

الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۱/۱۸ تاریخ تأیید: ۱۳۸۸/۷/۱
مجتبی باقری تودشکی*

چکیده

چنانکه الگوی مصرف بخواهد بر مبنای ارزش‌های اسلامی بنا شود ابتدا باید اصول و فروض به دست آمده از ارزش‌ها شناخته شود. اسلام سفارش‌های فراوانی درباره رعایت ارزش‌های اخلاقی، تهذیب نفس، عدم اکتفا بر عقلانیت صرف اقتصادی، ساده‌زیستی، رعایت شأن و آبرو، توجه به نیازمندان و پرهیز از چشم و هم‌چشمی دارد. بنابراین دورنمای الگوی مصرف چنین آیینی با محوریت انسانی با حداقل ایمان به ارزش‌ها، متفاوت از الگویی است که تأکید بر عقلانیت صرف اقتصادی و روحیه چشم و هم‌چشمی دارد. همچنین برداشت‌های متفاوت از ارزش‌ها نیز، الگوهای متفاوتی به جامعه معرفی می‌کند که نزدیک کردن برداشت‌ها به یکدیگر نیز تحقیق بیشتری را می‌طلبد.

مقاله حاضر در صدد بازشناسی و نظام‌مند نشان دادن احکام و ارزش‌های اسلامی درباره الگوی مصرف و همچنین نتیجه‌های اجمالی آنها بر مصرف‌خرد و کلان است، برای نظام‌مند نشان دادن آنها روش شهید صدر^ع در کتاب اقتصاد ما دنبال شده و برای اثبات احکام و ارزش‌ها نیز به حداقل استدلال بسنده می‌شود. برای انجام این هدف ابتدا به ادبیات بحث و برخی تحقیق‌های مرتبط در این باره پرداخته می‌شود. در ادامه چارچوب کلی ارزش‌ها معرفی می‌شود و سرانجام به نتیجه‌های به دست آمده از الگو اشاره می‌شود.

واژگان کلیدی: سطح مصرف، الگوی مصرف، الگوی مصرف اسلامی، نتیجه‌های الگوی مصرف اسلامی.

طبقه‌بندی JEL: P36, P46, D11, Z12, D21

مقدمه

بحث‌های مطرح شده در الگوی مصرف بیشتر به واقعیت‌های جامعه و کمتر به الگوی مطلوب و مناسب بر مبنای ارزش‌های اسلامی پرداخته‌اند که علت آن نیز می‌تواند عدم باور بر رابطه اقتصاد دستوری با اثباتی، عدم تسلط بر ارزش‌های اسلامی درباره مصرف، دشواری تحلیل الگوی مصرف با لحاظ ارزش‌های اسلامی یا برخی عامل‌های دیگر باشد. اگرچه بیشتر بحث‌های اقتصاد خرد و کلان درباره الگوی مصرف بر شناخت هست‌ها و واقعیت‌های ترتیب‌یافته* و تحلیل چگونگی شکل‌گیری عادت‌ها، سنت‌ها و اخلاق نیکو به اقتصادهای دستوری واگذار شده است، اما بحث‌های مطرح شده در نظریه‌های مصرف، می‌توانند مبنایی برای تحلیل و شناخت پیامدها و نتیجه‌های هر الگوی ارزشی که امکان پدیدساختن آن وجود دارد، با توجه به کنار گذاشتن برخی فرض‌ها و اضافه کردن برخی ارزش‌های دیگر باشد.

اقتصاد اسلامی که مطابق برخی نظرها (زرقا، ۱۳۸۵) مشتمل بر ترکیبی از عنصرهای دستوری و اثباتی است یا مطابق برخی نظرها دیگر (صدر، ۱۹۸۵) فقط عنصرهای دستوری دارد، می‌تواند نتیجه‌های لحاظ ارزش‌های خاص خود را در جامعه‌ای که از افراد معتقد و با حداقل ایمان تشکیل شده و همچنین قابلیت شکل‌گیری عادت‌های پسندیده در حد بالا را دارد، مانند آنچه در نظریه‌های مصرف آمده، ملاحظه کند و با توجه به اینکه اسلام سفارش‌های فراوانی بر رعایت ارزش‌های اخلاقی و تهذیب نفس و عدم اکتفا به عقلانیت اقتصادی صرف، کرده و همچنین بر ارزش‌هایی مانند: ساده‌زیستی، مراعات شأن و آبروی افراد، توجه به نیازمندان و پرهیز از چشم و هم‌چشمی و حسادت تأکید دارد. بنابراین دورنمای الگوی مصرف چنین آیینی با

*. اگرچه برخی از الگوها که هدفی جز بیان واقعیت‌های جامعه انسانی ندارند اما فرض توجه به دیگران از طرف انسان و حساس بودن درباره متوسط سطح مصرف افراد دیگر را در روحیه چشم و هم‌چشمی و حسادت خلاصه کرده که ارزش‌های منفی نیز از آن به ذهن متبادر می‌شود.

محوریت انسانی با حداقل ایمان* به ارزش‌ها، تفاوت‌هایی نسبت به جامعه‌ای که مبتنی بر عقلانیت اقتصادی صرف و روحیه چشم و هم‌چشمی است، دارد. البته شناخت چنین الگویی بر شناخت دقیق ارزش‌ها، عادت‌ها و سنت‌های مورد پسند اسلام مبتنی بوده و گاه برداشت‌های متفاوت درباره برخی ارزش‌ها نیز الگوهای متفاوتی به جامعه معرفی می‌کند. به‌طور مثال، در قرآن و روایت‌های رسیده از امامان معصوم علیهم‌السلام تجمل، زینت و توسعه بر مصرف خانواده مورد سفارش قرار گرفته است و ساده‌زیستی و پرهیز از اسراف و بر همین مبنا گاه لوکس‌گرایی، زینت‌طلبی و مصرف‌گرایی مورد تشویق قرار گرفته و ساده‌زیستی بر شرایط زمانی سخت امامان حمل شده و گاه ساده‌زیستی تبلیغ و زینت، تجمل و توسعه بر مصرف بر سطح بسیار نازل حمل شده است و بنابراین دو برداشت متفاوت دو الگوی متفاوت را نتیجه داده است.

مقاله حاضر در صدد بازشناسی و نظام‌مند نشان‌دادن احکام و ارزش‌های اسلامی درباره الگوی مصرف و همچنین نتیجه‌های اجمالی آنها بر مصرف خرد و کلان است و برای نظام‌مند نشان‌دادن آنها روش شهید صدر علیه‌السلام در کتاب *اقتصاد ما* دنبال شده و برای اثبات احکام و ارزش‌ها نیز به دلیل اینکه مقصود اصلی بازشناسی و نظام‌مند نشان‌دادن احکام است، به حداقل استدلال بسنده می‌شود. برای انجام این هدف ابتدا به ادبیات بحث در این باره پرداخته می‌شود و در ادامه چارچوب کلی ارزش‌ها معرفی می‌شود و سرانجام اشاره به نتیجه‌های به دست آمده از الگو اشاره می‌شود.

پیشینه بحث

تحقیق‌هایی به بحث الگوی مصرف در اسلام یا الگوی مصرف فرد مسلمان پرداخته‌اند، برخی بدون توجه به الگوهای مصرف در اقتصاد خرد و کلان، به بیان آیه‌ها و روایت‌های اسلامی درباره الگوی مصرف به صورت جزئی مانند توصیه درباره خوراک، بهداشت،

* در روایت‌ها بیان شده است که انسان با شهادتین اسلام می‌آورد و احکامی مانند: جواز ازدواج با وی، طهارت وی و مانند آن بر وی صادق می‌شود در حالی که مرحله ایمان مربوط به زمانی است که فرد باور به عقاید اسلام پیدا کند و این باور گاهی بسیار قوی می‌شود و گاه ضعیف و چنانکه باور نباشد، ایمانی در کار نیست.

مسکن، تفریح و ...) بسنده کرده‌اند، که می‌توان به تحقیق *اسلام و الگوی مصرف کلانتری* (۱۳۸۴) در این باره اشاره کرد. برخی نیز ضمن آشنایی با نظریه‌های مصرف در اقتصاد کلان و الگوهای مبتنی بر آنها که زبانشان بیان واقعیت‌ها است، به مقایسه آن الگوها، در فرضیه‌ها، اصول و نتیجه‌های آنها با الگوی مصرف اسلامی که پایبندی ارزش‌ها است پرداخته و در صدد بیان تقویت جنبه‌های مثبت آن الگو نسبت به الگوهای دیگر بوده‌اند که از این افراد برخی مانند: منذر قحف (۱۹۷۳، ۱۹۷۴، ۱۹۷۶، ۱۹۹۱ (a)، ۱۹۹۱ (b)، ۲۰۰۲)، عزتی (۱۳۸۲)، حسینی (۱۳۸۲) فقط به جنبه‌های خردی الگوی مصرف پرداخته‌اند و برخی دیگر نیز مانند محمد عبدالمنان (۱۹۸۶)، متوکی (۱۹۸۹)، آصف محمد (۱۹۸۶، ۱۹۸۷)، فهیم‌خان (۱۹۸۵)، منور اقبال (۱۹۸۱)، مختار محمد (۱۹۸۹) و میرمعزی (۱۳۸۴) پا را فراتر گذاشته و به جنبه‌های کلان آن نیز نظری داشته‌اند.

