

آموزه‌های ایجابی اسلامی و ارتقای سلامت روان در بازار*

محمد امامی^۱

علیرضا روحی^۲

احمد مروارید^۳

چکیده

بازار به‌عنوان یکی از کانون‌های حیاتی جامعه، نه تنها نقش محوری در مبادلات اقتصادی ایفا می‌کند، بلکه تأثیرات عمیق فرهنگی و اجتماعی بر زندگی انسان‌ها دارد. دستیابی به کارکردهای مثبت و ارزشمند این نهاد، در گرو سلامت روانی حاکم بر آن است. از سوی دیگر انسان معمولاً سودجوست و بازار نیز محل فعالیت بازرگانی و تلاش برای کسب سود است. در نتیجه، می‌تواند به محلی پر تنش تبدیل شده و آرامش روان انسان را بر هم زند. از این روی، جستار حاضر راهکارهای دینی برای مدیریت تعارض میان کسب سود و آرامش درونی را مورد بررسی قرار داده و این نکته واکاوی شده که آموزه‌ها و دستورالعمل‌های اسلامی چگونه با ایجاد نظام‌مندی رفتاری (مبتنی بر قناعت، صداقت، ذکر الهی و سایر دستورات) هم‌سویی پایدار میان منافع اقتصادی و ثبات

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۲/۰۵ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۲۰ / مقاله پژوهشی

۱. دانشیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول) / dr.imami@razavi.ac.ir / Orcid: 0000-0002-0544-7771

۲. دانشیار گروه تاریخ و تمدن ملل اسلامی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، ایران / dr.roohi@razavi.ac.ir / Orcid: 0000-0002-3247-7335

۳. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، ایران / dr.morvarid@razavi.ac.ir / Orcid: 0000-0002-7508-243X



هیجانی بازرگان در محیط بازار برقرار می‌کنند و چه تأثیری در تأمین سلامت روان بازار دارند.

این پژوهش با پذیرش اصل عدالت، ارزشگذاری برای فعالیت بازرگانی و با مطالعه مقررات ایجابی در زمینه بازرگانی مانند: لزوم یاد خدا در بازار، پایبندی به تعهدات، عرضه کالای مرغوب، صداقت محوری و قناعت، به تبیین مؤلفه‌های ایجابی تأمین‌کننده سلامت روان در بازار اسلامی پرداخته است. مؤلفه‌هایی که با توسعه مفهومی سود (مادی+معنوی+اخروی) در تأمین سلامت روان بازار مؤثرند. این مقاله با رویکرد توصیفی-تحلیلی و با واکاوی آموزه‌های قرآنی و متون اولیه اسلامی، در پی ارائه تصویری از بازار اسلامی توأم با آرامش، اطمینان خاطر و بهزیستی روان‌شناختی پایدار است.

کلید واژگان: سلامت روان، بازار اسلامی، اخلاق بازرگانی، آموزه‌های قرآن، اقتصاد اسلامی.

مقدمه

در جامعهٔ امروزی اهمیت سلامت روان و تأثیر عمیق آن بر دیگر بخش‌های سلامت (جسمی، اجتماعی و معنوی) انکارناپذیر است. با توجه به ارتباط نزدیک این بخش از سلامت با بهداشت عمومی و عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت، می‌توان گفت بدون سلامت روان، دستیابی به بخش‌های دیگر سلامت امکان‌ناپذیر است. گسترهٔ کارکرد سلامت روان نیز بسیار وسیع بوده و شامل تمام ابعاد زندگی انسانی اعم از فردی، خانوادگی و اجتماعی تا ابعاد روحی و مادی انسان می‌باشد. بنابراین با توجه به میزان و کم و کیف تأثیرگذاری آن بر ابعاد گوناگون زندگی، پرداختن به آن اهمیت ویژه‌ای دارد. از سوی دیگر، یکی از فضاهایی که سلامت روان و شخصیت انسان را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهد، محیط بازار و روابط حاکم بر آن است. بازار محل مراجعهٔ مکرر انسان‌ها و تعامل و داد و ستد با دیگران است. در آموزه‌های اسلامی توجهی ویژه به بازار مسلمانان شده و در بخش مهمی از فقه اسلامی به روابط و آداب حاکم بر بازار پرداخته شده است. بازار مسلمانان که برای تأمین نیازمندی‌های مادی انسان تأسیس شده، باید محیطی امن برای فروشنده و خریدار باشد. اگرچه در فقه اسلامی، «رضای معاملی» به معنای فقدان اکراه و وجود ارادهٔ آزاد برای صحت عقد شرط است، اما این پژوهش فراتر از این سطح حقوقی، در پی تبیین «آرامش روانی» کنشگران در فرآیند مبادله است؛ بدین معنا که هدف، بررسی چگونگی تقلیل اضطراب و ایجاد اطمینان خاطر در محیط بازار است؛ به گونه‌ای که کنشگر نه تنها از نظر حقوقی با رضایت معامله کند، بلکه از منظر روان‌شناختی نیز دچار تنش، ناخرسندی و تعارض‌های درونی ناشی از فعالیت بازرگانی نگردد.

در این راستا، بازرگانان باید بتوانند با حداقل نگرانی و اضطراب کالای مورد نیاز جامعه را تأمین و عرضه کنند.



علاوه بر این، انسان منفعت طلب در فعالیت های بازرگانی خود به دنبال سود و تأمین منافع بیشتر است، در نتیجه این مسئله مطرح می شود که برای سلامت بازار و تأمین بهداشت روانی کسانی که در بازار مسلمانان به فعالیت مشغولند در آموزه های اسلامی چه راهکارهایی اندیشیده شده است.

در این مقاله با استفاده از منابع اصیل اسلامی دستورات ایجابی اسلامی برای امور بازرگانی با داده های روانشناختی تطبیق گردیده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج رعایت این دستورات در تأمین سلامت روان افراد در بازار اسلامی بر اساس داده های روانشناختی تبیین شده است.

مفهوم شناسی بازار

بازار که معادل عربی آن "سوق" است در لغت به معنی محل داد و ستد است (دهخدا، ۱۳۳۶، ش ۳، ۳۵۲۱؛ نک. ابن منظور، ۱۳۶۳، ۱۰/۱۶۷). این کلمه در اصل "بازار" بوده زیرا در آن اطعمه و آبها به معنی خوراکی و آش فروخته می شده و به مرور زمان در مطلق جای فروختن استعمال شده است (پادشاه، ۱۳۶۳). دهخدا آن را محل خرید و فروش کالا، خوراک و پوشاک...، دو رسته از دکان های بسیار در مقابل یکدیگر که غالباً سقفی، آن دو رسته را به یکدیگر پیوندند، میدان داد و ستد، کوی سوداگران، مغازه، دکان و دگه، مثل بازار بزازها می داند (دهخدا، ۱۳۳۶، ۳/۳۵۲۱).

در اصطلاح علوم اجتماعی، بازار به محلی گفته می شود که فروشندگان و خریداران یکدیگر را ملاقات می کنند؛ خواه ملاقات رو در رو در بازار ناحیه ای باشد یا با دیگر وسایل ارتباط جمعی که جنبه جهانی پیدا می کند (فرهنگ، ۱۳۶۳، ۷۳۳).

از نظر اقتصادی نیز بازار به شرایطی گفته می‌شود که برای یک کالا و یا عامل تولیدی، تقاضا و عرضه وجود داشته باشد و کالا یا عامل خاص در يك قیمت متناسب با عرضه و تقاضا مبادله شود (طیبیان، ۱۳۶۸، ۸۹).

از سوی دیگر مفهوم بازار بر تعامل اقتصادی بین افرادی که در زمینه‌ای خاص فعالیت می‌کنند و کالای خاصی را داد و ستد می‌نمایند و نیز بر روابط حاکم بر آن مجموعه دلالت دارد. بنابراین منظور از بازار در این نوشتار صرفاً مکان فروش و فضای بین آن‌ها نیست، بلکه مفهوم خاصی از تعامل بازرگانی است که آدمیان برای انجام آن ناچار به نوع خاصی از گفت‌وگو هستند و طبعاً مباحثی چون شکل ظاهری، رفتار فروشندگان و خریداران، ترکیب‌های اقتصادی، فرهنگی و اخلاقی حاکم بر آن، آداب تجارت و روابط میان بازار و حکومت، مالکیت افراد بر کالا و سرمایه و... در ذیل آن قابل پیگیری است.

مفهوم‌شناسی سلامت روان

سلامت ابعاد گوناگونی دارد؛ سلامت جسمانی، سلامت روانی (سلامت ذهنی و هیجانی)، سلامت اجتماعی و سلامت معنوی. این ابعاد چهارگانه با یکدیگر تعامل و ارتباط محکمی دارند (رابینسون و کورمیک، ۱۳۹۵، ۲۳).

درباره تعریف سلامت روان^۱ همانند بسیاری از مفاهیم بنیادین علوم انسانی، اجماع کامل وجود ندارد و بسته به مکتب روان‌شناختی، فرهنگ و جهان‌بینی، تعاریف متفاوتی از آن ارائه شده است. با این حال، در دهه‌های اخیر تلاش‌های جهانی برای رسیدن به تعریفی جامع و کاربردی صورت گرفته است.

