

الله أكبر



حمید رضا مقصودی

علی اکبر ابراہیمی نژاد رفسنجانی

محمد جواد رفیعی

شناسنامه:



مجلس شورای اسلامی
دفعه‌های نشر و انتشار
و ارتباطات مطبوعاتی

عنوان کتاب: اقتصاد مسجد

تهیه و نشر: دفتر مطالعات، پژوهش‌ها و ارتباطات حوزوی، مرکز

رسیدگی به امور مساجد

نویسنده: حمیدرضا مقصودی، علی اکبر ابراهیمی نژاد رفسنجانی،

محمد جواد رفیعی

ویراستار: احمد رمضانی

نوبت چاپ: اول، بهمن ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: نسیم حیات

چاپ: دیجیتال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۴۰-۴۶۴-۸

آدرس: قم، ۴۵ متری آیت الله صدوقی

۲۰ متری حضرت ابوالفضل (علیه السلام)، پلاک ۱۰۳

تلفن: ۰۲۵-۳۲۹۳۳۸۳۶

دورنگار: ۰۲۵-۳۲۹۳۳۸۳۷

نشانی اینترنتی: masjedpajoh.ir

.masjed.ir

فهرست

۹	دیباچه
۱۱	پیش‌گفتار

فصل اول: مبانی جامعه‌شناختی در اقتصاد مسجد

۱۹	مقدمه
۲۳	مسجد در جامعه استیلا
۲۴	طبقات و روابط در جامعه استیلایی برده‌داری
۳۳	مسجد در جامعه بازار
۴۶	مسجد در جامعه ولایت
۴۹	جمع‌بندی

فصل دوم: رویکردهای دانش اقتصاد در قبال مسجد

۵۵	مقدمه
۵۸	مسجد به مثابه کالای عمومی یا کالای خصوصی
۶۶	رویکرد سرمایه‌ای
۶۷	رویکرد افزایش بهره‌وری
۶۹	جمع‌بندی

فصل سوم: نظام درآمدی و تأمین مالی مسجد

۷۳	مقدمه
۷۶	درآمد مسجد در نظام‌های مختلف
۷۶	تأمین مالی مسجد در سازوکار استیلایی

۸۳	تأمین مالی مسجد در سازوکار بازار
۹۱	آیا یگانه راه رفع نیازهای اقتصادی مسجد تأمین مالی و پولی است؟
۹۳	الگوی رفع نیاز در نظام وقار مسجد
۹۸	انگیزه مشارکت مردم در نظام وقار مسجد
۱۰۲	استقلال مالی مسجد
۱۰۷	نسبت جمعیت مسجد و رفع نیاز آن
۱۰۸	چگونه مساجد، پرجمعیت می‌شوند؟
۱۱۲	قاللهای مشارکت مردم
۱۱۳	برخورداری از موقوفات
۱۱۷	صندوق وقف جمعی
۱۱۸	اوراق غیرانتفاعی
۱۲۱	الگوی شرکت مُخَمَّس
۱۲۵	تأمین مالی مراکز مذهبی ادیان
۱۳۱	جمع بندی

فصل چهارم: نظام مخارج مسجد

۱۳۷	مقدمه
۱۳۹	مخارج مسجد در نظام‌های اجتماعی مختلف
۱۴۷	پس چه باید کرد؟
۱۴۸	انواع مخارج مسجد
۱۴۸	ساختمان و بنا
۱۶۴	آسیب‌شناسی ساختمان و بنا
۱۶۵	کنگره‌سازی
۱۶۷	آذین‌بندی
۱۶۹	تصویرگری
۱۷۲	ساخت محراب

۱۷۳	تجهیزات و هزینه‌های نگهداری
۱۷۵	فعالیت‌های تربیتی و مراسم
۱۸۱	معیشت امام جماعت
۱۸۸	معیشت خادم مسجد
۱۹۸	جمع‌بندی و نکات مهم در نظام مخارج مسجد

فصل پنجم: نظام اقتصادی و توزیع ثروت و خدمت

۲۰۵	مقدمه
۲۰۶	نظام برکت و تکریم
۲۰۸	مکانیسم اقتصادی تکریم
۲۰۹	تسهیل تعاملات و مبادلات
۲۱۱	مفهوم خلق و جابه‌جایی فرصت
۲۱۷	متولی جابه‌جایی فرصت
۲۲۰	انواع خدمات اجتماعی مسجد
۲۲۱	مرکز خیریه (مرکز نیکوکاری)
۲۲۸	نظام خدمات اجتماعی در اسلام
۲۳۱	سایر
۲۳۳	جمع‌بندی
۲۳۷	منابع



دیباچه

مساجد به حیث وجودی و ابعاد عبادی و اجتماعی که دارند دارای ساحت‌های مختلفی هستند که یکی از مهم‌ترین آنها ساحت اقتصادی می‌باشد، انجام معاملات اقتصادی در مساجد مکروه دانسته شده است و معاملات انجام شده مطابق برخی از روایات بی اثر و باطل است، بنابراین منظور از اقتصاد مسجد انجام اینگونه از امور اقتصادی شخصی در مسجد که مورد نهی واقع شده است نمی‌باشد.

اقتصاد مسجد کتابی است که تلاش می‌کند نظام‌های حاکم بر اقتصاد مساجد را از آن حیث که تامین منابع و هزینه‌کردها را شامل می‌شود، بررسی و نقد کرده و نظامی متناسب با فضای معنوی مساجد و فرهنگ دینی معرفی نماید.

اتخاذ مبنا مطابق نتیجه این پژوهش می‌تواند در ساماندهی وضعیت مالی مساجد مفید باشد و ضمن حفظ استقلال مساجد در مردمی سازی اداره مساجد نقش مهمی ایفا نماید.

باید در نظر داشته باشیم که وقتی از مسجد سخن می‌گوییم از یک کل دارای اجزا بحث می‌کنیم که لازمه تغییر در یک جزء آن نیازمند تغییر در اجزای دیگر است و نمی‌توان نظام اقتصادی «امام و امتی» را بدون



تغییر در شیوه و ملاک‌های جذب امامان جماعت، در مساجد اجرا نمود. انجام این پروژه کاری بس مهم و اساسی بود که با تلاش و مجاهدت استاد گرامی جناب آقای دکتر مقصودی و تیم اقتصادی‌شان به انجام رسیده و به تحریر درآمد که جا دارد از ایشان و همکارانشان تشکر ویژه داشته باشیم.

مطالعه این کتاب به تمام امامان جماعت، مسجدپژوهان و متخصصین اقتصاد اسلامی توصیه می‌گردد تا ضمن بهره‌گیری از این پژوهش، نقطه نظرات انتقادی، اصلاحی و تکمیلی خود را با این دفتر در میان بگذارند تا در چاپ‌های بعدی مورد بررسی و استفاده قرار گیرد.

دفتر مطالعات، پژوهش‌ها و ارتباطات حوزوی

مرکز رسیدگی به امور مساجد

زمستان ۱۴۰۰





پیش‌گفتار

زمانی که از «اقتصاد» یک شیء، فعل، ساختار یا نهاد، سخن می‌گوییم، دنبال آن هستیم که نحوه تخصیص آن منابع به آن شیء، فعل، ساختار یا نهاد را بررسی کنیم یا ببینیم محصولات آن شیء، فعل، ساختار یا نهاد، چگونه باید تولید، توزیع و مصرف شوند.

دانش اقتصاد در معنای اصیل، دانش تدبیر و حکمرانی منابع، فرایندها و محصولات ساختارها، اشیاء و افعال است و از آنجایی که در سده‌های اخیر، این دانش تخصصی شده است، اقتصاد در معنای امروز، تنها برخی از وظایف دانش تدبیر، تقدیر و حکمرانی را به دوش گرفته است.

پس در اقتصاد امروز، آنچه مدنظر است، تدبیر و حکمرانی منابع مالی و فرایندهای تولید محصولات و توزیع مواهبی است که می‌توانند جایگزین مالی و پولی داشته باشند.

البته این‌گونه نیست که این تدبیر و حکمرانی، به شیوه‌ای جهان‌شمول و تغییرناپذیر صورت پذیرد. هر اجتماع، مکتب و منطقه‌ای ممکن است بسته به اقتضائات خود، گونه‌ای از تدبیر را طراحی، بومی‌سازی یا حتی



گرته‌برداری و تقلید کند.

اگر این طراحی‌ها، بومی‌سازی‌ها، گرته‌برداری‌ها و تقلیدها، بتواند ساخت اجتماعی جامعه هدف را در نظر بگیرد یا تطبیق دهد، می‌تواند درجاتی از کارآمدی را داشته باشد. در غیر این صورت آسیب‌هایی جدی بر اجتماع وارد می‌کند.

پس در دنیای اقتصاد امروز، مکاتب و رویکردهای متعددی در تدبیر امور اقتصادی جوامع مختلف وجود دارد. در هر مقطعی از تاریخ به جای «اقتصاد» با «اقتصادها» مواجهیم و پاسخ به اینکه کدام یک، «اقتصاد ما» است، به دقت‌های نظری و عملی فراوانی نیاز دارد.

مسئله پیش‌گفتار را از ماهیت اقتصاد شروع کردیم، نه از ماهیت مسجد تا ابتدا نشان دهیم که اگر گفته می‌شود «اقتصاد مسجد» با یک ماجرای بدیهی و شفاف مواجه نیستیم. این‌گونه نیست که ادبیات اقتصادی، شیوه مشخص، مدون، قابل اعتماد و غیرقابل خدشه‌ای را برای اداره امور اقتصادی مسجد پیشنهاد کند؛ بلکه پیشنهادهایی برای شیوه تدبیر مطرح است که هرکدام با دیگری تفاوت، تباین و حتی تزاخم و تناقض دارد.