از کسانی که به جنبه‌های خردی پرداخته، برخی مانند حسینی (۱۳۸۲) فقط درباره مبانی و اصول موضوعه رفتار مصرف‌کننده مسلمان بحث کرده و برخی مانند: فهیم‌خان (۱۹۸۴) منور اقبال (۱۹۸۵)، چپرا (۲۰۰۰) و عزتی (۱۳۸۰) با ذکر اجمالی مبانی و اصول موضوعه از جمله هدف مصرف‌کننده مسلمان و فرض ارزش‌هایی محدود مانند: حرمت اسراف و تبذیر و وجوب یا استحباب انفاق در اسلام، به تحلیل فنی آن رفتار به شیوه تحلیل رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف پرداخته‌اند.

از کسانی که به تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان از ناحیه هدف آن پرداخته است، اسد زمان (۱۹۸۷) (ر.ک: سیزده تن از اندیشمندان، ۱۳۷۵: ۱۵۳) و انس زرقاء (همان: ۱۹۸) هستند. آنان هدف مصرف‌کننده را در حداکثر کردن مطلوبیت در دامنه‌ای از مصرف که به وسیله ارزش‌های اسلامی محدود می‌شود، می‌دانند. سیدعقیل (۱۹۹۱) و عزتی (۱۳۸۲) هدف مصرف‌کننده مسلمان را حداکثر کردن مطلوبیت دنیا و آخرت، صدر (۱۳۷۵) محبت یا رضایت خداوند، منذر قحف (۱۹۹۲ (a)) رستگاری دنیا و آخرت، صدیقی (۱۹۹۲) تطابق رفتار با احکام شرع یا رفع نیاز خود و دیگران در چارچوب اصول اسلامی (همان: ۵) فهیم‌خان (۱۹۸۴، ۱۹۹۲ و ۱۹۹۵) دنبال کردن مصلحت به دست آمده از ناحیه شریعت و پدیدساختن تعادل و توازن میان نیازهای دنیایی و آخرتی (ر.ک: سیزده تن از اندیشمندان، ۱۳۷۵: ۱۳۴؛ حسینی، ۱۳۸۲) دانسته‌اند. همچنین کسانی که به تحلیل فنی رفتار

مصرف‌کننده مسلمان پرداخته‌اند، به شیوه‌های گوناگون به تحلیل چگونگی تقسیم مخارج فرد مسلمان در مصرف فعلی و آینده (در قالب پس‌انداز) برای خود و در مصرف برای دیگران، مصالح جامعه و راه خدا پرداخته‌اند که برخی مانند فهیم‌خان (۱۹۹۲) فروض و احکام ارزشی را به صورت قید در رفتار مصرفی وی لحاظ کرده و برخی دیگر مانند انس زرقاء (۱۹۹۸) گنجاندن آنها را در چارچوب فروض حقوقی ترجیح داده‌اند (ر.ک: جمعی از نویسندگان، ۱۳۷۵: ۳۳۱). برخی همانند منذر قحف (۱۹۹۲) (a) دو دسته متغیر مصرف حال و مصرف در جهان آخرت را وارد تابع مطلوبیت خود کرده و مطابق روش معمول به حداکثر سازی مطلوبیت پرداخته‌اند و برخی مانند فهیم‌خان (۱۹۹۲) به تحلیل فنی رفتار مصرف‌کننده ما بین پس‌انداز، مخارج مصرفی و مخارج در راه خدا پرداخته است (ر.ک: جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۴: ۳۳۲).

۴۳

فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی / الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی

برخی از نویسندگان مانند انس زرقاء (ر.ک: زرقاء، ۱۳۸۵: ۵۴)، صدیقی (Siddiqi, 1992: 56) و چپرا (Chapra, 2000: 307) به شرح رتبه‌ای بودن نیازها در اسلام پرداخته و آن را مخالف تحلیل مطلوبیت متعارف در اقتصاد دیده و برخی مانند بن جلالی و بشیر (۱۳۷۵) به تحلیل رابطه مطلوبیت و رتبه‌ای بودن نیازها در اسلام پرداخته‌اند. بنابراین تقاضا برای ضروریات، مطلوبیت به دست آمده از رفاهیات و مطلوبیت به دست آمده از کالاهای لوکس را در قالب منحنی‌های بی‌تفاوتی به صورت رتبه‌ای تحلیل کرده‌اند. اینکه فرد مسلمان ابتدا انتخابی در ضروریات دارد، بعد از آن انتخاب‌های خود را در رفاهیات و پس از آن در تحسینات دنبال می‌کند. بنابراین در هر رتبه، منحنی‌های بی‌تفاوتی ویژه‌ای لحاظ کرده است (ر.ک: جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۴: ۳۳۱). برخی دیگر مانند محمد افر با فرض رتبه‌ای بودن نیازها و وجود مخارج در راه خدا در سبب مصرف مسلمان تحلیل تابع مطلوبیت فرد مسلمان را کامل‌تر کرده و چگونگی هزینه‌کردن به صورت عقلایی ما بین طبقات را توضیح داده‌اند (همان: ۳۳۰). برخی از اندیشه‌وران مانند اسد زمان (۱۹۸۷) و نقوی به قاموسی بودن تابع مطلوبیت (Lexicographic function) مصرف‌کننده مسلمان که در ظاهر بی‌اعتبار کننده بسیاری از تحلیل مطلوبیت است، پرداخته‌اند* (ر.ک: جمعی از

*. تابع قاموسی در حالی اتفاق می‌افتد که مصرف‌کننده، کمتر شدن مصرفش از یک کالا، مطلوبیت وی را کاهش ندهد و در اینجا مراد این است که مصرف‌کننده مسلمان زمانی که درآمدش فقط به اندازه نیازهای ضروری‌اش باشد، کالای لوکس برای وی مطلوبیت نداشته باشد و منحنی بی‌تفاوتی وی، زمانی که کالای

نویسندگان، ۱۳۸۴: ۳۳۴). جمعی نیز در این جهت، ایده تقاضای غیررتبه‌ای را، به علت وجود کیفیت‌های متفاوت زندگی در ارضای نیازهای ضرور فرد مسلمان، تقویت و بیان کرده‌اند که فرد مسلمان می‌تواند بین رفاهیات و ضروریات انتخابی داشته باشد و یکی را (در قالب منحنی بی‌تفاوتی) جانشین دیگری کند. در حالی که برخی دیگر مانند نقوی به رد این ادعا پرداخته و تابع قاموسی را بیشتر مناسب مصرف اسلامی می‌دانستند (همان: ۳۳۴).

همچنین برخی از نویسندگان مانند زبیر حسن (۲۰۰۷: ۳۲، ۳۳) به تفاوت خواسته و نیاز در اقتصاد متعارف با مراتب نیاز در اقتصاد اسلامی پرداخته و بیان کرده‌اند که اندیشه‌وران اسلامی نیاز و خواسته را یکی دانسته و خواسته را نیز مراتب ارضای نیاز می‌شمارند و ضمن آن بر دو نکته تأکید دارند:

أ. طبقه‌بندی ضروریات، رفاهیات و تحسینیات مربوط به خواسته‌ها و نیاز است نه کالاها؛

ب. امکان این رتبه‌بندی‌ها در سطح خرد برای افراد ممکن نیست و فقط می‌تواند درباره سیاست‌های کلان دولت مطرح شود.

همچنین این افراد به رابطه مراتب ارضای نیاز با کارایی نیز اشاره کرده‌اند، نبود ضروریات را باعث کاهش کارایی، وجود رفاهیات را باعث بهبود قابل توجه آن و ارضای تحسینیات را باعث افزایش کم کارایی و گاهی کاهش آن دانسته‌اند.

از افرادی مانند محمد عبدالمنان (۱۹۸۶)، متولی (۱۹۸۹)، آصف محمد (۱۹۸۵، ۱۹۸۶، ۱۹۸۷)، فهیم‌خان (۱۹۸۵، ۱۹۸۴)، منور اقبال (۱۹۸۱)، میرمعزی (۱۳۸۴) که به بحث مصرف کلان در جامعه اسلامی پرداخته‌اند، برخی مانند فهیم‌خان (۱۳۸۴) و منور اقبال (۱۳۸۵) مبنای کار خود را تابع مصرف کینز قرار داده تا آن را بر مبنای اقتصاد اسلامی اصلاح کنند (ر.ک: حسن، ۱۹۹۹؛ جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۴: ۲۵۱). برخی نیز آن را مورد تردید قرار داده و متعرض تمام نظریه‌های مصرف در اقتصاد متعارف شده و فرض‌های آنها را با فرض‌های قابل قبول در اقتصاد اسلامی مقایسه کرده‌اند و تمام این افراد متعرض بیشتر یا کمتر شدن مصرف در اقتصاد اسلامی در برابر اقتصاد متعارف شده‌اند. البته کار برخی مانند منور اقبال و فهیم‌خان، عمیق‌تر و منطقی‌تر از کار چپرا و صدیقی است (حسن، ۲۰۰۷).

لوکس در یک محور و کالای ضرور در محور دیگر باشد، به صورت خط راست در آید.

درباره نتیجه‌های اقتصاد کلان اسلامی برخی مانند آصف (۱۹۸۵) و متولی (۱۹۸۱) به این نتیجه رسیده‌اند که با توجه به اینکه در جامعه اسلامی ثروتمندان موظف هستند زکات خود را به فقیران بپردازند و با توجه به اینکه میل نهایی به مصرف فقیران بیشتر از ثروتمندان است؛ بنابراین میل نهایی به مصرف و مصرف کل در جامعه اسلامی بیشتر است (ر.ک: حسن، ۱۹۹۹؛ جمعی از دانش‌آموختگان، ۱۳۷۵: ۲۵۱). برخی مانند فهیم‌خان و منور اقبال با استدلال حرمت برخی کالاها و در نتیجه محدودیت مصرف‌کننده مسلمان در دامنه کالاهای مصرفی حرام، استدلال پیشین را نپذیرفته‌اند. فهیم‌خان مصرف در جامعه اسلامی را پایین‌تر و پس‌انداز را بیشتر (فهیم‌خان، ۱۹۸۴: ۴۵) و منور اقبال (۱۹۸۵) اثر نهایی آن را نامعلوم دانسته است (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۴: ۲۳۹).