۱. تعریف سازمان جهانی بهداشت^۱

سازمان جهانی بهداشت در سال ۱۹۴۸ و سپس در به روزرسانی‌های بعدی (به‌ویژه ۲۰۲۲) سلامت روان را این‌گونه تعریف کرده است: «سلامت روان حالتی از بهزیستی است که در آن فرد توانایی‌های خود را شکوفا می‌کند و می‌تواند با تنیدگی‌های عادی زندگی کنار بیاید، به‌صورت سازنده کار کند و توانایی داشته باشد به جامعه خود کمک کند»^۲. این تعریف نه تنها فقدان بیماری روانی، بلکه وجود بهزیستی مثبت را نیز ملاک قرار می‌دهد.

۲. تعریف انجمن روان‌پزشکی آمریکا

در DSM-5-TR سلامت روان به‌طور ضمنی به‌عنوان «عدم وجود اختلال روانی قابل تشخیص بالینی همراه با عملکرد رضایت‌بخش در حوزه‌های شغلی، بین‌فردی و شخصی» تعریف می‌شود. این رویکرد بیشتر «منفی» (فقدان بیماری) است تا «مثبت» (وجود بهزیستی) (American Psychiatric Association, 2022, 20).

۳. تعریف روان‌شناسی مثبت‌نگر^۳

مارتین سلیگمن^۴ و همکارانش (۲۰۰۰، ۲۰۰۵) سلامت روان را معادل «شکوفایی»^۵ می‌دانند که شامل پنج مؤلفه است:
۱. عواطف مثبت^۶

1. WHO

2. World Health Organization, 2022 – Mental health: strengthening our response

3. Positive Psychology

4. Martin Seligman

5. Flourishing

6. Positive Emotions

۲. درگیری یا غرقگی^۱

۳. روابط مثبت^۲

۴. معنا در زندگی^۳

۵. موفقیت و دستیابی (Seligman, 2011, 16-25)^۴

۱۵



۴. تلاش‌های جدید برای ارائه تعریف اسلامی از سلامت روان و بهداشت روانی

در دو دهه اخیر، روان‌شناسان مسلمان تلاش کرده‌اند تعریفی سازگار با منابع اسلامی ارائه دهند که هم با تعاریف علمی جدید همخوانی و همراهی نماید و هم ریشه در قرآن و سنت داشته باشد. از مهم‌ترین آن‌ها این تعاریف می‌باشد: «سلامت روان از دیدگاه اسلام حالتی از تعادل و آرامش درونی است که از ایمان به خدا، عمل صالح، تزکیه نفس و رعایت اعتدال در همه ابعاد زندگی (عقاید، احساسات، رفتار و روابط اجتماعی) ناشی می‌شود و فرد را قادر می‌سازد با طمأنینه و رضایت درونی به وظایف فردی و اجتماعی خود عمل کند». (خدایاری‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۸۴).

«شاخص اصلی سلامت روان در قرآن، برخورداری از نفس مطمئنه (فجر: ۲۸-۲۷) است؛ یعنی حالتی که انسان در آن از گذشته خود راضی و نسبت به آینده امیدوار است». (طباطبایی، ۱۳۶۸، ۴۸۰).

-
1. Engagement/ Flow
 2. Positive Relationships
 3. Meaning
 4. Accomplishment/ Achievement

شاخص بهره‌مندی از سلامت روان

روانشناسان برای تشخیص میزان برخورداری فرد از سلامت روان، معتبرترین شاخص‌ها را در قالب مدل شش‌بعدی «رایف» ارائه کرده‌اند که امروزه پرکاربردترین ابزار سنجش بهزیستی روان‌شناختی است:

۱. خودپذیری
 ۲. روابط مثبت با دیگران
 ۳. خودمختاری
 ۴. تسلط بر محیط
 ۵. هدفمندی در زندگی
 ۶. رشد شخصیتی
- این شش بُعد در مطالعات طولی قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های کاهش اختلالات خلقی و افزایش تاب‌آوری شناخته شده‌اند (Ryff, 1989, 1075: خدایاری‌فرد و غباری بناب، ۱۳۹۵، ۸۷-۹۲).
- از دیدگاه اسلامی، مهم‌ترین شاخص‌ها «نفس مطمئنه» (فجر: ۲۷-۲۸) و «طمانینه قلب» (رعد: ۲۸) است که از ایمان، عمل صالح، یاد خدا و اعتدال در زندگی حاصل می‌شود. این دو شاخص با مدل رایف همپوشانی معنادار ($r > 0.65$) درصد دارند و در جمعیت‌های مسلمان پیش‌بینی‌کننده مستقل کاهش ۳۵-۴۵ درصدی خطر افسردگی و اضطراب هستند (حسینی، ۱۳۹۶، ۱۷۴-۱۷۱؛ نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴).
- در راستای تبیین برآیند چارچوب نظری این پژوهش، می‌توان میان «شاخص‌های هستی‌شناختی اسلام» و «شاخص‌های تجربی رایف» رابطه‌ای طولی و تکمیلی برقرار کرد. از دیدگاه این تحقیق، شاخص‌های اسلامی همچون «طمانینه قلب» و «نفس مطمئنه»، نقش غایت و زیربنای سلامت روان را ایفا می‌کنند در حالی که مؤلفه‌های

شش‌گانه رایف، بسترها و مسیرهای عملیاتی‌سازی این وضعیت در محیط پرتنش همچون بازار هستند.

در واقع شاخص‌های اسلامی با تکیه بر ایمان و عمل صالح، «ثبات هیجانی» فرد را در مواجهه با نوسانات بازار تضمین می‌کنند و مؤلفه‌هایی همچون «خودمختاری» و «تسلط بر محیط» در مدل رایف، ابزارهای تحقق این ثبات در کنش‌های اقتصادی به شمار می‌روند. برای نمونه، شاخص «خودپذیری» در مدل رایف، زمانی در بازار اسلامی معنا می‌یابد که فرد با پشتوانه ایمان و قناعت، رضایت از عملکرد اخلاقی خود را بر سود مادی صرف مقدم می‌دارد. همچنین «روابط مثبت با دیگران» در مدل تجربی، از طریق آموزه‌هایی نظیر حسن خلق و صداقت در بازار، به یک کنش دین‌مدارانه بدل می‌شود که تنش‌های میان‌فردی را به حداقل می‌رساند.

برآیند این چارچوب نظری نشان می‌دهد که سلامت روان در بازار اسلامی، فراتر از رویکردهای حداقلی (صرفاً عدم وجود اختلال)، وضعیتی است که در آن «طمأنینه قلبی» به عنوان نیروی محرکه، کنشگر را به سمت تحقق بالاترین مراتب سلامت روانی پیش می‌برد.

در این دیدگاه، شاخص‌های عقلایی رایف به مثابه ابزارهای سنجش بیرونی برای پدیده‌ای عمل می‌کنند که ریشه‌هایی متعالی و درونی دارد. بدین ترتیب، دستورات ایجابی اسلام همچون ذکر خدا، قناعت و صداقت، نه تنها در تقابل با مدل‌های علمی نیستند، بلکه به عنوان متغیرهای کلیدی و پیش‌شرط‌های اصلی برای دستیابی به مدل‌های سلامت روانی در محیط پیچیده بازار محسوب می‌شوند. این هم‌افزایی میان آموزه‌های دینی و یافته‌های تجربی، چارچوب نظری مستحکمی را برای تحلیل سلامت روان در بستر فعالیت‌های بازرگانی فراهم می‌آورد.

پیشینه

احمدی‌فر و رضایی اصفهانی (۱۳۹۰) "در تأمین بهداشت روانی اقتصاد و تقویت آن از منظر آموزه‌های دینی" به راهکارهایی که در قرآن برای تقویت روحی و روانی افراد در جامعه آمده، پرداخته‌اند؛ آن‌سان که فشارهای روانی که در جامعه وجود دارد و منشأ آن مشکلات اقتصادی مردم است را از بین می‌برد و بهداشت روانی اقتصادی آنان را در این زمینه تقویت و یا تأمین می‌کند. وی عامل فقر، اسراف و سرقت را به عنوان مهمترین عوامل بررسی می‌کند، آثار روانی و راه حل قرآنی آن‌ها را بررسی نموده است.

اما مقاله حاضر از دو جهت متمایز است: نخست این که قلمرو این پژوهش از اقتصاد کلان به محیط زیست یافته بازار تغییر یافته است. در حالی که مطالعات اقتصادی بر شاخص‌های رفاه عمومی و ساختار ثروت تمرکز دارند.

مسئله اصلی این جستار، روابط خرد میان فردی در بستر دادوستد است. در واقع بازار به عنوان فضایی که در آن تنش‌های آنی معاملی و تعارضات ناشی از سودجویی رخ می‌دهد، نیازمند شاخص‌های سلامت روان ویژه‌ای است که متفاوت از متغیرهای کلان اقتصادی است.

دوم این که در نظام سلامت روانی بازار، شاخص‌ها نه برخورداری از ثروت یا رفع فقر، بلکه کیفیت کنش بازرگانی است؛ شاخص‌هایی نظیر طمأنینه در حین نوسانات قیمت، خودمختاری در برابر عرف‌های سودجویانه غیراخلاقی و روابط مبتنی بر صداقت و قناعت.

اگر پژوهش‌های پیشین، سلامت را در گرو اصلاح ساختارهای معیشتی می‌دانند، این پژوهش به دنبال تبیین دستورات ایجابی اخلاق محور است که بازرگان را فارغ از وضعیت کلان اقتصادی، به آرامش روانی می‌رساند.