در نگاشتن کتابی با محتوای «اقتصاد مسجد» با فرایندی مشخص و استاندارد مواجه نیستیم؛ بلکه با سازه و نهادی، توأم با پیچیدگی‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی متعدد مواجهیم. بررسی اقتصادی این نهاد و طراحی سازه اقتصادی برای آن به چند شیوه میسر است:

الف) انتخاب یکی از مکاتب اقتصادی شرقی یا غربی و تقلید گزاره‌های اقتصادی آن‌ها بر نهاد مسجد، همان‌گونه که در نهادهای فرهنگی، ذیل این اقتصادها صورت می‌گیرد؛ برای مثال با همان دلالت‌های موجود در



اقتصاد آمریکایی درباره موضوع سینما، در مورد مسجد سخن بگوییم. در نهایت، مسجد را به بازاری شبیه به بازار کالاهای فرهنگی تبدیل کنیم و بکشیم در رقابت بازاری میان مساجد یا میان مساجد و سایر نهادهای فرهنگی، سهم بازار بیشتری را از آن خود کنیم، یا اینکه با نفی سازوکار بازار والراسی، دولت را صاحب اختیار تام و تمام مسجد بدانیم و مسجد را همانند یک اداره دولتی یا خادمان مسجد را همانند کارمندان دولت تأمین کنیم.

البته غیر از این دو رویکرد، رویکردهای رقیب متعددی وجود دارد که بر مسجد قابل تطبیق است؛ اما واضح است که هر کدام، مسجد را به یک نامسجد تبدیل می‌کنند و ممکن است این نهاد را از کارکرد مطلوب شارع مقدس، خارج کنند. از این شیوه تعامل با ادبیات اقتصادی به شیوه تقلیدی تعبیر می‌شود.

ب) می‌توان ضمن حفظ هویت‌های اساسی مسجد، تلاش کرد، یکی از مکاتب را به نحوی تعدیل شده در مسجد به کار گرفت؛ به این معنا که با عرضه اجزای آن مکتب به شرع مقدس، عناصر حرام را از آن زدود و مابقی را بر ساخت اقتصادی مسجد تطبیق داد.

واضح است که در این صورت، بیش از آنکه آن مکتب اقتصادی بر مسجد منطبق شود، این مسجد است که خود را بر آن منطبق می‌کند؛ زیرا عرضه اجزای یک تفکر اقتصادی به شرع مقدس، متفاوت از عرضه ساختار کلی و بنای اساسی آن مکتب است.

پس دور از ذهن نیست که شارع نسبت به سؤالی که از او پرسیده نشده است، پاسخگو باشد؛ اما این شیوه از عرضه محتوای دانشی در عهد معاصر و در جهان اسلام بسیار مرسوم است؛ چنان‌که سکولارهای جهانی

اسلام نیز همواره رویکرد اول را ترویج می‌کنند و حتی به همین میزان از پالایش نیز اعتقاد ندارند.

ج) اما در نگاهی مبنایی، به این قائلیم که شارع مقدس ضمن ایجاد نهاد مسجد، اصول موضوعه طراحی و حتی اداره ساختار اقتصادی مسجد را نیز معرفی کرده است. می‌توان با مراجعه به تراث دینی و سیره اهل بیت و فرهنگ دین و تاریخ تمدن اسلامی، اقتصاد مسجد را به نحوی مبنایی طراحی و اجرا کرد؛ اما این رویکرد که رویکرد مبنایی به طراحی ساختار اقتصادی است، به دلیل پیچیدگی‌های متعدد، همواره کنار گذاشته شده است و دانشمندان اقتصادی که تعقل به دین و علم دینی دارند، از زیر بار آن شانه خالی کرده‌اند.

اما در مسیر تحقق امر دینی، گریزی از این طراحی نداریم؛ اما آیا ما این کتاب را با رویکرد مبنایی نگاشته‌ایم؟
تا حدودی بله؛ اما تا حدودی هم خیر...

از آنجایی که مساجد، پابرجا و اداره مسجد به صورت مستمر در حال اجراست، مؤمنان با سؤالات متعددی در اداره اقتصادی آن مواجه می‌شوند و در هر کدام از مساجد، مؤمنان ناچارند پاسخی را بیابند و به آن عمل کنند تا امور مسجد معطل نماند.

در این معطل نماندن‌ها، در موارد متعدد مشاهده می‌کنیم که دچار گزینش‌های تقلیدی و تطبیقی نادرستی می‌شوند که هویت مسجد را با مخاطره مواجه می‌کند؛ پس در بخش‌هایی از این کتاب تلاش کرده‌ایم نسبت به این جنس از مخاطرات انداز دهیم و چراغ‌های راهنمایی را در مسیر اقتصاد مسجد تعبیه کنیم که بی‌راهه‌های موجود در دنیای اقتصاد مدرن را نشان دهد و مؤمنان را از ورود به آن‌ها باز دارد.

اما در بخش‌هایی از کتاب نیز تلاش کرده‌ایم بر اساس آنچه از تراث، سیره، تاریخ و فرهنگ دین به ما رسیده است، ساختارهایی را بنا کنیم که تدبیر اقتصادی مسجد را بر عهده گیرند و آن را در مسیر تمدنی خود حرکت دهند.

این کتاب یکی از انگشت‌شمار کتاب‌هایی است که یک نهاد دینی را با رویکرد طراحی ساختار اقتصادی بررسی می‌کند؛ از این رو در وهله اول، یک کتاب تخصصی و علمی به شمار می‌رود که مخاطبان آن را علمای عظیم‌الشان حوزه و طلاب محترم علوم دینی و دانشگاهیان عزیز تشکیل می‌دهند؛ اما از آنجایی که موضوعش مورد نیاز مؤمنان مسجدی و مدیران مساجد است، به شیوه‌ای نگاشته شده است که برای این عزیزان نیز قابل استفاده باشد.

از این رو در نگاشتن مفاهیم، از مثال‌ها و شواهد عینی و ملموس و از مداخل تاریخی متعدد استفاده کرده‌ایم تا بتوانیم مرادمان را به آسان‌ترین وجه منتقل کنیم.

اکنون نمی‌دانیم که آیا در این امر موفق بوده‌ایم یا نه؛ ولی امیدواریم بتوانیم با بازخوردهایی که از جامعه مخاطبانمان می‌گیریم، در ویراست‌های بعدی، هم شیوه نگارش و هم محتوای کتاب را به بهترین نحو اصلاح کنیم.

دوستانی در نگارش این کتاب به ما یاری رساندند. جا دارد از حجت‌الاسلام حسین مهدی‌زاده تشکر کنیم؛ زیرا ایشان طراح ایده سه‌گانه‌ای بودند که در طول نگارش از آن استفاده کرده‌ایم. همچنین از دکتر علی سعیدی سپاس‌گزاریم؛ زیرا همیشه از مشورت‌های ایشان بهره برده‌ایم. از حجت‌الاسلام رضوی نیز تشکر می‌کنیم که در دفتر مطالعات

و پژوهش‌های مرکز رسیدگی به امور مساجد، با اهتمام فراوان، امور مربوط به این کتاب را دنبال کردند و از هیچ کمک فکری و اجرایی دریغ نکردند. همچنین از مسئولان و همکاران دفتر مطالعات و پژوهش‌های مرکز رسیدگی به امور مساجد به ویژه حجت الاسلام والمسلمین توانا مدیر دفتر، کمال سپاس‌گزاری را داریم که زمینه را برای تولید این کتاب فراهم کردند.

به این امید که بتوانیم خادمانی صادق برای نهاد مقدس مسجد باشیم و آب و گل مسجد، خدمت ما را نزد خدای متعال گواهی دهند.

۲۴ خرداد ۱۴۰۰

حمیدرضا مقصودی: عضو هیئت علمی گروه اقتصاد اسلامی دانشگاه قم
علی اکبر ابراهیمی‌نژاد: دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی دانشگاه قم و

پژوهشگر مؤسسه احیاگران مسیر قصد

محمدجواد رفیعی: دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی دانشگاه قم و

پژوهشگر مؤسسه احیاگران مسیر قصد



مبانی جامعه‌شناختی در اقتصاد مسجد



مقدمه

درک و تحلیل پدیده‌ها و نهادهای اجتماعی، نیازمند توجه به بسترهای شکل‌گیری و کنش‌گری آن‌ها و نقششان در نظم اجتماعی موجود است. هر یک از نهادهای جامعه در محیط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خاصی شکل می‌گیرند و ناظر به نحوه تحول در فرایندهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی زمانه خود تطور می‌کنند.

پس نهادهای اجتماعی، نهادهایی منجمد در زمانه‌ای خاص نیستند که بتوان با تصویربرداری از شیوه کنش آن‌ها در یکی از مقاطع زمانی، برای همیشه آن‌ها تعیین تکلیف کرد.

البته این را نیز نمی‌توان نادیده گرفت که اصول و اهداف اساسی تولید این نهادها در بسیاری از موارد در زمانه‌های گوناگون حفظ می‌شود و تغییرات، عموماً در لایه‌های کارکردی آن‌ها خواهد بود.

با همه این احوال، درصدد آن نیز نیستیم که حتی در همین اصول اساسی نیز نهادها را منجمد و منعزل از زمانه‌ها معرفی کنیم؛ چه بسا نهادی در زمانه‌ای برای زیست اجتماعی انسانی ساخته می‌شود و در زمانه‌ای دیگر به ابزاری برای تفریح بدل می‌شود؛ از این جمله می‌توان به نهاد عظیمی چون لژیون‌های روم باستان اشاره کرد که در زمانه‌ای



می‌جنگیدند تا روم زنده بماند و در زمانه‌ای دیگر در کلسئوم یونان می‌جنگیدند تا اسباب تفریح شاهانشان را فراهم کنند.

اما این نهادها، گاه در پرتو حفاظت‌های سرسختانه معتقدان و مؤمنان و در پرتو رهبری هدایتگران اجتماعی، نه تنها اصول، بلکه کارکردهای اساسی خود را نیز تا حد زیادی حفاظت می‌کردند. گویا شأن این نهادها، تاریخی‌تر و تمدنی‌تر از آن بوده است که از جانب شاهان و زمامداران و حتی مردم اعصار مختلف مورد تعرض قرار بگیرند و همانند اشیای موزه‌ای تغییر کنند و وظیفه‌ای خلاف هدف تأسیسی خویش داشته باشند. نهادهایی که در پرتو ادیان ابراهیمی تأسیس شده‌اند، عموماً چنین جایگاهی دارند. کنیسه‌ها، کلیساها و دیرها و نهایتاً مساجد، هیئت‌ها و موکب‌ها از این قبیل هستند و به دلایل متعددی می‌توان تبیین کرد که مساجد، هیئت‌ها و مواکب، در این میان دچار کمترین تحول کارکردی اساسی شده‌اند.

