

# ضرورت مصرف کالاهای داخلی در پرتو اندیشه‌های مقام معظم رهبری\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۳/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۲۸

سیدحسین میرمعزی\*\*  
علی اکبر کریمی\*\*\*

## چکیده

یکی از پربسامدترین مؤلفه‌های الگوی مصرف مطلوب در بیانات رهبری، مصرف محصولات داخلی است؛ به طوری که تأکید کردند مردم و همه کسانی که علاقه‌مند به ایران هستند نباید کالاهای خارجی را که مشابه داخلی دارد، استفاده کنند. در استفتائات نیز تصریح کرده‌اند که این یک توصیه ساده نیست هرچند فتوای شرعی نیز محسوب نمی‌شود. البته این موضوع با آموزه‌های اقتصاد کلاسیک و آزادی انتخاب‌های افراد از یک سو و حقوق مصرف‌کنندگان در اسلام، از سوی دیگر مغایرت دارد. در تاریخ اسلام هم فتوای فقهی خاصی جز از سوی برخی از علمای مشروطیت در این مورد دیده نمی‌شود. با توجه به مطالب فوق سؤال اصلی این است که مبنای فقهی و اقتصادی تأکیدات رهبری و علمای مشروطیت بر ضرورت مصرف کالاهای داخلی و پرهیز از مصرف تولیدات خارجی دارای مشابه داخلی چیست؟ آیا می‌توان ردپایی از آن در منابع اسلامی یافت یا صرفاً توصیه‌ای مبتنی بر شرایط خاص کشور ماست؟ روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و با اقتباس از روش نظریه تاریخی داده‌بنیاد است که از میان اسناد مکتوب مقام معظم رهبری و اسناد تاریخی مشروطیت که دو قرن اخیر را پوشش می‌دهد جست‌وجو می‌کند. بررسی و تحلیل بیش از بیست سند تاریخی از علمای مشروطیت و تاریخ معاصر ایران و بیانات مقام معظم رهبری نشان می‌دهد که اندیشه ضرورت عدم مصرف کالاهای خارجی و ترویج مصرف تولیدات ملی، بر چهار مبنای فقهی - اقتصادی ملیت، نفی سیل، منع تشبّه به کفار و تقویت اقتصاد ملی استوار است.

\* مقاله پیش رو برگرفته از رساله دکتری نویسنده مسئول است. بدینوسیله از هدایت‌های دکتر عادل پیغامی و دکتر مرتضی مرتضوی کاخکی در تدوین این مقاله تقدیر و تشکر می‌شود.

\*\* عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. Email: h.mirmoezi@gmail.com.

\*\*\* دانشجوی دکترای اقتصاد اسلامی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی (نویسنده مسئول). Email: karimiisu@gmail.com.

واژگان کلیدی: مقام معظم رهبری، مصرف کالاهای داخلی، مبانی فقهی و اقتصادی، نفی سبیل، علمای مشروطیت، ملی‌گرایی.

طبقه‌بندی JEL: N35, D18, P46, Z12

## مقدمه

از میان سیاست‌های اقتصاد مقاومتی آنچه پایه و اساس و به تعبیر مقام معظم رهبری ستون فقرات آن است، تقویت و حمایت از تولید داخلی می‌باشد (بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۲/۹). برای تحقق این امر نیز یکی از مهم‌ترین راهکارها از لسان ایشان، لزوم استفاده از کالاهای داخلی از یکسو و عدم مصرف کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی از سوی دیگر است؛ چراکه تا مصرفی صورت نگیرد اساساً بخش تولیدی هم انگیزه‌ای برای ادامه تولید نمی‌یابد و به تدریج رو به زوال می‌رود. گرچه تلقی رایج در علم اقتصاد متعارف و ادبیات مربوط به تجارت و مبادله و نیز در نظر مردم چنین است که این حساسیت، جلوی آزادی تجارت و رقابت‌پذیری را گرفته و موجب عدم کارایی اقتصادی می‌شود، اما از سوی دیگر این تلقی وجود دارد که لزوم مصرف کالاهای داخلی و تحریم کالاهای خارجی با مشابه داخلی، یک اندیشه نوپدید در زمانه فعلی است. در این مقاله ابتدا با مروری بر ادبیات علمی، عوامل مؤثر بر ترجیح کالاهای خارجی بر داخلی توسط مصرف‌کننده بررسی می‌شود. در گام بعدی به شناسایی مبانی فقهی و اقتصادی ضرورت مصرف تولیدات داخلی و عدم استفاده از کالاهای خارجی در میان اسناد و متون تاریخی علمای مشروطه - که شامل بیست سند با بیشترین ارتباط با موضوع می‌باشد - پرداخته می‌شود. در گام سوم نیز بیانات مقام معظم رهبری به مانند گام دوم و با استفاده از روش نظریه تاریخی داده‌بنیاد تحلیل می‌شود. بعد از این مرحله مبانی به‌دست‌آمده از دو گام قبلی در متون اسلامی ریشه‌یابی شده و در گام آخر، تعارض‌های احتمالی بین اندیشه ضرورت مصرف تولیدات داخلی و حقوق مصرف‌کننده در اسلام بررسی شده و در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری صورت می‌پذیرد و پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ارائه می‌گردد.

## پیشینه علمی

اندیشه ضرورت مصرف تولیدات داخلی و ضوابط و اهداف و مبانی آن از حیث علمی و تحلیلی کمتر مورد مذاقه علمی واقع شده است. مقالات کمی در این زمینه به بررسی علل و چرایی ترجیح کالای خارجی بر کالای داخلی از منظر بررسی رفتار مصرف‌کننده و بازاریابی پرداخته‌اند که در دو بخش مطالعات داخلی و خارجی ارائه می‌شود.

## الف) مطالعات داخلی

به‌طور کلی می‌توان عوامل تأثیرگذار بر رفتار خرید مصرف‌کننده را به پنج دسته کلی عوامل شخصی، اجتماعی، روانی و فرهنگی و آمیخته بازاریابی تقسیم نمود. برخی مطالعات درباره مورد اخیر یعنی آمیخته بازاریابی شامل بسته‌بندی، خدمات پس از فروش، استاندارد، کانال‌های توزیع، دوام و استحکام، تبلیغات، کیفیت، تنوع و نوآوری، ایمنی، قابلیت دسترسی، نمای ظاهری و زیبایی، لوکس بودن، رنگ، ضمانت‌نامه، اندازه و وزن و قیمت، نشان می‌دهد نارسایی‌های بازاریابی در ایران و رواج فرهنگ سوداگری و نزدیک‌بینی اقتصادی به جای فرهنگ صحیح بازاریابی گرایش مصرف‌کنندگان به محصولات مشابه خارجی را در پی داشته است؛ به‌طوری‌که مصرف‌کنندگان ایرانی بر اساس تمام ویژگی‌های فوق به غیر از قابلیت دسترسی، بازاریابی محصولات خارجی را نسبت به محصولات ایرانی ارجح می‌دانند و بنابراین محصولات خارجی را به محصولات مشابه ایرانی ترجیح می‌دهند (ونوس و سلطانی، ۱۳۷۴ و ۱۳۷۵). برخی تحقیقات دیگر با بررسی نظرات مصرف‌کنندگان در ۲۸ شهر کشور، نشان می‌دهد ۸۳ درصد از پاسخگویان، کالاهای مورد نیاز خود را بر اساس مؤلفه‌های شناختی و عقلانی - قیمت، کیفیت، میزان کارایی، دسترسی و ... - انتخاب می‌کنند و ۱۴,۲ درصد بر اساس الگوی هنجاری - عاطفی - ایرانی بودن، تعصب به کشور، کمک به اقتصاد کشور و ... - به خرید کالا اقدام می‌نمایند. بر این اساس تمایل مصرف‌کنندگان به کالای ایرانی در مقابل خارجی ۵۳,۱ به ۴۶,۹ درصد می‌باشد که از این میان بیشترین علت تمایل به کالای ایرانی، کیفیت بهتر و ارزان‌تر بودن ذکر شده و علت عمده تمایل به مصرف کالای خارجی با دوام بودن آن شناسایی شده است (بهمنی، ۱۳۹۱). قاسمی و همکاران (۱۳۹۱) هم معتقدند عموماً مصرف‌کنندگان در کشورهای

در حال توسعه از جمله ایران اعتقاد دارند که محصولات ساخته شده در کشورشان از کیفیت پایینی برخوردارند و لذا محصولات خارجی را ترجیح می‌دهند. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان در کشورهای در حال توسعه، خرید و مصرف محصولات خارجی را سبب افزایش جایگاه و مقام خود در اجتماع می‌دانند؛ به عبارت دیگر مزایای کاربردی (کیفیت درک شده محصول) و مزایای نمادین (کشور مبدأ)، تأثیرات ملی‌گرایی را خنثی می‌کند و سبب می‌شود مصرف‌کنندگان، محصولات خارجی را ترجیح دهند. برخی هم معتقدند علت کم‌رنگ‌تر بودن مفهوم ملی‌گرایی مصرفی در کشورهای در حال توسعه و جهان سوم این است که معمولاً تفاوت کیفی زیادی بین محصولات ساخت آنها با محصولات وارداتی ساخت کشورهای توسعه یافته وجود دارد (خیراندیش و رجیبی فرجاد، ۱۳۹۳).

## ب) مطالعات خارجی

شیمپ و شارما، دانشمندان آمریکایی واژه «ملی‌گرایی مصرفی» را به منظور معرفی اعتقاداتی به کار می‌برند که توسط مصرف‌کنندگان درباره شایستگی یا در حقیقت اخلاق خرید محصولات خارجی وجود دارد (Shimp and Sharma, 1987, p.280).