بر این اساس مقاله حاضر با عبور از مطالعات ساختاری اقتصاد، به بررسی روان‌شناختی کنشگران بازار در هنگام مواجهه با وسوسه‌های سود و رقابت‌های تجاری می‌پردازد که تا کنون در قالب یک پژوهش مستقل و متمرکز بر آموزه‌های ایجابی فقهی- روان‌شناختی مورد واکاوی دقیق قرار نگرفته است.



آموزه‌های اسلامی ایجابی مؤثر در ارتقای سلامت روان در بازار اسلامی

با توجه به تعریف جامعی که پیش‌تر ارائه شد مبنی بر این که سلامت روان حالتی از بهزیستی پایدار و تعادل درونی است که فرد در آن از ایمان قوی، آرامش قلب (طمأنینه)، رضایت از زندگی، توانایی سازگاری با مشکلات، روابط اجتماعی سالم و عملکرد سازنده برخوردار است، در این جستار این مطلب تبیین خواهد شد که آداب و احکام بازرگانی اسلام دقیقاً می‌تواند همین ابعاد و شاخص‌های طراحی شده را تثبیت و تقویت نماید.

آموزه‌های اسلامی مؤثر بر سلامت روان بازار از دو جهت قابل ملاحظه است: یکی از جهت چگونگی نگاه اسلام به بازار و فعالیت بازرگانی و دیگری از جهت دستورالعمل‌ها و قوانین اجرایی که موجب آرامش شهروندان می‌شود. سلامت آداب تجاری بازار اسلامی به نوبه خود موجب رشد و تعالی تقوا و معنویات و تقرب انسان به خداوند متعال خواهد بود.

شاید یکی از جهاتی که در اسلام بر یادگیری دستورات فقهی مربوط به تجارت و امور بازرگانی تأکید فراوان شده همین آثار مثبت آن بوده باشد. آن‌جا که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم با تأکید بر جنبه دانش و اخلاق بازاری می‌فرماید: «هر کس چیزی می‌خرد یا می‌فروشد، باید از پنج ویژگی به دور باشد. در غیر این صورت نباید خرید و فروش کند:

ربا، قسم خوردن، پوشاندن عیب کالا، ستایش کالایی که قصد فروش آن را دارد و مذمت آنچه را می‌خواهد بخرد» (ری‌شهری، بی‌تا، ۹۲/۲).

در فقه اسلامی، آداب و مقررات مختلفی وجود دارد که مستقیماً بر این شاخص‌های سلامت روان تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارند. این آموزه‌ها در دو حوزه ایجابی و تنزیهی قابل بررسی است که به دلیل گستره موضوع و افزونی کمی آن‌ها از میزان یک مقاله علمی، در دو پژوهش جداگانه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

در این جستار فقط آموزه‌ها و دستورات ایجابی حاکم بر روابط بازار مورد بررسی قرار می‌گیرد که در آن نویسندگان ضمن مطرح نمودن هر یک از دستورات فقهی ناظر به بازار یا امور بازرگانی و تبیین آن‌ها، با شاخص‌های روانشناختی به تجزیه و تحلیل پرداخته و آثار آن‌ها بر سلامت روانی افراد، فضای بازار و یا جامعه را به تصویر کشیده‌اند.

ارزش‌گذاری برای فعالیت بازرگانی

کار و تلاش که فعالیت‌های بازاری یکی از مصادیق آن است چیزی است که نظام آفرینش بر آن استوار است و بقای جامعه خواه جامعه کوچک خانواده یا ملت و یا جامعه جهانی بر آن استوار است. به فرموده علامه طباطبائی «فعالیت و کار پایه و اساسی است که نظام آفرینش روی آن استوار می‌باشد» (طباطبائی، ۱۳۶۱، ۲۸۳).

قرآن کریم در مورد تلاش و کوشش چه در امور اخروی و چه در امور مادی توصیه‌های فراوانی نموده است. اسلام بین تلاش و کوشش در راه تأمین زندگی مادی و عمل در راه تهذیب نفس و تکامل معنوی توازن برقرار نموده است. در سوره جمعه ضمن تأکید بر لزوم شرکت در مراسم عبادی و حرمت انجام معامله هنگام برگزاری نماز جمعه آمده است: «آن‌گاه که نماز جمعه به پایان رسید پراکنده شوید در روی زمین و

از فضل خداوند روزی بخواهید و خدا را بسیار یاد کنید که شاید رستگار شوید» (جمعه: ۱۰).

در سورة قصص نیز چنین آمده: «به وسیله آنچه خداوند به تو داده است سرای آخرت خود را تضمین کن و البته سهم خود را از زندگی دنیا هم فراموش مکن» (قصص: ۷۶). سیره پیامبر اکرم ﷺ نیز فعالیت بازرگانی را تأیید می‌کند. ایشان برای تجارت به شام مسافرت کرده (ابراهیم حسن، ۱۹۹۶م، ۶۵) و عامل تجارت، خدیجه ﷺ بوده است (طبری، بی‌تا، ۳۵/۲). سایر انبیا و اولیای خداوند نیز برای تأمین نیازهای زندگی خود و خانواده‌شان کار و تلاش می‌نموده‌اند. پیامبر ﷺ برای تشویق دیگران به فعالیت تجاری و نیز بیان ارزش آن فرموده است: «برکت ده جزء دارد که نه تایی آن در تجارت است» (حر عاملی، ۱۴۰۳ ق، ۱۲/۳).

امیر مؤمنان ﷺ نیز به استناد همین فرموده پیامبر ﷺ مردم را به تجارت ترغیب نموده (صدوق، ۱۴۰۴ ق، ۱۹۳/۳) و در دستورالعمل خود به مالک اشتر هنگام انتساب به فرمانداری مصر، از بازرگانان بسیار تمجید نموده و شجاعت آنان مبنی بر تحمل خطر برای تأمین مایحتاج مردم را ستوده است (نک. نهج البلاغه، نامه ۵۳).

امام هشتم ﷺ نیز به مصادف که خود در مواردی از سوی امام برای امور بازرگانی به شام فرستاده شده بود (رک. طبری، بی‌تا، ۳۵/۲) می‌گوید: «صبحگاهان به سوی عزت خود که بازار است بشتاب»^۱ (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱۵۵/۵).

فضیل ابن ابی قره نیز می‌گوید: «امام صادق ﷺ فرمود: تجارت را رها نکنید که موجب وهن و خواری شماست. تجارت کنید که موجب برکت از سوی خداست» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱۵۵/۵).

۱. اغد إلى عرك یعنی السوق

همچنین جایگاه کسی که برای تأمین نیازهای جامعه اسلامی به تجارت و امر صادرات و واردات کالا مشغول است و در عین حال ارزش‌های اسلامی را پاس می‌دارد به منزله شهید در راه خدا تلقی شده است (نهج البلاغه، حکمت ۱۳۶).

با توجه به آن چه گفته شد در دیدگاه اسلامی، کار و تلاش تجاری صرفاً یک سازوکار تأمین معاش نیست، بلکه فرآیندی جهت‌دار برای ارتقای سلامت روان و تثبیت جایگاه وجودی انسان است. اگرچه روایات، تجارت را به دلیل نقش آن در تأمین معیشت و استقلال فردی، ممدوح دانسته‌اند، اما ارزش واقعی این فعالیت در این پژوهش، از دریچه بستر چالش‌های وجودی آن تحلیل می‌شود.

در واقع تجارت به دلیل ماهیت ناپایدار و رقابتی، بستری برای بروز تشویش ناشی از عدم قطعیت است و حال پرسش بنیادین اینجاست: چگونه می‌توان در بازاری که با نوسانات تورمی و فشارهای رقابتی (مانند غش، تدلیس و دروغ) عجین شده، فعالیت کرد و دچار سقوط اخلاقی یا پریشانی روانی نشد؟

پاسخ دینی به این چالش، نه در حذف صورت مسئله بلکه در تغییر غایت‌مندی کنش معامله نهفته است. در نظام ارزشی اسلام، بازرگان با پیوند میان تلاش اقتصادی و یاد خدا، فعالیت خود را به یک تمرین آرامش‌بخش بدل می‌کند. به عنوان نمونه، آموزه‌هایی نظیر طمأنینه در نوسانات و پرهیز از احتکار در شرایط تورمی، فراتر از دستورات فقهی، سازوکارهایی برای صیانت روانی هستند. بازرگان مؤمن در این الگو، با تکیه بر قناعت و اعتماد به رزاقیت الهی، خطرهای بازار را نه به مثابه تهدیدی برای فروپاشی روانی، بلکه به عنوان آزمونی برای مدیریت خویشتن درک می‌کند. بنابراین، ارزش والای فعالیت بازرگانی در این است که فرد را از انفعال در برابر فشارهای محیطی به عاملیت مبتنی بر ارزش‌های درونی سوق می‌دهد.

در این چارچوب، بازرگانی که در اوج تورم دست به احتکار نمی‌زند و در مواجهه با رقبای متقلب، صداقت را فدای سود آنی نمی‌کند، در واقع در حال مدیریت هیجانی خویش است؛ فرآیندی که سلامت روان او را در بلندمدت تضمین کرده و کنش او را در مقام یک جهاد اقتصادی به تعالی روحی وی پیوند می‌زند.

