

مقاله پژوهشی:

فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی

omidezanlo@gmail.com

tavakoli@iki.ac.ir

امید ایزانلو / دانشجوی دکتری اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

محمدجواد توکلی / دانشیار گروه اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۵ - پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

چکیده

اقتصاد مقاومتی به دنبال تحقق هم‌زمان رشد پویا، عدالت، مقاومت اقتصادی و معنویت می‌باشد. سؤال محوری در این مقاله این است که تحقق این اهداف نیازمند چه فرهنگ اقتصادی است؟ بنا به فرضیه مقاله، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق هم‌زمان اهداف اقتصاد مقاومتی را فراهم کند. به منظور اثبات این فرضیه با استفاده از روش تحلیلی، ضمن تبیین مؤلفه‌های بینشی و گرایشی فرهنگ اقتصادی جهادی، به بررسی تأثیر آن بر تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی پرداختیم. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که باور عمومی به تعلق هستی به خداوند، امانت بودن اموال، رزاقیت خداوند، نظام پاداش و جزای دنیوی و اخروی و آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی، مؤلفه‌های بینشی فرهنگ اقتصادی جهادی می‌باشند. این نظام باور توحیدی باعث نهادینه شدن مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی جهادی، همچون انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع عمومی بر منافع فردی، عدم پذیرش سلطه، سخت‌کوشی در طلب روزی حلال و طیب، مصرف در سطح کفاف با اولویت مصرف تولیدات داخلی و انفاق در راه خدا با اولویت توانمندسازی محرومین می‌شود. شواهد نظری و عملی حاکی از آن است که فرهنگ اقتصادی جهادی منجر به هم‌افزایی رشد و عدالت و مقاومت اقتصادی و تقویت معنویت و حاکمیت ارزش‌های اسلامی می‌شود.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، فرهنگ اقتصادی، فرهنگ اقتصادی جهادی.

طبقه‌بندی JEL: M14, A13

اقتصاد مقاومتی الگوی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی است؛ الگویی که پیروی از آن باعث فائق آمدن بر همه مشکلات اقتصادی می‌شود و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار در برابر ملت بزرگ ایران صف‌آرایی کرده است، به شکست و عقب‌نشینی وامی‌دارد. الگوی مزبور اهدافی همچون رشد پویا، بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله را دنبال می‌کند (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

یکی از مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی، بُعد فرهنگی آن است؛ بعدی که از آن با عنوان فرهنگ انقلابی و اسلامی، رویکرد جهادی و فرهنگ جهادی یاد شده است. در این مقاله به بررسی این سؤال محوری می‌پردازیم که دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی، نیازمند چه فرهنگ اقتصادی است؟ آیا فرهنگ‌های اقتصادی مادی رایج می‌توانند ما را به آن اهداف برسانند؟ یا اینکه باید به سراغ فرهنگ اقتصادی خاص متناسب با شرایط اسلامی - ایرانی کشور، برویم؟

بنا به فرضیه تحقیق، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق هم‌زمان اهداف اقتصاد مقاومتی را فراهم کند. به‌منظور اثبات این فرضیه بعد از بیان پیشینه تحقیق، به تبیین مفهوم فرهنگ اقتصادی و اقتصاد مقاومتی می‌پردازیم. در ادامه، مهم‌ترین انواع فرهنگ‌های اقتصادی و امکان اثرگذاری آنها در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی بررسی می‌شود. در ادامه پس از معرفی فرهنگ اقتصادی جهادی به‌عنوان فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، نقش آن در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی ارزیابی می‌شود.

پیشینه تحقیق

در زمینه فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی و همچنین اقتصاد اسلامی مطالعات چندانی صورت نگرفته است. در ادامه، مطالعاتی که به ابعادی از فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی یا اقتصاد اسلامی پرداخته‌اند، ذکر می‌شود: - خلیلیان (۱۳۸۳) به تبیین مبانی فرهنگی و اجتماعی توسعه در غرب پرداخته و درصدد تبیین سازگاری مفاهیم و ارزش‌های اسلامی با توسعه اقتصادی است.

- طغیانی و زاهدی‌وفا (۱۳۹۱) با تأمل در آموزه‌های اسلامی و همچنین میراث تمدنی ایرانی - اسلامی، به‌سمت ارائه الگویی از فرهنگ‌سازی و تربیت اقتصادی در رویکرد اسلامی رفته‌اند.

- حسینی و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی بر این نکته تأکید کردند که فرهنگ نقشی اساسی در تحقق الزامات و در نهایت اهداف اقتصاد مقاومتی دارد.

آنچه باعث نوآوری این پژوهش می‌شود، تمرکز آن بر تبیین و کشف فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، تبیین مؤلفه‌های آن و همچنین تحلیل کارکردش در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی می‌باشد.

اقتصاد مقاومتی و جایگاه فرهنگ اقتصادی در آن

اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک «الگوی اقتصادی علمی و بومی، برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی»، «الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام» می‌باشد که «متکی به دانش و فناوری، عدالت‌بنیان، درون‌زا و برون‌گرا، پویا و پیشرو»، مولد، انعطاف‌پذیر و فرصت‌ساز است (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به صورت صریح و ضمنی به برخی اهداف موردنظر از آن اشاره شده است. در ابتدای سیاست‌ها بیان شده که اقتصاد مقاومتی در پی «تأمین رشد پویا، بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله» می‌باشد. در این سند، عدالت نیز به‌عنوان یکی از اهداف مهم اقتصاد مقاومتی لحاظ شده است؛ هدفی که در سند چشم‌انداز نیز مورد توجه است. بر این اساس، سه هدف اصلی «رشد پویا»، «عدالت» و «مقاومت اقتصادی» در زمره اهداف اصلی اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد. تحقق این اهداف در صورتی مطلوب است که بهبود شاخص‌های مادی یادشده، به تقویت ارزش‌های اسلامی و معنویت کمک کند. به همین دلیل مقام معظم رهبری الگوی غرب برای توسعه را یک الگوی ناموفق برشمرده‌اند که به‌رغم دستیابی این کشورها به ثروت، منجر به حذف معنویت در این جوامع و وجود نابرابری‌ها شده است (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۶/۲/۲۵).

یکی از سؤال‌های مطرح در زمینه اقتصاد مقاومتی این است که چه فرهنگی به تحقق اهداف آن کمک می‌کند؛ موضوعی که در این مقاله مورد توجه قرار گرفته است. در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به صورت ضمنی به مقوله فرهنگ اقتصادی توجه شده است. در مقدمه سیاست‌ها بیان شده که الگوی اقتصاد مقاومتی، برآمده از «فرهنگ انقلابی و اسلامی» است. یکی از ابعاد فرهنگ انقلابی و اسلامی که در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بر آن تأکید شده، «فرهنگ جهادی» است. از این فرهنگ با تعابیر مختلفی همچون «رویکرد جهادی» و «فرهنگ جهادی» یاد شده و در بند ۱۹ سیاست‌ها به فرهنگ جهادی تصریح شده است. در این بند، بر تحقق فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، بهره‌وری، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و اشتغال مولد تأکید شده و حتی اعطای نشان اقتصاد مقاومتی نیز به‌عنوان ابزاری برای کمک به ایجاد چنین فرهنگی توصیه گردیده است. هر چند در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به ابعادی از فرهنگ اقتصادی موردنظر اشاره شده، ولی تبیین کاملی از آن ارائه نشده است. در این زمینه باید علاوه بر تبیین این فرهنگ در حوزه اقتصادی، کارکرد آن را در مقایسه با فرهنگ‌های اقتصادی بدیل در نظر داشت.

گونه‌شناسی فرهنگ‌های اقتصادی مادی

تعاریف متعددی از فرهنگ اقتصادی صورت گرفته است. فرهنگ اقتصادی به زمینه فرهنگی رفتارها و فعالیت‌های اقتصادی (برگر، ۲۰۱۳، ص ۸۵)، ارزش‌های شکل‌دهنده و مشخص‌کننده زندگی اقتصادی یک جامعه (جرج، ۲۰۱۳)، نگرش‌های جامعه به فعالیت‌های اقتصادی (اسچومان، ۱۹۹۰، ص ۹۸) و ویژگی‌های ضروری فرهنگی شکل‌دهنده رفتار اقتصادی (استور، ۲۰۱۳، ص ۸۳) تعریف شده است. در این مقاله مراد از فرهنگ اقتصادی مجموعه‌ای از باورها و هنجارهای عمومی ناظر به رفتار اقتصادی است. باورهای عمومی یادشده پشتوانه هنجارهای عمومی‌اند که بیانگر قواعد غیررسمی رفتار اقتصادی است که در کنار قانون به‌عنوان قواعد رسمی رفتار اقتصادی، بر انتخاب‌های اقتصادی افراد و در نتیجه، عملکرد نظام اقتصادی اثرگذار است (ویلیامسون، ۲۰۰۰، ص ۵۹۷؛ چاونس، ۱۳۹۰، ص ۱۲۱). این هنجارها به‌عنوان قواعد غیررسمی رفتار، دارای کارکرد ارزش‌گذاری و ارزش‌دآوری بوده و نشان‌دهنده وضع مطلوب‌اند (توکلی، ۱۳۹۴).