در واقع ملی‌گرایی مصرفی در نظر دارد مفهومی را ضبط کند که برخی مصرف‌کنندگان اعتقاد دارند خرید محصولات خارجی به نحوی غلط است؛ چراکه به اقتصاد داخلی ضربه می‌زند، موجب ازدست‌دادن شغل‌ها شده و به‌طور خلاصه آشکارا ضد وطن‌پرستی است (Shimp, 1984, pp.285-290). ملی‌گرایی مصرفی به عنوان یک بُعد از سازه کلی جهت‌گیری مصرف‌کننده به سمت کالاهای خارجی، برای سنجش اعتقادات هنجاری و نه شناختی طراحی شده است؛ به طوری که خرید محصولات داخلی برای کشور امر مطلوبی است؛ در حالی که خرید کالای خارجی برای اقتصاد، کشور و هم‌وطنان مخرب است (Ibid). همچنین ملی‌گرایی مصرفی به عنوان یک جنبش ریشه‌ای در ابراز هویت ملی، تنها یکی از اشکال عمل‌گرایی مصرف‌کننده (Consumer Activism) می‌باشد و این جنبش در حد شدیدتر به صورت تحریم پنهان و آشکار محصولات خارجی از طرف خود مصرف‌کنندگان - و نه در اثر سیاست‌های دولتی - و در نهایت به صورت خشونت‌گرایی مصرفی (Consumer Militancy) نمود پیدا می‌کند. رستوران‌های مک دونالد نمونه بارزی

در این مورد هستند که پس از حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳، شعبه‌های آنها در بسیاری از مناطق مورد تحریم و در بسیاری موارد هدف خشونت‌گرایی مصرفی قرار گرفته‌اند. همچنین مصرف‌کنندگان چینی به دلیل سوابق استعماری ژاپن در چین، محصولات این شرکت‌ها را طرد می‌کردند. نمونه دیگر تحریم محصولات اسرائیلی در کشورهای عربی می‌باشد (حقیقی و حسین‌زاده، ۱۳۸۸، ص ۱۰۷). در اثری مشابه هیلمن (Heilmann) تأثیر تنش بین‌المللی در روابط تجاری دوجانبه را با استفاده از چندین واقعه تحریم با انگیزه‌های سیاسی از جمله تحریم کالاهای دانمارکی توسط کشورهای اسلامی به دنبال بحران توهین به پیامبر اسلام در سال ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶، تحریم کالاهای ژاپنی توسط چینی‌ها به خاطر کشمکش بر سر جزیره سناکو/ دیائو در سال ۲۰۱۲، تحریم محصولات فرانسوی در آمریکا در طول جنگ عراق در سال ۲۰۰۳ و تحریم محصولات اسرائیلی توسط ترکیه در جنگ غزه در سال ۲۰۱۴، برآورد کرده است و نتیجه گرفته است که تحریم‌های مصرف‌کننده به‌ویژه در حوزه کالاهای مصرفی و نه واسطه‌ای و سرمایه‌ای می‌تواند اثر مهمی بر روابط تجارت داشته باشد و تنش سیاسی، سرریز قابل توجهی برای تجارت بین‌المللی دارد؛ البته نتایج آن همگون نیست (Heilmann, 2015).

آنچه از مجموع مطالب بالا می‌توان دریافت این است که عمده کاربردهای ملی‌گرایی مصرفی در مطالعه رفتار مصرف‌کننده با تمرکز بر بحث‌های بازاریابی است و تاکنون در مورد آثار و تبعات اقتصادی و اجتماعی این امر تحقیق جدی نشده است؛ درحالی‌که می‌توان تأثیر ملی‌گرایی مصرفی بر اقتصاد کشور را هم تجزیه و تحلیل کرد و هم آثار و پیامدهای آن بر تجارت خارجی و به‌طورکلی اقتصاد یک سرزمین را رصد نمود.

در مجموع به نظر می‌رسد یکی از راه‌های تحقق ترجیح کالای داخلی بر خارجی، تبیین دقیق و جامع عقلی، علمی و تاریخی دلایل و مبانی این اندیشه در تاریخ معاصر ایران و تجربیات سایر کشورهاست؛ موضوعی که طبق بررسی‌های نویسنده، تحقیق مستقل و ویژه‌ای در این‌باره نگاشته نشده است و نوآوری این مقاله شناسایی مبانی و ریشه‌های فقهی و اقتصادی اندیشه ضرورت عدم مصرف کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی از رهگذر تأکیدات مقام معظم رهبری و علمای مشروطه بر این موضوع می‌باشد و اینکه به‌طورکلی چه اهدافی از این امر مورد انتظار است؟

## اندیشه تحریم در اسناد و متون تاریخی معاصر

یکی از پرفرازونشیب‌ترین دوران تاریخی ایران به عصر مشروطیت برمی‌گردد که نقطه عطفی در تاریخ تحولات کشور به شمار می‌آید. وادادگی و وابستگی دولت‌های قاجار و پهلوی از جهات فرهنگی و اقتصادی از یک‌سو و بیداری روحانیت و به تبع آن مردم از سوی دیگر، لزوم مبارزه با استعمار را بیش از پیش برای علاقه‌مندان به سرنوشت کشور ضروری جلوه می‌داد. در این میان نقش علمای مشروطه که با استفاده از ظرفیت‌های بی‌نظیر مذهب اسلام در این عرصه فعالیت می‌کردند، دارای نمودی آشکارتر از سایر واکنش‌هایی است که به استعمار غربی نشان داده می‌شد؛ علمای بزرگی همچون آخوند خراسانی، میرزای شیرازی و سیدجمال‌الدین اسدآبادی از جمله این طیف اصیل به شمار می‌روند. در واقع تفکر تحریم به نوعی رابطه ضروری و علی با بافت شیعی و رابطه مقلد و مقلد در جامعه ایران داشته و در صورت حفظ این ارتباط به نتایج چشمگیری در مسیر مبارزه با سلطه غرب نائل می‌شده است (نجفی، ۱۳۹۱، ص ۸۰).

با توجه به محدودیت تحقیق و مجال مختصر در اختیار، بررسی و تحلیل همه اسناد و متون تاریخی مرتبط امکان‌پذیر نیست. در همین راستا در این نوشتار سعی می‌شود به‌اجمال به مهم‌ترین اسناد و متونی که در رابطه با تحریم مصرف کالاهای خارجی و نیز تشویق به مصرف کالاهای وطنی و ضرورت حمایت از تولید ملی می‌باشند، به صورت علمی پرداخته و دلالت‌های آن از حیث مبانی و اهداف استخراج شود.

شایان گفتن است متون فوق در یک بستر تاریخی خاص صادر شده است که باید حتماً زمینه آن را به‌خوبی شناسایی کرد. در واقع عصر مشروطیت، زمان اتمام حجت روس‌ها، جنگ اول بین‌الملل و اوایل دوره رضاخان، ازمنه تاریخی بوده است که این فتاوا صادر و به جامعه شیعی حکم بیدارباش و مقاومت منفی می‌داده است. محور تحریم در این اعلامیه‌ها، تحریم البسه و امتعه اروپایی، بانک‌های خارجی به‌خصوص بانک روس و انگلیس، پارچه‌های فرنگی، قند و چای و انواع خوراکی‌ها، کاغذهای مارک‌دار و به‌طورکلی هر کالا و صنعت و متاعی بوده است که در ایران حتی به درجه ضعیف یافت می‌شده است و چنانچه حتی مشابه ایرانی نیز نداشته است اگر ضرورت حیاتی و اقتصادی نداشته مصرف آن منع می‌گردیده است (همان).

## مبانی ترویج کالاهای وطنی و تحریم کالاهای خارجی در اسناد و متون تاریخی

در این قسمت بیست سند و متن تاریخی مهم و معتبر که حاوی تأکید بر لزوم مصرف کالاهای وطنی و حمایت از تولیدات ملی و منع و تحریم استفاده از کالاهای خارجی توسط علمای اعلام و فقهای عظام می‌باشد، با استفاده از روش نظریه تاریخی داده‌بنیاد تجزیه و تحلیل می‌شود. در این روش که زیرمجموعه روش تحقیق داده‌بنیاد می‌باشد، منبع داده‌ها به جای مصاحبه و مشاهده، اسناد و متون مکتوب تاریخی، آثار صوتی و تصویری و یا دیگر مدارک مربوطه باقی‌مانده می‌باشد. برای ارائه نظریه داده‌بنیاد در مورد یک پدیده، ابتدا داده‌های مربوط به آن پدیده استخراج و سپس با کنار هم قراردادن داده‌های مشابه، مفاهیم از آن داده‌ها انتزاع می‌شوند و سپس با تجرید مفاهیم همانند، مقوله‌ها به دست می‌آیند. آن‌گاه با ارائه قضایای مربوطه، روابط بین مقوله‌ها با یکدیگر و با مفاهیم مربوطه به آنها تبیین می‌شود (آشنا و قضاوی‌زاده، ۱۳۹۱، ص ۲۵-۲۷). در این تحقیق، داده‌ها شامل بیست متن و سند مکتوب تاریخ معاصر می‌شود و مقولات تحقیق، عمده محورها و دلایلی است که سبب مخالفت علمای اسلام با ترویج مصرف کالای خارجی و تحریم آنها می‌باشد که به ترتیب در جدول ذیل کدگذاری شده‌اند - عدد اول مربوط به شماره منبع و سند تاریخی و عدد دوم مربوط به شماره مفهوم استخراج‌شده از آن منبع می‌باشد - شایان گفتن است عمده اسناد مذکور در این بخش برگرفته از کتاب آقای موسی نجفی با نام اندیشه تحریم و خودباوری: تحلیل متون و اسناد تاریخی اقتصاد مقاومتی در تاریخ تحولات سیاسی ایران، می‌باشد.

این منابع به ترتیب و بر حسب کد جدول زیر عبارت‌اند از:

۱. فتوای میرزای شیرازی در پاسخ به استفتای شیخ شهید نوری (۱۳۰۶ق): ایشان در این فتوا با اشاره به ترتب مفاسد بر حمل اجناس از بلاد کفر به داخل ایران، آن را مایه خرابی دین و دنیای مسلمین دانسته و در ادامه می‌نویسد: «به هر وسیله‌ای که ممکن باشد رفع این مفاسد باید بشود» و پس از توضیحاتی در مورد نقش دولت و ملت در این زمینه، آن را از باب سیاسات و مصالح عامه می‌دانند و بر منع ورود این اجناس تأکید می‌نمایند (نجفی، ۱۳۹۱، ص ۸۱-۸۲).

۲. اعلامیه ملا/خوند خراسانی علیه دخالت روس‌ها در ایران در پاسخ به علمای استرآباد (۱۳۲۹ق): ایشان خطاب به عموم غیرتمندان اسلام و پیروان پیامبر خاتم صلی الله علیه و آله می‌نویسند: «استعمال امتعه خارجه در بلاد اسلامی تا به حال به چه درجه موجب ذهاب ثروت مملکت و نسخ منابع داخله و فقر و فلاکت ملت و تسلط کفار بر مسلمین شده و حالا به ذهاب بیضه اسلام و زوال اسلامیت و استقلال مملکت هم العیاذ بالله نوبت رسیده». سپس از عموم علما و امرا و تجار و غیرتمندان مسلمان می‌خواهند این مفاصد را نصب‌العین خود قرار داده، بر اساس فطرت پاک ایمانی و شرافت طبع اسلام‌پرستی از این کالاها که موجب ذهاب دین و استیلاء کفر بر ممالک اسلامی است با عزم راسخ صرف‌نظر کرده و در این جهاد اقتصادی که به منزله جهاد و شهادت در رکاب امام زمان عجل الله تعالی فرجه می‌باشد مسارعت و بر همدیگر سبقت بگیرند (همان، ص ۸۳).