برخی از نویسندگان متعرض درستی و نادرستی نظریه‌های مصرف در چارچوب ارزش‌های اسلامی نیز شده‌اند. مختار محمد متولی (۱۹۸۹: ۱، ۴۱ - ۳) بیان کرده است که به علت اینکه مسلمانان، در سطح خرد، بر تدبیر در شئون دینی و دنیایی ترغیب شده و به علت اینکه مصرف خود را باید با نیازهایشان تطبیق دهند، رابطه تبعی مصرف و درآمد کینز در سطح کلان جامعه اسلامی همیشه قابلیت وقوع ندارد و به علت اینکه تفاخر، چشم و هم‌چشمی، حسادت و اسراف برای هر مسلمان ناپسند شمرده شده است؛ نظریه درآمد نسبی دوزنبیری در جامعه اسلامی تحقق نمی‌یابد. همچنین به علت اینکه اسلام مردم را از یک طرف به دستگیری نزدیکان، پدر و مادر، و مردم فقیر و از طرف دیگر به اعتدال در مصرف سفارش کرده است و همچنین به علت اینکه ربا در اسلام حرام شده، نظریه دوران زندگی آن‌دو و مودیگلیانی نمی‌تواند، واقعیتی برای جامعه اسلامی باشد، اما در عوض به علت سازگاری فرض‌های نظریه دایمی فریدمن با ارزش‌های اسلامی، الگوی مصرف مبتنی بر آن در جامعه اسلامی قابلیت وقوع دارد. میرمعزی (۱۳۸۴) نیز بیان کرده است که سطح حداقل از مصرف در جامعه اسلامی، که برای مسلمان مستقل از درآمد است؛ به اندازه کفاف است و نه آن سطح حیاتی که کینز بیان کرده است و همچنین مصرف مسلمان و جامعه اسلامی در طول دوران زندگی باثبات و با روندی خفیف و افزایشی در حول و حوش کفاف است.

این ادبیات، چکیده‌ای از بحث‌های مطرح شده درباره مصرف در جامعه اسلامی است

که از جهت‌هایی با الگوی مصرف از دیدگاه اسلام رابطه داشته و شناخت دقیق آنها باعث شناخت الگوی مناسب مصرف است، اما موضوع این مقاله ناظر به تنظیم و بیان احکام و ارزش‌های موجود در کتاب، سنت و فقه اسلامی درباره الگوی مصرف است که از نظر نویسندگان برخی از آنها مغفول مانده، یا به صورت جامع مورد بررسی قرار نگرفته است یا نتیجه‌های آنها به خوبی بیان نشده است. بنابراین، مقاله حاضر در نظر دارد به بازشناسی چارچوب و اصول ارزشی (احکام) الگوی مصرف در اسلام پرداخته تا آنها را منتخف کند و زمینه مقایسه نتیجه‌های آنها را با دیگر الگوها فراهم کند.

طبقه‌بندی سطوح رفاه از دیدگاه اسلام

پیش از بیان ارزش‌های اسلامی لازم است از باب مقدمه با انواع مرتبه‌های مصرف از دیدگاه اسلام آشنا شده تا پس از آن، ارزش‌های مختص هر مرتبه بیان شود. شاید یکی از اصول مهم الگوی مصرف در اسلام که مورد پذیرش اکثریت و شاید همه عالمان اسلام باشد، پذیرش سه سطح مصرف است که به ترتیب اهمیت داشته و درجه بالاتر آن باید مقدم بر درجه پایین‌تر باشد و آن سه سطح مصرف عبارت هستند از، سطح کمتر از کفاف، کفاف و بالاتر از آن، که با عنوان‌های متفاوتی ذکر شده‌اند و هر کدام احکام و علامت‌های خاصی داشته و هر فرد مسلمان باید این محدوده‌ها را با علامت‌های خاصش شناسایی و احکام مرتبط با آنها را رعایت کند.

غزالی و شاطبی، از عالمان اهل سنت، از نخستین کسانی هستند که سطح رفاه از دیدگاه اسلام را دسته‌بندی کرده‌اند. غزالی در تقسیم‌بندی سطوح رفاه می‌نویسد:

«حاجت‌های انسانی، گاهی مهم و اساسی هستند و گاهی زیادی و غیراساسی» (غزالی، بی تا: ۳، ۲۲۰).

همچنین درباره مرتبه‌های نیازهای اساسی می‌گوید:

«سه مرتبه رفاه درباره نیازهای اساسی وجود دارد. مرتبه ضرور، مرتبه حاجات، و مرتبه زیادی (فضول)» (فیض کاشانی، بی تا: ۷، ۳۶۴؛ مجموعه نویسندگان عرب، ۱۴۰۳: ۴۳۳).

غزالی درباره علامت‌های آنها می‌گوید که سطح رفاه ضرور، انسان زنده می‌ماند اما همراه ضعف و مشقت است. سطح رفاهی که به اندازه حاجت‌ها و نیازهای مهم است،

مشقت را از انسان برمی‌دارد و سطح رفاهی که بیشتر از حاجات ضرور است، غیر ضرور است و زیادی در کلام وی به دو معنا آمده است. نیازهای غیر اساسی که از آنها به صورت حاجت‌های خفی یاد می‌شود و دیگری سطح رفاهی که برای حاجت نبوده و اسراف است (غزالی، ۱۴۱۴: ۳، ۲۲۰؛ فیض کاشانی، بی تا: ۷، ۳۶۴؛ مجموعه نویسندگان، ۱۴۰۳: ۴۳۳).

شاطبی درباره اصل تقسیم به سه مرتبه، دامنه سطوح رفاه را به فراتر از مصرف تعمیم می‌دهد و در این باره می‌گوید که شریعت اسلام، محافظت از امور پنجگانه دین، نفس، عقل، مال، نسل و عرض را هدف قرار داده است و آنچه که، این امور پنجگانه به وسیله آن محافظت می‌شود سه رتبه دارد:

أ. ضروریات؛

ب. حاجیات؛

ج. تحسینات.

۴۷

فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی / الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی

ضروریات، اشیایی هستند که فقدان آنها باعث اختلال حیات در دنیا و همچنین عقوبت در آخرت (اگر با اختیار باشد)، می‌گردد. حاجیات، چیزهایی هستند که با فقدان آنها انسان در فشار قرار می‌گیرد، اما نبودن آنها حیات را مختل نمی‌کند. تحسینات عبارت هستند از، اموری که مروت و مکارم اخلاق، اقتضای آن را دارد و آن چیزی است که عادت‌های پسندیده به وسیله آنها دنبال می‌شود.

انس زرقا مصداق‌هایی را از ضروریات، رفاهیات و تحسینات زمان خود در شرح کلام شاطبی ذکر می‌کند و می‌گوید که فراگیری دانش اساسی، آموزش و تأسیس فعالیت‌های اقتصادی در حد کافی (برای تولید غذا)، از قسم ضروریات است. ورود در قراردادهای با انواع گوناگون آن، بسیاری از هنرها، صنایع و فعالیت‌های اقتصادی نسبت به آن اندازه‌ای که برای فراهم ساختن آرامش و رفع مشکل‌های کافی است. برخی از فرش‌ها در هوای سرد که زندگی بدون آنها مشکل است، زیراندازی (حصیر) که از پرکاه باشد و امکان تولید آن وجود داشته باشد، فاضلاب شهری در مراکز جمعیت شهری که اکنون رایج است، حمل و نقل عمومی، در مراکز شهری که در طول یک ناحیه بزرگ گسترش دارند، محافظت از بهداشت و ترفیع آموزش فیزیکی که بدن را تقویت می‌کند، کسب و ارتقای دانش و افزایش ثروت (خصوصی و عمومی) به اندازه‌ای که برای دستیابی به رفاهیات لازم است، از رفاهیات است. همچنین قالیچه‌ها و فرش‌های دست‌بافت، وسایل با کیفیت

بالا، نقاشی کردن منزل، تزیین کاری گل‌ها و جواهرات، ابزار خصوصی حمل و نقل با وجود وسایل حمل و نقل عمومی در جوامع شهری، فعالیت‌هایی که مرتبط با ادب در رفتار و کلام، آداب معاشرت اسلامی (اخلاق اسلامی) در خوردن، نوشیدن، پوشیدن، ادای احترام، تمیزی و غیره که با اعتدال و میانه‌روی همراه هستند، بهبود کیفیت کار شخص، استراحت، سرگرمی حلال، فعالیت‌های تفریحی و فامیلی، که برای بدن و ذهن آرامش کافی حاصل می‌کنند و انرژی دوباره‌ای به شخص باز می‌گردانند، را از تحسینات می‌داند (جمعی از دانش‌آموختگان، ۱۳۸۴: ۳۲۹).