فرهنگ‌های اقتصادی مادی رایج در دنیا به‌رغم داشتن برخی نقاط اشتراک، گونه‌های مختلفی دارند. در این زمینه می‌تون بین انواعی از فرهنگ اقتصادی، همچون فرهنگ پروتستانی حاکم بر کشورهای غربی، فرهنگ شینتویی رایج در ژاپن و فرهنگ کنفوسیوسی در چین، تفکیک کرد. این فرهنگ‌ها از جهت به‌رسمیت شناختن نفع‌طلبی شخصی (فرهنگ‌های فردگرایی تکاثری) و جمع‌گرایی (فرهنگ‌های جمع‌گرا) متمایزند. در فرهنگ‌های اقتصادی حاکم بر کشورهای غربی، نفع‌طلبی، فردگرایی و تکاثر، از جمله مؤلفه‌های محوری فرهنگ اقتصادی‌اند. در مقابل، در فرهنگ‌های اقتصادی شرقی جمع‌گرایی، خیرخواهی و عدالت‌طلبی مؤلفه محوری به‌شمار می‌آیند (رک: لاندنس، ۱۳۸۳، ص ۶۹-۷۶، شیخ‌اسماعیلی و حزباوری، ۱۳۹۸، ص ۳۶۱).

ادعا شده که فرهنگ نفع‌طلبانه پروتستانی موتور محرکه رشد اقتصادی در اقتصاد سرمایه‌داری بوده است. مطابق با نظر *ماندویل* (۱۶۷۰-۱۷۳۳)، رذایل و نفع‌طلبی‌های فردی هرچند در واقع گناهی اخلاقی می‌باشند، ولی ناخواسته موجب فضیلت عمومی و رفاه کل جامعه می‌شوند. وی جامعه را مانند کندوی زنبورعسلی می‌داند که درون این کندو، تقسیم‌کار وجود دارد: عده‌ای کار می‌کنند؛ عده‌ای دفاع؛ و یکی هم ملکه است که کنترل و نظارت می‌کند. لازمه پیشرفت، وجود چنین تقسیم‌کاری است که موتور محرکه آن، خودخواهی‌های فردی و منافع شخصی است. اگر چنین نفع‌طلبی و نابرابری مترتب بر آن، حکم رذایل اخلاقی را داشته باشد، راه دیگری وجود ندارد، جز کنار آمدن با آن؛ یعنی باید توزیع ناعادلانه درآمد را بپذیریم و این شرط لازم رشد اقتصادی است. از باب مثال، وی دزدی را فعلی قابل نکوهش می‌داند؛ ولی می‌گوید: اگر کسی از فردی خسیس که ثروتمند است، ولی مصرف وی بسیار اندک است، مبلغی را بدزدد و این مبلغ دزدی وارد چرخه تجاری شود، در نهایت به سود تمام مردم جامعه می‌باشد. در واقع، مبدأ این پول مهم نیست؛ آنچه مهم است، ورود این پول به بازار و برکت داشتن آن برای کل مردم می‌باشد (ماندویل، ۱۹۷۰، ص ۸۱-۸۳).

آدام اسمیت (۱۷۲۳-۱۷۹۰) با بهره‌گیری از دیدگاه *ماندویل*، در کتاب *ثروت ملل* به‌جای ارجاع به رذایل اخلاقی، از کلمه «حب نفس» استفاده کرد. او فعالیت زنبورها را را روشی صحیح برای ایجاد نظم و اقتدار اقتصادی می‌داند. به‌نظر او، باید با حفظ نظم طبیعی، افراد را در پیگیری منافع شخصی خود آزاد گذاشت. او این ایده را در قالب مفهوم «دست نامرئی بازار» نظریه‌پردازی می‌کند. مطابق با این مفهوم، وی این‌گونه استدلال می‌کند که وقتی افراد در شرایط رقابتی با انگیزه نفع شخصی به‌دنبال کسب سود بروند، با کمک دست نامرئی بازار، تولید و اضافه‌رفاه کل (اضافه رفاه تولیدکننده و مصرف‌کننده) بیشینه می‌شود و در نتیجه، منافع جمعی نیز تأمین می‌گردد (اسمیت، ۱۹۶۵، ص ۴۲۳).

هرچند ماکس وبر بعدها سعی داشت که رشد اقتصادی سرمایه‌داری را به فرهنگ کالوینیستی بر خاسته از شکل‌گیری مسیحیت پروتستانی پس از رنسانس - یعنی ارزشمند بودن سخت‌کوشی و انباشت سرمایه در عین تمایل مصرف‌کنندگان به مصرف کمتر - مرتبط بداند (اریک، ۱۹۹۵؛ وبر، ۱۹۰۵، ص ۸۸؛ باکاک، ۱۳۸۱، ص ۱۶-۱۸)، اما وی به نظریه‌های *ماندویل* - که خود را یک کالوینیست می‌دانست و قائل به انباشت سرمایه بود - و نظریه‌های اسمیت توجهی نکرد.

حتی با فرض قبول نظریه وبر، قبول ارزش‌های کالونیستی، به‌ویژه بعد از جنگ جهانی دوم، رو به تغییر می‌گذارد و فرهنگ سرمایه‌داری از کار و تولید به سمت مصرف متمایل می‌شود. این روند، نتیجه طبیعی گسترش فرهنگ اقتصادی مادی مبتنی بر نفع‌طلبی شخصی است که طالب مصرف بیشتر است. در این برهه، مصرف به‌عنوان امری مبتنی بر میل و نه صرفاً مبتنی بر نیاز مطرح می‌شود (همان، ص ۴). جست‌وجو در آثار موجود، انبوهی از تحلیل‌ها در مورد فرهنگ مصرفی نوین به دست می‌دهد. به‌طور نمونه، *ژان بودریار* (۱۳۹۰) در کتاب *جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها*، و همچنین در *نظام اشیاء* (۱۳۹۳)، *دالن تیموتی* (۱۳۸۸) در کتاب *جامعه‌شناسی مصرف، استیون مایلز و مالکوم مایلز* (۱۳۹۲) در کتاب *شهرهای مصرفی، جان موون و میشل مینور* (۱۳۸۸) در *رفتار مصرف‌کننده*، و مقدم بر همه، *تورستین ویلن* (۱۳۹۲) در *نظریه طبقه تن‌آسا*، به ابعادی از فرهنگ مصرفی مزبور اشاره می‌کنند.

همچنین رشد چشمگیر اقتصادی در کشورهای شرق آسیا، مانند ژاپن و چین، و دستاوردهای آن در چند دهه گذشته، به فرهنگ‌های اقتصادی شرقی همچون فرهنگ شیئتوئی و کنفوسیوسی نسبت داده شده است (هیل، ۲۰۰۰؛ زانگ، ۲۰۰۱؛ لوی، ۱۹۶۲؛ دور، ۱۹۶۷؛ خان، ۱۹۷۹). این کشورها در مقابل فرهنگ اقتصادی واردشده از غرب مقاومت کردند و به استفاده از ظرفیت‌های فرهنگ‌های شرقی، از جمله ارزش‌های جمع‌گرایانه، پرداختند. در فرهنگ‌های اقتصادی شرقی علاقه بسیار کمی به پیشینه‌سازی منافع فردی وجود دارد (خان، ۱۹۷۹). این خصوصیات را می‌توان همان چیزی دانست که *ماکس وبر* در *اخلاق پروتستانی*، دارای نقش ویژه‌ای در رشد اقتصادی سرمایه‌داری غربی برشمرده است. این خصوصیات عبارت‌اند از: محدود کردن نفع‌طلبی‌های شخصی، کاهش نابرابری‌های اقتصادی، تشویق به صرفه‌جویی و پس‌انداز، ارزشمند شمردن آموزش، تمایل به کسب مهارت، اهمیت اخلاق کاری به‌معنای نظم در کارها، وقت‌شناسی، تلاش و اطاعت، فضیلت اخلاقی بودن کار، و موجب فساد و تباهی دانستن بیکاری.

بررسی ظرفیت فرهنگ‌های اقتصادی متعارف در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

پیش از معرفی فرهنگ اقتصادی جهادی و تحلیل کارکردهای آن، این سؤال قابل طرح است که آیا فرهنگ‌های اقتصادی رایج مادی می‌توانند ما را به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، یعنی رشد پویا، عدالت و مقاومت اقتصادی در عین معنویت برسانند؟

نگاهی تاریخی به عملکرد نظام‌های اقتصادی نشان می‌دهد که هرچند فرهنگ‌های اقتصادی مادی، مشتمل بر فرهنگ‌های اقتصادی غربی و شرقی، موفقیت‌هایی در تحقق رشد اقتصادی داشته‌اند، ولی از جهت دستیابی به عدالت و همچنین مقاومت اقتصادی با مشکل مواجه بوده‌اند؛ گذشته از اینکه این فرهنگ‌ها زمینه‌ساز گسترش معنویت نبوده‌اند. در بستر این فرهنگ‌ها، عملاً رشدی شکننده و غیرمقاوم حاصل شده است. در کشورهای شرق آسیا، بحران ۱۹۹۷م نشان داد که بی‌توجهی به مقاوم‌سازی اقتصاد، منجر به از هم فروپاشیدگی رشد اقتصادی چندین ساله می‌شود (یاماوا، ۱۹۹۸). مقام معظم رهبری با اشاره به این حقیقت می‌فرماید:

برخی از عوارض مؤثر بر اقتصاد کشورها تکانه‌های اقتصادی دنیاست که پیش می‌آید؛ مثل همان چیزی که در این سال‌ها پیش آمد و در برهه‌های دیگری پیش آمده که این تأثیر می‌گذارد بر روی کشورها. من یک وقتی گفتم، رئیس یکی از کشورهای آسیای جنوب شرقی آمد و با من ملاقات کرد؛

در آن دوره‌ای که در این منطقه آن شکست عجیب به وجود آمد. حرف او به من این بود؛ گفت: شما فقط بدانید، ما در یک شب از یک کشور غنی تبدیل شدیم به یک کشور فقیر! یعنی اقتصاد غیرمقاوم اینجوری است (۱۳۹۹/۱۲/۲۰).