مساجد به دلیل کارکردهای دائمی در سیره و سبک زندگی مؤمنانه، چنان پر مشغله طراحی شده‌اند که گویا نهادهایی شبانه‌روزی، تعطیل‌ناپذیر و با کمترین منطقه فراغ از تکالیف هستند و در هر واقعه‌ای که زندگی مؤمنان را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد، حضور و نقش‌آفرینی جدی دارند.

این حضور اجتماعی در زمانی که زمام امور در دست حکام اسلامی است، ملموس‌تر و کلان‌تر است و در زمانی که حاکمان جائر، حکمرانی می‌کنند، خردتر و ناملموس‌تر می‌شود. مساجد در زمانی که مردم همراهی کنند، وسعت کارکرد پیدا می‌کنند و در زمانی که همراهی نکنند، به اجبار، کارکردهایی نسبتاً کمتر می‌یابند؛ اما در هر حال، اصول اساسی



نظام مسجد بر بیت‌الله بودن، محل عبادت بودن و محفل اجتماع بودن تعریف شده و این کارکرد همواره با مسجد همراه است.

با توجه به آنچه گفته شد و بسته به توسعه تکالیف مساجد در زمانه‌های مختلف، این نهاد عظیم و شبکه کارآمد دینی، اقتصاد منعطف و متغیری داشته است.

شبکه‌ای که امور مؤمنان را در گستره جامعه اسلامی تا حد زیادی هدایتگری می‌کند، شیوه‌های حکمرانی اقتصادی منحصر به فردی را طلب کرده و در ادوار مختلف به کار بسته است. این شیوه‌های اداره اقتصادی، گاه تحت تأثیر نظامات اجتماعی دگرگون شده و هرگاه اجتماع را همراه با خود کرده، آزادی عمل بیشتری در طراحی داشته است.

درک و تحلیل صحیح از این شیوه‌ها نیازمند توجه به بستر شکل‌گیری و حیات مسجد است. به همین منظور در پژوهش حاضر سعی شده است، مسجد در زمینه^۱ اجتماعی آن بررسی و تحلیل شود. بسترهایی که هرکدام خواه‌ناخواه در پی آن بوده‌اند تا کارکرد مساجد را به سوی ایده‌های خود سوق دهند.

پس از بررسی شیوه تعامل این نظامات اجتماعی با مساجد، تلاش خواهیم کرد بستر اجتماعی متناسب با کارکرد الهی مسجد را نیز معرفی کنیم و این مکان را به منزله نهاد محوری در اجتماع الهی مورد ارزیابی و تدقیق قرار دهیم. اساس این پژوهش بر تعاملات اقتصادی است که در این میان شکل می‌گیرد و مسجد را پشتیبانی می‌کند.

نگاه تاریخی به جریان‌ها و نظام‌های اجتماعی زندگی بشر، سه نظام اصلی اجتماعی را برای حیات بشری نشان می‌دهد. این سه نظام

اجتماعی در هیچ سرزمینی و در هیچیک از زمانهای تاریخی به صورت کامل برپا نشده‌اند؛ اما جهت‌گیری متفاوت آن‌ها از یکدیگر، این امکان را برای تحلیلگران حوزه اجتماعی فراهم ساخته است تا بتوانند پدیده‌ها را در این قالب تحلیل نمایند.

در نظام اول، جنس و محور روابط بر «قدرت» بنا می‌شود. روابط افراد به صورت هرمی شکل و طبقاتی است و افراد بر اساس فاصله خود از رأس هرم - که کانون قدرت است - ارزش‌گذاری می‌شوند. ماهیت روابط در چنین جوامعی، مبتنی بر استیلا خواهد بود. در نوشتار حاضر، از این سنخ جوامع به «جامعه استیلا» تعبیر شده است.

در دومین نوع از نظام اجتماعی - که پس از مدرنیته، رنگ و بوی جدی‌تری به خود گرفته است - محور و جنس روابط، «منفعت» است. در این نظام، منفعت جمعی یا منفعت فردی اهمیت پیدا می‌کند و واژگانی چون منافع شخصی یا منافع ملی، بیش از پیش شنیده می‌شود. سازوکار تصمیم‌گیری در این نظام، حتی در اجتماعی‌ترین و عمومی‌ترین حوزه‌های تصمیم‌گیری، منطق «هزینه - فایده»^۱ و صرفه اقتصادی است. این جامعه را «جامعه بازار» می‌نامیم.

سومین نظام اجتماعی، نظامی است که در پی دعوت انبیاء و اوصیاء شکل گرفته است. این نظام نه بر محور قدرت شکل گرفته است و نه بر محور نفع مادی کوتاه‌مدت. محور و جنس رابطه در این نظام، «ولایت» است. ولایت، رابطه قلبی است که حقیقی‌ترین منفعت عالم هستی و پرجاذبه‌ترین قدرت بشری را دارد. در «نظام ولایت»، سعادت و هدایت در کنار قدرت ذیل یک رابطه قلبی پدیدار می‌شود و منفعت افراد و



جامعه در نسبت تولی به امام است که تعیین می‌شود. هرکدام از این اجتماعات، کنش‌ها و تعاملات مالی و اقتصادی متفاوتی را درون مسجد رقم می‌زنند و نظام تولیدی، توزیعی و مصرفی خاصی را در مسجد پدیدار می‌سازند و شیوه تأمین مالی و گردش خدمات مساجد را متفاوت می‌کنند و نقش‌آفرینی متغیرهای اقتصادی اعم از پول، قیمت، تولید، مصرف و توزیع را به گونه‌ای دیگر تعریف می‌کنند. در ادامه به صورت تفصیلی به این سه نوع نظام اجتماعی می‌پردازیم و نسبت و تناسبات مالی و اقتصادی مسجد را در هریک از این جوامع ترسیم می‌کنیم.

مسجد در جامعه استیلا

جامعه استیلا جامعه‌ای است که مؤلفه‌های اصلی آن قدرت و نظام سلسله‌مراتبی است. جوامعی چون جوامع پادشاهی، جوامع دیکتاتوری و جوامع دارای مدیریت بسیار متمرکز و غیر مردمی از جمله جوامعی هستند که می‌توان روابط میان حاکمیت و مردم را در آن‌ها، رابطه استیلا دانست. در میان حکمرانی‌های اقتصادی در طول تاریخ، با جوامع استیلای متعددی مواجه می‌شویم. نظام برده‌داری، حکمرانی اریستوکراسیک و جوامع فئودالی از جمله حکمرانی‌های استیلایی در تاریخ اقتصاد به شمار می‌روند.

جامعه استیلا به واسطه نگاه خاص به انسانها دارای نظم سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ویژه‌ای است. در این نگاه بر اساس آنچه ارسطو می‌گوید، انسان ذاتاً خیر است؛ اما همه آن‌ها که در جامعه زندگی می‌کنند، انسان تلقی نمی‌شوند و این نگاه تا بدانجا پیش می‌رود که اساساً در اینکه آیا طبقاتی که انسان تلقی نمی‌شوند (برده‌ها) ویژگیهای انسانی

مانند درک رنج و زحمت را نیز متحمل می‌شوند؟

آیا اساساً هنگامی که برده‌های در قفس حیوانات قرار می‌گیرد، دچار رنج و ناراحتی می‌شود یا به مثابه یک تنه درخت است که قطعه قطعه می‌شود؟! از طرفی اینکه ملاک انسان بودن چیست، بحث گسترده‌ای است؛ اما به طور مثال در آتن تنها مالکان ملک و زمین، انسان تلقی می‌شدند و بقیه، بردگان یا خارجی‌هایی بودند که ممکن بود تا ۸۰ درصد مردم آتن را تشکیل دهند.

بر این اساس، ویژگی ابتدایی این جامعه، آن است که طبقات مختلف در آن شکل می‌گیرد. این طبقات به صورت سلسله‌مراتبی و هرمی با یکدیگر ارتباط دارند و تمرکز قدرت در اختیار رأس هرم است و قاعده هرم، از قدرت بی‌بهره خواهند بود.

طبقات و روابط در جامعه استیلایی برده‌داری

در جامعه استیلا، طیف وسیعی از افراد جامعه، هیچ نقشی در کنشهای اجتماعی ندارند. نه تنها این انتظار از آنها وجود ندارد که نقش‌آفرینی کنند و تصمیم‌ساز باشند؛ بلکه آنها خود را نیز در خور این شأن نمی‌دانند.

کنشهای فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی با تصمیم اقلیتی که جریان قدرت را در اختیار دارند، به وقوع می‌پیوندد و اکثریت به منزله مستخدمان حیات طبقه حاکم، نگریسته می‌شوند.

در این نظام، روابط بر اساس جایگاه‌های اجتماعی و مکانیسم‌های قدرت تعریف می‌شوند. جایگاه‌های اجتماعی در این نظام قابل دستیابی و یا اکتسابی نیستند؛ بلکه، اربابزاده‌ها همیشه ارباب خواهند بود و بردگان و فرزندان‌شان همیشه برده خواهند بود و مکانیسم‌های قدرت در راستای



تقویت قدرت رأس هرم به کار می‌روند. بسیاری از مناصب به صورت موروثی منتقل می‌شوند و به‌ندرت شرایطی ایجاد می‌شود که فردی از طبقه مردم بتواند ارتقای رتبه پیدا کند و به یکی از اشراف بدل شود. برعکس این ماجرا نیز صادق است و به‌ندرت شرایطی ایجاد می‌شود که فردی از طبقه اشراف، تنزل رتبه پیدا کند و جزئی از مردم عادی یا بردگان شود.

ثروت‌های جامعه در نظام استیلای برده‌داری متعلق به جامعه اشراف است و مردم و بردگان تنها به طفیلی این طبقه است که می‌توانند از مواهب مختلف برخوردار شوند. مردم عادی دارای مالکیت‌های بسیار محدودند و بردگان حتی حق تعلق بر فرزندان خود را نیز ندارند. امروزه نظام برده‌داری ملغی شده است؛ اما شیوه طبقاتی زندگی همچنان در بسیاری از جوامع همانند سابق برقرار است و طبقات کارگر و فرودستان، جایگزین بردگان شده‌اند.