زبیر حسن (۲۰۰۷) باور دارد که اقتصاددانان اسلامی نیاز و خواسته را یکی دانسته، بیان می‌کند ضروریات مانند خوراک، پوشاک، مسکن، بهداشت و آموزش هستند. رفاهیات کیفیت ضروریات را بهبود می‌بخشد یا آنها را تکمیل می‌کند و تحسینات نیازهایی هستند که رضایت‌مندی افراد را با سطح و تشخیص جامعه سازگار می‌سازند و آنها کالاها نیستند زیرا کالای واحد می‌تواند برای یکی ضرور، برای دیگری رفاهی و لوکس باشد و خواسته‌هایی هستند که همین‌گونه طبقه‌بندی می‌شوند و همچنین معیار خارجی را برای شرح بیشتر آنها ذکر می‌کند:

«بدون ارضای ضروریات کارایی خدشه بر می‌دارد، ارضای رفاهیات کارایی را بهبود می‌بخشد و ارضای تحسینات اثر کمی بر کارایی دارد و اگر مصرف در این سطح به سلامتی انسان ضرر بزند ممکن است حتی آن را کاهش دهد» (زبیر حسن، ۲۰۰۷: ۳۱).

برخی از عالمان بر سه سطح مصرف، تصریحی ندارند اما از کلماتشان این سه سطح به دست می‌آید. به‌طور مثال از کتاب *اقتصاد ما* (صدر، ۱۳۵۷: ۲، ۳۳۲ - ۳۲۹) سه سطح رفاه، پایین‌تر از ارضای نیازهای شدید و ارضای نیازهای غیرشدید به دست می‌آید. وی باور دارد که فقر با ارضای نیازهای شدید و غیرشدید برطرف می‌شود همچنین وی باور دارد که سطح ارضای آن به اندازه سطح رفاه عمومی بوده و حد بالای آن اسراف است. از کتاب عواید الایام نراقی سه سطح مصرف کمتر از حاجت، به اندازه آن و سطح مصرف ویژه لذت ظاهر می‌شود که سطح مصرف لذت را مصرف بیش از حاجت به قصد لذت با یک غرض عقلایی می‌شمارد (نراقی، ۱۴۱۵: ۶۳۱ - ۶۲۰)*.

*. برخی از مراجع و صاحبان رساله عملیه نیز در پاسخ به برخی پرسش‌های مصرف به سه یا چهار سطح مصرف اشاره کرده‌اند. برخی مانند: منتظری، موسوی‌اردبیلی، صافی گلپایگانی سطوح مصرف را به سطوح

در برخی از مقاله‌ها و کتاب‌هایی که اخیراً درباره سطح مصرف و الگوی مصرف به چاپ رسیده به جای سطح ضرور، سطح ناکافی و به جای سطح حاجیات، تعبیر کافی و به جای سطح زیادی، سطح توسعه قرار داده شده است (دادگر و باقری، ۱۳۷۸). در برخی دیگر نیز از قسم سوم تعبیر به ارضای نیازهای غیرواقعی و تخیلی آمده است (خلیلیان، ۱۳۸۴). البته برخی از کتاب‌ها نیز با استناد به برخی از روایت‌های ضعیف مانند روایت فوق الکفاف اسراف (آمدی، بی تا: ۳۵۹)، بالای سطح کفاف اسراف است. اصل سطح توسعه از مصرف، رد شده است (کلانتری، ۱۳۸۴).

بنابراین از تقسیم‌های عالمان درباره سطوح مصرف نتیجه‌های ذیل به دست می‌آید:

- ا. اکثریت عالمان بر سه سطح مصرف حلال باور داشته که از سطح پایین آن با سطح کمتر از ضروریات شدید، کمتر از ضروریات، حد امساک و تقتیر، کمتر از سطح حیاتی معیشت و کمتر از کفاف و از سطح بالای آن با توسعه، مصرف برای انگیزه لذت و نه حاجت، سطح متعارف مصرف، سطح گشایش و سطح نیازهای غیرواقعی، تعبیر شده است که گاهی یک سطح خود به دو قسم تقسیم شده است. به نظر می‌رسد که زیادی‌های غزالی، نیازهای غیرشدید صدر، مصرف برای لذت نراقی و سطح توسعه مراجع و تحسینات شاطبی همه بیانگر یک سطح و همچنین سطح حاجیات، کفاف، سطح قناعت و زهد، ارضای نیازهای شدید و سطح کافی و حاجت نیز در نظر اکثریت بیانگر سطح واحدی باشند؛
- ب. برخی از تقسیم‌های سطح مصرف فقط با لحاظ احکامی که متوجه هر فرد و بدون عارض شدن عنوان دیگر و افراد دیگر انجام گرفته و برخی دیگر مصرف را نسبت به دیگران و با لحاظ عنوان‌های دیگر مانند مروت، برخی اخلاق نیکو مورد توجه قرار داده‌اند. به‌طور مثال سطح مصرف تحسینات شاطبی همان زیادی‌های غزالی است در حالی که زیادی‌های غزالی به لحاظ مصرف شخصی مورد توجه قرار گرفته و نهی کراهتی دارد و تحسینات شاطبی با لحاظ عنوان‌های اخلاقی و مروت همراه اوامر استجابی است. بنابراین متعلق مخارج تحسینی در کلام شاطبی، عیال، فرزند و دیگران و متعلق انفاق که از مخارج زاید است، در کلام غزالی خود فرد است؛
- ج. برخی از تقسیم‌بندی‌ها (دادگر- باقری) از جهت‌هایی به نسبت متفاوت و مناسب‌تر از

امساک و تقتیر، مرتبه زهد، قناعت و کفاف، مرتبه توسعه و برخی همچون گرامی آن را به مرتبه امساک و تقتیر، مرتبه زهد، مرتبه قناعت، مرتبه گشایش و توسعه تقسیم کرده‌اند.

بقیه هستند زیرا دامنه مخارج در آنها از اندازه صفر تا بی نهایت پیوسته است. به طور مثال در تقسیم بندی غزالی برای پیش از ضروریات جایی ندارد و همچنین معلوم نیست جای سطح مسکنت و اضطرار کجا است. در حالی که بیان سطح ناکافی در نظر برخی دیگر سطح مصرف تا حد صفر را در بردارد؛

د. در نظر برخی سطح کفاف بر اعم از سطح ارضای نیازهای ضرور و غیر ضرور تعمیم داده شده که این امر با توجه به ظهور کفاف در روایتها که بر سطح پایینی از مصرف دلالت دارد، خطا است.

ارزش های موجود در الگوی مصرف اسلامی

به نظر می رسد ارزش ها و احکام به دست آمده از کتاب، سنت و همچنین فقه اسلامی بر پایه پذیرش برخی واقعیتها مانند عدم امکان تغییر عادتها در کوتاه مدت و سازگاری با آنها، حرکت به سمت کمال انسانی، نوع دوستی و نزدیک سازی مصرف افراد جامعه به یکدیگر بنیان شده است و با توجه به اینکه برخی از این پایه ها را فقط خود افراد و برخی دیگر را دولت، سرپرست خانواده و نهادهای تصمیم گیرنده، به همراه قانون های جامعه بنیان می نهند. بنابراین برخی از ارزش ها و احکام، به صورت وجوب و استحباب، متوجه خود افراد شده و برخی دیگر متوجه دولت، سرپرستان و نهادهای تصمیم گیرنده است که در اینجا همه آنها با نظم جدیدی ذکر می شود.

ارزش های مرتبط با اولویت های استجابی در الگوی مصرف

اولویت استجابی در انگیزه مصرف

در نظام اقتصادی اسلام، مسلمانها تشویق شده اند که انگیزه مصرف خود را برای آنچه خلق شده اند، اصلاح و آن را وسیله کمال خود قرار دهند اما این ارزش در حد تکلیف واجب نیست.

فیض کاشانی در آداب خوردن و آشامیدن در پنجمین ادب آن می گوید:

«پنجم از آداب خوردن این است که فرد در خوردن خود، نیت قوی شدن در اطاعت خدا داشته باشد تا اینکه به وسیله خوردن نیز اطاعت خدا کند و فقط قصد لذت بردن نکند ... و این نیت صادق نیست مگر اینکه پیش از سیری دست از غذا بکشد ... و از چیزهایی که

برای پدیدساختن این نیت ضرور است، این است که شهوت خود را بشکند و قناعت را بر توسعه اختیار کند» (فیض کاشانی، بی تا: ۷، ۳۶۴).

اولویت استحبابی سطح کفاف برای خود و توسعه برای غیر

از ظاهر کلمات عالمان اسلام به دست می آید که افزون بر زهد قلبی، ساده زیستی و زهد عملی در زندگی شخصی نیز مطلوبیت دارد و اینکه انسان زندگی شخصی خود را با طبقه های پایین یا دست کم سطح متوسط تطبیق دهد اما درباره خانواده و فقیران گشایش و عدم سخت گیری توصیه شده است.

غزالی در مذمت سطح غیر کفاف و مدح کفاف می گوید:

«سطح اضطراری مصرف، سطح خوبی نیست، زیرا مردم همیشه با این سطح از مصرف، در ضعف به سر خواهند برد و تمام صنایع و کارها از بین خواهند رفت و دنیا نیز به دنبال آن خراب خواهد شد و همچنین سطح زیادی های حلال نیز، مناسب شخص نیست زیرا شخص وقتی در نزدیکی محدوده حرام حرکت کند، ممکن است به محدوده حرام داخل شود» (غزالی، ۱۴۱۴: ۳، ۲۲۰).