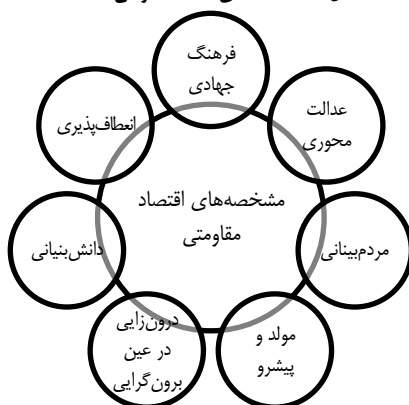
همچنین در کشورهای غربی که فرهنگ نفع‌طلبی شخصی بر اقتصاد آنها حاکم می‌باشد، وقوع بحران‌های اقتصادی مختلف، از جمله بحران ۱۸۹۲، ۱۹۳۳، ۱۹۸۷ و در همین انتها بحران ۲۰۰۸ نشان داد که رشد اقتصادی محقق شده به واسطه این فرهنگ، رشدی پویا و مقاوم نیست (درخشان، ۱۳۹۰، ص ۴۵). البته نتایج برخی مطالعات نشان می‌دهد که ارزش‌های اقتصادی اخلاقی، همچون سخت‌کوشی، بر تاب‌آوری اقتصادی کشورهای اروپایی در بحران ۲۰۰۸ اثرگذار بوده است (کلینی و کوکیا، ۲۰۱۸، تانتی ۲۰۱۵، ص ۹-۱۰). بنا به یافته‌های تانتی (۲۰۱۵) اخلاق قوی کار و چهار ارزش سخت‌کوشی، پرهیز از تن‌آسایی، استقلال از دیگران و ریاضت، در زمان وقوع بحران ۲۰۰۸ بر تاب‌آوری اقتصادی تأثیرگذار بوده است. کارآفرینان و کارگران - کسانی که دارای این ارزش‌ها می‌باشند - تلاش بیشتری را به منظور حفظ شغل و درآمدشان در زمان وقوع شوک‌های منفی انجام می‌دهند. کارگرانی که اخلاق کاری قوی دارند، به دلیل وقوع بحران، به دنبال حفظ امنیت شغلی خود با تلاش و کار بیشتر و در نتیجه بهره‌وری بیشتر می‌باشند. همچنین افراد برخوردار از این ارزش‌های اخلاقی، در صورت بیکار شدن، تلاش بیشتری برای یافتن شغل می‌کنند. آنها تمایل کمتری به استفاده از خدمات تأمین اجتماعی و بیمه بیکاری دارند؛ گرایشی که باعث افزایش تاب‌آوری اقتصادی در شرایط بحران می‌شود. این فرهنگ با افزایش تمایل به پس‌انداز نیز به افزایش تاب‌آوری اقتصادی کمک می‌کند (تانتی، ۲۰۱۵، ص ۲۸).

هرچند نهادینه شدن ارزش‌های اخلاق اقتصادی همچون سخت‌کوشی در فضای فرهنگ‌های اقتصادی‌های مادی و غیرالهی می‌تواند تأثیر مثبتی بر اهداف اقتصادی همچون رشد و تاب‌آوری اقتصادی داشته باشد، ولی چنین فرهنگ اقتصادی‌ای زمینه‌ساز گسترش معنویت نیست. فرهنگ اقتصادی مادی به واسطه فاصله گرفتن از باور توحیدی، حتی اگر بتواند باعث رشد اقتصادی شود، نمی‌تواند زمینه‌ساز تحقق هم‌زمان رشد معنوی در کنار رشد مادی باشد (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۰/۸/۲۰؛ ۱۳۸۶/۲/۲۵).

فرهنگ جهادی به عنوان فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی

در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، فرهنگ جهادی به عنوان یکی از مشخصه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی معرفی و هدف‌گذاری شده است. در این سیاست‌ها به طور خاص بر تقویت فرهنگ جهادی به منظور مقاوم‌سازی اقتصادی تأکید شده است (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲، بند ۱۹). در دیدگاه مقام معظم رهبری، فرهنگ جهادی ضرورتی اساسی برای کشور می‌باشد (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۰۶/۰۶) و غفلت از آن گناهی نابخشودنی است (همان، ۱۳۹۰/۰۵/۱۶). نام‌گذاری سال ۱۳۹۱ به «جهاد اقتصادی» را می‌توان نوعی زمینه‌سازی برای معرفی فرهنگ جهادی به عنوان لازمه فرهنگی اقتصاد مقاومتی دانست (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۰۱/۱).

شکل ۱. مشخصه‌های اقتصاد مقاومتی



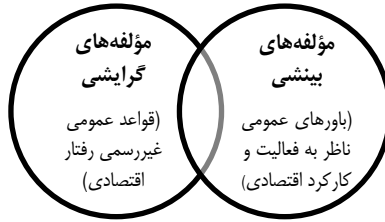
فرهنگ اقتصادی جهادی، فرهنگی برخاسته از نظام ارزشی اسلام است که باعث تلاش و مجاهدت مخلصانه و مضاعف در عرصه‌های گوناگون اقتصادی، بخصوص در صحنه جنگ اقتصادی با دشمن می‌شود. قرآن کریم با بیان اهمیت جهاد، آن را هم‌رده ایمان به خدا و رسول خدا ﷺ قرا داده است (توبه: ۲۴). در بیان قرآنی، یکی از عناصر محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی، قصد قربت و انجام کار برای خدا و در راه خداست (توبه: ۹). در بیشتر موارد، کاربرد کلمه جهاد، از جمله جهاد اقتصادی، در روایات و آیات قرآنی همراه با کلمه فی سبیل‌الله (در راه خدا) می‌باشد. این همراهی دلالت بر این دارد که رکن و هدف اصلی در جهاد، نیت و انگیزه خدایی است. همچنین همراه بودن و مقدم بودن جهاد مالی و اقتصادی بر جهاد جانی در آیات قرآن، نشان‌دهنده اهمیت جهاد اقتصادی است (توبه: ۴۱ و ۲۰؛ نساء: ۹۵؛ حجرات: ۱۵).

مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی جهادی در اقتصاد مقاومتی

براساس تعاریف فرهنگ، کوچک‌ترین جزء فرهنگ را مؤلفه فرهنگی می‌نامند (روح‌الامینی، ۱۳۷۹، ۲۵-۲۶). براساس این تعاریف، معمولاً باورهای عمومی و هنجارهای عمومی به‌عنوان دو مؤلفه فرهنگ ذکر می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۸، ص ۱۴). هرچند در برخی تعاریف دیگر، کنش‌ها نیز جزء فرهنگ تعریف شده‌اند (یونگ، ۱۳۹۰، ۱۶)؛ اما کنش‌ها در واقع برابند و خروجی باورها و هنجارهای عمومی‌اند، که از آن با عنوان سبک زندگی یاد می‌شود.

در این مقاله، ما نیز فرهنگ اقتصادی را بنا به تعریف متداول، متشکل از مجموعه‌ای از باورهای و هنجارهای عمومی ناظر به رفتارهای اقتصادی تعریف می‌کنیم. از این‌رو، فرهنگ اقتصادی دارای دو مؤلفه باورها و هنجارهای عمومی اقتصادی می‌باشد. از این دو دسته مؤلفه، با عنوان مؤلفه‌های بینشی (باورهای عمومی اقتصادی) و مؤلفه‌های گرایشی (هنجارهای عمومی اقتصادی) فرهنگ اقتصادی یاد می‌کنیم. مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی یا همان هنجارهای عمومی اقتصادی، مجموعه‌ای از قواعد غیررسمی ناظر به رفتار اقتصادی است. مؤلفه‌های بینشی فرهنگ اقتصادی نیز شامل باورهای عمومی مرتبط با رفتارها و کارکردهای اقتصادی است که پشتیبان مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی (هنجارها یا قواعد غیررسمی رفتار اقتصادی) می‌باشد.

شکل ۲. مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی جهادی

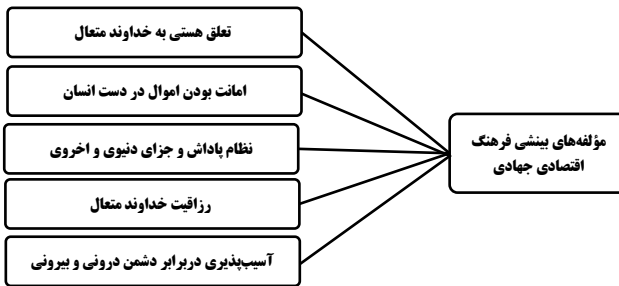


در ادامه برای استخراج مؤلفه‌های بینشی و گرایش فرهنگ اقتصادی جهاد، از یک سو، به منابع دینی (کتاب و سنت) مراجعه می‌کنیم و از سوی دیگر، از بیانات مقام معظم رهبری به‌عنوان مبدع اندیشه اقتصاد مقاومتی بهره می‌گیریم.

