اسلامی همچون حلال بودن، ساده‌زیستی و دوری از اسراف را در نظر می‌گیرند (Yasser, 2017). شلحین نیز در مطالعه‌ای درباره رفتار مصرف‌کننده مسلمان به این نتیجه دست یافته است که رفتار مصرف‌کننده مسلمان با عقلانیت اسلامی مطابقت دارد و آگاهی بالا نسبت به ارزش‌ها و اخلاق اسلامی موجب تعهد به مصرف محصولات حلال می‌شود (Sholihin, 2023). سیدکاظم صدر نیز معیار انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را بیشینه کردن رضایت یا محبت خداوند می‌داند. منظور وی از حب، محبت فرد تربیت‌شده تحت آموزه‌های اسلام است که در اثر این تربیت فرد به کالاهای حرام و مکروه محبتی نشان نمی‌دهد و در واقع محبت او به کالاهای منحصر است که مصرف آنها موجب رضایت پروردگار می‌شود (صدر، ۱۳۷۵). سیدمحمدکاظم رجائی نیز در بررسی منطق فعالیت‌های اقتصادی از دیدگاه علامه طباطبائی، لذت‌ها را به لذت‌های فکری مطابق با فطرت، فکری مخالف با فطرت و موافق هواهای نفسانی تقسیم می‌کند و نتیجه می‌گیرد که لذت‌های نوع اول و دوم موافق با فطرت

و سازگار با هدایت تشریحی می‌باشد و لذت‌های نوع سوم منشأ اختلاف و استخدام انسان‌ها توسط یکدیگر می‌گردد (رجائی، ۱۳۹۵). رضا اکبریان و غلامحسین محمودی نیز رفتار مصرف‌کننده را در اقتصاد اسلامی مورد بررسی قرار داده‌اند و به این نتیجه دست یافته‌اند که هدف مصرف‌کننده در جامعه اسلامی حداکثر کردن رضایت خداوند است (اکبریان و محمودی، ۱۳۹۴). حسن اعمی بنده قرایی نیز در بررسی تئوریک نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان، متفاوت بودن خط بودجه مصرف‌کننده مسلمان و غیرمسلمان، کوچک بودن سبد کالای مسلمان نسبت به غیرمسلمان و ثابت بودن و کاهشی نبودن مطلوبیت نهایی مخارج روی کارهای نیک را نتیجه گرفته است (اعمی بنده قرایی، ۱۴۰۱) محمدحسین کرمی نیز در کتابی تحت عنوان *اقتصاد خرد با رویکرد انتقادی بر اساس نگرش اسلامی*، در پنج بخش و سیزده فصل نظریه رفتار مصرف‌کننده، تولیدکننده و تخصیص منابع را از دیدگاه اقتصاد اسلامی و غربی مورد بررسی قرار داده است (کرمی، ۱۳۹۶).

مفاهیم محوری در مبانی فلسفی علامه طباطبائی ناظر به نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

در این پژوهش به بررسی تأثیر مبانی فلسفی علامه طباطبائی بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان می‌پردازیم. منظور از مبانی فلسفی نگرش علامه طباطبائی مطالبی است که ایشان در تفسیر بعضی آیات در رابطه با ماهیت، طبیعت، ساحت‌های معرفتی انسان و ماهیت و هستی جامعه بیان کرد است. بنابراین ابتدا به توضیح بعضی مفاهیمی نظیر عقل نظری، عقل عملی و فطرت پرداخته می‌شود و در ادامه عقلانیت دینی، عقلانیت ابزاری، انسان اقتصادی و تعامل‌گرایی بیان می‌گردد و در نهایت به تبیین نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان بر مبنای فروض فوق پرداخته می‌شود.

عقل نظری و عقل عملی: عقل همان نیروی است که کلیات را درک می‌کند و به‌واسطه آن انسان توان ساختن و کشف قوانین عقلی را پیدا می‌کند (غزالی، ۱۴۱۷ق، ص ۲۸). در یک تقسیم‌بندی، فلاسفه عقل را به عقل نظری و عقل عملی تقسیم می‌کنند. عقل نظری همان نیروی درک‌کننده کلیات است، اما از آن جهت که هست‌ها را درک می‌کند عقل نظری گفته می‌شود (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۸، ص ۵۱-۵۵). عقل عملی نیز همان نیروی درک‌کننده کلیات است، ولی اموری را درک می‌کند که مربوط به افعال اختیاری ما می‌شود، مثل اینکه عدالت خوب است و ظلم بد است (مظفر، ۱۹۹۰، ج ۲، ص ۱۱۳).

فطرت: «فطر» به معنی ابتدا و اختراع است و «فطره» به معنی نوع آفرینش است (مطهری، ۱۳۸۸، ج ۳، ص ۴۵۰-۴۵۷). کلمه فطرت در قرآن در مورد رابطه انسان با دین به کار رفته است؛ یعنی انسان به‌گونه‌ای آفریده شده است که آمادگی پذیرش دین را دارد و اگر به حال خودش واگذار شود و تحت هیچ‌گونه تعلیم و تعلم قرار نگیرد، فطرتش او را به‌سوی توحید هدایت می‌کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۰، ص ۴۴۴).