همچنین می گوید که با توجه به اینکه بسنده کردن بر قدر ضرورت ممکن نیست و طرفی که درگیر جانب توسعه از مصرف و نزدیک آن (یعنی اسراف) است، سزاوار است از آن پرهیز شود و در این بین نیز، حد وسطهایی وجود دارد که مشابه یکدیگر هستند و کسی که نزدیک حصار حرکت کند، نزدیک است که در آن واقع شود. نزدیک شدن به حد ضرورت تا اندازه ای که ممکن است اقتدا به اولیای الهی است (همان؛ دادگر و باقری، ۱۳۸۷؛ مجموعه نویسندگان، ۱۴۰۳: ۴۳۳ و مجلسی، بی تا: ۹۶، ۶۰). در بحار نیز از برخی عالمان دیگر اهل سنت مانند عیاض و قرطبی عبارتهایی را در مدح کفاف نقل کرده است. عیاض بیان می کند که خلافتی در فضیلت کفاف نیست زیرا حساب و کتاب با آن کم می شود. از قرطبی نیز آورده است که کفاف برتر است زیرا پیامبر آن را از خدا خواسته و وی چیزی که بهتر است را از خداوند خواسته و همچنین حد وسط بین فقر و ثروت است و بهترین امور حد وسط آن بوده و همچنین فرد از آفت های فقر و ثروت با آن نجات می یابد (مجلسی، بی تا: ۹۶، ۶۰).

در قرآن مجید (سوره طلاق) و روایت های رسیده از امامان معصوم علیهم السلام دو دسته دلیل

درباره مصرف وجود دارد که یکی درباره محبوبیت رضایت نسبت به کفاف برای خود انسان و دیگری درباره محبوبیت گشایش و توسعه در مصرف خانواده است که عالمان آن را تلقی به قبول کرده‌اند و از آن برداشت می‌شود که انسان بهتر است مصرف شخصی خود را به سمت مرتبه پایین و کفاف سوق دهد و مصرف خانواده خود را به بیشتر از کفاف توسعه دهد (حرّ عاملی، ۱۳۱۶: ۲۱، ب ۱۶ و ۲۰؛ مجلسی، بی‌تا: ۷۶، ۱۴۱؛ کلینی، ۱۳۹۱: ۶، ۵۱۰ و ۵۱۲).

البته قدر متیقن استحباب توسعه در مصرف، سطحی است که شاطبی به آن اشاره داشته است. مروت و مکارم اخلاق آن را طلبیده و سخت‌گیری در مصرف خانواده با آن برداشته می‌شود تا خود افراد کفاف را برای خود انتخاب کنند. بنابراین ربطی به سطح مصرف مترفین یا سطحی که باعث فاصله شدید طبقاتی در جامعه می‌شود، ندارد. البته برخی (دادگر و باقری، ۱۳۷۸) کفاف را برای خود و خانواده محبوب دانسته است. بنابراین دلایل محبوبیت توسعه را حمل بر تکمیل و متمیم کفاف کرده‌اند که در این تحقیق به دلیل ارایه فرض‌های الگوی مصرف که مطابق نظر اکثر عالمان و مراجع* باشد، توجهی به این نظر نمی‌شود.

ارزش‌های مرتبط با اولویت‌های وجوبی

اسلام در دامنه سطوح مصرف حلال، برخی از مصرف‌ها را نسبت به برخی دیگر اولویت داده و رعایت آن اولویت را واجب، و تجاوز از آن را اسراف و حرام دانسته است. این ارزش منفی خود بر دو نوع است:

نوع نخست؛ اولویت سطوح مصرف در مصرف‌های شخصی با محدودیت درآمدی است و اینکه فرد با درآمد محدود، واجب است، مراتب اهمیت را رعایت کند. بنابراین اگر فردی با درآمد کم و محدودی که به اندازه ضروریاتش است، مخارج غیرضرور داشته باشد و اولویت در مصرف را رعایت نکند، به دلیل اینکه شأنیت وی با مخارج لوکس سازگاری ندارد، مصرف بیش از شأنی که نوعی از اسراف است، مرتکب شده است؛**

*. از تمام مراجع تقلید در این باره پرسیده شده است که نظر آنها مطابق نظر پیش (استحباب کفاف برای خود و توسعه برای خانواده) بود که بعد از تکمیل به‌طور جداگانه چاپ خواهد شد.
** امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «لقمان به پسرش گفت: پسرم هر چیزی علامتی دارد که با آن شناخته و مشاهده

نوع دوم اولویت در مخارج اجتماعی با درآمد محدود است. چنانکه یک شخص حقیقی یا حقوقی با درآمد محدود و کم، مراتب مصرف در مصلحت‌های اجتماع را رعایت نکند، مرتکب اسراف شده است. به‌طور مثال، اگر شخصی با درآمد کم خود که فقط به اندازه کفاف خانواده‌اش باشد، انفاق بر غیر خانواده در جهت مصلحت‌های اجتماعی انجام دهد و همچنین اگر دولت با درآمد کم و محدودش که فقط به اندازه مخارج ضرور فقیران است، هزینه‌های لوکسی انجام دهد که با شأن درآمدی‌اش سازگار نباشد، در هر دو مورد اگر چه اتلاف مالی صورت نگرفته و همچنین تناسب عقلایی ما بین هزینه و فایده در مصرف بوده است اما به علت اینکه با این مال می‌توان کار پر فایده‌تری انجام داد، تخصیص بهینه‌ای برای آن وجود دارد، اسراف خاص تحقق یافته است.

فرق این مورد از اسراف با ایثار این است که در ایثار یا احتیاج فرد انفاق‌شونده بسیار بیشتر از انفاق‌کننده است یا اینکه قوام خانواده بر هم زده نمی‌شود و افراد با اختیار سهم خود را ایثار می‌کنند و به مانند این‌گونه علل، فایده اجتماعی که از ایثار برده می‌شود، بسیار بالاتر از هزینه‌ای است که انجام می‌شود.

ارزش‌های مرتبط با اتلاف منابع و مال

در اسلام در انجام هزینه و مخارج، هیچ‌گونه اتلاف مال و هدر رفتن منابع بدون غرض عقلایی مجاز شمرده نمی‌شود. این اتلاف انواعی دارد:

نوع نخست، مصرفی است که هیچ‌گونه غرض عقلایی در آن وجود ندارد و به عبارت دیگر، آن کار از بین بردن اشیا و منابع با فایده‌ای است (با قیمت و بی‌قیمت) که هیچ‌گونه غرض عقلایی در آن وجود ندارد. بنابراین از جمله مصداق‌های بارز تبذیر حرام بوده و حتی ممکن است گفته شود که عقلاً این‌گونه موردها را از هزینه و انفاق مال خارج می‌دانند. این مطلب از روایت‌هایی استفاده می‌شود که دور ریختن هسته خرما، آب ته لیوان و حتی ریختن آب وضوء به بیرون از مسیر چشمه آب را اسراف دانسته است (حرّ عاملی، ۱۴۱۶: ۲۱، ۵۵۱؛ حکیمی، ۱۴۱۰: ۴، ۲۳۲). این نوع از تبذیر به سطوح مصرف ربطی نداشته و در همه سطوح امکان تحقق آن وجود دارد؛

می‌شود. برای فرد اسراف‌کار هم سه نشانه است: آنچه که در شأنش نیست می‌خرد؛ آنچه که در شأنش نیست، می‌پوشد. و نیز آنچه را که در شأن وی نیست می‌خورد، یعنی مسرف (اسراف‌کار) شخصی است که آنچه در شأن و درآمد و دارایی‌اش نیست مصرف می‌کند (مجلسی، بی‌تا: ۱۲، ۴۱۵).

نوع دوم، مصرفی است که تناسب عقلایی در فایده و هزینه آن وجود ندارد. گاهی فایده عقلایی برای هزینه کردن موجود است اما تناسبی عقلایی ما بین آن فایده و هزینه‌ای که برای آن انجام داده می‌شود، وجود ندارد که هزینه کردن در این موارد نوعی تبذیر و حرام بوده و همچنین ارزشی منفی شمرده می‌شود و در الگوی مصرف نیز باید به صورت مرزهای ممنوع لحاظ شود.

البته آن فایده می‌تواند برای مصلحت اجتماع و مصلحت‌های اشخاص باشد و انجام هزینه‌های کمی و کیفی گزاف و بیش از حاجت برای مصارف شخصی و بدون محدودیت درآمدی از این قسم هستند. زمانی که ثروتمندان خانه‌ای بسیار بزرگ بنا می‌کنند یا لباسی بسیار گرانبها می‌پوشند که برای فایده پوشش و مسکن در جامعه‌ای معین بسیار فراوان است، گرفتار این نوع تبذیر شده‌اند. قرآن مجید زمانی که امر به پرداخت حق ذی‌القربی و انفاق به آنان می‌کند، می‌فرماید: تبذیر نکنید، در آن به انجام تبذیر در مصالح اجتماعی از این نوع اشاره کرده است. اگرچه مصرف و برآورده کردن نیاز خویشان امری سزاوار و شایسته است اما خداوند از زیاد خرج کردن در آن موارد، نهی کرده و آن را تبذیر شمرده است زیرا که در این نوع از تبذیر، تناسب عقلایی بین هزینه و فایده وجود ندارد و هدف از نهی در این موارد نیز جلوگیری از مصرف بیهوده در الگوی مصرف است.

شهید صدر^۱ درباره این اسراف می‌گوید:

«نباید سطح زندگی فرد از حد رفاه عمومی تجاوز کند و تعیین اندازه و مرز آن هم به عهده دولت است» (صدر، بی تا: ۱۳۴ - ۱۳۲).