اگر نظم اجتماعی بر اساس نظام استیلایی برپا شود، سایر نهادهای اجتماعی نیز خواه‌ناخواه از این شیوه حکمرانی متأثر می‌شوند؛ برای مثال، در نظام خانواده‌ای که ذیل حکمرانی استیلایی شکل می‌گیرد، همانند نظام طبقاتی، مواهب بر اساس قدرت تقسیم می‌شوند؛ از این‌رو پدر در نظام استیلا، مالک مطلق خانواده است و همه کارکردهای خانواده به تبع فرامین او تقسیم می‌شود. نظام خانواده دقیقاً نظامی سلسله‌مراتبی است و فرزند پسر خانواده در آرزوی آن است که روزی پدر شود تا در محیط خانواده فرمانروایی کند.

بر اساس آنچه ذکر شد، اگر شیوه حکمرانی در جامعه‌ای استیلایی

باشد، شریعت و نهادهایش نیز متأثر می‌شوند^۱ و عناصری مانند قدرت و طبقه، در آن اهمیت پیدا می‌کنند. تصور اثر جامعه استیلایی بر نظام مسجد به دو صورت امکانپذیر است:

اول اینکه مسجد در جامعه‌ای قرار گیرد که صدر تا ذیل آن استیلایی است. این مسجد را «مسجد در استیلا» می‌نامیم.

دوم اینکه افراد، روابط خود را در داخل مسجد، بر حسب ویژگیهای نظام استیلایی و روابط مبتنی بر طبقه و قدرت، انتخاب کنند که از آن به «استیلا در مسجد» تعبیر میکنیم.

در فرض اول، مکان‌یابی، طراحی، معماری، تأمین مالی و ساخت مسجد، امری پادشاهی، حاکمیتی یا دولتی است؛ بدون آنکه مردم در آن دخلی داشته باشند.

همچنین اداره مسجد نیز تحت فرمان حکومت است و افرادی که آن را اداره می‌کنند، به وسیله نظام استیلا انتخاب می‌شوند و امور مسجد را مطابق با اوامر حکومتی انجام می‌دهند. این ماجرا در دوران پادشاهی در ایران بارها رخ داده است.

مساجدی که به نام شاهان، خوانین و صاحبان مقام ساخته شده و تحت نظر همان‌ها اداره شده و تنها شأن مردم این بوده است که می‌توانستند نمازگزار مسجد باشند.

امروز این شیوه را به‌وضوح در ساخت و اداره مساجد بزرگ و حتی شیوه اداره مسجدالنبی و بیت‌الله‌الحرام در عربستان سعودی می‌توان

۱. همان‌طور که گفته شد، به دلیل اصالت مسجد و توجه مؤمنان به این نهاد اصیل، این تأثیرپذیری حتی در این ادوار نیز نتوانسته کارکرد اصلی مسجد (عبادت به درگاه خداوند) را تغییر دهد؛ اما به منزله یکی از اجزای کارکردی، اقتصاد مسجد و شیوه مدیریت آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد.



دید. مساجدی که به امر حکام سعودی ساخته می‌شوند؛ حتی ابواب مسجدالحرام به نام پادشاهان سعودی نام‌گذاری شده است و امامان جماعت آن‌ها را هم تعیین می‌کنند و کلیه اعمال عبادی و فرایندهای مسجد در نظام سلسله‌مراتبی حاکمیتی، طراحی و اجرا می‌شود. تأمین مالی تغییرات و ساخت مساجد کاملاً حکومتی است و مردم عربستان، جز طبقه حاکم و مفتیان وهابی، نقشی در شئون مسجد ندارند. در فرض دوم، مسجد را خود مردم مکان‌یابی، طراحی و تأمین مالی می‌کنند و می‌سازند؛ اما متأثر از شیوه اداره نظام حکمرانی، اداره مسجد را با رویکردی استیلایی انجام می‌دهند؛ همانند فرضی که در مورد خانواده تبیین شد، در این مساجد نیز شیوه مدیریت داخلی از نظام سلسله‌مراتبی تبعیت می‌کند.

تصمیم در مورد امور مسجد بدون دخالت نمازگزاران انجام می‌شود. نمازگزاران از گردش مالی، اموال مسجد، شیوه «هزینه‌کرد» بی‌خبرند و تنها عده‌ای اندک برای مسجد تصمیم می‌گیرند. علت این شیوه مدیریتی، اقتباسی است که نمازگزاران، آگاهانه یا ناآگاهانه، از شیوه حاکمیت انجام می‌دهند؛ زیرا این تلقی ایجاد می‌شود که مدیریت یعنی مدیریت استیلایی؛ پس با توجه به حاکمیت ۲۵۰۰ ساله پادشاهی در ایران و اثر فرهنگی ذهنی شیوه مدیریت در این ادوار طولانی، هنوز هم مساجدی در ایران وجود دارند که با رویکرد استیلا اداره می‌شوند. دخالت اقتصادی مردم، در نهایت، در حد پرداخت هدایا، نذرها و تأمین مالی است و آن‌ها نمی‌توانند در اداره امور مسجد نقش‌آفرینی کنند. واضح است که در مساجد بسیاری از کشورهای عربی نیز وضعیت به همین منوال است. در هر دو فرض مذکور که در این کتاب مد نظر قرار می‌گیرد، اقتباس

شیوه مدیریتی در مسجد از نظام استیلایی، به جایگاه یافتن طبقات [اجتماعی] در میان مؤمنان منجر می‌شود و نمازگزاران را با توجه به میزان قدرت اکتسابی‌شان، طبقه‌بندی می‌کند. این قدرت در فرض اول از سوی حاکم یا دولت مرکزی به رأس هرم مسجد منتقل می‌شود و در فرض دوم با توجه به قدرتی که مدیران مساجد در جامعه محلی دارند یا حتی رأی نمازگزاران به آنان ایجاد می‌شود.^۱

این شیوه توزیع تصمیم، تمامی کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مسجد را در بر خواهد گرفت. بر همین اساس، امور و مسائل اقتصادی در جامعه استیلا و در فرض اول، بسیار متأثر از تصمیمگیری طبقه حاکمه و رأس هرم قدرت خواهد بود.

تمامی شئون اقتصادی مسجد در جامعه استیلا متأثر از طبقه تصمیمگیر و کاملاً مستقل از مردم و نمازگزاران خواهد بود. به همین دلیل امور اقتصادی مانند درآمد، گردش مالی، توزیع ثروت و مخارج به صورت متمرکز و در یک نظام سخت تصمیم‌سازی حاکمیتی از بالا به پایین تعیین تکلیف خواهند شد.

حتی در این نگاه، مردم‌ترین جایگاه و نهاد درون مسجد یعنی امام نیز به صورت دستوری و متمرکز از طریق نهادهای تصمیمگیر (مافوق مسجد! اعم از حاکمیت ملی یا حاکمیت طبقه پر قدرت) انتخاب خواهند شد؛ چنان‌که امامان جماعت در مسجدالنبی از جانب حاکم سعودی،

۱. توجه کنیم که رأی‌گیری، لزوماً یک نهاد استیلایی را به یک نظام مردمی تبدیل نمی‌کند. افرادی که رأی می‌آورند، ممکن است در اعمال مدیریت خود، همان شیوه استیلایی را اعمال کنند؛ حتی ممکن است سایر نمازگزاران را اقناع کنند که این شیوه برای مدیریت مسجد، بهتر است.

در بخش‌های بعد خواهیم دید که این برتری‌جویی با اکرام به واسطه تقوا (آن اکرم‌کم عندالله اتقیکم) -که معیار دین اسلام است- تفاوت دارد.



انتخاب و برکنار می‌شوند.

شاید مناسب باشد در اینجا ماجرای را روایت کنیم که در همین دهه‌های اخیر در مسجدالنبی رخ داده است. آقای هاشمی رفسنجانی در خاطراتش از سفر به عربستان سعودی می‌گوید:

«آن ماجرا، تلخ و دارای عاقبت شیرینی بود. ما آن روز با خستگی زیاد ناشی از سفر، خودمان را به نماز جمعه رساندیم و انگیزه‌ای به جز کمک به وحدت و نزدیکی نداشتیم. طبق معمول برای استماع خطبه‌ها نشستیم؛ ولی خطیب جمعه در خلال صحبت‌هایش حرف‌های نادرستی زد. در کنار من، یکی از وزرای کابینه عربستان نشسته بود. من به ایشان که معمولاً با من همراهی می‌کرد، گفتم: با توجه به حرف‌های این آقا، ما دیگر نمی‌توانیم پشت سر ایشان نماز بخوانیم. وزیر مربوطه هم جواب داد: من توجیهی برای این کار نمی‌بینم. من شک داشتم که آیا خطیب مزبور اصلاً متوجه ورود من شد یا نه؟ چون مسجد مملو از جمعیت بود و جایی را برای ما از قبل خالی نگه داشته بودند، برخاستیم و به اتاقی که متعلق به حرم بود و برای استراحت ما در نظر گرفته بودند، رفتیم و نماز خودمان را در جمع ایرانیان و عرب‌هایی که همراه ما به اتاق آمدند، خواندیم. من دیگر کلمه‌ای در این باب به زبان نیاوردم. بعد یکی از آقایان اهل علم که در شمار متولیان حرم بود، نزد من آمد و گفت: ایشان عادتش این است و بدون در نظر گرفتن سیاست دولت به نحو خودسرانه‌ای حرف می‌زند. شما به دل نگیرید و مطمئن باشید این کار را بی‌جواب نخواهیم گذاشت. به هتل که رفتیم، آقای امیر عبدالله تلفنی با من تماس گرفت و به نحو مؤکدی اظهار تأسف کرد و سخنان خطیب جمعه را يك خودسری آشکار و اهانت به مقامات سعودی خواند. من

سعی کردم عصبانیت ولیعهد عربستان را کاهش دهم. گفتم: ما حالت های علما و روحانیت را بیشتر از شما می شناسیم و می دانیم که در میان آنان از این اتفاقات می افتد! ایشان دوباره تأکید کرد که شما بعداً شاهد خواهید بود که ما تحمل نخواهیم کرد که میهمانمان مورد اهانت قرار گیرند و خلاف سیاستمان عمل شود. واقعاً هم به این قولشان وفا کردند؛ با آنکه ما از آن ها نخواسته بودیم که این قضیه را دنبال کنند.»^۱

حذیفی، امام جماعت مسجد النبی به سبب این ماجرا، برکنار و چند سال از مدینه تبعید شد. البته حاکم سعودی، در این مورد به طور خاص، تصمیم صحیحی را اتخاذ و امام جماعت هتاک و هابی را برکنار کرد. باید توجه داشت که سخنان این امام جماعت علیه ایران و شیعه، از روی استقلال یا به درخواست مردم و نمازگزاران نبوده است؛ بلکه در واقع، این سخنان را نظام سلسله مراتبی شرعی و هابیت بر او القا می کند که تحت سیطره حاکمان سعودی است.