مؤلفه‌های بینشی فرهنگ اقتصادی جهادی

فرهنگ اقتصادی جهادی که مبتنی بر مفهوم اسلامی جهاد در راه خدا و برای خداست، فرهنگی مبتنی بر بینش توحیدی است. براساس منابع دینی، باور به تعلق هستی به خداوند متعال، امانت دانستن اموال در دست انسان، باور به نظام پاداش و جزای دنیوی و اخروی، اعتقاد به رزاقیت خداوند متعال، و باور به آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی، مؤلفه‌های بینشی فرهنگ اقتصادی جهادی به‌عنوان یک فرهنگ توحیدی را شکل می‌دهند. در ادامه به تبیین این باورها می‌پردازیم:

شکل ۳. مؤلفه‌های بینشی فرهنگ اقتصادی جهادی



تعلق هستی به خداوند متعال

در جهان‌بینی اسلامی، خداوند محور هستی است (بقره: ۱۵۶؛ هود: ۱۲۳؛ بقره: ۲۸؛ حدید: ۳). خدا آدمی را آفریده و مالک حقیقی همه هستی است (زخرف: ۵۸؛ آل عمران: ۱۰۹؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ص ۵۸؛ نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۷، ص ۲۸۴؛ ج ۱۳، ص ۵۲).

در فرهنگ‌های اقتصادی مادی یا بنا بر پذیرش دئیسم، خداوند بازنشسته تلقی می‌شود یا اساساً وجود خداوند و مالکیت او بر هستی انکار می‌گردد. گسترش رویکردهای تکاملی داروینی باعث گسترش رویکرد الحادی در فرهنگ‌های اقتصادی مادی شده است.

امانت بودن اموال در دست انسان

با توجه به مالکیت حقیقی خداوند بر هستی، مالکیت انسان اعتباری و در طول مالکیت خداست. اموال در دست افراد امانت است؛ آنان برای این امانت‌داری به‌شدت در معرض امتحان و آزمایش قرار می‌گیرند (تغابن: ۱۵). مصرف او در اموالی که در اختیار دارد، به‌شدت تحت‌نظر است. بنابراین، آزادی تصرف او در اموال خود در چارچوبی است که از طرف خداوند متعال مشخص شده است. انسان در کسب اموال و مصرف آنها در حد اختیارات یک وکیل، مجاز به کسب درآمد از هر راهی نیست و به هر طریقی نمی‌تواند امکانات را به‌کار گیرد (ابن‌شعبه حرانی، ۱۳۶۳، ص ۲۶۳؛ نحل: ۵۳؛ نور: ۳۳).

امانت‌انگاری اموال، مؤلفه مهمی در فرهنگ اقتصادی جهادی است که مانع از حرام‌خواری و تزییع اموال دیگران می‌شود. این باور باعث می‌شود که افراد حتی در صورت عدم وجود فشار قانون، حقوق دیگران را رعایت کنند. در فرهنگ‌های مادی نمی‌توان انتظار شکل‌گیری چنین باوری را داشت؛ مگر آنکه فشار قانون یا فشار اجتماعی آن را پشتیبانی کند. در فرهنگ‌های اقتصادی مادی، انسان مالک حقیقی آن چیزی است که به دست آورده است. در این فرهنگ، کمک به دیگران تنها باید از روی رضایت و قراردادهای اجتماعی باشد و نمی‌توان براساس حقوق الهی افراد را به کمک به دیگران موظف کرد (واعظی، ۱۳۸۸، ص ۳۲۸).

رزاقیت خداوند متعال

در فرهنگ اقتصادی جهادی، انسان مسلمان به رزاقیت خداوند باور دارد (طلاق: ۳؛ نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۲۱۷) و قبض و بسط روزی را در دست پروردگار متعال می‌داند (اسراء: ۳۰). این باور عمومی، نه‌تنها باعث پرکاری و پرتلاشی افراد می‌شود، بلکه مقاومت افراد در مقابل از دست دادن اموال را افزایش می‌دهد. در مقابل، عدم باور به رزاقیت خداوند باعث هراس بیهوده و عدم اعتماد به خداوند می‌شود (بقره: ۲۶۸). این هراس، رذایل دیگری چون بخل، امساک از انفاق و پرداخت حقوق مالی، اعراض از ولایت الهی و در نهایت، نفاق را به‌دنبال دارد (توبه: ۷۵-۷۷).

در مقابل، فرهنگ‌های اقتصادی مادی نقشی برای خداوند در روزی‌رسانی قائل نیستند. در این فرهنگ‌ها افراد به‌واسطه تلاش خود به عواید اقتصادی دست می‌یابند. این باور باعث می‌شود که افراد در صورت از دست دادن اموال، دچار آسیب روحی و روانی شوند.

پاداش و جزای دنیوی و اخروی

پذیرش نظام پاداش و جزای دنیوی و اخروی، از جمله مؤلفه‌های بینشی مهم در فرهنگ اقتصادی جهادی است. براین‌اساس، انسان نه‌تنها نتیجه کارهایش را در دنیا می‌بیند بلکه دنیا مزرعه آخرت است که هرچه انسان در آن بکار، در آخرت برداشت می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۳۸).

باور به نظام پاداش و جزای اخروی (رعد: ۲۲؛ بقره: ۲۶۱)، سبب می‌شود انسان دیدی بلندمدت داشته باشد و براساس آنچه در آینده می‌خواهد به آن برسد، سرنوشت امروز را رقم بزند. ضامن اجرایی این باور، ترس از عقاب در روز قیامت و انگیزه دریافت پاداش می‌باشد که نقش بسیار مؤثری در تحقق رفتارهای اقتصادی مقاوم‌ساز دارد؛ اما

در فرهنگ‌های اقتصادی مادی، عدم اعتقاد به آخرت و فقدان معادباوری باعث محدود شدن گستره زندگی به دنیای مادی می‌شود. در چارچوب این باور، منافع دنیوی کوتاه‌مدت در محور توجه افراد قرار می‌گیرد و تلاش تنها بر بیشینه‌سازی منافع دنیوی است.

آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی

یکی دیگر از باورهای محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی، باور به آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی است. در نگرش اسلامی، انسان همواره در معرض آسیب دشمن درونی (نفس اماره) و بیرونی (شیطان جن و انس) است. باور به آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی باوری است که می‌تواند افراد و جامعه را در خصوص خطرهای نهفته هوشیار کند. مبارزه با دشمن درونی به‌معنای مبارزه با هوا و هوس است (نازعات: ۴۱) که از آن به جهاد اکبر یاد می‌شود (صدوق، ۱۳۷۶، ص ۴۶۶). در مقابل جهاد اکبر، جهاد اصغر قرار دارد که به‌معنای مبارزه با دشمن بیرونی است (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۱/۱۰/۱۹؛ ۱۳۸۶/۱/۱؛ ۱۳۹۷/۵/۲۲، ۱۳۹۷/۶/۱۵؛ ۱۳۹۸/۵/۳۰).

جهاد یعنی چه؟ هر تحرکی اسمش جهاد نیست. تحرک با خصوصیات جهاد نام دارد. یکی از خصوصیات این تحرک - که اسمش جهاد است - این است که انسان بداند این تحرک در مقابل دشمن است؛ یعنی بداند در مقابل یک حرکت خصمانه و غرض‌آلودی است که دارد انجام می‌گیرد (همان، ۱۳۹۰/۰۵/۲۶).

یکی از عوامل مهم در تدوین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، وجود دشمن بیرونی و شکل‌گیری جنگ تمام‌عیار اقتصادی ضد جمهوری اسلامی ایران عنوان شده است (همان، ۱۳۹۲/۱۲/۲۰). هرچند براساس بینش اسلامی، مبارزه با دشمن درونی در مقایسه با دشمن بیرونی از درجه اهمیت بالایی برخوردار است (همان، ۱۳۸۱/۱۰/۱۹؛ ۱۳۷۰/۵/۲۳)، درعین حال غفلت از دشمن بیرونی خطای راهبردی عظیمی است که منجر به خسارت عظیمی می‌شود (همان، ۱۳۹۳/۰۴/۱۱).

مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی جهادی

مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی جهادی حاکی از هنجارهای اقتصادی عمومی است که قواعد غیررسمی در زمینه رفتار اقتصادی مطلوب را تعیین می‌کند. این مؤلفه‌های گرایشی را می‌توان در دو دسته هنجارهای اقتصادی عمومی و بخشی جای داد. هنجارهای اقتصادی عمومی در مورد همه فعالیت‌های اقتصادی صادق‌اند؛ ولی هنجارهای اقتصادی بخشی به حوزه‌های تولید (ایجاد ثروت و درآمد)، توزیع (توزیع درآمد و ثروت) و مصرف (مصرف کالاها و خدمات) اختصاص دارند. در ادامه به تبیین این هنجارها می‌پردازیم.

هنجارهای اقتصادی عمومی

فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع جمعی بر منافع فردی و عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی، از جمله هنجارهای عمومی در فرهنگ اقتصادی مقاومتی است که در تمامی حوزه‌های تولید، مصرف و توزیع جریان دارد.

فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا

یکی از هنجارهای محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی این است که سخت‌کوشی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی، چه در تولید و چه در مصرف و توزیع، باید در راه خدا و برای خداوند باشد. انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا باعث می‌شود که تلاش برای کسب روزی حلال و طیب، به نوعی عبادت تبدیل شود (صدوق، ۱۳۸۵ق، ص ۹۵؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۱، ص ۱۰۵۸؛ نوری، ۱۴۰۸ق، ص ۴۶۰). در این راستا، اسلام تلاش برای تأمین معاش خانواده را همانند جهاد در راه خدا دانسته (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۸۸) و تبلی و بیکاری را نکوهش کرده است (همان، ج ۹، ص ۵۷۵).