۱. تأثیر مبانی فلسفی نگرش علامه طباطبائی بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

۱-۱. تأثیر مبانی معرفت‌شناختی نگرش علامه طباطبائی بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

بر اساس معرفت‌شناسی اسلامی فرایند شناخت از بدیهیات آغاز می‌شود و به بدیهیات ختم می‌شود؛ چون انکار نظریات مستنتج از بدیهیات به انکار بدیهیات می‌انجامد و کسی که واجب‌الوجود را انکار می‌کند درحقیقت استحاله دور و تسلسل را انکار می‌کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۵، ص ۵۰۸-۵۱۰). اما طبق دیدگاه علامه طباطبائی تمام علوم انسان، اعم از علمی که از طریق حواس یا از راه فکر و استدلال حاصل می‌شود و علوم عملی که انسان آنها را برای رفع حوائج زندگی اعتبار کرده است، «الهام الهی» است که بدون واسطه یا به‌واسطه ابزار و ادواتی که خداوند در اختیار انسان قرار داده است به انسان الهام می‌شود (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۵، ص ۵۰۸-۵۱۰).

بنابراین از آنجای که همه علوم از جانب خداوند به انسان الهام می‌شود، برای اینکه این الهام صورت بگیرد، باید عقل انسان با فطرت سالم و تقوای دینی همراه باشد. اگر عقل انسان با فطرت سالم و تقوای دینی همراه نباشد، این الهام صورت نمی‌گیرد؛ یعنی عقل نظری به شناخت‌های درست دست نمی‌یابد (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۵، ص ۵۰۸-۵۱۰).

علامه طباطبائی در تفسیر آیات اول سوره بقره (۱ و ۲) که ایمان به غیب، اقامه نماز، انفاق، ایمان به رسولان و کتاب‌های قبلی و یقین به آخرت را جزء صفات متقین می‌داند، معتقدند که متقین به‌واسطه هدایت اولی که از سلامت فطرت آنها ناشی می‌شود، به این صفات دست یافته‌اند و قرآن هدایتی دوم است که به هدایت اولشان افزوده می‌شود. به عبارت دیگر، متقین دو هدایت دارند: هدایت اول که از سلامت فطرت آنها ناشی شده است و به‌واسطه آن، آنها به صفات مذکور دست یافته‌اند؛ و هدایت دوم که قرآن است (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱، ص ۷۰). به اعتقاد ایشان هدایتی را که متقین به‌واسطه سلامت فطرتشان به آن دست یافته‌اند، درحقیقت همان درک بدیهیات است که عقل به کمک فطرت سالم به شناخت آنها راه یافته است و از طریق درک بدیهیات اولیه به صفات مذکور دست یافته است. بارزترین مصداق بدیهیات اولیه نیز تعلق و وابستگی وجودی ممکنات به ذات واجب است که با علم حضوری درک می‌شود و اگر انسان به فطرت انسانی خویش مراجعه کند، در خواهد یافت که او و تمام موجودات عالم فقیر و نیازمند هستند و باید یک موجود بی‌نیاز باشد که نیازمندی آنها را برآورده کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱، ص ۷۱-۷۲). بنابراین با توجه به رابطه عقل، دین و فطرت، در ادامه کارکرد عقل نظری، عقل عملی و فطرت بیان می‌گردد، و بر مبنای رابطه عقل، دین و فطرت، عقلانیت دینی و عقلانیت ابزاری بیان می‌شود تا در تبیین نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان مورد استفاده قرار بگیرد.

۱-۱-۱. کارکرد عقل نظری

با توجه به مطالب قبل می‌توان گفت عقل نظری مدرک حقایق است؛ یعنی هستی و حقیقت اشیا را درک می‌کند

و کارکرد عقل نظری نیز درک حقایق و شناخت حقیقت و هستی اشیاست، اما عقل نظری در صورتی به شناخت‌های صحیح دست می‌یابد که به مقتضای فطرت به فعلیت رسیده باشد و در سایه تقوای دینی عمل کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۵، ص ۵۰۸-۵۱۰).

۱-۱-۲. کارکرد فطرت

فطرت، نحوه خلقت و آفرینش هر موجود است که او را به سوی کمال هدایت می‌کند. بنابراین هر موجودی، اگر به مقتضای فطرتش عمل کند، به کمال می‌رسد (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۶، ص ۲۸۱). علامه معتقد است که وجود خداوند و نیاز به پیامبر، جزء بدیهیات است که عقل با سلامت فطرت آنها را درک می‌کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۶، ص ۲۸۰). پس از مباحث فوق نتیجه می‌گیریم که بدیهیات اولیه هدایت اول است که عقل با سلامت فطرت آنها را درک می‌کند و در صورتی که عقل با سلامت فطرت همراه نباشد، بدیهیات اولیه را درک نمی‌کند؛ در نتیجه به هدایت اول دست نمی‌یابد و وقتی به هدایت اول دست نیافت، به هدایت دوم که توسط قرآن صورت می‌گیرد نیز دست نمی‌یابد. بنابراین عقل نظری در صورتی شناخت درست ارائه می‌کند که همراه با سلامت فطرت و تقوای دینی باشد.

۱-۱-۳. کارکرد عقل عملی

به اعتقاد علامه طباطبائی، طبیعت در وجود هر موجود زنده، جهازاتی را کار گذاشته و این جهازات، اقتضائاتی دارد که در اثر این اقتضائات، قوای فعاله، احساسات و امیالی را پدید می‌آورد و این احساسات باعث می‌شود ما تصورات و تصدیقاتی را اعتبار کنیم، آنگاه آن تصورات و تصدیقات را میان خود و ماده خارجی واسطه قرار دهیم، و عملی بر طبق آن انجام دهیم تا غرض ما حاصل شود (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۲، ص ۱۷۱).