۳. تعهدنامه علمای اصفهان در تحریم معامله با روس‌ها (۱۳۲۹ق): در این سند آمده است: «نظر به مصالح اسلامی ماها به هیچ وجه من الوجوه طرف معامله با بانک روسی نمی‌شویم و عجالاً قند و چاهی روسی را به کلی تارک هستیم و شخصاً استعمال نخواهیم کرد. صلاح عموم مسلمانان را همین‌طور می‌دانیم» (همان، ص ۸۴).

۴. مکتوب اتحادیه علما راجع به حمایت از تجار وطن‌دوست در تحریم امتعه روس (همان، ص ۸۵).

۵. اطلاعیه علمای شیراز در واکنش به نقض تمامیت ارضی ایران توسط دولت روس و انگلیس: در این اعلامیه با اشاره به نفوذ دولت انگلیس و روس بر ممالک اسلامی از طریق تجارت، یگانه راه دفاع در برابر این هجمه، ترک این تجارت اعلام شده و می‌نویسند: «از امروز تا زمانی که تکلیف شرعی بر خلاف مقتضی شود خرید از تجارت‌خانه‌های این دو دولت ... اعظم محرّمات شرعیه و باد دادن اسلام و خیانت بزرگ به صاحب شریعت مقدسه صلی الله علیه و آله و اعانت به کفر و مخاصمه با امام زمان عجل الله تعالی فرجه می‌باشد». همچنین برای مخالف این حکم بدترین تعذیر شرعی در نظر گرفته شده است (همان، ص ۸۹).

۶. اعلامیه آقای ابراهیم محلاتی به مردم در واکنش به نفوذ دولت روس و انگلیس در تجارت ممالک اسلامی.



۷. اعلامیه علمای اعلام اصفهان در تحریم بانک استقراضی روس (۱۳۲۹ق): در بخشی از این اعلامیه که توسط مرحوم آقاجنئی اصفهانی مرجع تقلید اصفهان صادر شده آمده است: «نظر به مصالح حفظ اسلام، عموم علمای اعلام اصفهان عازم شده‌ایم و بر خودمان فرض ذمه اسلامیت نموده‌ایم که به کلی دادوستد و معامله با شعبه بانک استقراض روس که به اصفهان آمده است موقوف و متروک داریم» (همان، ص ۹۲).
۸. اعلامیه شیخ اسماعیل محلاتی در تحریم بازار اجناس اروپایی در ایران: ایشان که از علمای طراز اول مشروطیت در نجف اشرف بوده‌اند در این اعلامیه به گسترش کالاهای اروپایی در ایران و آثار سوء اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن پرداخته و همگان از دولت و ملت را به استفاده اجناس داخلی تشویق می‌نمایند. بخشی از این اعلامیه در ادامه می‌آید: آیا سزاوار نیست از خواب غفلت بیدار شویم و اموال خود را مصرف در آبادی مملکت و قوت مذهب و ملت خود نماییم و چشم از زخرفه و صورت‌سازی امتعه خارجی ببوشیم و به اجناس وطنیه اسلامیه خود حتی المقدور اکتفا کنیم و حِرَف و صنایع خود را تدریجاً توسعه و ترقی دهیم و ذلت مسلمین را که از حد گذشته به عزت مبدل نماییم و ممالک اسلامیه که موطن شریعت حق الهیه است معمور و آباد کنیم و به عکس ماسلف که اقبال سلطنت و حواشی و توجه اعیان مملکت در دوره استبداد به امتعه خارجه، مورث اندراس امتعه وطنیه گردید اقبال آنها به امتعه اسلامیه در این دوره مشروطیت موجب شیوع و دوران آنها مابین مردم گردد (همان، ص ۹۷).
۹. سؤال و جواب آخوند خراسانی و نماینده روس درباره تحریم کالاهای روسی در ایران (۱۳۲۸ق): ایشان در پاسخ به کنسولگری روسیه چنین نوشت: بر هر فرد ایرانی و بلکه بر هر مسلمانی ... که حفظ ثغور و استقلال ممالک اسلامیه را ذمه‌دار است فریضه حتمیه خواهد بود که در مقام دفاع از حقوق مسلمین و حفظ حوزه اسلامیه بر حسب مناسبت و مقتضیات از هر اقدامی فروگذاری نکند ... و چون بهانه و دستاویزی که در این موقع اساس دیانت و استقلال مملکت را در این ورطه انداخته به حفظ تجارت و بالاخره به استعمال امتعه روسیه در ایران مستند است از این جهت تکلیف دیانت اسلامیه، مقام روحانیت را به رفع اصل این منشأ مجبور می‌دارد (همان، ص ۹۸-۱۰۱).
۱۰. اعلامیه مرحوم آقاجنئی به مردم در حمایت از ترویج کالاهای داخلی (۱۳۲۵ق).

۱۱. اعلامیه شهید حاج آقا نورالله نجفی در حمایت از قطعنامه اتحادیه اصناف اصفهان (۱۳۰۵ق): در این اعلامیه بر حس وطن‌خواهی، نفی سبیل، تقویت اقتصادی اسلام تأکید ویژه شده است (همان، ص ۱۰۲-۱۰۳).

۱۲. نامه مرحوم حاج آقا نورالله اصفهانی به مدیران روزنامه (۱۳۱۷ق): در بخشی از نامه به روزنامه حبل‌المتین آمده است: «بر سر کار و اشخاص مسلمین لازم است هر یک به قدر وسع، جد و جهاد داشته که - ان شاء الله - به توجه غیبی حضرت امام عصر عجل‌الله‌تعالی‌فی‌قبره‌العلیین پیشرفت شود که مسلمین را حاجت به منسوجات و ملبوسات غیر نباشد» و در فرازی از نامه به مدیر روزنامه ثریا ضمن قدردانی از ترویج کالاهای شرکت اسلامی اصفهان درج شده است: «گمانم این است که اقدام در این عمل خیر، امروز به منزله جهاد است و عندالله ثواب و اجر عظیم دارد؛ چه ملت و امت ناجیه را از احتیاج به کفار، مانع بزرگی است» (همان، ص ۱۰۳-۱۰۴).

۱۳. اثر خامه [قلم] یکی از علمای عدالت‌خواه: بخش‌هایی از این اثر چنین است:  
اول: تمام دانشمندان فرس [فارس] و تازی [ترک] و فلاسفه اروپا و دانایان امریکای اتفاق دارند که امروز هیچ آلت قتاله و هیچ قوه ناریه و هیچ قشون مسلحه به جهت انفاذ مقاصد عالیه و حفظ اساس قومیت ملل عالم بهتر و بالاتر از حرب اقتصادی نیست.  
دوم: مردمان اسلام‌پرست و وطن‌دوست که عقلا نیت آنها محرز است بعد از ملاحظه حال کنونی ایران و تجاوزات ظالمانه همسایگان طماع قوی‌پنجه، فلاح و یگانه چاره خلاصی مسلمانان را منحصر در حرب اقتصادی می‌دانند.

سوم: ای ایرانیان! ... اگر حب استقلال دارید، اگر از عبودیت روس ننگ دارید، اگر خودتان را حافظ قرآن می‌دانید، اگر خود را جزء ملل حیه (زنده) عالم می‌شمارید به ترک امتعه روس که به هزاران زهر هلاهل استقلال‌کش دیانت برپادده و ... آلوده است بپردازید و بیش از این تعمیر فابریک‌های نصاری [جناس دست اول اروپایی‌ها] و تخریب صنایع مسلمین نکنید.

چهارم: وقت را باید غنیمت شمرد و با عزم راسخ و اتحاد کلمه بر حسب عرق اسلامی یک چنین نمایش ملی که روح و استقلال‌بخش مملکت اسلامی است بنماییم و به کلمه جامعه و اتفاق طبقات، کهنه لباس عاریت همسایه را دور اندازیم (جریده نجف، ۱۳۲۸، ش ۲۰۰).

۱۴. نامه آیت‌الله شیخ/عراقین زاده از کربلا: در قسمت‌هایی از این نامه چنین ذکر شده

است:

ای مسلمانان! مقام مقدس روحانی را که تا آخرین درجه امکان در حفظ استقلال قومی و اسلامی ایستاده‌اند، به تحریم امتعه روسیان تشویق کنید؛ مطالبه نمایید. روحانیون منتظر فریاد «ما ترک امتعه روس کردیم» هستند! ای ملت ایران! ای صاحبان شرف! حفظ ناموس و استقلال و قومیت و ملیت و وطن و کسب راحت و امنیت و انتظام امور بسته به این فریاد است (همان).

۱۵. سؤال و جواب از شیخ عبدالحسین لاری درباره استفاده از کالاهای بلاد کفر: ایشان

که از زمره علمای شاخص مشروطه است در پاسخ به سؤال از مصرف کالاهای خارجی چنین فرموده است:

امروز آنچه پول از بلاد اسلامی به بلاد خارجه می‌رود اعانت به اعداء دین و استعداد کفار است برای ریختن خون [از] اسلام و مسلمین و حرام است استعمال آنها سیاستاً و دیانتاً حفظاً للاسلام و المسلمین مگر در صورت اضطرار و عدم وجود اشیاء وطنی اسلامی به هیچ وجه من الوجوه (لاری، ۱۴۱۸، ص ۳۰۰).

همچنین ایشان استعمال مطعومات [اغذیه] و ملبوسات و مصنوعات بلاد اسلامی و قطع علائق احتیاج از کفره خارجه و فراهم نمودن وسایل قطع روابط احتیاجات را از کفار بر جمیع مسلمانان، واجب می‌دانند (نجفی، ۱۳۹۱، ص ۱۷۳-۱۷۴).