توسعه در مفهوم سود

اسلام برای حل تعارض میان منافع فردی و مصالح جمعی، راه حل منحصر به فردی ارائه کرده است: «توسعه مفهوم سود» از حالت صرفاً مادی به حالت مادی-معنوی-اخروی. در این نگاه، سود واقعی شامل لذت معنوی، تقرب به خدا، آرامش وجدان، سعادت اخروی و خیررسانی به جامعه نیز می‌شود. قرآن کریم در مورد مبارزه و جهاد در راه خدا می‌فرماید: «ای اهل ایمان، آیا شما را به تجارتی سودمند که شما را از عذاب دردناک (آخرت) نجات بخشد دلالت کنم؟» (صف: ۱۰ و ۱۱) در این آیه شریفه جهاد و مبارزه در راه خدا و دادن سرمایه در راه او نوعی تجارت که از ابزار مهم کسب سود و در آمد است برشمرده شده است. در این آیه شریفه تجارتی مطرح شده است که کالای آن نجات از عذاب قیامت است و هزینه آن ایمان به خدا و به تبع آن جهاد در راه خدا چه جهاد مالی یا جانی که هر دو مستلزم تحمل هزینه است. این ایمان و جهاد برای تأمین زندگی اخروی یک داد و ستد و تجارت است که سود حاصل از آن ایمنی از عذاب است که یک سود معنوی و اخروی و جاودان است. از این روی انسان مومن خمس و زکات می‌پردازد و در مقابل سود معنوی و اخروی کسب می‌کند. انسان مؤمن و پایبند به دستورات اسلامی از سود حاصل از ربا و دروغ، نجش و احتکار... چشم‌پوشی می‌کند تا سود اخروی کسب نماید. اینجاست که امیر مؤمنان علیه السلام عبادت بعضی از عبادت‌کنندگان را عبادت تجار معرفی می‌کند (ابن شعبه، ۱۳۶۳، ۱/ ۲۴۶).



قرآن کریم در جای دیگر در مورد این سود معنوی می‌فرماید: «آنچه نزد خداوند است بهتر و پایدار است» (شوری: ۳۶). بنابراین در آموزه‌های دینی در مفهوم سود و زیان توسعه ایجاد شده و مراد از سود اعم از سود مادی و معنوی است. نیز بسیاری از افراد پایبند به دستورات دینی برای رسیدن به سود معنوی از سود مادی گذشت می‌نمایند بدون این که از نظر روحی دچار مشکل شوند.

ذکر و یاد خدا در بازار

از دیدگاه قرآن و احادیث، بهترین حالت انسان، توجه مداوم به خداست. روان‌شناسان نیز تأکید دارند که ذکر، عبادت و ارتباط معنوی قوی‌ترین عامل ایجاد آرامش درونی است. کارل گوستاو یونگ، چهره برجسته روان‌تحلیلی، پیامد دینداری را التیام دردهای درونی و پیشگیری از بیماری‌های روانی می‌داند و می‌گوید: «در میان همه بیماران نیمه دوم زندگی‌ام، حتی یکی هم نبود که مشکلش در نهایت، چیزی جز از دست دادن نگرش دینی به زندگی نباشد... هیچ کدام پیش از بازیافتن بینش دینی شفا نیافتند» (آذربایجانی و موسوی اصل، ۱۳۹۸، ۶۷).

بدترین وضعیت روانی انسان، غفلت و فراموشی یاد خداست و چون بازار نماد زرق و برق دنیا و زمینه‌ساز غفلت است، از این رو قرآن و سنت بر یاد خدا در این فضا تأکید ویژه کرده‌اند. قرآن کریم در این خصوص می‌فرماید: «رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ» (نور: ۳۷). پیامبر ﷺ نیز فرموده‌اند: «السُّوقُ مَوْضِعُ غَفْلَةٍ فَمَنْ سَبَحَ فِيهِ تَسْبِيحَةً كَتَبَ اللَّهُ لَهُ أَلْفَ حَسَنَةٍ»؛ بازار، سرای بی‌خبری و غفلت است. پس هر که در بازار يك تسبیح گوید خداوند هزار هزار ثواب برایش رقم زند (متقی هندی، ۱۴۰۱ ق، ۲۸ / ۴).

بر اساس پژوهش انجام شده افرادی که دلبستگی ایمن تری به خدا دارند در برخورد با مشکلات روانشناختی، تاب آوری بیشتر داشته و از توان بازسازی بهتری برخوردارند (باباپور و دیگران، ۱۳۹۶، ۳۸۳-۳۶۹).

یاد خدا در بازار مستقیماً شاخص‌های قرآنی طمأنینۀ قلب و نفس مطمئنۀ را فعال می‌کند، نشخوار فکری را کاهش می‌دهد و به‌طور همزمان ابعاد هدفمندی در زندگی و رشد شخصی را تقویت می‌نماید.

پژوهش‌های مداخله‌ای اخیر در ایران نشان داده‌اند که تمرین ذکر در محیط کار و بازار با کاهش ۵۲-۴۰ درصدی علایم اضطراب و افسردگی، افزایش نمرۀ بهزیستی معنوی و تقویت حس حضور الهی همراه است (قربانی و همکاران، ۱۳۹۸، ۹/ ۱۰). همچنین این یاد مداوم، از بروز بی‌اخلاقی‌های اقتصادی (گران‌فروشی، کم‌فروشی، غش و...) پیشگیری می‌کند، وجدان اخلاقی را بیدار نگه می‌دارد و در نتیجه هم آرامش روانی جامعه را افزایش می‌دهد و هم بازرگانان را از یأس و اضطراب ناشی از گناه و عذاب وجدان حفظ می‌کند؛ زیرا «أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ»؛ هان بدانید که قلب‌ها با یاد خدا آرامش پیدا می‌کند (مغربی تمیمی، ۱۳۸۵ق، ۵).

اصل عدالت

یکی از مبانی و اصول احکام اسلامی و به ویژه احکام اقتصادی آن، اصل عدالت است. تمام فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی باید بر اساس عدالت انجام شود و مقررات مربوط به آن به گونه‌ای باشد که با سایر آموزه‌های دینی مناسب و شایسته نظام و جامعه اسلامی باشد.

اقتصاد اسلامی برخاسته از نظام ارزشی خاصی است که از سرچشمۀ وحی الهی منشأ گرفته و معیار اصلی و محور اساسی آن را عدالت تشکیل می‌دهد.

استواری بازار اسلامی، بر پایه گسترش عدالت و حاکمیت مقررات و قوانین بر مبنای عدالت موجب می شود مردم احساس آرامش بیشتری داشته و خشونت و سایر صفات رذیله از بین آن ها رخت بر بسته، حيله و حقه در مناسبات اقتصادی کم شود و تجاوز به حقوق دیگران کاهش یابد.

آموزه های اسلامی در تمام فعالیت های بازرگانی، اجرای عدالت را مورد تأکید قرار می دهد؛ به عنوان نمونه می توان به نرخ سود در فعالیت های بازرگانی اشاره کرد. از نظر آموزه های فقهی، نرخ سود به میزان هزینه ها و کارهایی که در جریان تولید و توزیع کالا صرف می شود، تعیین می گردد؛ یعنی سود عادلانه سودی است که به فروشنده و نیز خریدار اجحاف نشود.

حضرت امیر علیه السلام در این مورد می فرماید: «فروش کالا باید به نحوی باشد که به هیچ یک از طرفین معامله اجحاف نشود؛ نه فروشنده زیان بیند و نه خریدار».

حضرت درصد سود یا میزان آن را مشخص نمی کند بلکه ملاکی ارائه می دهد که عدم اجحاف است؛ چه این که ممکن است یک فروشنده میزان بیشتری برای آوردن کالا هزینه کرده باشد و دیگری کمتر. از این رو نمی توان برای هر دو قیمت واحدی در نظر گرفت. شاید علت آن که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز از قیمت گذاری هنگام الزام محتکران بر عرضه کالا در صحن بازار پرهیز نمودند همین عامل بوده است (نک. امامی، ۱۳۸۵، ۱۹۲-۱۷۲).

حضرت همچنین می فرماید: «باید خرید و فروش آسان و طبق معیارهای عادلانه باشد» (حرعاملی، ۱۴۰۳، ۱۲ / ۳۱۵). بر همین اساس پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امیرالمؤمنین علیه السلام با تعیین قیمت ثابت برای کالا مخالفت می نمودند (کلینی، ۱۳۸۸، ۵ / ۱۶۴). فتوای مشهور فقهای امامیه و نیز اهل سنت نیز عدم تعیین نرخ است مگر در شرایط فوق العاده (نک. طوسی، ۱۳۶۵، ۷ / ۱۶۱).

به نظر می‌رسد یکی از علل آن تفاوت هزینه‌های تمام شده برای کالا در شرایط مختلف باشد.

اصل مالکیت خصوصی

اسلام در زمینه فعالیت‌های اقتصادی، به مالکیت خصوصی و آزادی محدود معتقد است. یکی از مشخصات بازارهای اصلی کشورهای اسلامی، عدم مداخله دولت در صدور، ورود و نرخ‌گذاری کالاها البته در شرایط عادی است. در روایتی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله آمده است که به محترکان دستور داد کالایشان را جلوی مغازه‌ها و در معرض دید عموم قرار دهند. اما وقتی از ایشان خواسته شد که قیمت کالاها را نیز تعیین کنند، ناراحت شدند و فرمودند: «انا أقوم عليهم! إنما السعر إلى الله عزوجل، يرفعه إذا شاء ويخفضه إذا شاء» (صدوق، ۱۴۰۴ق، ۲۶/۳؛ طوسی، ۱۳۶۵، ۱۶۲/۷)؛ من بر آنان [بازاریان] قیمت‌گذاری کنم! قیمت‌گذاری تنها از آن خداوند عزوجل است؛ هرگاه بخواهد [قیمت را] بالا می‌برد و هرگاه بخواهد پایین می‌آورد.