علامه معتقد است که هرگاه خالی‌الذهن در احوال انسان نظر کنیم خواهیم دید که بین او و کارهای حیاتی‌اش به اندازه فکر و ادراک واسطه شده است که کثرت آن ما را به دهشت می‌اندازد (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۲، ص ۱۷۳). بر این اساس هرگاه از عقل در جهت تأمین حوائج زندگی دنیایی استفاده شود، عقل به کمک شهوت و غضب دست به اعتبار تصورات و تصدیقاتی می‌زند که ماهیت اعتباری دارد و اثر حقیقی بر آنها مترتب می‌شود؛ مثل ریاست و مرئوسیت.

علامه معتقد است خداوند انسان را مجهز به نیروی عقل نموده و همه موجودات را مسخر او گردانیده تا در آنها تصرف کند و به کمال برسد. انسان نیز به مقتضای فطرتش از عقلش استفاده می‌کند و سایر موجودات را در خدمت می‌گیرد تا به خواسته‌ها و علایقش برسد، چه آن موجود بی‌جان باشد یا جاندار باشد، یا حتی از نوع خودش باشد. انسان در صورتی همه خواسته‌ها و حوائجش تأمین می‌شود و به کمال می‌رسد که به صورت اجتماعی زندگی کند؛ چون انسان استخدام‌گر است و به تنهایی به همه خواسته‌ها و حوائجش دست نمی‌یابد،

بلکه تنها در اجتماع به همه خواسته‌ها و حوائجش دست می‌یابد؛ لذا به زندگی اجتماعی تن می‌دهد. در اجتماع چون همه انسان‌ها به عقل عملی مجهز و استخدام‌گرند، لذا کشمکش و نزاع پدید می‌آید، و این کشمکش و نزاع در سایه قانون فروکش می‌کند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۰، ص ۳۸۰).

پس کارکرد عقل عملی این است که به کمک شهوت و غضب ادراکاتی را پدید می‌آورد که ماهیت اعتباری و با توجه به غایت و هدفی که در اعتبار آنها منظور شده است، اثر حقیقی دارد. همچنین همین عقل عملی است که انسان را وادار می‌کند که برای رسیدن به خواسته‌ها و حوائجش همه چیز را به خدمت بگیرد و ابزارآلات اختراع کند. بدین‌سان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد و قانون پدید می‌آید. قانون نیز یا از عقل بشر نشئت می‌گیرد که در این صورت انسان را به سعادت خیالی، یعنی سعادت و کمالی که واضعان قانون تصور کرده‌اند می‌رساند، یا از ناحیه خداوند است که در این صورت انسان را به سعادت حقیقی می‌رساند (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۰، ص ۳۸۹).

۴-۱-۱. کارکرد احساسات فطری

احساسات فطری منشأ جلب منفعت و دفع ضرر هستند که از این طریق زمینه بقا و دوام انسان را فراهم می‌کند و انسان را به طرف کمال هدایت می‌کند. علامه معتقد است که طبیعت موجودات زنده را به ابزار و قوای مجهز نموده است که حوائج آن موجود را برطرف می‌کند. اگر آن‌گونه که باید از آن ابزار و قوا استفاده کند، به کمال می‌رسد. انسان را نیز به ابزار و قوای مجهز نموده است که اگر آن‌گونه که باید از آن ابزار و قوا استفاده کند، به کمال می‌رسد؛ مثلاً طبیعت، جهاز تغذیه، قوه تغذیه، جهاز تناسل و قوه تولیدمثل را در وجود انسان کار گذاشته است که اگر آن‌گونه که باید از این ابزار و قوا استفاده کند، به کمال می‌رسد. کارکرد این ابزار و قوا این است که این ابزار و قوا، امیالی را در ما پدید می‌آورد؛ در نتیجه احساساتی در ما پدید می‌آید که سبب می‌شود اندیشه‌های اعتباری را پدید آوریم تا بین ما و کارهای ما واسطه قرار گیرد که از این طریق به خواسته‌های خود برسیم. اما این احساسات فطری به تنهایی کافی نیست؛ زیرا این احساسات فطری سبب درگیری و اختلاف می‌شود؛ لذا علامه معتقد است که این جهازات تکوینی که در وجود انسان کار گذاشته شده است، هر کدام مقتضی قضایای عملی است که از ناحیه شریعت به ما رسیده است (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱۶، ص ۳۸۹).

۵-۱-۱. رابطه عقل دین و فطرت در علوم نظری

فطرت به معنای نحوه آفرینش است و فطریات به بینش‌ها و گرایش‌های فطری تقسیم می‌شود. بینش فطری به این معناست که انسان این‌گونه آفریده شده است که اگر در مسیر با مانعی برخورد نکند، خدانشناس بار می‌آید. قبلاً متذکر شدیم که احساس نیازمندی همه موجودات به یک موجودی که نیازمندی موجودات را برطرف کند،

همچون احساس نیاز به اصل وجود راهنما، درک ضرورت روز واپسین، مسائلی است که عقل با سلامت فطرت به سادگی درک می‌کند. اگر کسی در این مسائل تردید می‌کند، معلوم است که از سلامت فطرت برخوردار نیست. پس عقل با سلامت فطرت بدیهیات را درک می‌کند؛ یعنی اصل نیاز موجودات به یک موجود بی‌نیاز، اصل نیاز انسان‌ها به وجود راهنما، اصل ضرورت روز واپسین را درک می‌کند؛ در نتیجه دین‌دار می‌شود. اما کسی که فطرتش تباه شده است، بدیهیات را درک نمی‌کند؛ در نتیجه وقتی دین بر او عرضه می‌شود، نمی‌پذیرد (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۱، ص ۷۱).