۱۶. نطق حاج آقا نورالله در جلسات شرکت شرافت: ایشان در یکی از جلسات شرکت

شرافت این‌گونه نظر فتواگونه خود را اعلام کرده بود: «من مانع اهالی از منسوجات خارجه نیستم اما می‌گویم امتعه خارجی مقوی کفر و شکست ملت اسلام است بلکه موجب انکسار قلب مقدس شخص حضرت بقیةالله عجل الله تعالی فرجه می‌شود» (روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان، س ۱، ش ۳۸، ۱۳ شعبان ۱۳۲۵).

۱۷. نطق حاج آقا نورالله اصفهانی در مذاکرات انجمن ملی: ایشان در نطق دیگری درباره

اهمیت مصرف کالاهای وطنی بیان می‌کند:

امروزه بر ملت ایرانیه و حوزه اسلامی لازم و متحتم [واجب] است که در رفع احتیاج از خارجه، به قدر مقدور و اندازه میسور بکوشیم؛ یعنی لوازم زندگی را از لباس و فرش و میل و اسباب و آلات و جنس خرازی از چاقو و مقراض [قیچی] و غیره و غیره تا آخرین

درجه امکان از امتعه داخله خود استعمال نماییم تا در مملکت خود اگرچه به اضعاف [چند برابر] قیمت و خشن باشد، در بند ظرافت نباشیم و از خارجه نخریم و سرمایه و نقود را به خارجه نسپاریم (مذاکرات انجمن ملی، سه‌شنبه ۲۶ جمادی الثانی ۱۳۲۵ به نقل از دهقان‌نژاد، ۱۳۸۴، ص ۱۵۶).

۱۸. متن نامه صاحب عروه سیدمحمدکاظم یزدی به آقامیرزاحیم (بازرگان معروف): این فقیه عالی‌قدر زمان در نامه خود ضمن بیان دسیسه‌های دول خارجی برای نفوذ در تجارت ایران و منحصرنمودن آن به خود، بیان می‌نماید:

مناسب است مسلمین از خواب غفلت بیدار شوند و به تدریج رفع احتیاجات خود را از خارجه بنمایند و به تأییدات ربانیه، از ذل [خواری] فقر و احتیاج و سؤال و تحمل عملگی کفار و تشتت [پراکندگی] در بلاد کفر برهند... از بدو عمر تاکنون، اغلب اوقات، لباسم از منسوجات دارالعباده (شهر یزد) بوده و مکرراً به برادران ایمانی توصیه نموده و گفته‌ام که لباسی که از ابتدای زرع ماده آن تا غزل و نسج [ریسندگی و بافندگی] و رنگ آن با کلمه طیبه «لا اله الا الله، محمد رسول الله، علی ولی الله» انجام شود و جمعی از مسلمین از آن منتفع شوند کجا و قماش‌های منحوس کم‌دوام خارجه کجا؟ (ابوالحسنی، ۱۳۸۹، ص ۲۶۰-۲۶۲).

۱۹. پاسخ شیخ‌الشریعه اصفهانی به استفتای از علمای عراق: در بخشی از این پاسخ ارزشمند که حاوی دلایل و مدارک روایی پاسخ نیز می‌باشد بیان شده است:

اغلب مفاسدی که در اعمال و عقاید مسلمین پیدا شده، از اختلاط آنها با کفار و تشبیه به آنها در گفتار و کردار و احاطه امتعه و اقمشه [پارچه‌ها] و البسه و آلات و أدوات و أوانی [ظروف] آنها به جمیع أعصار، بلکه چیزی نمانده از لوازم تعیش و زندگی إلا آنکه از آنها در او نشانه و رسمی و اسمی هست ... چقدر خوب است قدری به غیرت بیایند مسلمین و عار و تعصبی پیدا کنند! و حکم و جواب و سؤال، واضح و مرکوز اذهان اطفال مسلمین است! (روزنامه جبل‌المتین کلکته، س ۱۳، ش ۳۳، ۲۵ صفر ۱۳۲۴، ص ۲۰-۲۱).

از این بیان می‌توان به فتوای ایشان در باب حرمت مصرف کالاهای بلاد کفر پی برد.

۲۰. پاسخ صاحب عروه به استفتای از علمای عراق: سیدمحمدکاظم طباطبایی یزدی نیز در

پاسخ به استفتای فوق، همچون آخوند خراسانی بر اصل «نفی سلطه» تأکید کرده است:

... هر چه موجب تقویت و شوکت کفر و کفار و سبب ضعف اسلام و مسلمین است، حرام است؛ چه از معاملات باشد یا غیر آن از آنچه باشد ... و بسی سزاوار است که

مسلمین، کلیه، هرگاه ممکن باشد، بدون ترتب مفسده، تخریز [پرهیز] کنند از چیزهایی که در معرض تقویت کفر است ... (همان، ص ۲۰).  
 جدول ۱: تحلیل مفهومی اسناد تاریخی علمای مشروطه درباره ضرورت و مبانی مصرف کالاهای داخلی

کد	مفاهیم	مقولات
۱-۱	جلوگیری از خرابی دین و دنیای مسلمین	حفظ دین
۲-۱	غیرت دینی و خیرخواهی مسلمین	ملیت
۳-۱	سیاست عامه حکومت اسلامی و مصالح عمومی	مصلحت عمومی
۴-۱	محافظت از بیضه اسلام	حفظ دین
۱-۲	جلوگیری از برونرفت ثروت مملکت	اقتصادی
۲-۲	جلوگیری از نسخ منابع داخله	اقتصادی
۳-۲	جلوگیری از فقر و فلاکت ملت	اقتصادی
۴-۲	جلوگیری از تسلط کفار بر مسلمین	نفی سبیل
۵-۲	جلوگیری از زوال اسلامیت و استقلال مملکت.	حفظ دین - نفی سبیل
۶-۲	جلوگیری از تبدیل شدن مساجد به کنیسه و اذان به ناقوس به بهانه حفظ تجارت خارجی در کشور	نفی سبیل
۷-۲	در حکم جهاد اقتصادی و به منزله جهاد و شهادت در رکاب امام زمان <small>عجل الله تعالی فرجه</small> .	جهاد - ولایت
۱-۳	صلاح عموم مسلمین (مصالح اسلامیه)	مصلحت عمومی
۱-۴	وطن خواهی و حس اسلامیت	ملیت - حفظ دین
۱-۵	حفظ استقلال اسلامیت و ملیت و دفاع از تهاجمات خانمان ویران کن خارجی ها	نفی سبیل
۲-۵	تحریم اعانت قشون [یاری سپاهیان] مسلح دولتی به هر قسم	نفی سبیل
۳-۵	رفع اقامت قشون مسلح دولت های بیگانه در ایران	نفی سبیل
۱-۶	از اعظم محرمت شرعی، به باد دادن اسلام، خیانت بزرگ به	نفی سبیل

	صاحب شریعت مقدسه، اعانت به کفر و مخاصمه با امام زمان <small>عَلَيْهِ السَّلَام</small>	
حکم شرعی	مستوجب تعزیر شرعی	۲-۶
مصلحت عمومی	حفظ مصالح اسلام و مسلمین	۱-۷
اقتصادی	جلوگیری از مهاجرت گشتن تدریجی امتعه وطنیه اسلامیة و استعمال آن توسط فرومایگان و ناتوانان	۱-۸
ملیت	جلوگیری از ننگ و عار بودن تلبس به لباس های وطنی برای اشراف مردم و حتی لباس شهرت شدن برای بعضی از آنان.	۲-۸
اقتصادی	جلوگیری از انحطاط حرف و صنایع ایرانی و فقر صاحبان و دست اندرکاران آن	۳-۸
اقتصادی اجتماعی	برچیده شدن خانواده ها و تعطیلی کارخانه ها و بالکل خرابی مملکت اسلام و اضمحلال مسلمین	۴-۸
تقویت کفر	جلوگیری از آبادانی ممالک اروپا و بلاد نصاری و یهود	۵-۸
تقویت کفر	جلوگیری از تبدیل شدن عموم اهل ایران به کارکنان دول اجانب در عمارت بلاد آنان	۶-۸
تقویت کفر	جلوگیری از قوت و شوکت دول اجنبیه و ممالک آنها توسط پول های خرج شده برای خرید آنها	۷-۸
عزت	تبدیل ذلت مسلمین به عزت	۸-۸
اقتصادی	آبادانی اوطان اسلامی	۹-۸
اقتصادی	اعاده ثروت از دست رفته مملکت	۱۰-۸
عزت - ولایت	حفظ عزت اسلام و مسلمین و رضایت قلب امام زمان <small>عَلَيْهِ السَّلَام</small>	۱۱-۸
جهاد	جنود الهیه و مجاهدین فی سبیل الله	۱۲-۸
حفظ دین - نفی سبیل	اساس دیانت و استقلال مملکت	۱-۹
نفی سبیل	رفع احتیاج مسلمین به ملبوسات و اموال خارجی تا حد امکان	۱-۱۰

۱-۱۱	غیرت وطن‌خواهی	ملیت
۲-۱۱	غیرت دینی و اسلامی	حفظ دین
۳-۱۱	قاعده نفی سبیل و تسلط کفار بر مملکت اسلامی	نفی سبیل
۴-۱۱	زیادشدن ثروت مملکت و شوکت و اقتدار و عزت اسلام	اقتصادی - عزت
۵-۱۱	توازن در صادرات و واردات ایران	اقتصادی
۶-۱۱	جلوگیری از ترک صنایع خود و فقر مردم و پیشرفت صنایع اجانب و مردمان آنها	اقتصادی - تقویت کفر
۱-۱۲	به منزله جهاد	جهاد
۲-۱۲	مانع بزرگ برای احتیاج به کفار	نفی سبیل
۱-۱۳	حرب اقتصادی با کفار	جهاد
۲-۱۳	حفظ حقوق و حراست قومیت	ملیت
۳-۱۳	دفاع از دین، قومیت، ناموس، شرف و استقلال کشور	حفظ دین - ملیت - نفی سبیل
۴-۱۳	یگانه چاره خلاصی مسلمانان در حرب اقتصادی با دشمنان قوی‌پنجه کنونی	جهاد - نفی سبیل
۵-۱۳	جلوگیری از تخریب صنایع مسلمین	اقتصادی
۶-۱۳	حکم لازم عقلی	عقلانیت
۷-۱۳	نفی بیگانه‌پرستی و خروج از ملیت و دیانت اسلام	نفی سبیل - حفظ دین
۱-۱۴	حفظ استقلال قومی و اسلامی	نفی سبیل - ملیت
۲-۱۴	حفظ ناموس و استقلال و قومیت و ملیت و وطن	نفی سبیل - ملیت
۳-۱۴	کسب راحت و امنیت و انتظام	اقتصادی
۱-۱۵	نفی اعانت به اعدای دین و استعداد کفار برای ریخت خون [از] اسلام و مسلمین	تقویت کفر
۲-۱۵	حرمت سیاسی و دینی استعمال آنها سیاستاً و دیانتاً	حکم شرعی