ارزش‌های موجود درباره عادت‌ها و شئون و همچنین سازگاری با آنها

اسلام افراد را بر زهد، قناعت و عادت‌های خوب سفارش کرده است اما زمانی که مردم عادت‌های حلالی پیدا کرده و در کوتاه‌مدت نمی‌توانند جز با سختی آن را تغییر دهند، سازگاری با آن عادت را وظیفه کسانی دانسته که سرپرستی خانوار یا جامعه را بر عهده گرفته‌اند یا اینکه مأمور اجرای حکمی از احکام خداوند متعال شده‌اند. اصل در برخورد با عادت‌های سابق و به عبارت دیگر رعایت شأن که در بسیاری از احکام به‌طور جزئی مورد توجه قرار گرفته است، اشاره به این اصل دارد که به برخی از آنها در اینجا اشاره می‌شود:

۱. رعایت شأن سابق فقیران از مصداق‌های بارز رعایت شأن جهت رفع سختی‌ها است.

افراد زمانی که فقیر نیستند و درآمدشان افزایش می‌یابد عادت‌های متفاوتی پیدا می‌کنند و وقتی فقیر می‌شوند ترک آن عادت‌ها در کوتاه‌مدت باعث سختی برای آنها است بنابراین حاکم اسلامی که خود باید به تعیین مصداق فقیران و اداره آنها بپردازد، باید به شئون آنها توجه کند و از جمله شئون که در برخی روایت‌ها نیز به آن اشاره شده است، رعایت شرف، آبرو، عادت و روحیه تجمل است، که عالمان شیعی و سنی بر رعایت آن در فقر تأکید دارند. آنها درباره خط فقر و حد کفایت افراد شریف، بیان کرده‌اند که شأن آنها باید در نیازهایشان مورد توجه قرار گیرد و داشتن وسایلی مانند: اسب، لباس تجملی و خدمتکار، نباید مانع از این شود که بقیه نیازهایشان را از زکات بگیرند.

شهید ثانی رحمته‌الله علیه در کتاب شرح لمعه نوشته است:

«مستحقان زکات عبارت هستند از فقیران و مساکین. آنها کسانی هستند که مخارج سال یا کمتر از سال سازگار با شرف خود و عیالی که نفقه آن بر عهده وی است را نداشته باشند. خانه و خادم، با لحاظ تعداد و کیفیت در شأن خود را، و همچنین اشیایی مانند: لباس تجملی، اسب سواری و کتاب‌های علمی و بهای آنها را که در شأن آنها است، را نداشته باشند» (عاملی، ۱۳۶۵: ۲، ۴۲).

۲. در برخی از روایت‌ها در نوع استحقاق زکات ما بین متجمل و غیرمتجمل فرق گذاشته شده و نیازهایی در تجمل‌گرایان دیده شده است که در غیر آنها لحاظ نشده است. عبدالله بن سنان می‌گوید:

«امام صادق رحمته‌الله علیه فرمود: زکات چهارپایان از جمله شتر و گوسفند به تجمل‌گرایان از مسلمان داده می‌شود و زکات طلا، نقره و آنچه به وسیله پیمانہ کیل شود و از چیزهایی که از زمین خارج شود به فقیران خاک‌نشین، داده می‌شود. عبدالله بن سنان می‌گوید: گفتم چگونه همچنین حکمی داده می‌شود؟ امام فرمود: به جهت اینکه این‌گونه افراد متجمل هستند و از مردم حیاء می‌کنند، پس به آنها نیز، آنچه زیباتر در نزد مردم است، داده می‌شود و تمام آن چیزهایی که داده می‌شوند نیز صدقه هستند» (حرّ عاملی، ۱۴۱۶: ۹، ۲۶۳).

۳. عالمان درباره پرداخت نفقه به همسر می‌گویند که باید شأن زن رعایت شود. شیخ

طوسی رحمته‌الله علیه در مبسوط درباره وجوب گرفتن خادم برای همسر می‌گوید:

«پس اگر همسر انسان از زن‌هایی است که مانند وی خدمتکار دارند، پس بر عهده زوج است که برای وی نیز خادم بگیرد و به خادمش نیز نفقه بدهد. اما اگر از زن‌هایی است که

نیاز به خادم ندارند، هزینه گرفتن خدمتکار جزو نفقه واجب آنها نیست و برای شناخت اینکه آیا از زن‌هایی است که باید برای آنها خادم گرفت یا از غیر آنان است، باید به عرف و عادت رجوع کرد» (طوسی، بی‌تا: ۶، ۴).

در شرح مطلب پیش‌گفته می‌نویسد:

«اگر از اهل بیت بزرگی است و نسب، شرف، مال و ثروت دارد و مانند چنین کسی در منزل پختن غذا، شستن لباس، تمیز کردن منزل و مانند اینگونه کارها را انجام نمی‌دهد پس گرفتن خادم برای وی لازم است» (همان).

۴. برخی از عالمان درباره شخصی که به لحاظ جسمی با تمام وسایل متعارف می‌تواند به سفر حج بروند اما برخی از این وسایل با شأن و عادت آنها سازگار نیست، می‌نویسند که زاد و توشه راه که زمینه‌ای برای آمدن حکم و جوب حج است، باید در شأن و شرافت فرد باشد و همچنین بیان می‌کنند که روش زندگی افراد با یکدیگر و به لحاظ خشونت و لطافت با یکدیگر متفاوت است و انسانی که در طبقه‌های بالای زندگی است، احتیاج‌هایش بیش از انسانی است که در طبقه‌های پایین است (موسوی‌خویی، ۱۴۰۸: ۱، ۸۸).

علامه در کتاب قواعد و تذکره، محقق ثانی، نجفی، کاظم یزدی، موسوی‌خمینی و موسوی‌خویی نیز، به چنین نظری باور دارند (طباطبایی، بی‌تا: ۴، ۳۶۵).

۵ داشتن دارایی و برخی اسباب و اثاثیه می‌تواند عامل استطاعت باشد زیرا با فروش آنها می‌توان وسایل سفر حج را فراهم کرد اما عالمان گفته‌اند که برخی از اسباب و اثاثیه از فروش برای سفر حج و همچنین آن اسبابی که با شرف فرد مرتبط است نیز استثنا است.

شهید ثانی رحمته‌الله علیه در کتاب الروضة البهیة می‌نویسد:

«خانه، لباس، خادم، اسب، کتاب‌های علمی که شخص لایق آن است به لحاظ کمیت، کیفیت، قیمت و جنس کالا برای مخارج حج استثنا هستند» (عاملی، ۱۳۶۵: ۲، ۶۲).

وی در کتاب مسالک این مطلب را بیشتر توضیح داده و می‌نویسد:

«اگر ویژگی‌های آن اشیاء بیش از آن چیزی است که وی به آن عادت دارد واجب است که شخص آن اشیاء را به پایین‌تر از آنها تبدیل کند» (همو، ۱۴۱۴: ۲، ۴۳۴).

۶. مفلس در شرع احکامی دارد و یکی از آن احکام، این است که وی درباره اموالش محجور می‌شود و حاکم می‌تواند جهت ادای قرض طلبکاران، برخی از اموالش را به فروش برساند اما برخی از اموال ضرور وی از این حکم استثنا شده است. برخی از عالمان

رعایت شأن و شرف افراد را در استثنای این اموال ملاحظه کرده‌اند. به‌طور مثال صاحب جوهر^{۱۱} و امام خمینی^{۱۲} با ذکر مثال‌هایی از موارد استثنا مانند: اتاق، فرش، ظرف، کاسه برای پخت و پز و خوراک، هر چند که برای مهمانان باشد؛ تأکید می‌کنند که در تمام موارد پیش‌گفته باید حال و شرف فرد رعایت شود، به‌طوری که اگر شخص به فروش آنها امر شود وی دچار مشقت و نقصان نشود.

۷. همان‌گونه که برخی از عالمان بر دخالت شرف در اموال استثنا شده، تأکید کرده‌اند، درباره غذای روز و شب مفلس تا روز تقسیم اموال نیز بر این مطلب سفارش کرده‌اند. تمام موارد پیش‌گفته از این مطلب حکایت دارد که اسلام بر عادت‌ها و شئون مردم توجه داشته و نمی‌خواسته است که از جانب احکامش مردم در سختی و فشار قرار گیرند.

ارزش‌های موجود درباره توازن در مصرف

در یک جامعه اسلامی، فاصله مصرف غیرداوطلبانه نمی‌تواند بین قشرها و گروه‌ها، ده و شهر و شهرهای متفاوت بسیار فراوان باشد. زیرا تفاوت درجه‌های مصرف باعث تفاوت عادت‌های مصرفی شده و با توجه به اینکه عادت‌ها در فقر و خط فقر دخالت دارند* و وظیفه مردم و دولت رفع فقر فقیران است. بنابراین اگر فاصله مصرف فراوان باشد، دولت نیز همیشه باید خط فقر قشرهای گوناگون را متفاوت در نظر گرفته و براساس رفاه هر منطقه، فقر آنها را برطرف کند که در نتیجه فاصله رفاه بین منطقه‌های گوناگون با تفاوت فراوان بر جا می‌ماند. این امر با روح احکام اسلام درباره فقرزدایی سازگار نیست. شهید صدر^{۱۳} در کتاب *اقتصاد ما* بر توازن مصرف بین قشرهای گوناگون با بیانی دیگر تأکید داشته و بیان می‌کند:

«تأمین اجتماعی بر دو پایه است. اصل کفالت همگانی یعنی مسؤولیت متقابل افراد درباره همدیگر و دیگری اصل سهیم‌بودن جامعه در درآمدهای دولتی. اصل نخست از لزوم تأمین حاجت‌های حیاتی و ضرور افراد حاکی است که تمام افراد مکلف به انجام آن هستند در صورتی که اصل دوم از این حد گذشته و سطحی بالاتر و پیشرفته‌تر از آن را تضمین می‌کند، بر عهده دولت است که سطح زندگی متناسب با شرایط و مقتضیات روز را برای

*. برای شناخت بیشتر درباره اینکه عادت‌ها در فقر و خط فقر دخالت دارند، رک: باقری، ۱۳۸۴.