۱-۱-۶. رابطه عقل، دین و فطرت در علوم عملی

همان‌گونه که عقل نظری در صورتی به ادراک صحیح دست پیدا می‌کند که همراه با فطرت سالم و تقوای دینی باشد، در حوزه عمل نیز عقل در صورتی منشأ احکام و علوم عملی صحیح (علوم عملی که سعادت و کمال حقیقی انسان را تأمین کند) قرار می‌گیرد که متکی بر ادراکات نظری مطابق با واقع و وحی باشد. ادراکات نظری مطابق با واقع نیز از عقل همراه با سلامت فطرت و تقوای دینی حاصل می‌شود. هدف عقل نظری رسیدن به ادراکات مطابق با واقع است، و این در صورتی حاصل می‌شود که عقل همراه با فطرت سالم و تقوای دینی باشد. هدف عقل عملی رسیدن به قضایای عملی است که سعادت و کمال انسان را تأمین کند. عقل عملی در صورتی به این هدف نائل می‌شود که متکی بر ادراکات نظری مطابق با واقع و وحی باشد.

۱-۱-۷. عقلانیت دینی

عقلانیت می‌تواند به معنای عقلانیت معرفت‌های عقلی باشد و یا به معنای عقلانیت احکام عقل. در بحث فعلی می‌خواهیم عقلانیت «معرفت‌های عقلی» و «عقلانیت احکام عقل» را بر مبنای رابطه عقل، دین و فطرت بررسی کنیم. بر مبنای رابطه عقل، دین و فطرت، معرفت‌های عقلی در صورت عقلانی است (مطابق با واقع است) که از عقل نظری، همراه با سلامت فطرت و تقوای دینی حاصل شده باشد. احکام عقل نیز در صورتی عقلانی است (کمال و سعادت انسان را حقیقتاً تأمین می‌کند نه خیالاً و وهماً) که از عقل عملی متکی بر ادراکات نظری مطابق با واقع و تابع وحی حاصل شده باشد. اگر عقل نظری با سلامت فطرت و تقوای دینی همراه نباشد، معرفت‌های عقلانی نیست؛ چراکه بدیهیات را درک نمی‌کند و دچار شکاکیت و پوچ‌گرایی می‌شود. عقل عملی نیز، اگر متکی بر ادراکات نظری مطابق با واقع و تابع وحی نباشد، به عقل ابزاری تبدیل می‌شود.

۱-۱-۸. عقلانیت ابزاری

از آنجایی که انسان از یک طرف مجهز به نیروی عقل است و از طرفی دیگر منفعت‌طلب است؛ یعنی احساسات فطری او را وادار می‌کند که از هر چیزی به نفع خودش استفاده کند تا به امیال و آرزوهایش برسد، برای تحقق

این هدف از عقل استفاده می‌کند. بر این اساس اگر عقل عملی متکی بر شناخت‌های نظری مطابق با واقع و تابع وحی نباشد، آنگاه از احساسات فطری، یعنی شهوت و غضب دستور می‌گیرد و در نتیجه عقلانیت حاکم بر رفتارش عقلانیت ابزاری خواهد بود. در عقلانیت ابزاری انتخاب هدف عقلانی نیست؛ زیرا عقل عملی بر ادراکات نظری مطابق با واقع متکی نیست، بلکه بر شکاکیت و پوچ‌گرایی متکی است؛ در نتیجه انتخاب هدف عاطفی است و تنها انتخاب وسیله می‌تواند عقلانی یا غیرعقلانی باشد. این نیز بدین جهت است که عقل عملی از شهوت و غضب دستور می‌گیرد. انسان اقتصادی، بارزترین مصداق عقلانیت ابزاری است. انسان اقتصادی از یک طرف حساس‌گر است، یعنی به نیروی فکر و اندیشه مجهز است و از طرف دیگر منفعت‌طلب است. از حساس‌گری‌اش استفاده می‌کند تا منفعتش را حداکثری کند (داودی، ۱۳۸۹، ج ۱، ص ۲۸). این انسان اقتصادی غرب است. اما انسان اقتصادی اسلامی به نیروی عقل مجهز و منفعت‌طلب است، اما عقل عملی‌اش متکی بر ادراکات نظری مطابق با واقع و تابع وحی است.

۱-۲. تأثیر مبانی انسان‌شناختی نگرش علامه طباطبائی در شکل‌گیری نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان
 به اعتقاد علامه طباطبائی انسان نوعی مستقل است که خداوند او را از خاک آفریده است (طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۱۱۲). همچنین ایشان معتقدند که انسان مرکب از روح و بدن است و مایه برتری انسان بر دیگر موجودات و منشأ ارزش‌های معنوی و الهی، عنصر روحانی انسان است. کسی که انسان را به جنبه مادی و زندگی دنیایی محدود می‌کند، سعادت را نیز سعادت مادی دیده و در فعالیت‌هایش هم هدفی جز کسب مال و مقام نخواهد داشت (طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۹، ص ۲۷۰).