۳-۱۵	حفظ اسلام و مسلمین	حفظ دین
۴-۱۵	قطع علائق احتیاج از کفره خارجه	نفی سبیل
۱-۱۶	نفی تقویت کفر و شکست ملت اسلام	تقویت کفر
۲-۱۶	جلوگیری از انکسار قلب امام زمان <small>عجل الله تعالی فرجه</small>	ولایت
۱-۱۷	حفظ ثروت داخلی و رفع احتیاج به کفار	اقتصادی - نفی سبیل
۲-۱۷	رفع احتیاج از خارجه	نفی سبیل
۳-۱۷	عدم سپردن سرمایه و نقود به خارجه	اقتصادی
۴-۱۷	حفظ ثروت	اقتصادی
۱-۱۸	انتفاع مسلمین	اقتصادی
۲-۱۸	غیرت اسلامیات	حفظ دین
۳-۱۸	منع تشبه به کفار	منع تشبه به کفار
۴-۱۸	رونق صنایع داخلی و جلوگیری از تشتت	اقتصادی - اجتماعی
۵-۱۸	رهایی از ذلت و فقر و احتیاج و تحمل عملگی کفار	عزت - نفی سبیل
۱-۱۹	نهی از اختلاط و مودت با کفار	منع مودت با کفار
۲-۱۹	نفی تشبه به کفار در تمامی لوازم تعیش و زندگی	تشبه به کفار
۳-۱۹	غیرت اسلامی	حفظ دین
۱-۲۰	تحرز از چیزهایی که در معرض تقویت کفر است	نفی سبیل

می توان با اشتراک گیری محورهای مختلف، چند مقوله اساسی را به عنوان مبانی اندیشه تحریم در اسناد تاریخی و مواضع منسوب به علمای معاصر استخراج نمود که به ترتیب فراوانی عبارت اند از: نفی سبیل، اقتصادی، حفظ دین، ملیت، جلوگیری از تقویت کفر، عزت و اعتماد به نفس ملی، منع تشبه به کفار، جهاد، ولایت، منع مودت با کفار و عقلانیت.

در میان این مقولات، مقوله اقتصادی خود دارای چندین مفهوم علی حده می باشد که عبارت اند از: کسب رفاه، امنیت و نظم اقتصادی، تقویت صنایع مسلمین، توازن صادرات و



واردات، جلوگیری از فقر و فلاکت، جلوگیری از پیشرفت صنایع بیگانه به بهای تخریب صنایع داخلی، ازدیاد ثروت و اقتدار داخلی، اعاده ثروت از دست‌رفته به مملکت، آبادانی کشور، جلوگیری از تعطیلی صنایع و کارخانه‌های داخلی و بیکاری کارکنان آنها، رونق اقتصاد ملی و تقاضای داخلی و استفاده از منابع داخلی.

با یک انتزاع کلی‌تر می‌توان حفظ دین، جلوگیری از تقویت کفر، عزت و اعتماد به نفس ملی، جهاد، منع مودت با کفار، ولایت و عقلانیت را به همان معنای نفی سبیل ارجاع داد که در ادامه بیشتر در مورد آن توضیح داده می‌شود؛ بنابراین اندیشه لزوم مصرف تولیدات ملی یا تحریم کالاهای خارجی بر چهار مبنای اصلی نفی سبیل - که خود یک قاعده فقهی مستقل - منع تشبه به کفار - به عنوان یک اصل اجتماعی و فرهنگی مورد تأکید اسلام - وطن‌دوستی و ملی‌گرایی، و تقویت اقتصاد داخلی به عنوان دو مبنای عقلی مورد قبول شریعت می‌تواند استوار گردد. در ادامه به بررسی تحلیلی بیانات مقام معظم رهبری در این زمینه پرداخته می‌شود.

۲۱

فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی / ضرورت مصرف کالاهای داخلی ...

## مبانی اندیشه‌ای لزوم مصرف تولیدات داخلی و ضرورت عدم مصرف کالاهای خارجی در بیانات مقام معظم رهبری

با جست‌وجو در بیانات و آثار آیت‌الله العظمی خامنه‌ای به‌ویژه ذیل چند کلیدواژه «حمایت از تولید ملی»، «تفاخر به کالای خارجی»، «مصرف‌گرایی» و «اصلاح الگوی مصرف»، یازده مفهوم و چهار مقوله محوری در باب علل اهمیت و تبیین آثار مصرف کالاهای داخلی و منع مصرف کالاهای خارجی استخراج شد - به دلیل اختصار از ذکر بیانات خودداری می‌شود - که عبارت‌اند از:

۱. ملیت (وطن‌دوستی، اعتماد به نفس ملی، ارزش ملی)؛
۲. تقویت اقتصاد داخلی (اقتدار اقتصادی، مقاوم‌سازی اقتصاد، رفع بیکاری، اشتغال‌زایی و زایش ابتکار)؛
۳. نفی سبیل (مبارزه با استعمار و نفوذ اقتصادی، استقلال اقتصادی، جهاد اقتصادی)؛
۴. منع تشبه به کفار (رفع تفاخر و وابستگی فرهنگی به غرب و ارزش اسلامی).

این مقولات به نوعی دقیقاً منطبق با آن چیزی است که از بررسی و تحلیل محتوای متون و اسناد بیست‌گانه علمای معاصر بدان دست یافتیم.

## تبیین جایگاه مبانی استخراجی در آموزه‌های دینی

اکنون که مجموعه مبانی اندیشه ضرورت عدم مصرف کالاهای خارجی و توصیه به استفاده از کالاهای وطنی از دیدگاه علمای مشروطه و نیز رهبر معظم انقلاب استخراج شده و مشخص گردید که مبانی این اندیشه در هر دو دیدگاه اشتراک و هماهنگی تنگاتنگی با یکدیگر دارد، لازم است جایگاه آن در اندیشه دینی و نسبت آن با آموزه‌های دینی هم به‌اجمال مورد بررسی قرار گیرد.

### ۱. ملیت

در حدیثی معروف از پیامبر اسلام ﷺ نقل شده است «حب الوطن من الإيمان»: دوست داشتن وطن، بخشی از ایمان است. بسیاری از علما این حدیث را تأیید کرده‌اند. شیخ حرّ عاملی در آغاز کتاب *امل‌الامل* به این حدیث استناد کرده و شرح حال علمای جبل عامل را به خاطر به‌جا آوردن حق وطن با استناد به این حدیث بر دیگر علمای متأخر، مقدم داشته است (عاملی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۱۱). در حدیث دیگری نیز آمده است «عمرت البلدان بحب الأوطان» (حرانی، ۱۳۶۳، ص ۲۰۷): سرزمین‌ها به وسیله حب وطن آباد می‌گردند. میرجلیلی و همکاران (۱۳۹۱) نیز با بررسی و دسته‌بندی روایات، چهارده نوع از آیات و روایاتی که دلالت بر وطن‌دوستی می‌کنند، احصا کرده‌اند.

در مورد مفهوم ملیت و وطن به‌طور قطع می‌توان گفت: آنچه از مجموعه سیره علمای مشروطه و بیانات مقام معظم رهبری در مورد توصیه به مصرف تولیدات وطنی و عدم استفاده از کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی قابل استنباط است، خروج کشورها و ممالک کفر به‌ویژه کشورهای استعمارگر و محاربی همچون انگلیس و روسیه در آن زمان و کشورهای امریکا و اسرائیل در زمانه کنونی، از گستره وطن می‌باشد؛ بنابراین هرگاه توصیه به مصرف تولیدات وطنی شده است، قطعاً به معنای عدم استفاده از تولیدات کشورهای کفر و محارب است. رهبر معظم انقلاب هم با تأکید بر مصرف تولیدات ایرانی و حمایت از کارگران ایرانی بیان می‌نمایند:

همه بدانند که این محصولی که دارند می‌خرند، می‌تواند یک کارگر ایرانی را برخوردار کند؛ می‌تواند او را محروم کند، یک کارگر خارجی را برخوردار کند. البته ما همه بشریت را دوست داریم؛ اما خب کارگر ایرانی دارد برای سربلندی این کشور تلاش می‌کند؛ جزو مغتنم و عزیز پیکره این ملت است؛ او را باید تأیید کرد، او را باید تقویت کرد (بیانات در دیدار کارگران و فعالان بخش تولید کشور، ۱۳۹۲/۲/۷).

در اینجا به نظر می‌رسد منظور ایشان همان مرزهای جغرافیایی سیاسی معاصر است که طبق قانون جمهوری اسلامی ایران تحت زعامت ایشان قرار دارد و بیانگر این است که بهره‌مندی ایرانیان از مصرف تولیدات وطنی خود موضوعیت دارد و مردم با این کار در واقع هم‌وطنان خود را تقویت و تأیید می‌کنند.

## ۲. مبنای نفی سبیل

قاعده نفی سبیل از قواعد مهم فقه اسلامی و مستند به آیه شریفه «وَلَنْ يُجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا» (نساء: ۱۴۱) است. خداوند متعال در این آیه شریفه می‌فرماید که در عالم تشریح هیچ‌گونه حکمی که موجب سبیل و علو و سلطنت کافر بر مؤمنان و مسلمانان باشد، وجود ندارد و تشریح و جعل نیز نشده است.

آنچه در این آیه شریفه است، یک جعل تشریحی است نه جعل تکوینی؛ در این آیه، شارع مقدس در مقام تشریح، قانونگذاری و بیان یک قاعده کلی در جامعه اسلامی است. هر حکم، عقد، معامله، پیمان، قرارداد و هر چیزی که سبب علو کافر و استیلای او بر مسلمان شود، منفی است؛ بنابراین قاعده نفی سبیل بر ادله اولیه و احکام حکومت دارد (بجنوردی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۳۴۹-۳۵۱).

## مستندات قاعده

غیر از آنچه از کریمه مذکور در قسمت قبل در ادله این قاعده آمد، دو مستند دیگر نیز ذکر شده است که یکی علو اسلام بر غیر آن و سلطه‌ناپذیری آن را تأکید کرده است و دیگری عزت و شرافت اسلام و مسلمانان را مورد عنایت قرار داده است که در ادامه به این دو مؤلفه اشاره می‌شود.