اولویت منافع جمعی بر منافع فردی

در فرهنگ‌های نفع‌طلبانه مادی حاکم بر نظام سرمایه‌داری، تأمین منافع فردی در اولویت است و منافع عمومی چیزی جز جمع منافع فردی نیست. در مقابل، در فرهنگ اقتصادی جهادی، اگر بین منافع فردی و جمعی تضاحم ایجاد شود، دومی بر اولی اولویت دارد.

توجه به اولویت منافع جمعی بر منافع فردی در منابع دینی به اندازه‌ای است که در برخی آیات و روایات بر مقدم‌دانستن دیگران بر خود تأکید شده است (حشر: ۹؛ صدوق، ۱۳۸۵ق، ج ۱، ص ۱۸۱-۱۸۲؛ مفید، ۱۴۱۴ق، ص ۳۳۷). در سیره عملی پیشوایان دینی نیز توجه به این هنجار، یک اصل بوده است. امام صادق علیه السلام این هنجار را با استناد به آیه ۹ سوره «حشر» - که در آن مقدم داشتن دیگران بر خود تشویق شده است - بیان می‌کنند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۳۶، ص ۵۹؛ ج ۹۳، ص ۱۷۸). در این آیه، خداوند تعال انصار را به واسطه بخشش اموال خود به مهاجران به‌رغم نیاز خودشان، تمجید می‌کند. قرآن مجید عالی‌ترین نمونه مقدم‌دانستن دیگران را در سوره «هل ائی» در داستان ایثار امیرمؤمنان علی علیه السلام، حضرت زهرا علیها السلام، امام حسن و حسین علیهم السلام در بخشش غذای افطاری خود در سه روز متوالی به مسکین، یتیم و اسیر بیان می‌کند (انسان: ۸).

عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی (استقلال اقتصادی)

براساس آموزه‌های اسلامی، هرگونه راهی برای تسلط کفار بر مؤمنین، از طرف خداوند نفی شده است (نساء: ۱۴۱؛ آل عمران: ۲۸). «نفی سبیل» قاعده‌ای اسلامی است که هرگونه تسلط کفار بر مسلمانان را در هر زمینه‌ای، از جمله زمینه‌های اقتصادی، جایز نمی‌شمارد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله به هیچ‌وجه به تسلط اقتصادی غیرمسلمانان بر مسلمانان رضایت نمی‌دادند. ایشان برای تقویت استقلال اقتصادی بازار اسلامی، به تغییر بازار مدینه از بازار بنی‌قیثاق - که در دست یهودیان بود و موجبات تسلط آنان بر قلب اقتصاد مدینه را فراهم کرده بود - به بازار مستقلی در نزدیکی باغ‌های انصار برای مسلمانان اقدام کرد (ابن‌ماجه ۱۳۹۵ق، ج ۲، ص ۷۵۱؛ ابن‌شبهه، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۳۰۶). مقام معظم رهبری، عدم تبعیت از کفار را جهاد کبیر می‌دانند (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۵/۰۳/۰۳).

هنجارهای اقتصادی بخشی

در فرهنگ اقتصادی جهادی، هنجارهای مشخصی در سه بخش تولید، توزیع و مصرف مطرح است. همان گونه که بیان خواهد شد، این هنجارها به شکلی هماهنگ و سازگار، فضای فعالیت اقتصادی را در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی سامان دهی می‌کند.

هنجارهای بخش تولید

در فرهنگ اقتصادی جهادی، کار و تولید همراه با سخت کوشی برای تأمین نیازهای خود و دیگران، به شدت تشویق شده است. همچنین هنجارهایی همچون خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی، اخلاق در کار و تولید، ممنوعیت راکد نگه داشتن سرمایه و لزوم بهبود کمی و کیفی تولید، ترویج می‌شود.

الف) سخت کوشی و تلاش مضاعف

در فرهنگ اقتصادی جهادی، سخت کوشی و تلاش مضاعف برای امرار معاش و کسب روزی حلال، ارزشی اساسی است. سخت کوشی و تلاش، یکی از مؤلفه‌های محوری است که در مفهوم جهاد نهفته است. جهاد به معنای تلاش فراوان همراه با سخت کوشی است. براساس مضمون روایات، ارزش کسی که برای تأمین مخارج خانواده، خود را به سختی می‌اندازد (الکاد علی عیاله)، همانند مجاهد در راه خداست (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۸۸). در این فرهنگ، کار تنها برای تأمین معاش نیست؛ بلکه وسیله‌ای برای عمران و آبادانی زمین است که بشر بدان مأمور گشته است (هود: ۶۱). آنچه سخت کوشی و تلاش مضاعف در فرهنگ اقتصادی جهادی را از ارزش مشابه آن در سایر فرهنگ‌های اقتصادی جدا می‌کند، جهت‌داری این تلاش است. این جهاد، تلاشی برای دستیابی به روزی حلال و طیب و برای هزینه‌کرد آن در راه خداوند است. نیت الهی، هم به این تلاش جهت می‌دهد و هم بعد معنوی آن را تقویت می‌کند.

ب. خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی

در فرهنگ اقتصادی جهادی، خستگی‌ناپذیری ارزشمند و تنبلی ضدارزش است (ابن‌شعبه حرانی، ۱۳۶۳، ص ۳۹۵؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۷۲؛ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۱۶۹؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۰، ص ۹)؛ چنان که سیره امامان معصوم^{علیهم‌السلام} نیز این بوده که برای تأمین معاش حلال، زحمت و سختی آن را نیز متحمل می‌شدند (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۱۷، ص ۲۳). ارزش سخت کوشی برای کسب روزی حلال و طیب در فرهنگ اسلامی به‌اندازه‌ای است که امام باقر^{علیه‌السلام} مرگ هنگام کار را مرگ در حال اطاعت از خداوند متعال می‌داند. جهد و تلاش امام باقر^{علیه‌السلام} در مزرعه خود در شدت گرما سبب تعجب و اعتراض فردی از اهالی مدینه شد. وی از روی اعتراض گفت: اگر در این حال اجلت فرارسد، چه خواهی کرد؟ آن حضرت در پاسخ فرمود: اگر در این حال مرگم فرارسد، در حال اطاعت خدا دیده‌ام از جهان فرو خواهیم بست و با این کار، خود و خانواده‌ام را از تو و دیگران بی‌نیاز می‌کنم (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۷۳-۷۴).

برخلاف فرهنگ اقتصادی جهادی، در فرهنگ نفع‌طلبی شخصی آنچه برای عرضه‌کننده کار مهم است، اصل مطلوبیت ناشی از فراغت می‌باشد و عرضه‌کننده کار، اصل کار را جبری تلقی می‌کند. در فرهنگ‌های جمع‌گرا نیز هرچند به بعد اجتماعی کار توجه می‌شود، ولی کمتر نگاه متعالی و ماورائی به آن وجود دارد.

ج. اخلاص در کار و تولید

در فرهنگ اقتصادی جهادی، اخلاص در کار و تولید، ارزش آن را دوچندان می‌کند. نیت الهی عنصری است که باعث ارزشمندی یک فعالیت در نگرش اسلامی می‌شود. خداوند انسان را به کار و تلاش حداکثری و تولید حداکثری همراه با قصد قربت و اخلاص در عمل فرامی‌خواند (آل عمران: ۱۷۳ و ۱۷۴؛ مائده: ۵۴؛ ممتحنه: ۱؛ نساء: ۹۵؛ حجرات: ۱۵).

د. راکد نگذاشتن سرمایه

در فرهنگ اقتصادی جهادی، کنز و راکد گذاشتن سرمایه مذموم است. در آیات و روایات، از راکد گذاشتن سرمایه نهی شده است (توبه: ۳۴؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۹، ص ۵۷۵؛ ج ۵، ص ۷۳-۷۴).
جدول ۱. هنجارهای تولید در فرهنگ اقتصادی جهادی

هنجارها	مستندات
سخت‌کوشی و تلاش مضاعف	حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۱۷، ص ۲۳؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۸۲/۱۱/۲۱
خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تبلی	این شعبه حرانی، ۱۳۶۳، ص ۲۹۵؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ص ۷۲؛ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۱۶۹؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۰، ص ۹؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۹۸/۴/۳۱؛ ۱۳۹۰/۱/۱
اخلاص در کار و تولید (کار برای خدا)	آل عمران: ۱۷۳ و ۱۷۴؛ مائده: ۵۴؛ ممتحنه: ۱؛ آیات: ۹، ۲۰ و ۴۱؛ نساء: ۹۵؛ حجرات: ۱۵؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۵/۲۶؛ ۱۳۹۰/۱/۱؛ ۱۳۹۰/۱/۱۸؛ ۱۳۹۰/۱/۱؛ ۱۳۹۸/۱/۱
نهی از راکد گذاشتن سرمایه	توبه: ۳۴؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۹، ص ۵۷۵؛ ج ۵، ص ۷۳-۷۴
بهبود کمی و کیفی تولید	عریضی، ۱۴۰۹ق، ص ۹۴؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۹۷/۰۱/۱؛ ۱۳۹۳/۲/۱۰؛ ۱۳۹۰/۱/۱؛ ۱۳۹۰/۱/۱

(منبع: یافته‌های پژوهش)

ه. بهبود کمی و کیفی تولید

بهبود کمی و کیفی تولید در جامعه اسلامی، یکی از ارزش‌های محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی است. در این چارچوب، نه تنها بهبود کمیت محصولات تولیدی ارزشمند بوده و باعث تقویت اقتصاد جامعه اسلامی می‌شود، بلکه بهبود کیفیت آن نیز مورد تأکید است. در واقع، تقویت کمی و کیفی تولید داخلی مؤلفه مهمی از جهاد اقتصادی و ستون فقرات اقتصاد مقاومتی است (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۱/۱؛ ۱۳۹۳/۰۲/۱۰).