غرض از ذکر این خاطره، آن است که بدانیم در این کشور، کلیه مناصب شرعی تحت نظر حکومت تعیین می شود و مدیران مساجد باید مطابق با خواست حکومت رفتار کنند. طبعاً نظام تأمین مالی مسجد نیز کاملاً حکومتی است و مسائلی اعم از دستمزد امام جماعت و کارکنان مسجد و شیوه هزینه کرد اموال مسجد دقیقاً از جانب حکومت مرکزی القا می شود. آنچه در این جامعه به شدت آسیب می بیند، مسئله مردمی بودن در همه شئون از جمله شأن اقتصادی مساجد است. در مجامع دینی مسیحیت و یهودیت نیز وضعیت به همین منوال است. «جوامع روحانی، چه مسلمان، چه مسیحی، چه یهودی در غیر شیعه، مجامعی هستند



که با مردم سر و کار دارند؛ اما روحانی در آنجا، با پیش‌نماز مسجد ما در اینجا، از زمین تا آسمان تفاوت دارد. او یک فردی است وابسته به یک تشکیلاتی که از ملحقات دولت و سلطه حاکم بر آن کشور است یا سلطه‌ای شبیه سلطه روحانیت مثل مسیحی‌ها، که مثلاً کاتولیک‌هایشان به یک جای دیگر وابسته‌اند، پروتستان‌ها به یک جای دیگر وابسته‌اند و فرقه‌های مختلفشان هرکدام به مراکز قدرت وابسته‌اند و نصب و عزل می‌شوند؛ اما روحانیت شیعه این‌طور نیست؛ روحانی شیعه فقط متصل به مردم و برای مردم و در شئون روحانی در خدمت مردم است.^۱

نگاهی به فرض دوم یعنی استیلا در مسجد نیز نشانگر این امر خواهد بود که اگر ماهیت استیلا در درون مسجدی حاکمیت پیدا کند؛ آن‌گاه طبقات در مسجد اهمیت پیدا خواهند کرد و هر یک آداب و حریمهای خاص خود را خواهند داشت. طبقه‌ای که خود را امام یا شورای مسجد یا هیأت امناء یا مدیر می‌دانند برای خود نقشی تعریف می‌کنند که آن‌ها را از طبقه نمازگزار و طبقه خادم جدا می‌کند. عده‌ای خود را تصمیمگیر و بینیز از رأی طبقات پایینتر می‌دانند و طبقات پایینتر برای خویش، نقشی در امور مسجد به‌ویژه امور اقتصادی قائل نخواهند بود.

از طرف دیگر افرادی که جریانهای قدرت را در درون مسجد، در اختیار دارند، از این فرصت برای تقویت پایگاه خود و عدم توزیع قدرت استفاده خواهند کرد. پاسخگویی نسبت به عملکرد در این صورت وجود نخواهد داشت و میزان مشارکت مردم بی‌اهمیت خواهد بود. در این شیوه پر بودن و خالی بودن مسجد از نمازگزار تنها در شرایطی اهمیت دارد که بتواند بر قدرت اجتماعی مدیران و گسترش حوزه کنش اقتصادی آن‌ها اثربخش

۱. مقام معظم رهبری، ۱۳۸۵/۸/۱۷.

باشد.

بر این اساس مسجد در جامعه استیلا یا تحت قیمومیت نهادهای حاکمیتی است یا تحت نگاه قیم‌آب عناصر درونی قدرت که عموماً هیأت امناء یا حتی امام جماعت مسجد است. در این جامعه، تمامی عناصری که به منزله تبلور شأنیت نمازگزاران و مردم در مسجد است، مورد تضعیف قرار خواهند گرفت؛ از جمله آن‌ها میتوان به جایگاه امامت اشاره کرد. در جامعه استیلا، طبقات برتر داخل و خارج از مسجد، خود را در قبال شریعت و احکام، مافوق بقیه می‌دانند؛ به همین جهت اموری مانند خرید و فروش بهشت و جهنم بسته به میزان تقرب به طبقه قدرتمند معنی پیدا خواهد کرد. این طبقه، خود را خادم مردم در مسیر بندگی آن‌ها نمی‌دانند؛ بلکه قیم و کفیل مردم در مسیر رساندن آن‌ها به بهشت می‌دانند. همچنین در این جامعه هر امری که قدرت حاکمیت را متزلزل سازد، مطرود خواهد بود. این امر، شاخصهای اداره مسجد را تحت الشعاع قرار میدهد و به‌ویژه در مسئله مردمی شدن اداره مسجد از مسائل مالی گرفته تا کنشهای اجتماعی و انتخاب امام، تأثیر خواهد داشت. نوع تعامل بنی‌امیه با مساجد در دوران صدر اسلام را میتوان یکی از این موارد دانست تا بدانجا که خلفای اموی برای حفظ جان خود، به بدعتهای جدیدی مانند ساخت جان‌پناه اختصاصی در مساجد اقدام کردند.^۱ این امر بارها از سوی اهل بیت (علیهم السلام) بدعت و حرام شمرده شد.



مسجد در جامعه بازار

از منظر جامعه‌شناختی، نوع دوم جامعه، «جامعه بازار» است. در این جامعه، انسانها از حیث مشارکت در کنشهای اقتصادی اجازه دارند، بسته به سطح توانمندی مالی و اقتصادی، وارد مبادله شوند. اصل اساسی در حیات اجتماعی جامعه بازار، برآورده ساختن انتفاع شخصی حداکثری است.^۱ بازار در این جامعه بستر اساسی برای کسب منفعت از مجرای مبادله را فراهم می‌سازد. در این جامعه، معنای بازار از مکانی برای مبادله، به شیوه و سبکی برای زندگی اجتماعی، توسعه پیدا می‌کند.

در جامعه بازار، تعاملها و تبادلهای حول «کالا»^۲ شکل می‌گیرد و افراد جامعه، یکی از نقشهای عرضه‌کننده یا تقاضاکننده را در قبال آن کالا بر عهده می‌گیرند. ادعای بازار این است که نهایتاً همگی از ورود به این فرایند منتفع میشوند. جامعه مدرن، بازاری‌ترین جامعه در طول تاریخ است. ازاین‌رو تحلیل اندیشه اجتماعی این جامعه و وقایع آن میتواند نقش مهمی در درک ما از جامعه بازار ایفا کند.

در نگاه اقتصاد مدرن، سپردن چرخه تولید و توزیع اقتصاد به انگیزه‌ها و منافع شخصی، بنیادی‌ترین اندیشه پیشرفت اجتماعی است. در یک بستر اقتصادی آزاد و رقابتی، دو گروه بازیگر وجود دارد که یکی مصرف کننده و دیگری تولید کننده است.

ویژگی اصلی مصرف کننده آن است که به صورت طبیعی، دنبال

۱. این در حالی است که در جامعه استیلا، اصل اساسی، استخدام بود و انسان‌ها بسته به

جایگاهشان در نظام سلسله‌مراتبی می‌توانستند بر مقدرات جامعه مآدون حاکمیت کنند.

۲. کالا در واقع ترجمه‌ای برای good و good در جامعه بازار به معنای هر امر (اعم از شیء،

خدمت و ...) است که قابلیت مبادله و دادوستد پیدا می‌کند. معادل لاتین دقیق‌تر و فنی‌تر این

امر، کومادیتی (commodity) است.

حداکثرکردن^۱ بهره‌مندی (مطلوبیت)^۲ خود است. این رفتار باعث شکل‌گیری تابع تقاضای وی در بازار می‌شود.

عرضه‌کننده نیز فردی است که در پی نفع شخصی خویش، دنبال حداکثرسازی سود^۳ خود است. این رفتار باعث شکل‌گیری تابع عرضه می‌شود. سپس جمع توابع عرضه و تقاضای فردی، تابع عرضه کل و تابع تقاضای کل را ایجاد می‌کند که تلاقی این تقاضا و عرضه کل در بستری به نام بازار، مقدار و قیمت محصول را در اقتصاد، تعیین می‌کند.

قیمت و مقداری که از رفتار آزادانه و اختیاری بازیگران اقتصادی به دست آمده است، بهینه‌ترین مقدار تولید و به تبع، بیشترین سطح رفاه اقتصاد را فراهم می‌کند و تغییر در قیمت یا مقدار، باعث می‌شود رفاه عده‌ای از تولیدکنندگان یا مصرف‌کنندگان کاهش یابد و در نتیجه رفاه جامعه کاهش یابد.

به بیان دیگر ادعا می‌شود که بر اساس این مکانیسم، قیمت و مقدار محصول در یک اقتصاد به گونهای شکل می‌گیرد که مانع از اتلاف منابع تولید در اقتصاد می‌شود.^۴ هرچند عملکرد صحیح مکانیسم بازار

۱. maximization.

۲. utility.

۳. profit.

۴. عبدالملکی، اقتصاد مقاومتی درآمدی بر مبانی سیاست‌ها و برنامه عمل، ص ۸۳-۸۱.