## الف) علو اسلام و سلطه ناپذیری آن

پیامبر ﷺ می فرماید: «الاسلام یعلو و لا یعلی علیه» (صدوق، ۱۴۱۳، ج ۴، ص ۳۳۴). از حیث دلالت ظاهر این حدیث شریف - با توجه به قراین حالیه‌ای که در خود روایت وجود دارد و پیغمبر اکرم ﷺ را در مقام تشریح و قانونگذاری قرار می‌دهد- در مقام بیان این مطلب است که اسلام موجب علو مسلمان بر غیرمسلمان می‌باشد و خداوند تعالی در عالم اعتبار تشریحی علوی به مسلمان عطا فرموده است و این علو غیر از آن معنویاتی است که هر مسلمانی واجد آن است. اصولاً در مقام تشریح و قانونگذاری اگر علوی به مسلمان بخشیده شود این علو باید در حیطه قانونی اعتبار شده باشد (بجنوردی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۳۵۳).

بنابراین در دین اسلام از سوی باری تعالی هیچ‌گونه حکمی تشریح نشده است که موجب علو و سلطنت کافر بر مسلمان باشد؛ این امور باطل و منفی‌اند و اعتبار حقوقی ندارند. به فرض اگر پیمانی بین یک کشور اسلامی و یک کشور غیر اسلامی واقع شده، نتیجه آن پیمان سلطه کفار بر مسلمانان باشد، این پیمان هیچ ارزش قانونی و شرعی ندارد. قاعده نفی سبیل نه تنها معنایی است مورد تسالم اصحاب امامیه، بلکه مورد تسالم تمامی فقهای اسلام است و این دلیل بزرگ‌ترین دلیل برای حجیت یک حکم شرعی می‌باشد (همان، ص ۳۵۵).

## ب) عزت مسلمان

به مقتضای اینکه شرف و عزتی که در اسلام هست، بر صادرنشدن احکام و قوانینی که سبب ذلت مسلمانان و استخفاف آنان و علو کفار شود، علت تامه می‌باشد؛ بنابراین همان‌طور که خداوند تبارک و تعالی می‌فرماید: «وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ» (منافقون: ۸). خداوند سبحان عزت مؤمنان را هم در عداد خود و هم رسول خود قرار می‌دهد؛ بنابراین نمی‌توان احکامی را تشریح کرد که سبب ذلت مسلمانان شود، بلکه لازمه این دین مقدس آن است که تمامی احکام باید سبب عزت مسلمانان باشد (بجنوردی، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۳۵۷-۳۵۸). در همین زمینه برخی معتقدند مبنای فقهی حمایت از تولید ملی، قاعده نفی سبیل بوده و این قاعده در عرصه اقتصادی بیانگر استقلال و خودکفایی اقتصادی می‌باشد (جلانیا و همکاران، ۱۳۹۴). در بررسی متون تاریخی هم

بیشترین فراوانی استدلال درباره ضرورت مصرف تولیدات وطنی، مربوط به همین مبنا بود؛ بنابراین مصرف کالاهای دول کفر اگر موجب تقویت اقتصادی آنان و سلطه آنان بر اقتصاد کشور اسلامی و در نتیجه تضعیف آن شود، بر طبق این مبنا جایز نیست؛ هرچند از طریق واردات رسمی به داخل کشور آمده باشد.

### ۳. منع تشبیه به کفار

این قاعده فقهی هرچند جزء قواعد رایج فقهی نیامده است، اما اصلی است که مورد استناد بسیاری از علما و فقهای اسلام می‌باشد و مستند اصلی آن احادیثی است که از معصومان علیهم‌السلام در باب عدم مشابهت با دشمنان خدا در خوراک، پوشاک، مسکن، مرکب و سایر رفتارهای زندگی ذکر شده است. شیخ حر عاملی در کتاب *وسائل الشیعه* بابی درباره عدم جواز مشابهت با دشمنان خدا در پوشاک و خوراک و مانند آن دارد و از امام صادق علیه‌السلام و ایشان از پدرشان و از اجدادشان علیهم‌السلام روایت می‌کند که «أَوْحَى اللَّهُ إِلَى نَبِيِِّّ مِنَ الْأَنْبِيَاءِ أَنْ قُلْ لِقَوْمِكَ لَا تَلْبَسُوا لِبَاسَ أَعْدَائِي وَ لَا تَطْعَمُوا مَطَاعِمَ أَعْدَائِي وَ لَا تُشَاكِلُوا بِمَا شَاكَلِ أَعْدَائِي فَتَكُونُوا أَعْدَائِي كَمَا هُمْ أَعْدَائِي» (عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱۵، ص ۱۴۶). یا در حدیثی مفصل‌تر به نقل از قطب راوندی آمده است: «أَوْحَى اللَّهُ إِلَى نَبِيِِّّ أَنْ قُلْ لِقَوْمِكَ لَا تَطْعَمُوا مَطَاعِمَ أَعْدَائِي وَ لَا تَشْرَبُوا مَشَارِبَ أَعْدَائِي وَ لَا تَرْكَبُوا مَرَائِبَ أَعْدَائِي وَ لَا تَلْبَسُوا مَلَابِسَ أَعْدَائِي وَ لَا تَسْكُنُوا مَسَاكِينَ أَعْدَائِي فَتَكُونُوا أَعْدَائِي كَمَا كَانَ أَوْلِيكَ أَعْدَائِي» (نوری، ۱۴۰۸، ج ۳، ص ۲۴۸). شیخ‌الشریعه *اصفهانی* مرجع تقلید بزرگ نجف با استناد به همین روایت در پاسخ به استفتای اهل عراق آنها را از خرید کالاهای خارجی بر حذر می‌دارد. مرحوم سید یزدی نیز با استناد به این حدیث می‌نویسد: «عموم مؤمنین ... مهما ممکن [تا حد امکان] از البسه و اقمشه خارجه متحرز باشند [پرهیز نمایند]؛ بلکه سزاوار این است که در سایر جهات حرکات و سکنات و کیفیات لباس و طعام و شراب و گفتار و کردار از وضع و طرز کفار خود را بر حذر و برکنار دارند» (ابوالحسنی، ۱۳۸۹، ص ۲۶۳).

البته باید دقت کرد که لزوماً هر نوع استفاده از هر محصول خارجی به معنای تشبیه به کفار و در نتیجه حرام نیست، بلکه تحت شرایط خاصی است که می‌تواند مصداق تشبیه به کفار و حرام باشد. در واقع دلالت حدیث فوق این است که آنچه موجب تبعیت فکری از

کفار و دشمنان خدا شود ممنوع است؛ اما چه بسا انتخاب بهترین آنچه کفار در عرصه‌های مختلف زندگی همچون وسایل سواری، هواپیما و غیر آن محقق ساخته‌اند، به طوری که منجر به تبعیت فکری نشود، از شمول این اخبار خارج باشد؛ بلکه حتی بر دولت اسلامی لازم است به گونه‌ای تدبیر امور کند که مسلمانان ضعیف و محتاج به کفار نشوند (جمعی از مؤلفان، [بی‌تا]، ج ۱۵، ص ۲۲۲)؛ بنابراین به نظر می‌رسد آنچه در این زمینه مهم است وابستگی فکری، فرهنگی و رفتاری به سبک زندگی کفار و تقلید کورکورانه از آنان می‌باشد که به مرور زمان تبدیل به یک فرهنگ جدید می‌شود و نه یک‌باره در اثر خرید کالا؛ بدین معنا که هر چه خارجی است به صرف خارجی بودن مورد توجه، مصرف و تفاخر قرار گیرد. در بیانات مقام معظم رهبری نیز این امر بارها و بارها مورد تأکید قرار گرفته است.

#### ۴. تقویت اقتصاد ملی

برای رفع نیازهای مادی و معنوی مسلمانان در تمامی شئون، باید اقتصاد جامعه اسلامی از قوت و ثروت فراوانی برخوردار باشد. بدون آن نه نیازهای داخلی رفع خواهد شد و نه اقتدار و عزت جامعه اسلامی رقم خواهد خورد. در واقع این مبنا از یک حیث، بخشی از همان عدم وابستگی و سلطه‌پذیری از کفار در مبنای نفی سبیل را دربردارد و بخش دیگر آن به تأمین نیازها و حوائج و رفاه مسلمانان و برخورداری عموم جامعه اسلامی از مواهب و نعمت‌های خدادادی برمی‌گردد. شهید مطهری رحمته‌الله با تمثیل زیبایی اقتصاد جامعه اسلامی را به بدن انسان تشبیه کرده و ثروت را در حکم خون جاری در بدن می‌داند و می‌نویسد: «یکی از اصول اولیه اقتصاد سالم حیات و قابلیت رشد و نمو ثروت است. همان‌طور که از شرایط اولیه یک اجتماع سالم اقتصاد سالم است ... جامعه باید بنیه اقتصادی سالمی داشته باشد، ... گمان نمی‌رود هیچ عالم و بلکه هیچ عاقلی منکر لزوم و ضرورت اقتصاد سالم باشد». ایشان سپس یکی از اهداف اسلام را نفی سبیل دانسته و آن را به واسطه دسترسی به اقتصاد سالم قابل تحقق می‌داند و می‌نویسد: «از نظر اسلام هدف‌های اسلامی بدون اقتصاد سالم غیرقابل تأمین است. اسلام می‌خواهد که غیرمسلمان در مسلمان تسلط و نفوذ نداشته باشد. این هدف هنگامی میسر است که ملت مسلمان در اقتصاد نیازمند نباشد و دستش به

طرف غیرمسلمان دراز نباشد (مطهری، [بی تا]، ج ۲۰، ص ۴۰۵). شهید صدر علیه السلام هم در کتاب الاسلام یقود الحیوة با استدلال به خلافت الهی انسان و جامعه صالح انسانی به مثابه یک کل، یکی از دو مسئولیت آن را در برابر خداوند، عدالت در نگرهبانی رشد و ثروت دانسته و معتقد است جامعه می‌بایست در این راه تمامی نیروی خود را در جهت بهره‌گیری از جهان و آبادانی زمین و تکثیر نعمات به کار گیرد (صدر، ۱۳۹۳، ص ۵۰-۵۲)؛ بنابراین تقویت اقتصاد جامعه اسلامی از طریق اتکای به نیروهای درونی و تأکید بر بهره‌برداری عادلانه از ثروت‌های خدادادی، یک مبنای کلی در دیدگاه اسلامی است.