همچنین یکی از امتیازات منحصر به فرد انسان نیروی عقل و اندیشه است که خداوند در وجود انسان به ودیعه گذاشته است. اگر از عقل در راستای شناخت حقایق هستی استفاده شود، عقل نظری و اگر در راستای تأمین حوائج زندگی فردی و اجتماعی استفاده شود، عقل عملی اطلاق می‌شود. به اعتقاد علامه طباطبائی عقل عملی مبدع ادراکات اعتباری است؛ ادراکاتی که ماهیت اعتباری دارند و به درد عمل می‌خورند و انسان این ادراکات را بین خود و کارهای حیاتی‌اش در زندگی فردی و اجتماعی واسطه قرار می‌دهد. اگر در احوالات انسان نظر افکنیم خواهیم دید که به قدری بین انسان و کارهای حیاتی‌اش این ادراکات واسطه قرار گرفته که انسان را به دهشت می‌اندازد. همچنین ایشان تصریح می‌کند که عقل نظری در آغاز وجود هر انسانی بالقوه است و عقل عملی که مقدمات حکم خود را از احساسات باطنی می‌گیرد فعلیت دارد. عقل عملی نمی‌گذارد که عقل نظری به فعلیت برسد. ایشان نتیجه می‌گیرد که عقل عملی تابع شهوت و غضب، انسان را از انسانیت دور می‌کند و به طرف حیوانیت سوق می‌دهد، دین به کمک عقل نظری می‌شتابد تا عقل نظری به فعلیت برسد (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۲، ص ۲۲۱-۲۲۴).

بنابراین عقل عملی در صورتی می‌تواند راهگشای انسان باشد که تابع وحی و عقل نظری باشد، یعنی تربیت شود. وظیفه انبیا نیز این بوده که عقل نظری را به فعلیت برساند و عقل عملی را تربیت کنند؛ چنانچه تعلیم و تزکیه در قرآن به‌عنوان هدف بعثت پیامبران ذکر شده است (بقره: ۱۲۹ و ۱۵۱؛ آل عمران: ۱۶۴؛ جمعه: ۲). می‌توان گفت تعلیم با تربیت قوه نظری و تزکیه با تربیت قوه عملی حاصل می‌شود و نتیجه آن ایمان و عمل صالح است. پس انسان اقتصادی اسلامی به مقتضای طبیعت‌اش به دنبال جلب منفعت و دفع ضرر است، اما با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی منفعت‌طلبی در افراد مراتب دارد و شدت و ضعف پیدا می‌کند؛ هرچه قوه نظری و عملی بیشتر تکامل پیدا کند، منفعت‌طلبی کمتر و هرچه قوه نظری و عملی کمتر تکامل پیدا کند، منفعت‌طلبی بیشتر خواهد شد.

۳-۱. تأثیر مبنای جامعه‌شناختی نگرش علامه طباطبائی بر نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

از نظر علامه طباطبائی انسان مدنی بالطبع به طبع ثانوی است؛ چون طبع اولی انسان استخدام است و در اثر استخدام اجتماع شکل می‌گیرد (طباطبائی، ۱۳۹۰، ص ۳۱۹-۳۲۲)؛ یعنی فطرت انسان، از طرفی به استخدام و بهره‌کشی از دیگران و از طرفی به زندگی گروهی و اجتماعی حکم می‌کند، و این تنافی بین دو حکم فطری (نفع‌طلبی انسان او را به اختلاف و بهره‌کشی سوق می‌دهد؛ درحالی که طبیعت اجتماعی او وی را به هم‌زیستی با دیگران جهت می‌دهد) را خداوند متعال با ارسال رسولان و فرستادن کتب آسمانی بین مردم حکم کرده و تنافی این دو امر فطری را حل کرده است (طباطبائی ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۱۱۶-۱۱۷). با اینکه هر فرد انسان فطرتاً اجتماعی است، ولی نخستین اجتماعی که در تاریخ بشر شکل گرفته، اجتماع خانوادگی بوده که بر مبنای تناسل شکل گرفته و با مرور زمان پیچیده‌تر شده و به‌صورت اجتماع فامیلی و قبیله‌ای و ملت درآمده است (طباطبائی، ۱۳۸۹، ص ۴۸-۵۱). برای اینکه این اجتماعی که بر مبنای استخدام شکل گرفته تعاونی باشد و همه از همه بهره‌مند شوند؛ یعنی هرکس از دیگری به مقداری که آن دیگری از او بهره‌مند می‌شود، بهره‌مند شود، بشر ناچار است به قانون عدل اجتماعی تن دردهد؛ بنابراین عدالت اجتماعی چیزی است که بشر در پذیرفتن آن ناچار است (طباطبائی، ۱۳۶۴، ج ۲، ص ۱۳۶۷).

اسلام دین فطری و اجتماعی است. فطرت به معنای آفرینش و اجتماع به معنای همبستگی و ائتلاف است. آفرینش دستگاهی به‌هم‌پیوسته است. با توجه به یکی بودن معنای فطرت و اجتماع می‌توان گفت فطرت و اجتماع قرین و لازم و ملزوم همدیگر بوده و از هم تفکیک‌پذیر نیستند؛ پس لابد دین فطری اجتماعی هم خواهد بود. نه‌تنها اسلام یک دین اجتماعی است، بلکه اهمیت ویژه برای جامعه قائل است؛ چنانچه بسیاری احکامش را روی جامعه پایه‌ریزی نموده و آن را مستقلاً مورد خطاب قرار داده، و مستحق جزا و پاداش و دارای حیات و