در این روایت دو رفتار متفاوت دیده می‌شود:

الف. الزام محترک به عرضه عمومی کالا که مستقیماً آرامش روانی شهروندان را تأمین می‌کند و حس عدالت و تسلط بر محیط را در جامعه تقویت می‌کند.

ب. مخالفت با قیمت‌گذاری اجباری در شرایط عادی تا بازرگان احساس نکند اختیار اموالش سلب شده است؛ این امر انگیزه فعالیت بازرگانی را حفظ می‌کند و از ایجاد اضطراب، کاهش خودکارآمدی و تسلط بر محیط در کسبه جلوگیری می‌کند.

بر همین اساس، مشهور فقهای امامیه و اهل سنت حتی در باب احتکار، در شرایط عادی فتوا به عدم قیمت‌گذاری داده‌اند مگر آن که منجر به اجحاف، ظلم یا اختلال نظام شود (نک. امامی، ۱۳۸۵، ۱۹۵-۱۷۱). این فتوا برگرفته از قاعده فقهی «الناس مسلطون

علی أموالهم» است که دقیقاً ناظر به اختیار انسان در تصرف اموال خود است و حس کنترل درونی را تقویت می‌کند؛ عاملی که در پژوهش‌های طولی به‌عنوان یکی از قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های بهزیستی روان‌شناختی (Ryff, 1989, 1073) و کاهش خطر افسردگی و اضطراب شغلی شناخته شده است (Lachman & Weaver, 1998, 768؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۷۴-۱۷۱).

پایبندی به تعهدات

از دیگر اصول حاکم بر بازار اسلامی که مستقیماً یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سلامت روان، یعنی روابط مثبت با دیگران^۱ (Ryff, 1989, 1074) و اعتماد اجتماعی^۲ را تقویت می‌کند، اصل پایبندی به تعهدات است. قرآن کریم می‌فرماید: «وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا» (اسراء: ۳۴)؛ به پیمان وفا کنید که در مورد پیمان سؤال خواهد شد. و این وفای به عهد حتی نسبت به غیرمؤمن نیز واجب شمرده شده است. امیر مؤمنان (علیه السلام) وفا به عهد و شرط را لازم و ضروری می‌شمارد و می‌فرماید: «ان الله تعالى لا يقبل الا العمل الصالح ولا يقبل الله الا الوفاء بالشروط والعهود» (کلینی، ۱۳۸۸، ۱/ ۱۸۲؛ مجلسی، ۱۹۸۳م، ۶۴/ ۱۹۱)؛ خداوند نمی‌پذیرد مگر عمل صالح و وفا به شرط‌ها و پیمان‌ها را.

در امور بازرگانی و تجاری نیز یکی از اصول حاکم، اصل لزوم معاملات یا پایبندی به تعهدات است. فقها در بیشتر معاملات و از جمله بیع که با هدف داد و ستد و تقابل بین ثمن و مثنی تأسیس شده قائل به اصل لزوم در پیمان‌ها هستند (ابن براج، ۱۴۰۶ق، ۱/ ۴۰۱؛ حلی، ۱۴۱۳، ۵/ ۶۴).

1. Positive relations with others

2. Social trust

بدین معنی که حکم اولیه عقود و قراردادها - به جز مواردی که دارای خیار است و با دلیل خاص ثابت شده - لزوم است. این قاعده را فقهای شیعه پذیرفته‌اند و چنانچه در لزوم یا جواز عقد یا ایقاعی شك داشته باشند، به استناد این قاعده، حکم به لزوم عقد می‌نمایند و می‌گویند یکی از طرفین معامله بدون رضایت دیگری حق فسخ معامله را ندارد (نک. محقق داماد، ۱۳۷۱، ۱۲-۱۱).



عرضه کالای مرغوب

کسی که برای خرید به بازار می‌رود به دنبال تهیه کالای مناسب است. یکی از شاخصه‌های اصلی مناسب بودن کالا، مرغوبیت آن است. عرضه کالای مرغوب یکی از برجسته‌ترین آموزه‌های عملی اسلام در بازار است همچنان که تحویل کالای معیوب و یا غش در معامله از امور حرام بوده و در تعالیم اسلامی مذموم است و از آن نهی شده است. چنین دستوری عملاً به نفع مشتری است و سبب می‌شود تولیدکنندگان نیز به تولید کالای غیر مرغوب ترغیب شده و بازار اسلامی از رونق بیشتری برخوردار شود.

امام صادق (ع) در این خصوص می‌فرمایند: «در عرضه کالای خوب دو دعا وجود دارد که برای عرضه کننده کالای خوب گفته می‌شود: خداوند به تو و به کسی که این جنس را به تو فروخته برکت بدهد و از آن طرف به صاحب کالای نامرغوب گفته می‌شود: خداوند به تو و آن کس که این جنس را به تو فروخته برکت ندهد» (حرعاملی، ۱۴۰۳، ۱۲/۳۳۲).

صداقت

صاحب یک کسب و کار، چه در تولید چه توزیع و خدمات، نباید چیزی برخلاف واقع بیان کند یا عیب و ایراد کالایش را مخفی کند یا کسی را فریب دهد تا از این طریق

سود بیشتری به دست آورد. در فرهنگ اسلامی صداقت در رفتار و گفتار خواه در سخنان روزمره و متداول یا در معاهدات و قراردادهای و تعامل اقتصادی بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. رسول خدا می‌فرماید: «هر کس با مردم تعامل نماید و به آن‌ها ظلم نکند و با آن‌ها سخن بگوید و دروغ نگوید، مروتش کامل، عدالتش ظاهر و برادری‌اش لازم و غیبتش ناشایست است» (معزی ملایری، ۱۳۷۳، ۲۵/۲۱۶).

از سوی دیگر تعریف از کالا بیشتر از آنچه هست، تعهد کیفیت کالا برخلاف آنچه هست یا بی‌توجهی به انجام تعهد یا قولی که داده شده یا ارائه خدماتی که ظاهر آن متفاوت از حقیقت آن است نوعی دروغ و غش تلقی می‌شود.

همچنین تبلیغات دروغین و غیر واقعی از کالا، استفاده از عناوین و برندهای دیگر و زدن برچسب‌های کیفیت کالا بیش از آنچه در واقع هست و دادن آگهی‌هایی که موجب فریب مشتری باشد، همه و همه از مصادیق غش در معامله بوده و مذموم است. امام رضا علیه السلام از قول جدشان می‌فرماید: «از مسلمانان نیست کسی که در کار مسلمانی غش کند یا به او زیان برساند یا با او مکر نماید» (غازی، بی‌تا، ۱/۶۲).

صدق گفتار و صداقت در معامله و ارائه خدمات صادقانه، علاوه بر ارتقای جایگاه معنوی انسان، موجب اعتماد بیشتر مردم و گسترش فرهنگ برادری و اخوت در بین آحاد جامعه می‌شود و این به نوبه خود، رونق کسب و کار و در نهایت کسب در آمد بیشتر را در پی دارد. زیرا مردم به انسان راستگو اعتماد می‌نمایند. علاوه بر این صداقت، موجب تقویت مروت و جوانمردی و گسترش عدالت در جامعه است.

قناعت

یکی از مهم‌ترین توصیه‌های اخلاقی در کسب و کار قناعت است؛ قناعت به معنی رضایت‌مندی از چیزی است که شخص به خواست خدای متعال و با تلاش خود به دست

آورده است. نقطهٔ مقابل قناعت، حرص و آرز و طمع بیش از حد است که به معنای عدم رضایت از داشته‌های خود، افزون‌طلبی در کسب مال، چشم طمع داشتن به اموال مردم و یا زیاده‌خواهی بیمارگونه است (ابن شعبه، ۱۳۶۳، ۴۰۱).

امام رضا علیه السلام در مورد جایگاه قناعت می‌فرماید: «قناعت، همنشین کرامت و سربلندی است» (مجلسی، ۱۴۰۳، ۳۴۹/۷۵) ایشان هم‌چنین می‌فرمایند: «هر کس به آنچه که خدا به او داده، هرچند کم، راضی باشد؛ خدای متعال به عمل اندک او نیز راضی خواهد بود» (کلینی، ۱۴۰۷، ۲۰۷/۳).

راه حل عملی ایجاد قناعت این است که انسان علاوه بر رعایت سنن الهی که توصیه به تلاش برای کسب روزی و ضرورت فعالیت اقتصادی است، به منشأ آفرینش و نقش خدا در دادن روزی و تأمین زندگی توجه داشته باشد.

تأثیر آموزه‌های ایجابی اسلام بر سلامت روان

آموزه‌های ایجابی اسلام در حوزهٔ بازرگانی تأثیری شگرف و چندلایه بر سلامت روان بازرگان مسلمان و فضای کلی بازار داشته و فعالیت اقتصادی را از یک عمل صرفاً مادی و گاه پرتنش به یک عمل معنادار، عبادی و هدفمند تبدیل می‌کند که نه تنها نیازهای دنیوی را تأمین می‌نماید، بلکه همزمان سعادت اخروی و تعالی روحی را نیز دنبال می‌کند. این دیدگاه مستقیماً با شاخص‌های کلیدی بهزیستی روان‌شناختی (مدل شش‌بعدی Ryff، ۱۹۸۹) همخوانی دارد و از طریق سازوکارهای زیر، سلامت روان را در سطح فردی و جمعی ارتقا می‌بخشد:

۱. انسجام شخصیتی^۱ و کاهش تعارض درونی^۲

این اثر با حذف تضاد بین نیازهای مادی و ارزش‌های معنوی - اخلاقی حاصل می‌شود و فرد را از احساس گناه، شرم یا دوگانگی درونی رها می‌سازد.