## حل تعارض میان حقوق مصرف‌کننده با ضرورت مصرف از تولیدات ملی

تا اینجا مشخص شد که اندیشه ضرورت مصرف کالاهای داخلی و پرهیز از مصرف کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی، اجمالاً مورد تأکید علما و فقهای معاصر و مبتنی بر اصول اسلامی می‌باشد؛ اما شاید یکی از شبهاتی که در رابطه با ضرورت مصرف کالاهای وطنی و پرهیز از مصرف کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی مطرح می‌شود، ناسازگاری آن با آزادی انتخاب و حقوق مصرف‌کنندگان در اسلام باشد. در واقع دین اسلام اهمیت زیادی برای حقوق افراد قائل است و تا جایی که با دیگر مصالح عالی اجتماعی و نظام اسلامی مخالفت نداشته باشد، به حمایت از حقوق وی برمی‌خیزد. این حمایت تا جایی است که اسلام با هرگونه قیمت‌گذاری یا تسعیر اجناس در شرایط عادی بازاری توسط دولت یا حکومت مخالف است و آن را حرام می‌داند و تنها در شرایطی خاص و بنا بر مصلحت عمومی و حکم ثانویه و در مرحله نهایی دست به تعیین قیمت عادلانه می‌زند (موسویان و بهاری، ۱۳۹۲، ص ۷۹-۱۲۲).

همچنین در مورد مالیات بر اجناس واردشده یا صادرشده به سرزمین اسلامی یا از آن، یا همان مالیات گمرکی (عشور) بسیار محتاطانه عمل می‌کند و اخذ آن را توسط حکومت تنها در شرایطی خاص و بنا بر مصلحت‌سنجی ولی فقیه جایز می‌داند (ر.ک به: منتظری، ۱۴۰۹، ج ۸، ص ۱۶۵-۲۰۴).

از این رو می‌بایست این تعارض ظاهری را که از یک سو تمام‌قد از منافع و حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بر اساس قاعده تسلیط و حرمت مال مسلمان و ... دفاع می‌نماید و از سوی دیگر بر نفی سبیل و تقویت قوای اقتصادی و حرمت تشبه به کفار و وطن‌دوستی تأکید می‌نماید و از مصرف‌کننده می‌خواهد انتخاب‌های خود را در این چارچوب سامان دهد و نیز دولت و حاکمیت اسلامی را ملزم به رعایت این ضوابط و چارچوب‌ها می‌داند، حل و فصل نماید.

در این راستا باید چند نکته را به عرض خوانندگان عزیز رساند:

۱. حرمت عشور (مالیات‌های گمرکی) و تسعیر (قیمت‌گذاری اجناس) در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به صورت توأمان است؛ یعنی اسلام همیشه سعی کرده است عدالت و توازن اقتصادی را در روابط بین عاملان اقتصادی رعایت نماید و هرگاه ملاحظه نموده که ممکن است به یکی از طرفین معامله خطر و ضرری وارد گردد سریعاً در جهت حمایت از او اقدام نموده است. بر همین اساس تا زمانی که فروشنده کالای مورد نیاز و ضروری مردم همچون گندم به عرضه محصول خویش اقدام نموده است او را در تعیین قیمت محصول تولیدی یا عرضه‌شده خویش آزاد گذاشته است و تن به ضرر او در مقابل ارزان‌خواهی‌های احتمالی دلالت و مصرف‌کنندگان نداده است یا اینکه اسلام با موضوع به استقبال کاروان‌های تجاری تازه به شهر رسیده برای اخذ کالاهای ایشان به قیمت‌های پایین‌تر از شهر مخالفت کرده است؛ زیرا به ضرر تولیدکننده و مصرف‌کننده به‌طور همزمان است؛ اما آنجایی که قضیه عکس شده است و تولیدکننده یا عرضه‌کننده از نیاز فوری و ضروری مصرف‌کنندگان به نفع سودطلبی شخصی خود سوءاستفاده نموده و جنس خود را احتکار و عرضه آن را کاهش داده یا با قیمتی اجحافی و گزاف جنس خود را عرضه می‌کند، به مقابله با وی در جهت حمایت از مصرف‌کننده برخاسته و او را وادار به عرضه محصولش کرده و در صورت استنکاف وی از عرضه یا عرضه با قیمت‌های گزاف و بسیار بالاتر از عرف بازار، در صدد تعیین قیمت برآمده و قیمت‌المثل آن را به وی پرداخت نموده است؛ بنابراین شرع مقدس این‌طور نیست که به حاکمیت مصرف‌کننده یا تولیدکننده به‌تنهایی تن در دهد بلکه همواره توازن قدرت چانه‌زنی بین این دو طرف معامله را جست‌وجو و پیگیری کرده است؛ اما واقعیت پیچیده دنیای کنونی به‌گونه‌ای است



که بیش از گذشته قدرت مصرف‌کنندگان را در برابر تولیدکنندگان و کارخانه‌داران بزرگ کالاهای تولیدی انبوه به چالش کشیده است. اکنون نقش واسطه‌ها همچون مؤسسات بازاریابی و تبلیغات و فروش در اغوای مصرف‌کنندگان جدی است؛ از این رو و با وجود پیوند این مؤسسات با انحصارات، تراست‌ها و شرکت‌های بزرگ چندملیتی عملاً حقوق مصرف‌کنندگان بیش از گذشته مورد آسیب واقع شده است. نکته حائز اهمیت، گستردگی انحصارات بین‌المللی در مقایسه با انحصارات داخلی است. بر این اساس حقوق مصرف‌کنندگان بیش از آنکه از اجناس انحصاری داخلی ضربه ببیند از کالاهای انبوه تولیدی شرکت‌های بزرگ آسیب می‌بیند. هرچند این مقوله صفر و یکی نیست و موارد نقض فراوانی هم ممکن است داشته باشد. از جمله در مورد صنایع خودروسازی در داخل که به نوعی خصوصی‌شده شبه دولتی یا خصولتی می‌باشد، حقوق مصرف‌کنندگان ضایع می‌شود. در چنین مواردی راه مقابله با این تضییع حقوق مصرف‌کنندگان، نه کاهش تعرفه و سیاست‌های تجاری آزاد و کاهش موانع گمرکی (عشور) به نفع تولیدکنندگان خارجی و بیگانه است بلکه ایجاد سازوکار تقویت و افزایش بهره‌وری تولید داخلی و نظارت مستمر بر آن می‌باشد. افزون بر این ضروری که از سیاست‌های باز تجاری در یک کشور در حال توسعه ممکن است به وقوع پیوندد، عبارت از ویرانی بنیان‌های تولید داخلی و تعطیلی کارخانه‌های تولیدی و افزایش بیکاری و انواع و اقسام انحرافات منتج از آن می‌باشد.

۲. همان‌طور که از وظایف دولت رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و حمایت از آن است، ایجاد زمینه‌های اشتغال و حرفه مناسب و شرافتمندانه نیز جزء مسئولیت‌های قانونی دولت اسلامی می‌باشد. این امر هم مستلزم رونق فضای کسب‌وکار و تولید و سرمایه‌گذاری و کارآفرینی است. یکی از مقدمات این مهم وجود استعداد بازاری برای خرید و مصرف محصولات تولید داخل است. در بدو امر چه بازاری بهتر و مناسب‌تر و در دسترس‌تر از بازار داخلی؛ بنابراین در اینجا مصرف‌کننده با حضور فعالانه و مسئولانه خود می‌تواند موجبات رونق، ابتکار، پیشرفت و تقویت تولید ملی و رقابت‌پذیری آن در سطح بین‌المللی را تضمین نماید.

۳. برخی قواعد فقهی بر احکام اولیه اولویت و تقدم داشته و حاکم هستند. مواردی چون قاعده نفی سبیل که مبنای محکم و بدون خدشه قرآنی و روایی دارد از این دست قواعد هستند؛ بنابراین در عرصه ملی و حاکمیتی و در کلیت نظام اسلامی جلوگیری از ورود کفار و تسلط آنها به بازارهای مسلمانان و گرفتن مقدرات اقتصادی ایشان، بر ضررهای احتمالی مصرف‌کنندگان مبتنی بر قاعده «لاضرر» از ناحیه مصرف‌کالاهای وطنی به نسبت گران و کم‌کیفیت تقدم دارد. در تبیین نظر فقهی امام خمینی علیه السلام گفته شده است گاهی اوقات استقبال عمومی مردم در کشوری اسلامی از کالاهای خارجی به اقتصاد مسلمانان و اقتصاد آن کشور ضربه وارد می‌کند. به این دلیل، این امر از نظر فقهی و فتوایی حرام است (فلاح‌زاده، ۱۳۹۴/۲/۲۱، <http://farsi.khamenei.ir/print-content?id=29695>). در واقع اینجا دیگر منافع یک گروه یا یک فرد و یک صنعت در میان نیست بلکه منافع ملی و حفظ عزت و اقتدار دنیای اسلام مطرح است.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش مشخص گردید که اهمیت مصرف تولیدات داخلی و پرهیز از استفاده از کالاهای خارجی صرفاً یک اندیشه خلق‌الساعه و ناشی از اقتضائات زمانی و شرایط خاص اقتصاد ایران نمی‌باشد، بلکه ریشه در آموزه‌های اسلامی و متون، فتاوا و آرای علما و فقهای عصر مشروطیت و مراجع عظام تقلید آن زمان دارد.