معات می‌داند، و برای جامعه حقیقتی جداگانه از تک‌تک افراد قائل است که دارای احکام و خواص جداگانه است. در عین حال از فرد نیز چشم‌پوشی نمی‌کند، بلکه افراد صالح تربیت نموده و در ساختن جامعه صالحه به کار می‌برد، و جامعه در حالی که از افراد ساخته شده دارای صورت و هیئت و موجودیت مستقل از افراد می‌باشد (طباطبائی، ۱۳۸۹، ۲۷-۲۹). مطابق دیدگاه علامه طباطبائی اولاً جامعه از وجود عینی و وحدت حقیقی برخوردار است؛ یعنی شخصیت مستقل و جداگانه از افراد دارد و رابطه فرد و جامعه رابطه حقیقی است. گواه این مطلب نیز آیاتی از قرآن است که پاداش و کیفر، زندگی و مرگ، را به جامعه نسبت داده‌اند؛ ثانیاً رابطه حقیقی فرد و جامعه سبب می‌شود که جامعه دارای آثار و خواص نیرومندی باشد که نیروی جامعه بر نیروی فکر و شعور فرد غلبه کند، به حدی که فکر و شعور افراد را از آنها بگیرد؛ ثالثاً شخصیت جامعه پیوند وثیقی با تفکر اجتماعی دارد، یعنی در هر جامعه تفکر افراد با فکر جامعه هماهنگ است (کیاشمشکی، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۱۹۲).

با توجه به مطالب قبل باید متذکر شد که اقتصاد خرد متعارف مبتنی بر اصالت فرد است و رویکرد فردگرایی باعث شده در اقتصاد خرد متعارف از تأثیر نهادها و ساختارهای اجتماعی غفلت شود و تأثیر نهادها و ساختارهای اجتماعی بر رفتارهای اقتصادی افراد نادیده انگاشته شود، و این نقیصه باعث عدم کارایی تئوری‌ها اقتصاد کلاسیک و نئوکلاسیک در شرایط مختلف فرهنگی و اجتماعی و عدم موفقیت آنها در کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته گردیده است. از طرف دیگر در رویکرد سوسیالیستی بر تأثیر ساختارها و نهادها تأکید می‌شود و تأثیر کنش‌های فردی نادیده گرفته می‌شود. اما رویکرد درست رویکرد تعامل‌گرایی است که علاوه بر تأثیر متقابل کنش‌های فردی و ساختارها و نهادهای اجتماعی بر یکدیگر تأثیر متقابل کنش‌های افراد را بر یکدیگر نیز در نظر می‌گیرد. رویکرد اجتماعی که علامه طباطبائی مطرح می‌کند به رویکرد تعامل‌گرایی نزدیک است؛ چراکه علاوه بر تأثیر متقابل کنش‌های افراد و ساختارها و نهادهای اجتماعی از تأثیر متقابل کنش‌های افراد بر یکدیگر نیز غفلت نمی‌کند.

۲-۱. تبیین نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان با استفاده از مبانی فلسفی نگرش علامه طباطبائی

تا کنون با استفاده از مبانی فلسفی نگرش علامه طباطبائی به تبیین مبانی و مفروضات نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان، یعنی عقلانیت دینی، انسان اقتصادی و تعامل‌گرایی پرداختیم. بنابراین بر مبنای نگرش علامه طباطبائی اولاً عقل نظری در صورتی به شناخت‌های درست دست پیدا می‌کند که با فطرت سالم همراه باشد. عقل عملی نیز در صورتی انسان را به سعادت و کمال هدایت می‌کند که تابع عقل نظری و معارف وحیانی باشد. در این صورت عقلانیت حاکم بر رفتار انسان عقلانیت دینی خواهد بود؛ ثانیاً انسان اقتصادی اسلامی هم به مقتضای طبیعتش به دنبال جلب منفعت و دفع ضرر است، اما با توجه به تکامل قوه نظری و عملی منفعت‌طلبی در افراد ذومراتب بوده

و شدت و ضعف دارد؛ ثالثاً با توجه به دیدگاه اجتماعی علامه طباطبائی که رابطه فرد و جامعه را طرفینی می‌داند، می‌توان گفت که رفتارهای اقتصادی افراد تحت تأثیر انگیزه‌های درونی (منفعت‌طلبی) و عوامل بیرونی (ساختارها و نهادهای اجتماعی نظیر اسلامیت محیط، نهادهای فرهنگی و آموزشی، محدودیت‌های شرعی و...) شکل می‌گیرد؛ یعنی اسلامیت محیط، نهادهای آموزشی و فرهنگی و متولیان دینی میزان تکامل قوه نظری و عملی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و میزان تکامل قوه نظری و عملی افراد بر میزان منفعت‌طلبی آنها تأثیر می‌گذارد.

بنابراین عقل نظری اگر با فطرت سالم همراه باشد، بدیهیات اولیه (ضرورت وجود خدا، پیامبر و روز آخرت) را می‌پذیرد و در مسیر دین و معارف وحیانی قرار می‌گیرد. هرچه بیشتر در مسیر دین و معارف وحیانی حرکت کند ایمان و تقوای دینی وی تقویت می‌شود. با توجه به اینکه عقل نظری و عملی دو روی یک سکه هستند و عقل نظری، عقل در عرصه شناخت و عقل عملی، عقل در عرصه عمل است، عقل عملی یا عقل در عرصه عمل از مراتب ایمان و تقوای دینی فرد تأثیر می‌پذیرد و بر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اقتصادی وی تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، رفتارهای اقتصادی افراد تحت تأثیر میزان تکامل قوه نظری و عملی یا تقوای دینی و منفعت‌طلبی قرار دارد؛ هرچه تقوای دینی افراد تقویت شود، منفعت‌طلبی‌شان تضعیف و هرچه تقوای دینی‌شان تضعیف شود، منفعت‌طلبی آنها تقویت می‌شود.