افراد تضمین و تأمین کند. دولت موظف است وسایل و لوازم زندگی را به طور مکفی برای افراد (فقیران) فراهم کند و زندگی مکفی نیز مفهومی وسیع و قابل انعطاف دارد. به این معنا که هر اندازه درجه رفاه و آسایش عمومی بیشتر شود، معنای آن نیز گسترش می‌یابد. فقیر نیز در این تعریف کسی است که از آنچنان سطح زندگی که وضع عمومی جامعه و مملکت ایجاب می‌کند، برخوردار نباشد و زندگی با سطح زندگی ثروتمندان اختلاف فراوانی داشته باشد» (صدر، ۱۳۵۷: ۲، ۳۳۲ - ۳۲۹).

وی اصل دوم (تهیه زندگی مکفی برای فقیران) و پدیدساختن توازن در جامعه را که آن را از نیازهای غیراساسی می‌داند یکی گرفته و می‌گوید:

«منظور از توازن اجتماعی توازن افراد جامعه از حیث سطح زندگی و نه از جهت درآمد بوده و مقصود از سطح معیشت این است که سرمایه به اندازه‌ای در دسترس افراد باشد که بتوانند متناسب با مقتضیات روز از مزیت‌های زندگی برخوردار باشند، به عبارت دیگر، سطح زندگی واحدی برای تمام اعضای جامعه تأمین شود. البته در داخل سطح پیش‌گفت درجه‌های گوناگونی به چشم خواهد خورد اما این تفاوت برخلاف اختلاف‌های شدید طبقاتی در رژیم سرمایه‌داری تفاوت درجه است، نه تفاوت اصولی در سطح» (همان).

این ارزش می‌تواند از روایت‌هایی نیز استفاده شود که بیان می‌کنند به فقیران به اندازه‌ای بدهید که آنها را به بقیه مردم ملحق کنید. بنابراین اصل توازن می‌تواند عبارت دیگر اصل الحاق فقیران به مردم باشد و نتیجه این اصل نیز حساسیت مردم درباره سطح مصرف دیگران و فقیران است.

ارزش‌های موجود در ممنوعیت مصرف کالاهای حرام

مسلمانان وظیفه دارند که از مصرف کالاهای حرام مانند: شراب، گوشت خوک و دیگر کالاهایی که از جانب خداوند مصرفشان نهی شده است، پرهیز کنند و این باعث می‌شود که در اقتصاد اسلامی دامنه مصرف افراد، قدری محدودتر شود. خوردن و پوشیدن برخی از کالاها و همچنین مصرف برخی دیگر از جهت‌های دیگر تحریم شده است که می‌توان آنها را در رساله‌ها عملیه جست‌وجو کرد.

ارزش‌های مرتبط با دخالت دولت

مطابق آنچه در بحث‌های پیشین گذشت، دولت باید در مصرف باید دخالت داشته

باشد زیرا همان‌گونه که شهید صدر علیه السلام بیان کرد دولت وظیفه دارد با توجه به حق جامعه در منابع ثروت، سطح زندگی مناسب و مکفی را برای افراد فراهم آورد و سطح متوازنی از مصرف را با سیاست‌های توزیعی خود پدید سازد. همچنین با توجه به اینکه حق جامعه در اموال شخصی افراد نیز وجود دارد و به همین علت کسی حق ندارد اموالش را نابود کند، بنابراین حکومت باید در جلوگیری از تبذیر (اتلاف اموال جامعه)، رسیدگی به فقیران و توازن مصرف دخالت کند. شهید صدر علیه السلام درباره کیفیت زندگی و تجاوز آن از رفاه عمومی می‌گوید:

«اسلام به هیچ فرد از افراد جامعه اجازه نمی‌دهد که بیش از حد معمول و طبیعی مصرف کند و اگر فردی از حد و مرز معمول تجاوز کند، مسرف شناخته شده و دولت باید وی را منع کند» (صدر، ۱۳۵۷: ۱۳۴ - ۱۳۲).

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مطابق این دو امر، اصل دخالت دولت در مصرف امری ضرور است.

۵۹

نتیجه‌های اجمالی به دست آمده از اصول و فروض مصرف

۱. اسلام به دنبال تقویت روحیه نوع‌دوستی در جامعه است، افراد سرپرست بر توسعه نسبت به خانواده و فقیران تشویق شده‌اند و این باعث تقویت و تحکیم روابط خانوادگی و اجتماعی می‌شود؛

۲. گاهی گفته می‌شود که زهد و قناعت باعث عدم پیشرفت و توسعه جامعه در سطح کلان می‌شوند زیرا زاهدان و قانعان خریدار کالاهای لوکس و گران‌بها نبوده، در نتیجه تولید آنها متوقف شده و توسعه‌ای در کار نخواهد بود. در جهان نیز هر کجا پیشرفتی حاصل شده در سایه غفلت بشر بوده است زیرا ابتدا کالاهای بسیار لوکس و با قیمت بالا به وسیله جمعی از ثروتمندان که زاهد و قانع نبوده‌اند، خریداری و مصرف شده و در نتیجه در طول زمان مصرف بیشتر آن کالاها آنها را از لوکس‌بودن خارج کرده و حتی ضرور شده‌اند. بنابراین پیشرفت کل جامعه بشری مرهون غیر زاهدان و قانعان بوده است و این اشکال با ارایه این الگوی مصرف وارد نیست زیرا اگرچه افراد در این الگو خود به دنبال زهد و قناعت هستند اما توسعه و گشایش را برای خانواده و دیگران می‌خواهند و با

اراده گشایش برای دیگران بن بستنی برای مصرف کالاهای لوکس در سطح کلان جامعه پدید نخواهد آمد. افزون بر این می توان گفت با توجه به اینکه مردم و فقیران همه عیال دولت بوده و وظیفه وی نیز گشایش بر افراد تحت تکفل خود هستند؛ بنابراین پیشرفت‌ها می تواند به وسیله دولت اسلامی نیز در اختیار همگان قرار داده شود. به گونه ای که کفاف جامعه از یک سطح به سطح بالاتری انتقال یابد؛

۳. برخی از فروض ضمنی برخی نظریه های اقتصاد کلان در الگوی مصرف اسلامی با عنوان دیگری لازم است مقید باشد، چنانکه فرض حساسیت افراد درباره سطح مصرف دیگران که در نظریه دوزنبیری با عنوان «چشم و هم چشمی و حسادت» به آن اشاره شده است، در الگوی مصرف اسلامی با عنوان «حفظ آبرو و تحقیر نشدن در جامعه» یا با عنوان «روحیه همدردی مسلمان درباره افراد دیگر»، نوع دوستی و حساس بودن درباره الحاق فقیران به مردم لحاظ می شود؛

۴. فرض عقلانیت اقتصادی در کنار دیگر ارزش ها مانعی برای الگوی مصرف اسلامی پدید نمی سازد و فقط در مواردی تعدیل می شود؛

۵. هرچه ایمان مسلمانان قویتر شود، حساسیت فرد درباره متوسط مصرف افراد دیگر جامعه بیشتر می شود. بنابراین توزیع مصرف جامعه نیز برابرتر می شود؛

۶. همان گونه که در برخی الگوها به عادت های مصرفی توجه شده است، در جامعه اسلامی نیز افرادی که وظیفه سرپرستی را دارند بهتر است که به شئون و عادت های افراد توجه داشته باشند. چنانکه شئون و عادت ها در عمل به احکام مورد توجه قرار می گیرند، این امر در زمان کاهش درآمد مردم باعث چسبندگی در مصرف می شود؛

۷. چنانکه مصرف در جامعه اسلامی نامتوازن شود، به طور طبیعی شئون و عادت های متفاوتی پدید خواهد آمد. بنابراین دولت دو وظیفه در سیاست گذاری ها خواهد داشت: وظیفه نخست رعایت شئون طبقه های بالا و وظیفه دوم پدید ساختن توازن در مصرف. بنابراین در جامعه ای مانند ایران که شأن منطقه های محروم با شأن منطقه های توسعه یافته تر متفاوت شده است، دولت در عین حال که باید شأن منطقه های توسعه یافته تر را در حد بالا

نگاه داشته، باید شأن منطقه‌های محروم را به آنها برساند. بنابراین اصل رعایت شأن افراد به تنهایی باعث نابرابری در جامعه می‌شود مگر اینکه اصل توازن ملازم آن شود؛

۸. اصل رعایت اولویت‌ها با محدودیت درآمدی و وجوب آن به لحاظ شرعی، می‌تواند بسیاری از مسایل توسعه اقتصادی درباره اولویت‌های ضروریات در کشور را حل کند زیرا افراد حقیقی و حقوقی تقدم نیازهای ضرور بر غیر ضرور را وظیفه شرعی برای خود می‌پندارند؛

۹. برخی ارزش‌ها مانند: ساده‌زیستی و پرهیز از اسراف و تبذیر در سطح خرد و کلان باعث کاهش مصرف، و برخی ارزش‌های دیگر مانند توسعه بر عیال و فقیران و همچنین رعایت شأن و پدیدساختن توازن، به جهت بیشتر بودن میل به مصرف فقیران از میل به مصرف ثروتمندان، سطح مصرف کلان را بیشتر می‌کند، میزان کاهش و افزایش مصرف کلان بستگی به پابندی آنها به انواع ارزش‌ها است.

منابع و مأخذ

قرآن مجید.