در این تحقیق با بررسی بیش از بیست سند حاوی اطلاعاتی در مورد این اندیشه از تاریخ معاصر ایران و با تحلیل محتوای آن به روش داده‌بنیاد تاریخی، چهار مقوله یا محور اساسی تحت عناوین ملیت، نفی سبیل، نفی تشبه به کفار و تقویت اقتصاد ملی به دست آمد که دقیقاً با آنچه از بیانات مقام معظم رهبری در قالب فیش‌های جمع‌آوری شده تحت کلیدواژه‌های حمایت از تولید ملی، تفاخر به کالای خارجی و مصرف‌گرایی بررسی شد، مطابقت داشت. این چهار مبنای عقلی بیانگر این است که برخلاف مفهوم ملی‌گرایی مصرفی که در ادبیات غربی زاییده شده و صرفاً جهت‌گیری عاطفی و هنجاری و اخلاقی مصرف‌کنندگان نسبت به کالاهای خارجی را آن هم برای مقاصد بازاریابی نشان می‌دهد، در آموزه‌های اسلامی و تاریخی این سرزمین، مصرف کالای وطنی، ریشه‌هایی در عقلانیت

دارد و صرفاً یک گرایش احساسی و یا تعصب غیرعقلانی و یا اقدامی صرفاً اخلاقی نیست. بر این اساس بر مبنای چهار اصل کلی که ریشه در آیات و روایات اسلامی نیز دارد، مصرف کالاهای داخلی و پرهیز از مصرف کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی، اجمالاً ضرورت دارد و هرگونه مصرف از کالاهای خارجی که این مبانی را سست یا تضعیف کند، صحیح و مجاز نمی‌باشد و به عنوان یکی از کاربردها و دلالت‌های این مقاله، دولت و مردم می‌بایست از واردات و مصرف کالاهای خارجی که برخلاف مبانی مذکور است حتی‌المقدور اجتناب نمایند. البته ممکن است تراحماتی بین این مبانی با یکدیگر و بین این مبانی با دیگر مبانی همچون قاعده لاضرر و قاعده عسر و حرج و مانند آن واقع شده و یا اولویت‌بندی‌هایی به صورت اقتضایی و حسب شرایط ضروری گردد که در اینجا برای حل این تراحمات و رسیدن به رأی صائب، نیاز به تحقیقات مستقل و گسترده‌ای می‌باشد. همچنین تعیین کم‌وکیف کالای داخلی و خارجی و ضوابط مشابهت میان این دو و دیگر ضوابطی که ممکن است در جهت لزوم مصرف کالای داخلی و ممنوعیت استفاده از کالای خارجی تأثیرگذار باشد، از مجال این تحقیق خارج بوده و پیشنهاد می‌شود تحقیقات بعدی در این زمینه توسط متخصصان و محققان صورت پذیرد.

## منابع و مأخذ

۱. آشنا، حسام‌الدین و مهدی قضاوی‌زاده؛ «مکتب علمی امام جعفر صادق علیه السلام به سوی یک مدل داده‌بنیاد»، مبانی و روش اندیشه علمی امام صادق علیه السلام؛ به کوشش احمد پاکتچی؛ چ ۱، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۹۱.
۲. ابن بابویه (شیخ صدوق)، محمد بن علی؛ *من لا یحضره الفقیه*؛ ج ۴، چ ۲، قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۱۳ق.
۳. ابوالحسنی، علی؛ *فراتر از روش آزمون و خطا*: زمانه و کارنامه آیت‌الله العظمی آقا سیدمحمدکاظم طباطبایی یزدی علیه السلام؛ چ ۱، تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، ۱۳۸۹.
۴. بجنوردی، سیدمحمد بن حسن موسوی؛ *قواعد فقهیه*؛ ج ۱، چ ۳، تهران: مؤسسه عروج، ۱۴۰۱ق.

۵. بهمنی، مهرزاد؛ «بررسی میزان ملی‌گرایی مصرفی، اعتماد به تبلیغات و تمایل به مصرف کالاهای داخلی در بین شهروندان ۲۸ کشور»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی؛ س ۱۹، ش ۳، ۱۳۹۱.
۶. جلائیان‌نیا، علی‌اکبر و همکاران؛ «حمایت از تولیدات ملی و قاعده نفی سبیل»، فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلام؛ س ۲۳، ش ۲، ۱۳۹۴.
۷. جمعی از مؤلفان؛ مجله فقه اهل بیت (ع) (فارسی)؛ ج ۱۵، چ ۱، قم: مؤسسه دائرةالمعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (ع)، [بی‌تا].
۸. حر عاملی، محمد بن حسن؛ امل‌الآمل؛ بغداد: انتشارات مکتبه اندلس، [بی‌تا].
۹. حرانی، ابن‌شعبه حسن بن علی؛ تحف العقول عن آل الرسول (ع)؛ قم: انتشارات اسلامی جامعه مدرسین، ۱۴۰۴ق.
۱۰. حقیقی، محمد و ماشاءالله حسین‌زاده؛ «مقایسه میزان تمایل به مصرف کالاهای داخلی در تهران با سایر مناطق جهان و بررسی پیامدهای آن بر ارزیابی و ترجیح محصولات»، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران؛ س ۱۳، ش ۴، ۱۳۸۸.
۱۱. خیراندیش، مهدی و حاجیه رجیبی فرجاد؛ «تدوین استراتژی‌های آموزشی و فرهنگی جهت ارتقاء مصرف تولیدات ملی»، فصلنامه آموزش در علوم انتظامی؛ س ۲، ش ۳، ۱۳۹۳.
۱۲. دهقان‌نژاد، مرتضی؛ «موانع توسعه‌یافتگی ایران از نظر حاج‌آقا نورالله اصفهانی»، مجموعه مقالات نخستین همایش تبیین آراء و بزرگداشت هشتادمین سالگرد نهضت آیت‌الله شهید حاج‌آقا نورالله اصفهانی؛ اصفهان: انتشارات سازمان فرهنگی شهرداری اصفهان، ۱۳۸۴.
۱۳. سلطانی، ابراهیم و داور ونوس؛ «بررسی علل عمده گرایش مصرف‌کنندگان ایرانی به محصولات خارجی»، فصلنامه دانش مدیریت؛ ش ۳۱ و ۳۲، ۱۳۷۴ و ۱۳۷۵.
۱۴. صدر، محمدباقر؛ اسلام راهبر زندگی؛ ترجمه مهدی زندیه؛ چ ۱، قم: دارالصدر، ۱۳۹۳.
۱۵. عاملی، محمد بن حسن؛ امل‌الآمل؛ بغداد: انتشارات مکتبه اندلس، [بی‌تا].
۱۶. \_\_\_\_\_؛ وسائل الشیعة، چ ۱، قم: مؤسسه آل‌البیت (ع)، ۱۴۰۹ق.
۱۷. قاسمی، حسن و همکاران؛ «بررسی عوامل مؤثر بر کشورگرایی مصرف‌کننده»، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی؛ ش ۱۱، ۱۳۹۱.

۱۸. لاری، شیخ عبدالحسین؛ حاشیه بر احکام قانون اداره بلدیة، مجموعه رسائل؛ چ ۱، تهران: بنیاد معارف اسلامی، ۱۴۱۸ق.
۱۹. مطهری، مرتضی؛ مجموعه آثار استاد شهید مطهری؛ ج ۲۰، برگرفته از نرم‌افزار مجموعه آثار شهید مطهری، قم: مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی نور.
۲۰. مقام معظم رهبری؛ ابلاغ سیاست‌های کلی اشتغال، ۱۳۹۰/۴/۲۸.
۲۱. \_\_\_\_\_؛ بیانات پس از بازدید از سازمان صداوسیما، ۱۳۸۳/۲/۲۸.
۲۲. \_\_\_\_\_؛ بیانات در اجتماع کارگران کارخانجات تولیدی داروپخش، ۱۳۹۱/۲/۱۰.
۲۳. \_\_\_\_\_؛ بیانات در اجتماع مردم اسفراین، ۱۳۹۱/۷/۲۲.
۲۴. \_\_\_\_\_؛ بیانات در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲/۱۲/۲۰.
۲۵. \_\_\_\_\_؛ بیانات در حرم رضوی در آغاز سال ۱۳۹۱، ۱۳۹۱/۱/۱.
۲۶. \_\_\_\_\_؛ بیانات در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۳/۱/۱.
۲۷. \_\_\_\_\_؛ بیانات در خطبه‌های نماز جمعه، ۱۳۷۸/۷/۹.
۲۸. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از پیشکسوتان جهاد و شهادت و خاطره‌گویان دفتر ادبیات و هنر مقاومت، ۱۳۸۴/۶/۳۱.
۲۹. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از روحانیون، ۱۳۷۰/۱۲/۱۴.
۳۰. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از کارگران و معلمان، ۱۳۷۳/۲/۱۳.
۳۱. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از کارگران، ۱۳۹۰/۲/۷.
۳۲. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از معلمان و پرستاران و کارگران، ۱۳۸۸/۲/۹.
۳۳. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار جمعی از کارگران سراسر کشور، ۱۳۹۴/۲/۹.
۳۴. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار دانشگاهیان سمنان، ۱۳۸۵/۸/۱۸.
۳۵. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت، ۱۳۸۲/۶/۵.
۳۶. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۰/۶/۶.
۳۷. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار کارگران و فعالان بخش تولید کشور، ۱۳۹۲/۲/۷.
۳۸. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۵/۲/۸.
۳۹. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۸۹/۵/۲۷.
۴۰. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۵/۳.

۴۱. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار مردم آذربایجان، ۱۳۹۳/۱۱/۲۹.
۴۲. \_\_\_\_\_؛ بیانات در دیدار اساتید دانشگاه‌های خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۷/۲۰.
۴۳. موسویان، سیدعباس و حسن بهاری؛ «مدل قیمت‌گذاری بازار کالا و خدمات در اقتصاد مقاومتی»، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی؛ ش ۴ و ۵، ۱۳۹۲.
۴۴. منتظری، حسینعلی؛ مبانی فقهی حکومت اسلامی؛ قم: مؤسسه کیهان، ۱۴۰۹ق.
۴۵. میرجلیلی، علی محمد و همکاران؛ «وطن‌دوستی از دیدگاه قرآن و روایات»، فصلنامه کتاب قیم؛ س ۲، ش ۵، ۱۳۹۱.
۴۶. نجفی، موسی؛ اندیشه تحریم و خودباوری تحلیل متون و اسناد تاریخی اقتصاد مقاومتی در تاریخ تحولات سیاسی ایران؛ چ ۱، تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، ۱۳۹۱.
۴۷. نوری، میرزاحسین؛ مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل؛ بیروت: مؤسسه آل‌البیت علیه السلام، ۱۴۰۸ق.
48. Heilmann, Kilian; "Does Political Conflict Hurt Trade? Evidence from Consumer Boycotts", **Journal of International Economics**; (doi: 10.1016/j.jinteco.2015.11.008), 2015.
49. Terence A. Shimp and Subhash Sharma; "Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE", **Journal of Marketing Research**; Vol. 24, No. 3, 1987.
50. Shimp T.A.; "Consumer ethnocentrism: The concept and a preliminary empirical test", in Kinnear, T.C. (Ed.), **Advances in Consumer Research**; Provo, UT, association for Consumer Research, Vol.11, 1984.