بنابراین اگر فرض کنیم مصرف‌کننده مسلمان در مرحله اول درآمدش را بین مصارف دنیوی و اخروی تخصیص دهد، افراد مختلف با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی و تقوای دینی‌شان ترکیبات مختلفی را انتخاب می‌کنند؛ چراکه ایمان و تقوای دینی افراد از طریق ارزش‌گذاری ذهنی آنها منطبق تصمیم‌گیری‌شان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عنوان مثال، اگر ایمان و تقوای دینی افراد تقویت شود، مصارف اخروی برای آنها ارزش ذهنی و مطلوبیت بیشتری پیدا می‌کند؛ لذا درآمدهای بیشتری را به مصارف اخروی اختصاص می‌دهند، اما اگر ایمان و تقوای دینی افراد تضعیف شود، مصارف اخروی برایشان ارزش ذهنی و مطلوبیت کمتری پیدا می‌کند و بیشتر درآمدشان را صرف مصارف دنیوی خواهند کرد.

بنابراین انتخاب مصرف‌کننده مسلمان می‌تواند مراتب زیاد و طیف وسیعی داشته باشد. جهت ساده‌سازی، مراتب انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را در سه دسته می‌توان ارائه کرد:

الف) مراتب بالای ایمان و تقوای دینی (شاید مصادیق زیادی نداشته باشد و بتوان به عنوان حالت‌های حدی مطرح کرد)؛

ب) مرتبه متوسط ایمان و تقوای دینی (شاید اکثریت موارد در این دسته قرار بگیرند)؛

ج) مراتب پایین ایمان و تقوای دینی (شاید مصادیق زیادی نداشته باشد و بتوان به عنوان حالت‌های حدی مطرح کرد).

بنابراین اگر افراد در مرتبه بالای ایمان و تقوای دینی قرار داشته باشند، مصارف دنیوی برای آنان از ارزش کمتری برخوردار بوده و مصارف اخروی ارزش و مطلوبیت بیشتری دارد و بیشتر درآمدشان به مصارف اخروی اختصاص پیدا می‌کند؛ چنانچه خداوند در قرآن می‌فرماید: «وَيُطْعِمُونَ الطَّعَامَ عَلَىٰ حُبِّهِ مِسْكِينًا وَيَتِيمًا وَأَسِيرًا» (انسان: ۸). اگر افراد در مرتبه متوسط ایمان و تقوای دینی قرار داشته باشند، ترکیبات مختلفی از مصارف دنیوی و اخروی را انتخاب خواهند کرد و درآمدشان را به مصارف دنیوی و اخروی اختصاص می‌دهند. اگر افراد در مرتبه پایین ایمان و تقوای دینی قرار داشته باشند، بیشتر درآمدشان را به مصارف دنیوی اختصاص خواهند داد.

در مرحله دوم تخصیص درآمد؛ یعنی تخصیص درآمد به مصارف دنیوی نیز مصرف‌کننده مسلمان تنها تحت تأثیر انگیزه‌های درونی (منفعت‌طلبی) قرار ندارد، بلکه عوامل بیرونی، یعنی ساختارها و نهادهای اجتماعی و محدودیت‌های شرعی نیز در رفتارهای اقتصادی وی تأثیرگذار است. به عنوان مثال، مصرف‌کننده مسلمان نمی‌تواند درآمدش را صرف خرید کالاهای کند که در شریعت مصرف آن کالاها تحریم شده؛ همچنین نمی‌تواند از کالاهای استفاده کند که هنجارهای اجتماعی و قوانین رسمی یا غیررسمی اجازه استفاده از آن کالاها را به او نمی‌دهد. میزان تبعیت افراد از محدودیت‌های شرعی و غیرشرعی نیز به میزان ایمان و تقوای دینی آنها بستگی دارد؛ هرچه مرتبه ایمان و تقوای دینی فرد بالاتر باشد، میزان تبعیت وی از محدودیت‌های شرعی و غیرشرعی بیشتر خواهد بود و هرچه مرتبه ایمان و تقوای دینی فرد پایین‌تر باشد، میزان تبعیت وی از محدودیت‌های شرعی و غیرشرعی کمتر خواهد بود.

نتیجه‌گیری

با توجه به عدم سازگاری مبانی و اصول نظریه رفتار مصرف‌کننده غربی با تعالیم و آموزه‌های اسلامی، اقتصاددانان مسلمان درصدد ارائه نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان بر مبنای تعالیم و آموزه‌های اسلامی برآمده‌اند. در این پژوهش سعی شده است که نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان بر مبنای نگرش علامه طباطبائی تبیین شود. بر مبنای نگرش علامه طباطبائی عقل انسان به تبع مدرکاتش به عقل نظری و عقل عملی تفکیک می‌شود. عقل عملی اگر تابع عقل نظری و معارف وحیانی باشد، عقلانیت حاکم بر رفتار انسان عقلانیت دینی است، اما اگر عقل عملی تابع عقل نظری و وحی نباشد، تابع شهوت و غضب خواهد بود که در این صورت عقلانیت حاکم بر رفتار انسان عقلانیت ابزاری می‌باشد. از طرف دیگر انسان اقتصادی اسلامی منفعت‌طلب است و منفعت‌طلبی در افراد با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی شدت و ضعف پیدا می‌کند؛ اگر میزان تکامل قوه نظری و عملی تضعیف شود، منفعت‌طلبی تشدید می‌شود و بالعکس.