آزاد دارای فروزی تخیلی مانند رقابتی بودن^۱ و وجود اطلاعات کامل^۲

۱. رقابتی بودن بدین معنا است که تعداد تولیدکنندگان و عرضه کنندگان بسیار زیاد و بی‌نهایت باشد؛ به حدی که امکان تبانی در یک سمت بازار (عرضه یا تقاضا) وجود نداشته باشد؛ اما در واقعیت در هیچ بازاری تعداد تولیدکنندگان بی‌نهایت نیست و حتی در بسیاری از بازارها انحصار وجود دارد یا انحصار کامل به معنای اینکه یک تولید کننده یا عرضه کننده وجود دارد و یا انحصار ناقص به معنای اینکه تعداد معدودی تولید کننده یا عرضه کننده در بازار وجود دارد و امکان تبانی و هماهنگی میان آن‌ها به وجود می‌آید. در شرایطی که انحصار وجود دارد، به راحتی می‌شود اثبات کرد که آزاد گذاشتن بازار به معنای آزاد گذاشتن دست انحصارگر است، به این معنا که هر کاری بخواهد می‌تواند انجام دهد و به هر قیمت که بخواهد می‌فروشد که به شدت باعث لطمه خوردن به رفاه کل اقتصاد خواهد شد. انحصارگر طبق اصل انسان شناختی، دنبال حداکثرسازی سود خویش است و چون تعداد تولیدکنندگان محدود است، دیگر نیازی به رقابت نیست؛ اینجاست که سعی خواهند کرد محصولانشان را به بالاترین قیمت بفروشند و برای اینکه بتوانند قیمت را بالا ببرند، حتی تا آنجا پیش خواهند رفت که بخشی از منابع و بخشی از محصول را نابود کنند؛ برای نمونه، می‌توان به مسئله به دریا ریختن گندم کشاورزان در آمریکا، در سال‌های ۱۹۶۲ - ۱۹۶۷ اشاره کرد که به منظور بالا رفتن قیمت گندم و کسب سود بیشتر از این عرصه اتفاق افتاد. در شرایط انحصار، اگر یک انحصارگر، دو برج مسکونی ساخته باشد، گاهی برای اینکه سود خودش را حداکثر کند، ممکن است یکی از این دو برج را خراب کند و کلاً از بین ببرد و با اینکه از ابتدا با اینکه می‌توانسته دو برج درست کند، یک برج را می‌سازد؛ زیرا وجود دو برج باعث کاهش قیمت محصول خواهد شد. در شرایط انحصاری قیمت در حداکثر خودش خواهد بود و مقدار تولید کالا کم بوده، بخش زیادی از منابع اقتصاد نابود خواهد شد و رفاه کل اقتصاد در حد پایینی قرار خواهد داشت.

۲. وجود اطلاعات کامل بدین معنی است که تمامی اطلاعاتی که عرضه‌کننده از کالای خود دارد، در اختیار تقاضاکننده نیز وجود داشته باشد و سطح اطلاعات طرفین مبادله در یک سطح باشد. قیمتی که در این شرایط، مبادله در آن واقع می‌شود، همان قیمت بازار آزاد است؛ اما در واقعیت هیچ محصولی وجود ندارد که همه تقاضاکنندگان از همه ویژگیهای کالا باخبر باشند؛ مگر اینکه با وجود فضای مجازی و سایت‌های عرضه کننده، اطلاعات قیمتی بیشتری در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌گیرد که البته اولاً: تعداد بسیار کمی از محصولات را شامل می‌شود و ثانیاً: محصولات موجود در بازار، همگن نیستند و برای یک محصول، کالاهای بسیار زیادی با کیفیتهای مختلف

است که به علت محقق نشدن این فروض در عالم واقع، توصیه به آزادسازی اقتصادی، اخذ نتایج فوق را با خدشه مواجه میسازد؛ اما همچنان ادعا می‌شود هرگونه دخالت دستوری که به ایجاد محدودیت برای آزادی اقتصادی عرضه‌کنندگان یا تقاضا کنندگان منجر شود، به کاهش رفاه جامعه منجر می‌شود؛ چون مصرف منابع را از حالت بهینه خارج می‌سازد؛ ازاین‌رو جامعه بازار خود را معارض با جامعه استیلا معرفی می‌کند و حضور هرگونه قدرت فرابازاری را مختل‌کننده مسیر پیشرفت و حرکت معرفی می‌کند.

مفهوم دست‌نامرئی که آدام اسمیت در قرن هجدهم میلادی مطرح کرده است، به همین امر اشاره دارد. در این رویکرد، چون عرضه و تقاضا متضمن تمامی تمایلات و نیازهای مصرف‌کننده و تولیدکننده است، پس خروجی بازار (محل به هم رسیدن عرضه و تقاضای یک کالا) دربردارنده بهینه‌ترین مقدار منفعت (رشد اقتصادی) برای جامعه خواهد بود. در این رویکرد اگر یک کالا، کارایی لازم برای اقتصاد و تولید جامعه را داشته باشد، حتماً متقاضی بیشتری خواهد داشت و در این صورت حتماً قیمت‌گذاری بالاتری خواهد داشت و از سوی دیگر عدم جذب منابع مالی به وسیله این کالا یا نهاد می‌تواند این برداشت را ایجاد کند که این نهاد، کارایی لازم را برای «رشد اقتصادی جامعه» ندارد.

به همین دلیل در منطق جامعه بازار یا به طور دقیق‌تر، نظام سرمایه‌داری، توصیه می‌شود که اجازه دهید همه عوامل اقتصادی دنبال منافع شخصی و فردی خودشان، هر کاری که می‌خواهند انجام دهند؛ زیرا



این لیبرالیسم اقتصادی در نهایت باعث خواهد شد که رفاه همه حداکثر شود؛ زیرا نافع‌ترین کالاها با استقبال مواجه میشوند و غیرنافع‌ترین کالاها، مطرود خواهند شد.

اما در اینجا نکته کلیدی آن است که لازمه فرایند ذکر شده، دو اتفاق مهم است. اتفاق اول، کالایی‌سازی^۱ امور و پدیده‌ها است؛ بدین معنی که امور و مفاهیم به منظور ورود به بازار و به تبع آن ارزش‌گذاری بازاری، لازم است در کسوت یک کالای قابل خرید و فروش ظاهر شوند که از آن به کالایی‌سازی تعبیر می‌شود.

اتفاق دوم، پذیرفتن ارزش‌گذاری قیمتی و به تبع آن پولی‌سازی^۲ روابط است؛ زیرا آزادسازی، بازاری‌سازی و استقلال مالی که همگی متأثر از ادعای کارا بودن مکانیسم عرضه و تقاضا است، ارزش‌گذاری قیمتی را بهترین سیگنال برای نشان دادن کارایی یک کالا یا پدیده می‌داند.

اقتصاد متعارف، بسیاری از امور و پدیده‌هایی را که در طول تاریخ، کالا نبودند و خرید و فروش نمی‌شدند، به کالا تبدیل کرده است. علم، دانش، تربیت و امنیت از جمله این موارد است. در آثار انتقادی فلاسفه اقتصاد، به شدت از بازاری‌سازی یا کالایی‌سازی پدیده‌ها انتقاد شده است که می‌توان به آثار افرادی چون دبرا سترز^۳ (۲۰۱۲)، روت گرانت^۴ (۲۰۱۲)، میشل سندل^۵ (۲۰۱۲)، رابرت و ادوارد سیدلسکی^۶ (۲۰۱۳)، مارگارت جین

۱. commodification.

۲. monitorization.

۳. Debra Satz.

۴. Ruth Grant.

۵. Michael Sandel.

۶. Robert and Edward Skidelsky.

رادین^۱ (۱۹۹۷ و ۲۰۰۰)، بنجامین باربر^۲ (۲۰۰۸) و جورج ریتزر^۳ (۲۰۱۲) اشاره کرد.

سندل در کتاب معروفش تحت عنوان «با پول چه چیزهایی را نمی‌توان خرید» این‌گونه شروع می‌کند: «بازاری کردن چیزهای خوب زندگی ممکن است مایه فساد آن‌ها شود. به این خاطر که بازار، فقط کالا را پخش نمی‌کند، بلکه نوع نگاه به کالا را هم نشان می‌دهد و ترویج می‌کند. پولی کردن «کتاب‌خوانی» و پول دادن به بچه برای اینکه کتاب بخواند ممکن است او را کتاب‌خوان‌تر کند؛ ولی در ضمن به او یاد می‌دهد که کتاب خواندن را مثل تکلیف درسی، کاری زورکی ببیند، نه کاری ذاتاً لذت‌بخش. به مزایده گذاشتن صندلی‌های سال اول دانشگاه ممکن است به بودجه دانشگاه کمک کند؛ اما شرافت دانشگاه و ارزش مدرکش را زیر سؤال می‌برد. استخدام مزدوران خارجی برای جنگیدن به جای هم‌وطنان ما ممکن است جان شهروندان ما را حفظ کند؛ ولی معنی شهروندی را خراب می‌کند.»

وی در ادامه می‌نویسد: «بسیاری از اقتصاددان‌ها گمان می‌کنند بازار به خودی خود خنثی است و تأثیری بر کالایی که مبادله می‌کند نمی‌گذارد؛ اما این‌طور نیست. بازار اثرش را می‌گذارد. ارزش‌های بازار گاهی ارزش‌های دیگری را که باید حفظ کنیم، از میدان به در می‌کنند. وقتی ما نتیجه می‌گیریم چیزی را می‌شود خرید و فروش کرد، در واقع تلویحاً نتیجه گرفته‌ایم که می‌شود با آن مثل کالا، وسیله‌ای برای سود بردن و استفاده کردن، برخورد کرد.

۱. Margaret Jane Radin .

۲. Benjamin Barber.

۳. George Ritzer.

مثال واضحش انسان است [که در محیط بازار خرید و فروش می‌شود. انسان‌هایی همچون بازیکنان فوتبال که در بازار قرار می‌گیرند و خرید و فروش می‌شوند و به آن‌ها حرفه‌ای هم گفته می‌شود]. با این نگاه نمی‌شود انسان را درست ارزشیابی کرد، موجودی که کرامت و حرمت دارد و وسیله سودجویی و بهره‌کشی نیست. برخی از امور هستند که نباید آن‌ها را پولی و کالایی کرد و برایشان بازار تشکیل داد؛ مانند مدرک دانشگاهی، کرسی قضاوت در دادگاه و همه آنچه دارای بار ارزشی و فرهنگی برای جامعه است؛ مانند کتابخوان بودن و مورد اعتماد بودن. در اینجا میتوان عذرخواهی و تبریک‌گویی پولی را مثال زد. اگر شخص «الف» برای عذرخواهی یا تبریک به فرد «ب» به شخص سومی پولی بدهد تا این کار را از طرف او انجام دهد، آیا شخص «ب» این عذرخواهی یا تبریک را می‌پذیرد و برایش دلنشین خواهد بود؟ این مثال‌ها نکته‌ای کلی را نشان می‌دهند. بعضی چیزهای خوب زندگی ما اگر صورت کالا پیدا کنند، فاسد می‌شوند و ارزششان را از دست می‌دهند.^۱

این رویکرد دنیای مدرن، دین و پدیده‌های دینی را نیز مورد تهاجم قرار داده است. در نگاه جامعه بازار، مسجد نیز همانند سایر نهادهای اجتماعی در پرتو نیروهای عرضه و تقاضای بازاری تعریف می‌شود و کنش‌های اجتماعی و حتی عبادی مسجد در بازار معنا پیدا می‌کند. مسجد، محلی است که در آن گونه‌ای از سرمایه که از آن به سرمایه معنوی یا روحی^۲ تعبیر می‌شود، عرضه و تقاضا می‌شود. بنابراین، تقاضاکنندگان و عرضه‌کنندگانی دارد. تقاضاکنندگان در آن حضور می‌یابند و نیازهایشان را مرتفع می‌سازند. این نیاز از هر نوعی که باشد، اهمیت ندارد؛ نیاز

۱. سنځل، ۱۳۹۳، ص ۶ و ۷.