تأثیر آموزه‌های اسلامی در این سازوکار را این گونه می‌توان توضیح داد:

یکی از مهم‌ترین سازوکارهای اثرگذار آموزه‌های اسلامی بر سلامت روان بازرگان مسلمان، تقویت انسجام شخصیتی و کاهش تعارض درونی است. با این حال، این انسجام به صورت خودکار و یکسان در همه افراد شکل نمی‌گیرد؛ بلکه زمانی فعال می‌شود که حدود هنجاری فعالیت اقتصادی به درستی تعریف شده باشد و فرد، ارزش‌های دینی را تا حدی درونی کرده باشد.

از آنجا که انسان‌ها در طیفی متنوع از معنویت و دینداری قرار دارند، کارکرد روان‌شناختی آموزه‌ها نیز بسته به سطح درونی‌سازی متفاوت خواهد بود. بنابراین آموزه‌های اسلامی نه از طریق نفی مؤلفه‌های دنیاگرایانه مانند سود و رقابت، بلکه با تحدید، تنظیم و هنجارمند کردن آن‌ها موجب کاهش تعارض درونی و تقویت انسجام روانی می‌شوند. این حدگذاری‌ها زمینه را برای همخوانی بین اهداف مادی و ارزش‌های اخلاقی فراهم می‌کند و بدین ترتیب، با سازوکار یکپارچه‌سازی در مدل بهزیستی روان‌شناختی رایف همسو می‌شود (Ryff, 1989, 1072).

- ارزش‌گذاری برای فعالیت بازرگانی

اسلام فعالیت اقتصادی را در صورتی دارای ارزش معنوی می‌داند که با نیت الهی، رعایت حقوق دیگران و پرهیز از زیاده‌خواهی همراه باشد. این حدگذاری اخلاقی سبب می‌شود بازرگان میان کار اقتصادی و وفاداری به ارزش‌ها، تعارضی احساس نکنند و کار

1. Integration

2. psychological imbalance

خود را در چارچوبی معنادار و اخلاقی تجربه نماید؛ امری که انسجام شخصیتی را افزایش می‌دهد (Ryff, 1989, 1071؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

- توسعه در مفهوم سود

این اصل سود مادی را نفی نمی‌کند، بلکه آن را در چارچوب اعتدال، عدالت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعریف می‌نماید. در نتیجه، اصالت سود به زیاده‌خواهی تبدیل نمی‌شود و بازرگان می‌تواند میان منفعت‌طلبی مشروع و تعهدات اخلاقی تعادل برقرار کند. این تنظیم هنجاری، تعارض درونی میان سودجویی و دینداری را کاهش داده و به انسجام شخصیت کمک می‌کند (Joshani & Weijers, 2019, 14؛ خدایاری‌فرد و غباری بناب، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۲۸).

- ذکر و یاد خدا در بازار

یاد الهی هنگام معامله، وجدان اخلاقی را فعال و حساس نگه می‌دارد و باعث شکل‌گیری محیط درونی مراقبتی می‌شود که فرد را از رفتارهای خلاف ارزش‌ها باز می‌دارد. این حضور ذهنی، میان دنیا و آخرت پیوندی معنادار برقرار می‌کند و احساس یکپارچگی درونی را افزایش می‌دهد (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴).

- اصل عدالت

عدالت اقتصادی حد و مرز عمل اخلاقی را تعیین می‌کند و نقش بازرگان را از یک کنشگر صرفاً سودمحور به فردی عادل و مسئول تبدیل می‌سازد. رعایت عدالت باعث می‌شود بازرگان میان سود شخصی و حق دیگران دچار دوگانگی نشود و در نتیجه انسجام شخصیتی پایدار شکل گیرد (Ryff, 1989, 1071؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

- عرضه کالای مرغوب

کیفیت گرایی در فروش حدی اخلاقی برای عمل تجاری تعیین می کند و فرد را از فریب، کم فروشی و دوگانگی در رفتار بازمی دارد. این سازگاری میان آنچه فرد باور دارد و آنچه انجام می دهد، موجب کاهش ناهماهنگی شناختی و افزایش احساس یکپارچگی شخصیتی می شود (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴؛ ۸۲-۸۰؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

- صداقت

صداقت در اسلام، فراتر از یک رفتار ظاهری، یک ارزش فعال و انتخاب آگاهانه است که فرد را در موقعیت های مختلف، میان گفتن حقیقت و انگیزه دروغ گفتن (مثلاً برای منفعت بیشتر یا اجتناب از زیان)، به سمت راستگویی هدایت می کند. این فرایند، فعالانه تعارض درونی میان واقعیت و آنچه فرد ممکن است به دلایل منفعت گرایانه بخواهد پنهان یا تحریف کند را حذف می نماید. هنگامی که فرد ارزش صداقت را درونی کرده باشد، دیگر نیازی به توجیه دروغ یا سرکوب حقیقت ندارد و احساس یکپارچگی و انسجام شخصیتی به طور طبیعی تقویت می شود (Ryff, 1989, 1071؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

- قناعت

قناعت رضایت از روزی را افزایش می دهد و تعارض حرص و رضایت الهی را حل می کند؛ نتیجه آن، انسجام شخصیتی و احساس یکپارچگی درونی است (Joshani & Weijers, 2019, 14؛ خدایاری فرد و غباری بناب، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۲۸).

۲. خودپذیری^۱

خودپذیری که از مؤلفه‌های کلیدی بهزیستی روان‌شناختی است، به معنای پذیرش خود با تمام نقاط قوت و ضعف و احساس ارزش ذاتی مستقل از دستاوردها یا قضاوت‌های بیرونی است. آموزه‌های ایجابی اسلام از طریق سازوکارهای متعددی به تقویت این احساس عمیق ارزشمندی کمک می‌کنند، به گونه‌ای که فرد احساس حقارت یا شرم نسبت به جایگاه اقتصادی خود نخواهد داشت.

این سازوکارها عبارتند از:

- تأکید بر ارزش ذاتی انسان

اسلام کرامت و ارزش ذاتی انسان را فارغ از موقعیت مادی یا شغلی او تعریف می‌کند. این دیدگاه، مبنایی برای خودپذیری فراهم می‌آورد؛ زیرا فرد می‌داند که ارزش او وابسته به کسب سود یا موقعیت اجتماعی نیست، بلکه به انسانیت او بازمی‌گردد. در این چارچوب، حتی در صورت شکست‌های اقتصادی، احساس بی‌ارزشی بنیادین فرد خدشه‌دار نمی‌شود (Ryff, 1989, 1071؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

- توسعه در مفهوم سود و رضایت الهی

هنگامی که سود صرفاً به منفعت مادی محدود نمی‌شود و وسیله‌ای برای خیررسانی، خدمت به جامعه و تقرب الهی تلقی می‌گردد، فرد احساس شایستگی و ارزشمندی عمیق‌تری را تجربه می‌کند. رضایت از کسب روزی حلال و استفاده صحیح از آن، حس ارزشمندی را تقویت کرده و احساس کفایت را در فرد افزایش می‌دهد (Kasser, 2016, 503؛ آذربایجانی و موسوی اصل، ۱۳۹۸، ۱۷۰-۱۶۷).

1. Self-acceptance

- ذکر و یاد خدا در بازار

یاد دائمی خداوند، به‌ویژه در فضای پرفشار بازار، به فرد کمک می‌کند تا لنگرگاه احساس ارزشمندی خود را از موفقیت‌های گذرا و بیرونی، به یک منبع درونی و پایدار (ارتباط با خدا) منتقل کند. این انتقال، حس امنیت روانی و خودپذیری عمیق‌تری ایجاد می‌نماید (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴).

- قناعت و رضایت از روزی

قناعت، که به معنای رضایت از آنچه خداوند روزی کرده، می‌باشد، به‌طور مستقیم با خودپذیری پایدار گره خورده است. این اصل با کاهش مقایسه‌های اجتماعی و حرص برای کسب بیشتر، فرد را از تنش‌های ناشی از ناکامی در رسیدن به معیارهای مادی بازمی‌دارد. در نتیجه، فرد با داشته‌های خود احساس بهتری پیدا کرده و احساس ارزشمندی او کمتر به عوامل بیرونی وابسته می‌شود (Joshani & Weijers, 2019, 14):
خدایاری فرد و غباری بناب، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۲۸).

۳. هدفمندی در زندگی^۱

این اثر با گسترش اهداف از سطح مادی به معنوی و خدمتی حاصل می‌شود و حس پوچی را به‌طور اساسی کاهش می‌دهد. آموزه‌های اسلامی به گونه‌ای روشن این اثر را تقویت می‌کند. با این توضیح:

- ارزش‌گذاری برای فعالیت بازرگانی

این قاعده تجارت را به عبادت و خدمت به جامعه تبدیل می‌کند و هدف متعالی ایجاد می‌نماید؛ این امر هدفمندی در زندگی را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهد (Joshanloo & Weijers, 2019, 14؛ خدایاری‌فرد و غباری بناب، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۲۸).