در روایات معصومان علیهم‌السلام تأکید زیادی بر اتقان عمل شده است؛ مقوله‌ای که باعث بهبود کیفیت تولید داخلی می‌شود. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم در این زمینه می‌فرمایند: خداوند رحمت کند کسی را که کار صالحی را با اتقان انجام می‌دهد (عریضی، ۱۴۰۹ق، ص ۹۴).

هنجارهای بخش مصرف

در رویکرد اقتصاد متعارف، مصرف جهت‌دهنده به تولید است و ذاتاً امری مطلوب قلمداد می‌شود. این در حالی است که مصرف بیش‌ازحد و بدون جهت‌گیری اجتماعی می‌تواند باعث کاهش مقاومت اقتصادی جامعه شود. در فرهنگ اقتصادی جهادی، هنجارهایی همچون مصرف در حد کفاف، ممنوعیت اسراف، قناعت، عدم اقتار و اتراف، مصرف حلال و طیب، و مصرف تولید داخلی، جهت‌دهنده مصرف به سمت منافع جمعی است.

الف. مصرف در حد کفاف

در فرهنگ اقتصادی جهادی، هر نوع مصرفی مطلوب نیست. مصرف باید در حد کفاف و با هدف تأمین متعادل نیازهای افراد جامعه باشد. در روایات بر رعایت حد کفاف در معیشت تأکید شده است. تأکید اسلام بر مصرف در حد کفاف به اندازه‌ای است که ثروتمندان حتی پس از پرداخت زکات و انجام تکالیف شرعی، باز هم مجاز به مصرف بیش از حد کفاف نیستند (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۴۰).

کفاف، حدی از هر چیز است که اضافه و نقصان در آن نباشد. میزان کفاف، نسبی و وابسته به نگاه عرف است. کفاف، دارای یک دامنه است و به گسترش اطلاعات مالی بین افراد و سطح تحمل اختلافات، وابسته است. از این رو، در احکام شاهد مواردی همچون وجوب تهیه مخارج عرفی خود و همسر (موسوی خمینی، ۱۴۳۴ق، ج ۲، ص ۴۷۶) و مخارج عرفی پدر، مادر و فرزندان فقیر (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص ۲۹۶) و نیز وظیفه دولت اسلامی در تأمین حد عرفی زندگی نیازمندان می‌باشیم (ر.ک: صدر، ۱۳۸۲، ص ۶۷۱-۶۸۳).

دستور امام صادق علیه السلام در ایام قحطی به کارگزار خود مبنی بر فروش گندم ذخیره‌شده و تهیه روزانه گندم برای بیت امام مانند سایر مردم و سفارش به تهیه نان منزل به صورت ترکیبی از گندم و جو (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۶، ح ۲)، نشان‌دهنده اهمیت مصرف در حد کفاف و مطابق با عرف زندگی مردم می‌باشد.

جدول ۲. هنجارهای مصرف در فرهنگ اقتصادی جهادی

هنجارها	مستندات
مصرف در حد کفاف	کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۴۰؛ موسوی خمینی، ۱۴۲۴ق، ج ۲، ص ۴۷۶؛ محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص ۲۹۶؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۴، ص ۱۱؛ صدر، ۱۳۸۲، ص ۶۶۱-۶۶۹؛ صدر، ۱۳۸۲، ص ۶۷۱-۶۸۳.
قناعت، عدم اقتار و اتراف	کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۶، ح ۲؛ فرقان: ۶۷؛ مانده: ۸۷؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۱۰، ح ۳.
ممنوعیت اسراف	شوری: ۲۷؛ قصص: ۵۸؛ اسراء: ۱۶؛ سبا: ۳۴
مصرف حلال و طیب	بقره: ۵۷، ۱۶۸، ۱۷۲؛ نحل: ۱۱۴.
مصرف تولیدات داخلی	مقام معظم رهبری، ۱۳۹۴/۲/۹؛ ۱۳۹۷/۰۱/۱؛ ۱۳۹۱/۰۵/۰۳.

ب. ممنوعیت اسراف

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

ج. قناعت و عدم اقتار و اتراف

قناعت در مصرف همراه با عدم اقتار و اتراف، ارزشی اساسی در فرهنگ اقتصادی جهادی است. فرد قانع، به حاصل سعی و تلاش خود راضی است و از حسادت، رقابت و چشم‌وهم‌چشمی نسبت به مال و دارایی دیگران دوری می کند. امیرمؤمنان علی علیه السلام می فرماید: قناعت و استفاده به میزان نیاز، موجب توانمندی و دولت‌مندی است (نهج البلاغه، ۱۳۷۹، حکمت ۲۳۹).

قناعت به رضایت به کفاف معنا شده است (نهج البلاغه، قصار ۴۱). مصرف بیش از حد کفاف، مصداق اسراف و زمینه‌ساز اتراف است. خداوند متعال بسیاری از مخالفت‌ها با پیامبران الهی را به مترفین نسبت داده است (سبأ: ۳۴) که آثار فساد آنان دامنگیر جامعه خواهد شد (اسراء: ۱۶). مصرف کمتر از حد کفاف نیز اقتار است. اقتار به معنای تنگ‌نظری و سخت‌گیری در مصرف است. در آیات و روایات، از اقتار و تنگ‌نظری در مصرف اموال نهی شده است (فرقان: ۶۷؛ مائده: ۸۷؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۱۰).

د. مصرف حلال و طیب

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

هـ. مصرف تولید داخلی

مصرف تولیدی داخلی نیز هنجار دیگری در فرهنگ اقتصادی جهادی است. مصرف تولید داخلی از آن جهت مطلوب است که باعث کاهش وابستگی اقتصاد جامعه اسلامی به بیرون و در نتیجه افزایش استحکام اقتصادی آن می شود. مقام معظم رهبری مصرف تولیدات داخلی را پایه و ستون اقتصاد مقاومتی می‌داند (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۴/۲/۹) و بر لزوم شکل‌گیری فرهنگ مصرف تولیدات داخلی تأکید می‌کنند (همان، ۱۳۹۷/۰۱/۱؛ ۱۳۹۱/۰۵/۰۳)؛ چراکه مصرف به تولید جهت می‌دهد و در صورت عدم مصرف یک کالای داخلی، بازار آن کالا از بین می‌رود و در نتیجه انگیزه تولیدکنندگان داخلی برای تولید به تدریج زائل می‌شود و تولید داخلی کاهش می‌یابد.

هنجارهای بخش توزیع

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

الف. عدالت توزیعی

در فرهنگ اقتصادی جهادی، توزیع عادلانه درآمد و ثروت، ارزشی محوری است. اهمیت عدالت در اسلام به اندازه‌ای است که قرآن کریم آن را از اهداف بعثت پیامبران می‌شمارد (حدید: ۲۵). در اقتصاد مقاومتی نیز تأمین عدالت و کاهش فاصله طبقاتی، هم‌زمان با تحقق رشد اقتصادی دنبال می‌شود (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۰۷/۲۲؛ ۱۳۹۳/۱/۱).

جدول ۲. هنجارهای توزیع در فرهنگ اقتصادی جهادی

هنجارها	مستندات
عدالت توزیعی	حدید: ۲۵؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۰۷/۲۲؛ ۱۳۹۳/۱/۱.
ایثار و از خودگذشتگی در راه خدا	انسان: ۹؛ فرقان: ۶۷، نهج البلاغه، حکمت ۷۰۸؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۴۹۷؛ صدر، ۱۴۱۷ق، ص ۳۳۷
توانمندسازی محرومین	مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۳، ص ۱۳۸.

(منبع: یافته‌های پژوهش)

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

ب. ایثار و از خودگذشتگی در راه خدا

هرچند پرداخت حقوق واجب، همچون خمس و زکات، ارزشی محوری در فرهنگ اقتصادی جهادی است، اما ایثار و از خودگذشتگی در راه خداوند فراتر از این حد نیز مطلوب است. از این رو، در اسلام به انفاقات مستحب نیز توصیه شده است. خداوند در قرآن مجید حکایت اهل بیت علیهم‌السلام را نقل می‌کند که سه روز افطاری خود را به‌رغم نیاز خودشان، به نیازمندان انفاق می‌کنند (انسان: ۹).