۲. Spiritual Capital.

به رابطه با پروردگار یکتا یا نیاز به کسب آرامش موقت و زودگذر از خستگی فعالیت اقتصادی یا نیاز به گذراندن اوقات در دوران تنهایی. از طرفی دیگر، عرضه‌کنندگان نیز ارکان مسجد اعم از امام، هیئت امناء و مکان مسجدند که می‌توانند به تقویت معنویت نمازگزاران کمک کنند. از سوی دیگر، مسجد و ارکان آن در مواردی نیز خود تقاضاکننده به شمار می‌روند؛ مانند هنگامی که لازم است مسجد توسعه یابد یا نیازهای روزمره‌اش را تأمین کند. در اینجا مسجد تقاضاکننده مصالح ساختمانی، فرش، بلندگو، برق، خدمات نظافتی و خدمات فرهنگی است. طبعاً این خدمات نیز لازم است در فضای بازار تأمین شوند و هزینه این نیازمندی‌ها نیز طبعاً از افرادی دریافت می‌شود که از مسجد، خدمات عبادی دریافت می‌کنند. همان‌گونه که در این تحلیل دیده شد، عموم کنش‌های مسجد در رابطه کالایی‌سازی قرار گرفتند.

بگذارید ملموس‌تر بیان کنیم. فردی را در نظر بگیرید که برای نماز به مسجد می‌رود. در نگاه جامعه بازار، کارکردی که مسجد برای این فرد دارد، هم‌سنگ گونه‌های مختلف مدیریت‌ش، ورزش‌های روحی، تفریح و سرگرمی‌های آرامش‌بخش است؛ از این‌رو همان‌گونه که فرد در محیط باشگاه یوگا، پارک شهر و ورودی جنگل‌ها هزینه‌ای را پرداخت می‌کند تا از خدمات محیطی آن نهادها استفاده کند، لازم است در اینجا نیز برای بهره‌بردن از خدمات معنوی، هزینه‌ای را پرداخت کند.

همین پرداخت‌هاست که اولاً: هزینه‌های روزمره مسجد را فراهم می‌کند و ثانیاً: برای دستمزد خادم، هیئت امناء، امام جماعت، مراسم و... صرف می‌شود؛ از این‌رو هر چه مساجد بیشتر در بستر زندگی بازاری قرار بگیرند، انتظار مدیرانشان از نمازگزاران برای تأمین مخارج آنجا بیشتر



می‌شود و دائماً از آن‌ها می‌خواهند که به هر دلیلی، پول پرداخت کنند. اگر چه موانع فقهی موجود موجهی می‌شود که آن‌ها بر این کمک خواستن، عنوان تبرعی بودن را حفظ کنند؛ اما شدت انتظار، این پرداخت را به لحاظ اجتماعی به امری لازم تبدیل می‌کند.

از دیگر سو، مسجد منابعی دارد که باید این منابع را به کارایی برساند؛ منابعی چون زمین، زیرزمین، پشت‌بام، نیروی انسانی و... بهترین راه برای به کارایی رساندن این منابع در جامعه بازار، طبعاً بازاری کردن آن‌ها و استفاده از این منابع برای کسب سود و درآمد است؛ از این رو مساجد در این رویکرد، با تبدیل زیرزمین خود به سالن همایش‌ها یا آشپزخانه و رستوران، یا با تبدیل بخشی از ساختمان خود به مغازه، پاساژ، مرکز درمانی انتفاعی و... از آن درآمد کسب می‌کنند.

توصیه‌های اقتصاددانان نئوکلاسیک موجب شده است که بسیاری از مساجد در دهه‌های اخیر، بهترین کارکرد را برای منابع خود، درآمدزا کردن آن‌ها از مجرای بازاری‌سازی امکانات بدانند و در این امر از یکدیگر پیشی‌گیرند. حال آنکه الگوهای مطلوب درآمدزایی مساجد، لزوماً الگوهای بازاری نیستند. تبدیل مسجد به یکی از نهادهای جامعه بازار، این مکان را به محل داد و ستد تبدیل می‌کند و نمازگزار را از یک مسلم مطیع متقرب، رفته‌رفته به فردی بدل می‌کند که در عبادات خود نیز دنبال رابطه یک‌به‌یک مبادله‌ای مادی است. فردی که تصور می‌کند می‌تواند در این فضای داد و ستد بازاری، مسائل زندگی مادی خود را یکی پس از دیگری و در رابطه‌ای یک‌به‌یک با هر کدام از عبادات خود برطرف کند.^۱

۱. امام علی (ع) فرمودند: «إِنَّ قَوْمًا عِبَدُوا اللَّهَ رَغْبَةً فَبَلَكَ عِبَادَةُ التُّجَّارِ، وَإِنَّ قَوْمًا عِبَدُوا اللَّهَ رَهْبَةً

مثلاً اینکه فردی انتظار دارد با پرداخت صدقه، همان روز یا به سرعت به میزان ده برابر از اموال به او بازگردانده شود و دائماً به این سمت، سوق داده شود که رفته رفته صدقه را صرفاً یک امر تاجرانه می‌پندارد.^۱ پیش از این، این اقتباس از جامعه بازار، به گونه‌ای دیگر و به طور جدی‌تر در کلیسای مسیحی رخ داده است؛ یعنی در جایی که توبه به امری بازاری تبدیل شد:

«از آنجا که انجام توبه‌های قانونی و کفاره‌های مشخص شده از سوی کلیسا معمولاً دشوار و طاقت‌فرسا بود و کمتر کسی از عهده انجام آن برمی‌آمد، لذا کلیسا در جستجوی راه‌هایی برای امیدوار کردن مؤمنان، کارهای سبک‌تری چون دعا‌های خاص، روزه‌های محدود و صدقات،

فَتِلْكَ عِبَادَةُ الْعَبِيد، وَإِنْ قَوْمًا عَبَدُوا اللَّهَ شُكْرًا فَتِلْكَ عِبَادَةُ الْأَخْرَارِ؛ گروهی خدا را از روی رغبت و میل (به بهشت) پرستش کردند، این عبادت تاجران است و عده‌ای از روی ترس، او را پرستیدند و این عبادت بردگان است و جمعی دیگر خدا را برای شکر نعمت‌ها (و اینکه شایسته عبادت است) پرستیدند. این عبادت آزادگان است.» (نهج البلاغه، حکمت ۲۳۷).

برخی به استناد به این فرمایش امیرالمؤمنین و روایات مشابه، گونه‌ای از استظهار از روایت را تبیین می‌کنند که مؤید عبادت بازاری باشد؛ زیرا در روایت بر همین رفتار تاجرانه نیز عنوان عبادت اطلاق شده است؛ اما در این زمینه، لازم است به نکاتی توجه شود. آیا اینکه قومی خداوند را تاجرانه عبادت می‌کنند، این مجوز را صادر می‌کند که روابط اساسی یک نهاد عبادی مبتنی بر رفتار تاجرانه بنا شود؟ از سوی دیگر، آیا مراد از تجارت در روایت فوق، همین تجارت مادی و دادوستدهای مالی و پولی است یا اینکه افرادی که تاجرانه عبادت می‌کنند، در ازای تلاش‌های عبادی خود، از خداوند طلب مغفرت می‌کنند؟ صرف دیدن واژه تجار در روایت فوق را نمی‌توان مؤید رفتار بازاری در سبک نهادهای زندگی مدرن دانست.

۱. این بیان، نافی عشر امثالها نیست؛ زیرا این تشویق خداوند به رابطه ده‌برابری لزوماً ارتباط مادی نیست و تابع مراتب متعددی است که آن را از حالت قابل پیش‌بینی بودن - که از شاخصه‌های یک مبادله مالی است - خارج می‌کند. به علاوه، این رابطه با فرض مبادله‌ای و مادی بودن، شاکله اساسی زندگی دینی را تشکیل نمی‌دهد؛ در حالی که در جامعه بازار، اساس بر مبادله پولی و مالی یک‌به‌یک و قابل محاسبه و قابل پیش‌بینی است.



جایگزین آن توبه‌های قانونی شد. همین باعث رواج این اندیشه در میان مردم شد که با وقف یک کلیسا یا پرداخت صدقه و اعانه می‌توان از عذاب برزخ رهید. کم‌کم کشیشان می‌کوشیدند با اعطای آموزش‌نامه‌های محدود^۱ و تام^۲ کمک‌های بیشتری را برای ساخت و توسعه کلیساها جلب کنند. از سوی دیگر، تلاش مسیحیان و مخصوصاً گروه‌های مذهبی، جلب آموزش‌نامه‌های بیشتر و نامحدودتر بود تا بتوانند موقعیت خود را در جامعه مستحکم‌تر کنند. همین مسئله، انگیزه و زمینه لازم را برای ظهور کسانی فراهم کرد که با جعل اسناد دروغین دست به فروش آموزش‌نامه‌ها می‌زدند و چنین وانمود می‌کردند که در ازای دریافت مبلغی نه‌چندان بسیار، نجات انسان‌ها را از عذاب‌های دنیوی و اخروی ضمانت می‌کنند. از آنجا که در دادگاه‌های آن زمان تبدیل مجازات‌های کیفری به جریمه‌های نقدی، امری معمول بود، به‌زودی رسم پرداخت نقدی کفاره به جای انجام اعمال و عبادات زاهدانه کاملاً رایج شد.^۳

به قول یکی از ظریفان: «پاپ‌ها، امکانات مالی برزخ را کشف کرده بودند.»^۴

این‌چنین بود که از قرن دهم به بعد، فروش آموزش‌نامه، عملی موجه و مشروع بود و از قرن دوازدهم به بعد، امری کاملاً رایج و شایع شد. در این زمان، آموزش‌نامه‌ها دو گونه بودند: محدود و تام. آموزش‌نامه تام، آموزش‌نامه‌ای بود که به طور مطلق وعده‌رهایی از همه عقوبت‌های موقتی را به شخص متقاضی می‌داد؛ اما آموزش‌نامه‌های محدود که مقید به زمان خاصی بودند، شخص را از انجام چند روز، ماه یا سال توبه^۵

۱. partial.