أ. فارسی و عربی

۱. رضی، شریف، ۱۳۲۶ش، نهج البلاغه، ترجمه فیض الاسلام، تهران: چاپخانه سپهر.
۲. ابن قدامه، محمد بن احمد، ۱۴۰۴ق، المغنی، ۲ و ۹، بیروت: دارالفکر.
۳. برانسون.اچ، ویلیام، ۱۳۷۲ش، تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان، ۱، ترجمه عباس شاکری، تهران: نشر نی.
۴. بحرانی، یوسف، بی تا، الحدائق، ۱۲، بی جا: بی نا.
۵. باقری تودشکی، مجتبی، ۱۳۸۴ش، «تفاوت خطوط فقر با شئون متفاوت»، مجموعه مقالات چهارمین همایش دوسالانه اقتصاد اسلامی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۶. ———، ۱۳۸۶ش، «تبیین اسراف و تبذیر در مصداق و ملاک و تفاوت آن دو با عدم بهینه یابی اقتصادی در دیدگاه‌های متفاوت»، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی بررسی اندیشه‌های اقتصادی آیت‌الله شهید صدر^{علیه السلام}، قم: مرکز مطالعات اقتصادی دانشگاه مفید.
۷. جمعی از نویسندگان، ۱۳۷۵ش، «درس‌هایی از اقتصاد اسلامی»، مقاله انس زرقاء، ترجمه مجتبی باقری تودشکی، قم: دانشگاه مفید.
۸. حرّ عاملی، محمد بن حسن، ۱۴۱۶ق، الوسایل الشیعه، بیروت: مؤسسه آل‌البیت^{علیهم السلام}.
۹. حکیم، سیدمحسن، ۱۳۸۹ق، مستمسک العروة الوثقی، تهران: دارالکتب العلمیه.
۱۰. حکیمی، محمدرضا و دیگران، ۱۴۱۰ق، الحیاه، تهران: دفتر نشر فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۱. حلّی، حسن بن یوسف، ۱۴۱۴ق، التذکره، مشهد: مؤسسه آل‌البیت^{علیهم السلام}.
۱۲. خلیلیان اشکذری، محمدجمال، ۱۳۸۴ش، شاخص‌های توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی^{علیه السلام}.
۱۳. حسینی، سیدرضا، ۱۳۸۲ش، «مفروضات رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد

- اسلامی»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، سال سوم، ش ۹.
۱۴. موسوی خویی، سید ابوالقاسم، بی تا، معتمد العروة، ۱، بی جا: بی نا.
۱۵. موسوی خمینی، سید روح الله، بی تا، تحریر الوسيلة، قم: چاپ اسماعیلیان.
۱۶. درخشان، مسعود و بستان دوست نیک، حسن، ۱۳۷۱ش، الگوهای مصرف، بحث‌های نظری و کاربردی، تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۱۷. دادگر، یدالله و باقری تودشکی، مجتبی، ۱۳۸۰ش، نشریه نامه مفید، «مقاله سطح مصرف در اسلام»، نامه مفید، سال هفتم، قم: انتشارات دانشگاه مفید.
۱۸. زحیلی، وهبة، ۱۹۸۵م، نظریة الضرورة الشرعية، بیروت: بی نا، چهارم.
۱۹. موسوی خویی، سید ابوالقاسم، ۱۴۰۸ق، مبانی العروة المضاربه، بی جا: بی نا.
۲۰. زیدان، عبدالکریم، ۱۴۰۸ق، حالة الضرورة فی الشريعة الاسلامیه، بیروت: مؤسسه الرساله.
۲۱. زرقاء، محمدانس، ۱۳۸۵ش، «تابع رفاه اجتماعی از دیدگاه اسلام»، ترجمه مجتبی باقری تودشکی، فصلنامه تخصصی اقتصاد دینی، مؤسسه دین و اقتصاد، سال اول، ش دوم.
۲۲. سیزده تن از اندیشمندان مسلمان، ۱۳۷۵ش، مباحثی در اقتصاد خرد نگرش اسلامی، ترجمه حسین صادقی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۲۳. عاملی (شهید اول)، ۱۳۲۲ش، البیان، قم: چاپ مجمع الذخائر الاسلامیه.
۲۴. صدر، سید محمدباقر، بی تا: طرح گسترده اقتصاد اسلام، ترجمه فخرالدین شوشتری، بی جا: بی نا.
۲۵. ———، ۱۳۷۵ش، اقتصادنا، ترجمه عبدالعلی اسپهبدی، تهران: انتشارات اسلام، دوم.
۲۶. طباطبایی، سید محمد کاظم، بی تا، العروة الوثقی، ۴، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۲۷. طوسی، محمد بن حسن، بی تا، المبسوط، بی جا: المكتبة الرضویة لاحیاء الآثار المرتضویة.
۲۸. عاملی (شهید ثانی)، زین الدین علی، بی تا: مسالك الافهام، تهران: انتشارات مؤسسه معارف اسلامی.
۲۹. عزتی، مرتضی، ۱۳۸۲ش، «اثر ایمان مذهبی بر رفتار مصرف کننده»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال سوم، ش ۱۱.

۳۰. عاملی (شهید ثانی)، زین‌الدین علی، ۱۳۶۵ش، *الروضه البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیه*، قم: مکتبه الاعلام.
۳۱. غزالی، محمد، ۱۴۱۴ق، *احیاء علوم الدین*، تهران: دارالکتب العلمیه.
۳۲. آمدی، بی‌تا، *غررالحکم*، بی‌جا: بی‌نا.
۳۳. فیض کاشانی، محسن، بی‌تا، *المحجۀ البیضاء*، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۳۴. کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۳۹۱ق، *الکافی*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۵. کلانتری، علی‌اکبر، ۱۳۸۴ش، *اسلام و الگوی مصرف*، درآمدی بر کم و کیف مصرف براساس فقه و اخلاق اسلامی، قم: بوستان کتاب.
۳۶. مجلسی، محمدباقر، بی‌تا، *بحار الانوار*، تهران: المکتبه الاسلامیه.
۳۷. میرمعزی، سیدحسین، ۱۳۸۴ش (الف)، *اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی*، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۳۸. _____، ۱۳۸۴ش (ب)، «الگوی مصرف کلان در جامعه اسلامی»، *فصلنامه اقتصاد اسلامی*، سال پنجم، ش ۱۸.
۳۹. نجفی، محمدحسن، ۱۳۶۶ش، *جوهر الکلام*، تهران: المکتبه الاسلامیه.
۴۰. نراقی، احمد، ۱۴۱۵ق، *مستند الشیعه*، مشهد: مؤسسه آل‌البتیة.
۴۱. نوروزی، فرح‌آرا و صمیمی، بی‌تا، ۱۳۷۵ش، «ارزیابی الگو مصرف مواد غذایی در برنامه اول و دور نمای آن در برنامه دوم عمرانی کشور»، ۱، *مجموعه مقالات گردهمایی بررسی مسئله فقر و فقرزدایی*، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

ب. انگلیسی

1. Chapra, M.U, 2000, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation UK.
2. Groups of Autor, 1998, *Lessons In Islamics*; ed: Mozer Kahf, Islamic Develoment Bank(IDB), Islamic Research and Traning Institute (IRTI); Jeddah. First Edition. 1418 H (1998 G).
3. Hasan. Zubair, Fahim Khan, 1985, Macro Consumption Function in an Islamic Framework – Comments. *Journal of Research in Islamic Economics*, Jeddah Vol. 2, No. 2, Winter.

4. ———, Munawar Iqbal, 1990 *Zakah, Moderation, and Aggregate Consumption in an Islamic Economy – Comments*, *KAU Islamic Economics* Jeddah, Vol. 2, No. 2, Winter.
5. ———, Akram Khan, 1996, An Introduction to Islamic Economics (Book Review), *American Journal of Islamic Social Sciences*, Vol. 13, No. 4.
6. ———, 2002 "Maximization Postulates and their Efficacy for Islamic Economics", *American Journal of Islamic Social Sciences*, Vol. 19, No. 3.
7. Iqbal, Munawar, 1985, *Zakah, Moderation, and Aggregate Consumption in an Islamic Economy*, *Journal of Research in Islamic Economics*, Jeddah, Vol. 3, No. 1, Summer.
8. Kahf, Monzer, 1992a, "The Theory of Consumption, in Tahir et al" *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
9. ———, 1992b, "A Contribution to the theory of Consumer Behaviour in an Islamic" Society, *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
10. Khan, M. Fahim, 1984, "Macro consumption Function in an Islamic", *Framework journal of Research in Islamic Economics*, Vol. 1, No. 2.
11. ———, 1992, *Theory of Consumer Behaviour in an Islamic Perspective*, *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
12. ———, 1995, *Essays in Islamic Economics*, Islamic Foundation UK.
13. ———, 2002, *Fiqh Foundations of the Theory of Islamic Economics: A Survey of Selected Contemporary Writings on Economics Relevant Subjects of Fiqh*, in Habeeb.
14. Siddiqi, M.N, 1992, Islamic Consumer Behavior, in Tahir et al: *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
15. ———, 1996, *Teaching Economics in Islamic Perspective*, Centre for Research in Islamic Economics, KAU Jeddah.
16. Zarqa, Anas, 1992, Consumer Behaviour in Islamic perspective, in Tahir et al: *Readings in, Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman, Malaysia.
17. Zaman Asad, 1987, Microfoundations for the Basic Needs, Approach to Development: The Lixico - graphic Utility Function, *Pakistan journal of Applied Economics*. Vol. 5. No. 1.

صفحه خالی