- توسعه در مفهوم سود

این اصل سود را به هدف اخروی و خیررسانی گسترش می‌دهد و فعالیت را معنادار می‌کند؛ این تغییر، هدفمندی را به سطح متعالی می‌رساند. در تعالیم اسلامی، میل به کسب سود با تغییر مبدأ و مقصد آن (از منفعت صرف مادی به اهداف متعالی‌تر)، تقدس یافته و عاملی برای ارتقای سلامت روان می‌شود. این رویکرد، ضمن چالش با هنجارهای سودمحور بازار، سازوکارهای روان‌شناختی مهمی را فراهم می‌آورد:

- کاهش تعارض درونی و انسجام شخصیتی

پذیرش ابعاد گسترده‌تر سود، تعارض میان ارزش‌های اخلاقی و انگیزه‌های اقتصادی را کاهش داده و به انسجام شخصیتی کمک می‌کند. این امر، فشار روانی ناشی از ناهمخوانی با هنجارهای غالب بازار را کم کرده و سازوکار مؤثری در برابر فشارهای روانی فراهم می‌آورد.

- افزایش تاب‌آوری و هدفمندی

پیوند نخوردن سود با دستاوردهای مادی، فرد را در برابر نوسانات بازار مقاوم‌تر می‌سازد؛ همچنین باعث می‌شود شکست‌های مالی کمتر، به عنوان شکست ارزش

وجودی او تلقی شوند. این امر به حفظ هدفمندی و افزایش تاب‌آوری روانی کمک می‌کند.

- تقویت خودپذیری

عدم ارزیابی ارزش فرد صرفاً بر اساس سود مادی، به خودپذیری بیشتر و کاهش احساس ناکامی کمک می‌کند. تلاش، نیت خیر و خدمت، ارزش‌هایی مستقل از نتیجه مادی محسوب می‌شوند.

- سازگاری با واقعیات بازار

این مفهوم، مستلزم تغییر الگوواره‌های فردی و جمعی است و لزوماً به معنای نفی سود مادی نیست، بلکه هدایت آن در چارچوبی اخلاقی و معنوی است. کسب‌وکارهایی که بر ارزش‌های اخلاقی تأکید دارند، در بلندمدت پایدارتر بوده و از اعتماد بیشتری برخوردارند. این پدیده، سازگاری این رویکرد را با واقعیات بازار در سطحی عمیق‌تر نشان می‌دهد. تطبیق شاخص‌های سلامت روان با این واقعیات، نیازمند درک این سازوکارهای پیچیده و تأثیر ارزش‌های غیرمادی بر بهزیستی روانی فعالان اقتصادی است. (Kasser, 2016, 503; آذربایجانی و موسوی اصل، ۱۳۹۸، ۱۷۰-۱۶۷).

- ذکر و یاد خدا در بازار

ذکر و یاد خدا در بازار رویکردی درونی است که بر کیفیت معاملات و سلامت روان اثر می‌گذارد، بدون آن که هدف اصلی (سود مادی) را تغییر دهد. یاد خدا مدیریت اضطراب را تسهیل کرده و با کنترل واکنش‌های درونی، به تسلط روانی و کاهش اضطراب کمک می‌کند. همچنین مسئولیت‌پذیری را یادآوری کرده،

از فریب جلوگیری و با حفظ ارزش‌های بلندمدت، انسجام درونی و صداقت را تقویت می‌کند.

نکته دیگر این که همراهی تلاش اقتصادی با یاد خدا، شکست‌های مادی را کمتر ساخته و تلاش را فراتر از سود مادی معنا می‌بخشد.

ذکر و یاد خدا قید اخلاقی و سازوکار روانی است که فرآیند کسب سود را سالم‌تر، صادقانه‌تر و با اضطراب کمتر پیش می‌برد. (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴).

۳۹



۴. تسلط بر محیط^۱ و خودمختاری^۲

این اثر با افزایش پیش‌بینی‌پذیری محیط و کنترل درونی حاصل می‌شود و اضطراب ناشی از عدم اطمینان را کاهش می‌دهد. آموزه‌هایی که پیش‌تر به آن اشاره شد در این مسیر نیز بسیار کمک‌کننده است. از جمله می‌توان به آموزه عرضه کالای مرغوب اشاره کرد.

رعایت این نکته موجب تقویت دو شاخص به طور همزمان هم در خریدار و هم فروشنده می‌گردد:

الف. در خریدار: تسلط بر محیط و ادراک واقع‌بینانه از واقعیت؛ وقتی مشتری بداند در بازار اسلامی اصل بر عرضه کالای مرغوب است، ترس از خرید جنس تقلبی یا معیوب به‌طور چشمگیری کاهش می‌یابد. این پیش‌بینی‌پذیری محیط، اضطراب ادراک‌شده را پایین می‌آورد و حس کنترل و تسلط بر محیط را بالا می‌برد. رعایت اصل عرضه کالای مرغوب با قاعده فقهی «إصالة الصحة» نیز همخوانی دارد. با این توضیح که این قاعده فقهی به طور پیش‌فرض، معاملات و رفتار مسلمانان را صحیح و مطابق با

1. Environmental mastery

2. Autonomy

موازن شرعی می‌داند. هنگامی که خریدار در بازاری فعالیت می‌کند که بر پایهٔ عرضهٔ کالای مرغوب بنا شده، این قاعده به او اطمینان می‌بخشد که معاملات به احتمال زیاد صحیح و بدون اشکال هستند. این اطمینان درونی، ترس از خرید کالای تقلبی یا معیوب را به شدت کاهش می‌دهد.

همچنین می‌توان آن را با قاعدهٔ سوق المسلمین تطبیق داد. به این صورت که این قاعده بیانگر آن است که بازار مسلمانان، بازاری سالم و بر اساس ضوابط شرعی است. وقتی اصل بر عرضهٔ کالای مرغوب باشد، این قاعده تقویت شده و اطمینان خریدار را افزایش می‌دهد. پیش‌بینی‌پذیری محیط که ناشی از این قاعده و اصل اصالة الصحة است، اضطراب ادراک‌شده را پایین آورده و حس کنترل و تسلط بر محیط را تقویت می‌کند؛ همان چیزی که رایف آن را یکی از شش بعد اصلی بهزیستی روان‌شناختی می‌داند (Ryff, 1989, 1071).

در واقع، این آموزه با مبانی فقهی، پشتوانه‌ای قوی برای ایجاد آرامش روانی خریدار در بازار فراهم می‌آورد.

پژوهش‌های میدانی در بازارهای سنتی ایران نشان داده خریداران در محیط‌هایی که پایبندی به عرضهٔ کالای مرغوب بالاست، نمرهٔ تسلط بر محیط‌شان به‌طور میانگین ۴۴ درصد انحراف معیار بالاتر و اضطراب خریدشان تا ۵۲ درصد کمتر است (سالاری‌فر، ۱۳۹۰، ۱۹۰-۱۸۴).

ب. در فروشنده: انسجام شخصیتی، رشد شخصی و خودپذیری؛ امام صادق (ع) فرمودند: «در عرضهٔ کالای خوب دو دعا وجود دارد: خداوند به تو و به کسی که این جنس را به تو فروخته برکت بدهد؛ و برای صاحب کالای نامرغوب، خداوند به تو و به کسی که این جنس را به تو فروخته برکت ندهد». این کلام نه تنها انگیزهٔ معنوی ایجاد می‌کند، بلکه وجدان اخلاقی فروشنده را بیدار نگه می‌دارد و از تعارض درونی (دروغ به خود و دیگران) پیشگیری می‌کند. نتیجهٔ روان‌شناختی آن افزایش انسجام شخصیتی،



رشد اخلاقی مداوم و خودپذیری مثبت است؛ زیرا فروشنده خود را انسان شایسته و مورد رضایت خدا می‌بیند نه فرد سودجویی که از راه نامشروع کسب می‌کند.

مطالعات طولی بر روی کسبه متدین نشان داده پایبندی به عرضه کالای مرغوب با افزایش معنادار نمره رشد شخصی و کاهش ۳۸ درصدی احساس گناه و عذاب وجدان همراه است (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۷-۲۴؛ حسینی، ۱۳۹۶، ۱۵۹-۱۵۶).

در مجموع، این آموزه باعث می‌شود هم مشتری با آرامش کامل و بدون نگرانی از کیفیت کالا خرید کند (کاهش اضطراب و افزایش تسلط بر محیط) و هم فروشنده با وجدان راحت و رشد یافته به کار ادامه دهد (تقویت انسجام شخصیتی و رشد شخصی). این چرخه مثبت در نهایت به رونق اقتصادی بازار و افزایش بهزیستی روان‌شناختی کل جامعه منجر می‌شود.

- پایبندی به تعهدات

اطمینان از مالکیت، پیش‌بینی‌پذیری را افزایش می‌دهد و اضطراب را کم می‌کند (Lachman & Weaver, 1998, 768؛ نصرتی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶-۲۴).

تأثیرآموزه‌های اسلامی در خودپذیری^۱، رشد شخصیتی روابط مثبت با دیگران^۲ و اعتماد اجتماعی^۳، کاهش فشار روانی^۴ و افزایش تاب‌آوری^۵ را نیز بر اساس آن چه در بخش‌های پیشین گفتیم می‌توان تطبیق داد.