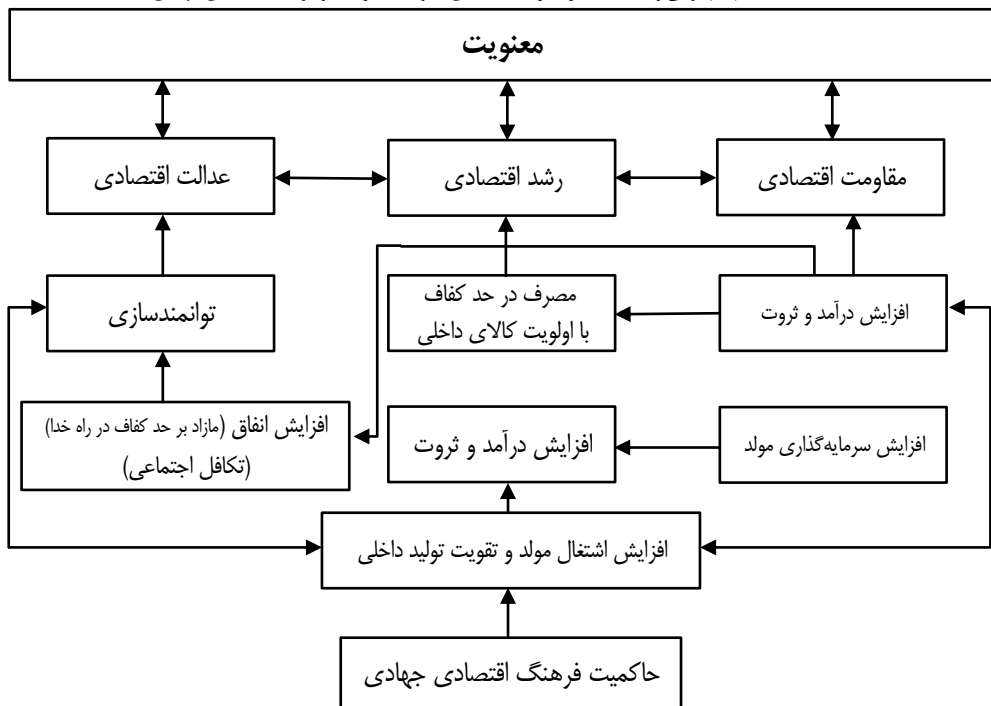
ج. توانمندسازی فقرا

در فرهنگ اقتصادی جهادی، انفاقات به‌واسطه توانمندسازی افراد جامعه، باعث کاهش انگیزه کار و فعالیت در میان نیازمندان و عموم جامعه نمی‌شود و از این طریق به مقاوم‌تر شدن اقتصاد کمک می‌کند. از همین رو، ثواب قرض الحسنه نسبت به صدقه مضاعف است (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۳، ص ۱۳۸)؛ چراکه ضمن تأمین نیاز فرد و حفظ آبرویش، وی را به کار و تلاش برای بازپرداخت آن وامی‌دارد.

کارکرد فرهنگ اقتصادی جهادی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

با شکل‌گیری فرهنگ اقتصادی جهادی، سخت‌کوشی و پرتلاشی در بخش تولید تقویت می‌شود. مصرف، با اولویت دادن به مصرف کالای داخلی در حد کفاف، مدیریت می‌گردد و مازاد درآمد افراد، برای سرمایه‌گذاری، فقرزدایی و گسترش توانمندسازی محرومین هزینه می‌شود. نتیجه شکل‌گیری چنین فرهنگی، نه تنها افزایش رشد و عدالت اقتصادی است، بلکه مقاومت اقتصادی و تقویت معنویت را نیز به دنبال دارد.

شکل ۳. مکانیسم هم‌افزایی رشد، عدالت و مقاومت اقتصادی همراه با معنویت در فرهنگ اقتصادی جهادی

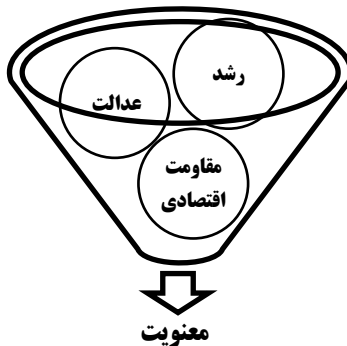


با حاکمیت فرهنگ اقتصادی جهادی، افراد جامعه به دلیل پرهیز از تنبلی و بیکاری و راکد نگه‌داشتن سرمایه، و همچنین عبادت دانستن کسب و کار، به دنبال افزایش فعالیت تولیدی با تأکید بر نیازهای ضروری جامعه (واجبات نظامیه) می‌باشند. همچنین افراد با در نظر گرفتن جنگ تمام‌عیار اقتصادی برضد جامعه اسلامی و اهمیت دادن به استقلال جامعه اسلامی، با دوری از سفته‌بازی، به افزایش کمی و کیفی تولیدات داخلی گرایش دارند. در چنین فضایی، تلاش جهادی همراه با خستگی‌ناپذیری و اخلاص در عمل، باعث تقویت تولید می‌شود (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۸/۰۱/۱؛ ۱۳۹۸/۴/۳۱؛ ۱۳۹۰/۱/۱؛ ۱۳۹۰/۱/۱۸؛ ۱۳۹۰/۵/۲۶). چنین تلاشی باعث بهبود کمی تولید داخلی (افزایش میزان تولید) و ارتقای کیفی آن (اتقان در عمل و افزایش کارایی و بهره‌وری) می‌شود (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۷/۰۱/۱). نتیجه این سخت‌کوشی و تقویت تولید داخلی، تحقق رشد درون‌زا است؛ رشدی باثبات و پویا که به مقاوم‌سازی اقتصاد کشور می‌انجامد.

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

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

شکل ۴. هم‌افزایی رشد، عدالت و مقاومت اقتصادی همراه با معنویت در پرتو حاکمیت فرهنگ اقتصادی جهادی



شواهد تاریخی، چه در صدر اسلام و چه در دوره کنونی، نشان می‌دهد که هر زمان فرهنگ اقتصادی جهادی تقویت شود، نه تنها به رشد اقتصادی همراه با عدالت کمک می‌شود، بلکه رشدی پایدار و غیرشکننده را به دنبال دارد و در خدمت تقویت معنویت قرار می‌گیرد. هنگامی که تازه‌مسلمانان در محاصره شعب ابی‌طالب با مشکلات حاد معیشتی مواجه شدند، فرهنگ ایثار و از خودگذشتگی آنان باعث شد که آنان بتوانند در برابر فشار کفار بایستند. در شرایط اقتصادی سخت هجرت پیامبر و مهاجران به مدینه نیز فرهنگ اقتصادی جهادی انصار باعث شد که آنان مهاجران را در خانه خود سکنا دهند و زمینه اشتغال آنها را فراهم کنند. چنین فرهنگی، نه تنها باعث تقویت رشد اقتصادی مسلمانان شد، بلکه رشد معنوی آنان را نیز در پی داشت. البته در برهه‌هایی از تاریخ اسلام، گسترش فرهنگ مادی‌گرایانه نه تنها رشد اقتصادی جامعه اسلامی را با

مشکل مواجه کرد، بلکه رشد معنوی آن را نیز تحت الشعاع قرار داد. برای نمونه، توزیع ناعادلانه بیت‌المال در صدر اسلام و گسترش فرهنگ تجمل‌گرایی پس از رحلت پیامبر اکرم ﷺ موجب افزایش بی‌عدالتی و شکاف طبقاتی در جامعه اسلامی شد. امیرمؤمنان ؑ برای اصلاح این فرهنگ و احیای فرهنگ توزیع عادلانه بیت‌المال در جامعه اسلامی تلاش زیادی کرد؛ ولی این رویه در دوره‌های بعدی دنبال نشد.

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

نتیجه‌گیری

اقتصاد مقاومتی الگوی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی است که اهدافی همچون رشد پویا، عدالت و مقاومت اقتصادی در کنار معنویت را دنبال می‌کند. در این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال بودیم که چه فرهنگ اقتصادی را موجب تحقق این اهداف می‌شود. آیا فرهنگ‌های اقتصادی مادی رایج، همانند فرهنگ پروتستانی، شینتویی و کنفوسیوسی می‌توانند ما را به اهداف مورد نظر اقتصاد مقاومتی برسانند؟ یا اینکه تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی نیازمند فرهنگ اقتصادی خاص خود است که از فرهنگ‌های اقتصادی مادی متمایز است؟ یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که هرچند فرهنگ‌های اقتصادی مادی رایج دنیا موفقیت‌هایی در ایجاد رشد اقتصادی داشته‌اند، ولی چنین رشدی شکننده و غیرمقاوم بوده و در بسیاری از موارد، از تحقق هدف عدالت اقتصادی بازمانده است. همچنین این فرهنگ‌های مادی والحدادی به دلیل توجه صرف به جنبه مادی، از معنویت غفلت کرده‌اند. این در حالی است که در فرهنگ اقتصادی جهادی، پیشرفت مادی بشر در خدمت پیشرفت معنوی وی قرار می‌گیرد و نسبت به آن ارزشی ابزاری دارد.

براساس سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و بیانات مقام معظم رهبری، فرهنگ اقتصادی جهادی تنها فرهنگی است که می‌تواند زمینه تحقق هم‌زمان اهداف اقتصاد مقاومتی، یعنی رشد، عدالت و مقاومت اقتصادی توأم با معنویت را فراهم کند. این کارکرد فرهنگ اقتصادی جهادی ریشه در مؤلفه‌های بینشی و گرایشی الهی آن دارد که آن را از فرهنگ‌های اقتصادی مادی متمایز می‌کند.

فرهنگ اقتصادی جهادی بنا به هویت توحیدی‌اش دارای مؤلفه‌های بینشی است که عبارت‌اند از: باور عمومی به تعلق هستی به خداوند متعال؛ امانت‌دانستن اموال در دست انسان؛ نظام پاداش و جزای دنیوی و اخروی؛ رزاقیت خداوند متعال؛ و آسیب‌پذیری در برابر دشمن درونی و بیرونی. این نظام باورهای توحیدی باعث نهادینه شدن مؤلفه‌های گرایشی فرهنگ اقتصادی مقاومتی با محوریت هنجارهایی از این دست است: انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا؛

اولویت منافع جمعی بر منافع فردی؛ عدم پذیرش سلطه اقتصادی؛ جهاد اقتصادی برای کسب روزی حلال به همراه نهی از تنبلی و راکد گذاشتن اموال با تأکید بر تولید کالای داخلی؛ مصرف طیب در سطح کفاف با اولویت کالای داخلی؛ رعایت عدالت توزیعی؛ و ایثار و از خودگذشتگی در راه خدا با تأکید بر توانمندسازی فقرا و محرومان.