با توجه به میزان تکامل قوه نظری و عملی و مراتب منفعت‌طلبی انتخاب‌کننده مسلمان مراتب زیاد و طیف وسیعی دارد؛ هرچه قوه نظری و عملی در افراد تقویت شود، منفعت‌طلبی تضعیف می‌شود و درآمد بیشتر به مصارف اخروی اختصاص پیدا می‌کند. در مقابل، هرچه قوه نظری و عملی تضعیف شود، منفعت‌طلبی تقویت می‌شود و درآمد بیشتری به مصارف دنیوی اختصاص پیدا می‌کند.

منابع

- اعمی بنده قرایی، حسن (۱۴۰۱). بررسی تئوریک نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان. *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۳، ۲۰۶۷-۲۰۸۱.
- اکبریان، رضا و محمودی، غلامحسین (۱۳۹۴). بررسی و تجزیه و تحلیل رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی. *اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۱۳، ۸۲-۵۳.
- توتونچیان، ایرج (۱۳۶۳). *تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق*. تهران: مرکز اطلاعات فنی ایران.
- داودی، پرویز (۱۳۸۹). *اقتصاد خرد*. تهران: دانایی توانایی.
- رجائی، سیدمحمدکاظم (۱۳۹۵). منطق فعالیت‌های اقتصادی از دیدگاه علامه طباطبائی در مقایسه با اقتصاد کلاسیک. *معرفت اقتصاد اسلامی*، ۱۴، ۲۴-۵.
- صدر، سیدکاظم (۱۳۷۵). *اقتصاد صدر اسلام*. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۴۱۷ق). *المیزان فی تفسیر القرآن*. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۶۴). *ترجمه تفسیر المیزان*. سیدمحمدباقر موسوی. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۹). *روابط اجتماعی در اسلام*. قم: بوستان کتاب.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۰). *اصول فلسفه و روش رئالیسم*. مقدمه و پاورقی استاد شهید مطهری. تهران: صدرا.
- غزالی، ابوحامد (۱۴۱۷ق). *المستصفی فی علم الاصول*. بیروت: دار الکتب العلمیه.
- کریمی، محمدحسین (۱۳۹۶). *اقتصاد خرد با رویکرد انتقادی بر اساس نگرش اسلامی*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کیاشمشکی، ابوالفضل (۱۳۹۰). کاربرد نظریه اعتباریات علامه طباطبائی در علوم انسانی. در: عبدالحسین خسروپناه، علامه طباطبائی فیلسوف علوم انسانی - اسلامی، تهران: سازمان انتشارات فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۸). *مجموعه آثار*. تهران: صدرا.
- مظفر، محمدرضا (۱۹۹۰). *اصول فقه*. بیروت: دار الکتب الاسلامیه
- حسینی، سیدرضا (۱۳۹۴). *نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان*. تهران: سازمان انتشارات فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Zarqa, A. (1976). Social welfare function and consumer behavior: An Islamic formulation of selected issues. *Paper presented at the First International Conference on Islamic Economics*, Jeddah, Saudi Arabia.
- Kahf, M. (1981). *A contribution to the theory of consumer behaviour in an Islamic society*. In K. Ahmad (Ed.), *Studies in Islamic Economics* (pp. 45-63). Leicester, U.K.: The Islamic Foundation.
- Zaman, A. (1987). Microfoundations for the basic needs approach to development: The lexicographic utility function. *Pakistan Journal of Applied Economics*, 5(1), 1-24. Karachi, Pakistan: Applied Economics Research Centre, University of

Karachi.

- Khan, M. F. (1984). Macroconsumption function in an Islamic framework. *Journal of Research in Islamic Economics*, 1(2), 1-25. Jeddah, Saudi Arabia: International Centre for Research in Islamic Economics, King Abdulaziz University.
- Khan, M. F. (1992). Theory of consumer behaviour in an Islamic perspective. In S. Tahir, M. A. Khan, & M. Fahim Khan (Eds.), *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective* (p. 25-40). Selangor, Malaysia: Longman Malaysia.
- Siddiqi, M. N. (1992). Islamic consumer behavior. In S. Tahir, M. A. Khan, & M. Fahim Khan (Eds.), *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective* (p. 41-52). Selangor, Malaysia: Longman Malaysia.
- Zarqa, A. (1992). Consumer behaviour in Islamic perspective. In S. Tahir, M. A. Khan, & M. Fahim Khan (Eds.), *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective* (p. 53-65). Selangor, Malaysia: Longman Malaysia.
- Khan, M. F. (1995). *Essays in Islamic Economics*. Leicester, U.K.: The Islamic Foundation.
- Siddiqi, M. N. (1996). *Teaching economics in Islamic perspective*. Jeddah, Saudi Arabia: Centre for Research in Islamic Economics, King Abdulaziz University.
- Khan, M. F. (2002). Fiqh foundations of the theory of Islamic economics: A survey of selected contemporary writings on economics relevant subjects of Fiqh. In H. M. H. (Ed.), *Contemporary Issues in Islamic Economics and Finance*. Jeddah, Saudi Arabia: Islamic Development Bank (IDB/IRTI). (p. 23-45).
- Khan, M. A. (2020). *Theory of consumer behavior: An Islamic perspective*. MPRA Paper No. 104208. Munich Personal RePEc Archive. Posted December 3, 2020. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/104208>.
- Farah, Y. (2016). Consumer behavior in Islamic perspective: An empirical analysis. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 6(1), 23 pages. Published October 2, 2017. Lahore, Pakistan.
- Sholihin, M. (2023). Islamic rationality of Muslim consumers: New insight from text analytics and Al-Ghazali's thought. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(7), 1093-1117. Bingley, U.K.: Emerald Group Publishing Limited.