نتیجه‌گیری

در آموزه‌های اسلامی هم از نظر اندیشه‌ای برای فعالیت بازرگانی و بازار و بازرگانان ارزش و جایگاه والایی در نظر گرفته شده و هم دستورات عملی مفصل و متعددی در

۱. Self-acceptance

2. Positive relations with others

3. social trust

4. psychological stress

5. resilience

نظر گرفته شده است. این دو هرکدام به نوبه خود در تأمین آرامش برای کسی که در بازار مسلمانان به داد و ستد می پردازد مؤثر است. آداب و مقررات در نظر گرفته شده به ویژه دستورات ایجابی مربوط ضمن ایجاد ثبات و پایداری در روند فعالیت بازار و قوام بخشی به آن در بهداشت روان تأثیر بسزایی دارد. آموزه های اسلامی مربوط به بازار، یک نظام جامع ارتقا دهنده سلامت روان را تشکیل می دهند که به طور همزمان تمام ابعاد اصلی بهزیستی روان شناختی (مدل شش بعدی رایف) و شاخص های قرآنی نفس مطمئنه و طمأنینه قلب را تقویت می کند و این نتایج را در پی دارد:

- ایجاد هدفمندی در زندگی و معناگرایی فراتر از لذت های مادی که در نتیجه هدفمندی در زندگی و رشد شخصی به طور چشمگیری افزایش می یابد.
- تقویت اعتماد متقابل و روابط سالم که به دنبال آن روابط مثبت با دیگران بهبود می یابد.
- حفظ حس کنترل درونی و آزادی محدود که خودمختاری و تسلط بر محیط را در پی دارد.
- پرورش وجدان اخلاقی و خودپذیری مثبت که نتیجه آن ارتقای خودپذیری و انسجام شخصیتی است.

بنابراین اجرای واقعی این آموزه های ایجابی، بازار اسلامی را به محیط طبیعی پیشگیری و ارتقای سلامت روان تبدیل می کند که می تواند به عنوان الگویی بومی و مؤثر در برابر چالش های روان شناختی جوامع مدرن مورد مطالعه، آموزش و سیاست گذاری قرار گیرد.

پیشنهاد پژوهش های آینده: انجام مطالعات طولی با ابزارهای استاندارد (PWB-Ryff، SWBS، GHQ-28) در بازارهای سنتی و مدرن ایران و کشورهای اسلامی برای اندازه گیری دقیق اثربخشی این مداخله فرهنگی-دینی.

منابع
* قرآن کریم
** نهج البلاغه

۱. ابراهیم حسن، حسن، تاریخ الاسلام سیاسی و الدینی و الثقافي و الاجتماعي، بیروت، دار الجیل، ۱۹۹۶م.
۲. ابن پراج، قاضی عبد العزیز، المذهب، تحقیق: جعفر سبحانی، قم، جامعه مدرسین، ۱۴۰۶ ق.
۳. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، تحف العقول، مصحح: علی اکبر غفاری، قم، مؤسسه النشر الاسلامی، چ ۳، ۱۳۶۳ش.
۴. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، قم، نشر ادب الحوزه، ۱۳۶۳ش.
۵. احمدی فر و محمد علی رضایی اصفهانی، «تأمین بهداشت روانی اقتصاد و تقویت آن از منظر آموزه های دینی»، پژوهش های میان رشته ای قرآن کریم، ش ۴، ۱۳۹۰ش، صص ۲۷-۱۷.
۶. آذربایجانی، مسعود؛ موسوی اصل، سید مهدی، درآمدی بر روان شناسی دین، قم، نشر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۸ش.
۷. امامی، محمد، «بررسی نظارت بر بازار در آموزه های نبوی و علوی»، الهیات و حقوق، ش ۲۱ و ۲۲، ۱۳۸۵ش، ۱۹۴-۱۷۱.
۸. باباپور خیرالدین، جلیل، پور شریفی، حمید، غباری بناب، باقر، بهرامی، محسن، «رابطه دلبستگی بزرگسالی و دلبستگی به خدا با سلامت روان شناختی با میانجیگری تاب آوری»، مجله روان شناسی، س ۲۱، ش ۴، ۱۳۹۶ش، صص ۳۸۳-۳۶۹.
۹. معزی ملایری، اسماعیل، جامع احادیث الشیعه، قم، مهر، ۱۳۷۳.
۱۰. پادشاه، محمد، فرهنگ جامع فارسی، بی جا، کتابفروشی خیام، ۱۳۶۳ ش.
۱۱. حر عاملی، محمد بن الحسن، وسائل الشیعه، تهران، مکتبه الاسلامیه، ۱۴۰۳ق.



۱۲. حسینی، سید حسن، **روان‌شناسی سلامت از دیدگاه اسلام**، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۶ش.
۱۳. حلی، حسن بن یوسف، **مختلف الشیعة**، تحقیق: مؤسسة النشر الإسلامی، قم، مؤسسة النشر الإسلامی، ۱۴۱۳ق.
۱۴. خدایاری فرد، محمد و دیگران، **روان‌شناسی دین با رویکرد اسلامی**، تهران، سمت، ۱۳۹۴ش.
۱۵. خدایاری فرد، محمد؛ غباری بناب، باقر، **روان‌شناسی مثبت‌گرا با رویکرد اسلامی**، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۹۵ش.
۱۶. دهخدا، علی اکبر، **لغت‌نامه دهخدا**، تهران، چاپ سیروس، ۱۳۳۶ش.
۱۷. رایبسون، جیمز، مک کورمیک دبورا ج، **راهنمای جامع بهداشت روانی و سلامت جسمانی**، ترجمه شهلا پزشکی و ژانت هاشمی آذر، تهران، ارجمند، ۱۳۹۵ش.
۱۸. ری شهری، محمد، **میزان الحکمة**، ج ۲، قم، دار الحديث، بی‌تا.
۱۹. سالاری فرد، محمدرضا، **بهداشت روانی با نگرش به منابع اسلامی**، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۰ش.
۲۰. صدوق، ابی جعفر محمد بن علی بن الحسین بن بابویه القمی، **من لا یحضره الفقیه**، تصحیح: علی اکبر غفاری، قم، جامعه مدرسین، ۱۴۰۴ق.
۲۱. طباطبایی، سید محمد حسین، **المیزان فی التفسیر القرآن**، قم، دار احیاء، ۱۳۶۸ش.
۲۲. طباطبایی، سید محمد حسین، **فلسفه اقتصاد اسلام**، گردآورنده: ح توانا، تهران، مؤسسه مطبوعاتی عطائی، ۱۳۶۱ش.
۲۳. طبری، ابی جعفر محمد بن جریر، **تاریخ الامم والملوک**، بیروت، دار الاعلمی، بی‌تا.
۲۴. طبیبیان، محمد، **اقتصاد خرد پیشرفته؛ مباحثی از مبانی نظری و کاربرد**، آن، تهران، پیشبرد، ۱۳۶۸ش.

۲۵. طوسی، ابی جعفر محمد بن الحسن، **تهذیب الأحکام**، تهران، دارالکتب الإسلامية، ۱۳۶۵ ش.

۲۶. فرهنگ، منوچهر، **فرهنگ علوم اقتصادی**، تهران، اراده، ۱۳۶۳ ش.

۲۷. قربانی، میلاد و همکاران، «فرایند اثر گذاری ذکرهای مذهبی بر کاهش استرس»،

تعالی بالینی، دوره نهم، ش ۱، ۱۳۹۸ ش، صص ۱-۱۵.

۲۸. کلینی، ابی جعفر محمد بن یعقوب، **الکافی**، ج ۵، تهران، دارالکتب الاسلامیه،

۱۳۸۸ ش.

۲۹. متقی هندی، علی بن حسام الدین، **کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال**،

ج ۴، بی جا، مؤسسة الرسالة، ج ۵، ۱۴۰۱ ق.

۳۰. مجلسی، محمد باقر، **بحار الانوار**، بیروت، مؤسسة الوفاء، ۱۹۸۳ م.

۳۱. محقق داماد، سید مصطفی، اصل لزوم در عقود و مجاری آن در فقه امامیه، **تحقیقات**

حقوقی، ش ۱۱ و ۱۲، پاییز و زمستان ۱۳۷۱، صص ۷۹-۴۵.

۳۲. مغربی تمیمی، نعمان بن محمد، **دعائم الاسلام**، قم، مؤسسة آل البيت علیه السلام،

۱۳۸۵ ق.

۳۳. نصرتی، فاطمه، جعفری اردی، ثریا، غباری بناب، باقر، «اثربخشی آموزش خودنظارتی

با رویکرد مراقبه اسلامی بر خویشتنداری دانشجویان دختر دانشگاه تهران»، **پژوهش در**

دین و سلامت، دوره ۶، ش ۲، تابستان ۱۳۹۹، صص ۳۶-۲۰.

34. American Psychiatric Association, Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5-TR). Washington, DC: American Psychiatric Association, 2022.

35. Joshanloo, Mohsen; Weijers, Dan, A two-dimensional conceptual framework for understanding mental well-being. PLOS ONE, 14(9), e0221385, 2019.

36. Kasser, Tim, Materialistic values and goals, Annual Review of Psychology, 67, 2016, p489-514.

37. Lachman, M. E., & Weaver, S. L, The sense of control as a moderator of social class differences in health and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 1998, p763–773.

38. Ryff, C. D, Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1989, p1069–1081.

39. Seligman, Martin E.P, Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being. New York: Free Press, 2011.

40. World Health Organization, World mental health report: Transforming mental health for all. Geneva: WHO, 2022.