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

شواهد تاریخی، چه در صدر اسلام و چه در دوره کنونی، نشان می‌دهد که شکل‌گیری و تقویت فرهنگ اقتصادی جهادی نه تنها به تحقق رشد اقتصادی همراه با عدالت اقتصادی کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز رشدی پایدار و غیرشکننده می‌باشد. چنین فرهنگی، اقتصاد را در مسیر اصلی خود قرار می‌دهد و باعث می‌شود که علاوه بر تحقق اهداف اقتصادی، پیشرفت اقتصادی در خدمت رشد معنویت نیز قرار بگیرد.

منابع

- نهج البلاغه، ۱۳۷۹، ترجمه محمد دشتی، قم، امیرالمؤمنین علیه السلام.
- ابن شیه، ابوزید، ۱۴۱۰ ق، *تاریخ المدینه المنوره*، قم، دارالفکر.
- ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۳۶۳، *تحف العقول عن آل الرسول*، قم، جامعه مدرسین.
- ابن ماجه، محمد بن یزید، ۱۳۹۵ ق، *السنن*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- باکاک، رابرت، ۱۳۸۱، *مصرف*، ترجمه خسرو صبری، تهران، شیرازه.
- بودریار، ژان، ۱۳۹۰، *جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها*، ترجمه پیروز احمدی، چ سوم، تهران، ثالث.
- _____، ۱۳۹۳، *نظام انشیا*، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، ثالث.
- بیانات مقام معظم رهبری، در: Khamenei.ir.
- توکل، محمدجواد و عباس شفیعی نژاد، ۱۳۹۸، *شاخص تولید طیب*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.
- توکل، محمدجواد، ۱۳۹۴، «چیستی و کارکرد مبانی فلسفی اقتصاد»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۱۳، ص ۷۷-۱۰۷.
- تیמותی، دالنجی، ۱۳۸۸، *جامعه‌شناسی مصرف*، ترجمه علی اصغر سعیدی و مهدی حسین آبادی، تهران، جامعه‌شناسان.
- چاونس، برنارد، ۱۳۹۰، *اقتصاد نهادی*، ترجمه محمود متوسلی، علی نیکونستی و زهرا فرضی‌زاده، تهران، دانشگاه تهران.
- حرعاملی، محمد بن حسن، ۱۴۱۶ ق، *وسائل الشیعه*، بیروت، دارالفکر.
- حسینی، سیدعبدلرضا و همکاران، ۱۳۹۳، «بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی»، *پاسناری فرهنگی انقلاب اسلامی*، ش ۱۰، ص ۱۲۱-۱۴۶.
- خلیلیان، محمدجمال، ۱۳۸۳، *فرهنگ اسلامی و توسعه اقتصادی: بررسی سازگاری و ناسازگاری*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.
- درخشان، مسعود، ۱۳۹۰، *بحران نظام سرمایه‌داری، در: بحران مالی سال ۲۰۰۸ (ریشه‌ها، پیامدها و راهکارها)*، به کوشش محمد نعمتی و محمد سلیمانی، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- رفیع پور، فرامرز، ۱۳۷۸، *آئومی یا آشنفتگی اجتماعی*، تهران، سروش.
- روح‌الامینی، محمود، ۱۳۷۹، *زمینه فرهنگ‌شناسی*، چ پنجم، تهران، عطار.
- سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی*، ۱۳۹۲.
- شیخ‌اسماعیلی، سامان و سنا حزبوی، ۱۳۹۸، «پیدایی فلسفه کنفوسیوسی در کسب و کارهای ایرانی؛ پیامدها و قضاوت‌های فرهنگی»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ش ۵۳، ص ۳۵۹-۳۷۵.
- صدر، سیدمحمدباقر، ۱۳۸۲، *اقتصادنا*، چ دوم، قم، بوستان کتاب.
- _____، ۱۴۱۷ ق، *اقتصادنا*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
- صدوق، محمد بن علی، ۱۳۷۶، *الأمالی*، تهران، کتابچی.
- _____، ۱۳۸۵ ق، *علل الشرائع*، نجف، مکتبه الحیدریه.
- _____، ۱۴۱۳ ق، *من لایحضره الفقیه*، قم، جامعه مدرسین.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، ۱۴۱۷ ق، *تفسیر المیزان*، بیروت، اعلمی.
- طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۹۵ ق، *مجمع البیان*، تهران، اسلامیه.
- طغیانی، مهدی و محمدهادی زاهدی وفا، ۱۳۹۱، «امکان بهره‌گیری از آثار تمدن اسلامی در طراحی و تدوین الگوی اسلامی - ایرانی»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۶، ص ۵۵-۷۶.
- عریضی، علی بن جعفر، ۱۴۰۹ ق، *مسائل علی بن جعفر و مستدرکاتها*، قم، مؤسسه آل‌البیت علیهم السلام.
- کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ ق، *کافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- لاندنس، دیوید، ۱۳۸۳، *فرهنگ تقریباً ریشه همه تفاوت‌هاست در اهمیت فرهنگ نوشته ساموئل هانتینگتون، لارنس هریسون*، ترجمه گروه ترجمه انجمن توسعه مدیریت ایران در حال توسعه، تهران، سپهر.
- مایلز، استیون و مالکوم مایلز، ۱۳۹۲، *شهرهای مصرفی*، ترجمه مرتضی قلیچ و محمدحسن خطیبی، تهران، تیسلا.

- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحار الانوار*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- محقق حلّی، نجم‌الدین، ۱۴۰۸ق، *تسرایع الاسلام*، چ دوم، قم، اسماعیلیان.
- مفید، محمدبن محمدبن نعمان، ۱۴۱۴ق، *الاختصاص*، بیروت، دار المفید.
- موسوی خمینی، سیدروح‌الله، ۱۴۲۴ق، *توضیح المسائل*، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- مکارم شیرازی، ناصر و همکاران، ۱۳۶۴، *تفسیر نمونه*، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- مصطفوی، حسن، ۱۴۰۲ق، *التحقیق فی کلمات القرآن*، تهران، مرکز کتاب للترجمه و النشر.
- موون، جان و میشل مینور، ۱۳۸۸، *رفقار مصرف‌کننده*، قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.
- نوری، محمدتقی، ۱۴۰۸ق، *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، قم، مؤسسه آل‌البتیت.
- واعظی، محمود، ۱۳۸۸، *نقد و بررسی نظریه‌های عدالت*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- ویلن، تورستین، ۱۳۹۵، *نظریه طبقه تن‌اسا*، ترجمه فرهنگ ارشاد، چ پنجم، تهران، نشر نی.
- یونگ، الکهد، ۱۳۹۰، *فرهنگ و اقتصاد در باب ارزش‌ها، علم اقتصاد و کسب و کار بین‌المللی*، ترجمه زهره حسین‌زادگان و سهیل سمی، تهران، ققنوس.
- Berge, Peter L., 2013, *Our economic culture*, in pfaadenhauer, Michaela & Berge, Peter L, *The New Sociology of Knowledge: The Life and Work of Peter L. Berger*, Transaction Publishers, New Brunseick. (U.S.A) and London. (U.K).
- Cellini , Roberto & Tiziana Cucci, 2018, *Do behaviours cultural markets affect economic resilience? An analysis of Italian regions*, Italy, University of Catania.
- Dore R, 1967, *Aspects of social change in modern Japan*, Princeton University Press, Princeton,NJ.
- Eric L., Jones, 1995, “Culture and its Relationship to Economic Change”, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, V. 151, N. 2, p 269_285.
- Gregg, Samuel, 2013, *Becoming Europe: Economic Decline, Culture, and How America Can Avoid a European Future*, Encounter Books.
- Hill, M. ,2000, “Asian values’ as reverse orientalism: Singapore”, *Asian Pacific Viewpoint*, N. 41, p 177-190.
- Kahn, Herman, 1979, *World Economic Development, and Beyond*, New York, Westview Press.
- Levy, M. Jr, 1962, “Some aspects of ‘individualism’ and the problem of modernization in China and Japan”, *Econ Develop Cult Change*, N. 10 (3), p 225–240.
- Mandeville, bernard, 1970, *the fable of the bees: or private vices*, publick benefits, liberty fund inc.
- Schoeman, Nicolaas J., 1990, *The development of economic thought in the economic culture of south Africa*, in Gemper, Bodo B., *The Market System, Structural Change, and Efficient Economies: the international trend towards indicative targeting*, Transaction Publishers, New Brunswick. (U.S.A) and London. (U.K.).
- Smith, Adam, 1965, *Wealth of Nations*, Edw Cannon.
- Storr, Virgil Henry, 2013, *Understanding the culture of markets simultaneously published*, in the USA and Canada by Routledge.
- Tanti, Keith, 2015, *Cultural Values and Economic Resilience*, University of Malta.
- Weber, M., 1930, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Translated from German by Talcott parsons.
- Williamson, oliver E., 2000, “The New Institutional Economic: Taking Stock”, Looking Ahead; *Journal of Economic Literature*, Vol.XXXVIII, Sep, p 595-613.
- Yamazawa, Ippei, 199, “The Asian Economic Crisis and Japan” (PDF), *The Developing Economies*, N. 3 (36), p 332-351.
- Zhang, K., 2001, “What Explains the Boom of Foreign Direct Investment in China”, *Economia Internazionale / International Economics*, Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Genova, V. 54(2), p 251-274.