۲. plenary.

۳. دورانت، ۱۳۶۸، ص ۲۷ به نقل از: طباطبایی، ۱۳۹۳.

۴. جوویر، ۱۳۸۱، ص ۱۸۷، به نقل از: طباطبایی، ۱۳۹۳.

قانونی بی‌نیاز می‌کردند.»^۱

به دلیل حراست و حفاظت علمای شیعه از مساجد شیعی و به برکت احکام ناب شریعت اسلام، مساجد شیعه هیچ‌گاه دچار چنین انحرافات فاحشی نمی‌شوند؛ اما اقتباسات بازاری، گاه مساجد شیعی را نیز تا حدی تهدید کرده است.

این اقتباسات، مصائبی را برای مسجد پدید می‌آورد. در این رویکرد اگر مراد از حضور در مسجد، کسب آرامش‌های مادی یا رسیدن به رفاه اقتصادی تلقی شود، ممکن است نمازگزار با مقایسهٔ نهادهای مختلف در زندگی مدرن دریابد که می‌تواند این آرامش یا رفاه اقتصادی را در نهادهای دیگر جست‌وجو کند؛ چه بسا حضور در آن نهاد، اولاً؛ محدودیت‌های اجتماعی کمتری را برایش دنبال داشته باشد و ثانیاً؛ بتواند ارزان‌تر و با تلاش کمتری به این نتایج دست یابد. نگاه بازاری، انسان مؤمن را به نادرست به منزله انسان بازار معرفی می‌کند و نمازگزار را در جامعه به منزله فردی معرفی می‌کند که برای رفع نیازهای مادی خود در مسجد حاضر می‌شود. مسجد نیز در جامعه بازار، یک بنگاه معرفی می‌شود که در پی فروش خدمات خود است؛ از این رو سبک تعامل مردم و مسجد از سبک تعامل مؤمن و عابد با بیت‌الله به سطح تعامل مشتری و بنگاه تنزل می‌یابد و جذابیت مسجد را صرفاً بازاری می‌کند. در چنین حالتی، تعلق انسان‌ها به مسجد کمرنگ می‌شود و مساجد رفته‌رفته خلوت‌تر می‌شوند؛ زیرا به نادرست، جذابیت‌های اصیل مسجد را با جذابیت‌های بازاری جایگزین کرده‌ایم که مسجد در آن‌ها مزیت چندانی ندارد. در این قهقرا، بعضاً متولیان مساجد به جای اصلاح رویکرد اساسی خود، مسجد را



بازاری‌تر می‌کنند تا شلوغ‌تر شود؛ از این رو بازار به درون مسجد راه می‌یابد تا کسانی که به بازار می‌روند، احیاناً در زمان نماز نیز نماز خود را در مسجد بخوانند تا هزینه‌های مسجد تأمین شود. اگر در این فرایند توفیق حاصل نشود، مساجد رفته‌رفته خلوت‌تر می‌شوند و به حالت تعطیل در می‌آیند؛ زیرا در این صورت، کالای مسجد، «منفعت» لازم را برای اجتماع نداشته است؛ از این رو ارزش این کالا برای تقاضاکنندگان، کمتر از ارزشی است که عرضه‌کنندگان برایش قائل بودند! وقتی همه ارکان تصمیم‌گیری به بازار سپرده می‌شود، دیگر کسی حق ندارد دنبال ایجاد هزینه اضافی برای جامعه باشد؛ بدین معنی که کالای بدون خواهان و مطرود را احیاء کند؛ برای مثال، زمانی که کتاب و فرهنگ کتاب‌خوانی در مردم یک جامعه کم‌رنگ می‌شود، در نگاه جامعه بازار میتوان این‌گونه برداشت کرد که این انتخاب مردم بوده است و نباید برای افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی هزینه کرد؛ برای مثال دادن یارانه به انتشارات و هرگونه فعالیت فرهنگساز در این حوزه مانند برگزاری نمایشگاه کتاب، پخش برنامه‌های انگیزشی کتاب‌خوانی از صدا و سیما باید از جانب کسانی تأمین مالی شود که از این امر، انتفاع اقتصادی می‌برند؛ مانند شرکتهای چاپ و نشر کتاب. در غیر این صورت، تشویق مردم به کتاب‌خوانی مساوی با اتلاف منابع خواهد بود؛ زیرا جامعه تصمیم دیگری گرفته است. بنابراین، در جامعه بازار از آنجایی که هرگونه تلاش غیربازاری برای احیای یک نهاد مطرود است، دولت و حاکمیت نیز حق ندارند، برای کمک به مساجد در معرض تعطیلی اقدام کنند؛ زیرا اگر این مسجد، عنصری مطلوب در جامعه بازار بود، می‌توانست مشتری‌هایش را جذب کند.

مسجد در جامعه ولایت

نوع سوم از جوامعی که بشر در آن زیست کرده است، جامعهای است که در پی دعوت انبیا و اوصیا به حیات طیبه اجتماعی پدید آمده است. جنس روابط در این جامعه نه از جنس علو و برتری جویی است، نه از جنس منفعت جویی، نه از جنس استخدام و تسخیر مردم است و نه از جنس نگاه به مردم به مثابه بنگاه و مشتری.

در این جامعه، مفاهیم دیگری حکمرانی می‌کند و نظام و شاکله زندگی بشر را شکل می‌دهد. در این جامعه، اطاعت معنا بخش است؛ اما نه از جنس معنای رابطه میان پادشاه و برده. در این جامعه، همه مردم، شأن تصمیم‌گیری و حضور دارند؛ اما نه از جنس تصمیم مصرف‌کننده و تولید کننده. مردم در این اقتصاد، مالک اقتصادند؛ اما نه از جنس مالکیت مطلق و بی‌حد و حصر پادشاهانه یا مالکیت انتفاع‌طلبانه بازاری. ابرمفاهیمی که شاکله نظام زندگی در جامعه ولایت را شکل می‌دهند، همه مفاهیم جامعه استیلا و بازار اعم از تسخیر، منفعت، استخدام و خرید و فروش را در خود هضم می‌کند و با تغییر در نسبت و تناسبات مفهومی به هر کدام از آن‌ها جایگاه می‌دهد.

جامعه ولایت بر اصول جامعه بازار و جامعه استیلا لگام می‌زند و آن‌ها را ضابطه‌مند می‌کند. بازار را در جای خود قرار می‌دهد و اجازه نمی‌دهد همه ارکان کنش‌های اجتماعی را تعریف کند؛ همان‌گونه که قدرت استخدام را محدود می‌کند و در قالب عقود بسیار محدود و با اکراه فراوان جایگاهی محدود به آن می‌دهد.^۱

۱. الإمام الصادق عليه السلام: «مَنْ أَجَرَ نَفْسَهُ فَقَدْ حَظَرَ عَلَى نَفْسِهِ الزُّقُ. وَ فِي رَوَايَةٍ أُخْرَى: وَ كَيْفَ لَا يَخْطُرُهُ، وَ مَا أَصَابَ فِيهِ فَهُوَ لِرَبِّهِ الَّذِي أَجَرَهُ؟! (حدیث الکافی) امام صادق علیه السلام: کسی که خود را



در این جامعه نسبت و تناسبات افراد به میزان تولی به حق و تقوای الهی تعیین می‌شود و با تشدید تولی، قرابت و همراهی اعضای جامعه با یکدیگر بیشتر می‌شود و جامعه را مبتنی بر خیط ولایت و خیط اخوت طراحی می‌کند؛ یعنی جامعه‌ای می‌سازد که تار آن را ارتباط با خداوند و اولیای خداوند (خیط نبوت و ولایت)^۱ و پود آن را ارتباط مؤمنان با یکدیگر (خیط اخوت) تشکیل می‌دهد. رابطه طولی و عرضی در جامعه ولایت، نه از جنس تسخیر و استخدام و نه از جنس بازار و مبادله است. جنس روابط در این جامعه بر مبنای مفاهیمی مانند اخوت، انفاق و ایثار شکل می‌گیرد. در این جامعه، تعامل افراد با دیگری به خاطر منفعت شخصی یا ترس از مافوق نیست. ارتباطات در این جامعه در نسبت با تولی به خداوند تعریف می‌شود. در این جامعه، «ولی» به واسطه نسبت تولی به خداوند است که شایستگی اطاعت پیدا می‌کند. اطاعت در این ساختار، قرار گرفتن در مسیر فیض الهی و امری، اصولاً اختیاری و در مسیر مصلحت امت است. چاشنی اطاعت در نظام ولایت، حب است و این‌گونه نیست که مردم به واسطه ترس از قدرت ولی از او اطاعت کنند. این جامعه، «جامعه امام و امت» است.

اقتصاد مسجد در جامعه ولایت نیز بر اساس شاکله‌ای طراحی می‌شود که جامعه دینی بر آن اساس شکل گرفته است. رابطه اقتصادی

اجیر [دیگری] کند، مانع روزی خود شده است. در روایتی دیگر آمده است: چگونه مانع روزی خود

نشده، حال آنکه دسترنجش از آن کارفرمایی است که او را اجیر خود کرده است؟!»
 ۱. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا»؛ (سوره نساء، آیه ۵۹)
 «ای اهل ایمان! از فرمان خدا، رسول و فرمانداران (از طرف خدا و رسول) که از خود شما هستند اطاعت کنید، پس اگر در چیزی کار به نزاع کشد، آن را به حکم خدا و رسول بازگردانید. اگر به خدا

و روز قیامت ایمان دارید، این کار برای شما بهتر و خوش‌عاقبت‌تر خواهد بود.»

میان مسجد و نمازگزار به جای مبادله و تسخیر، بر مبنای احسان، فضل، توفیق، برکت، اخوت و به طور کلی ولایت بنا شده است.

پس در این نظام، مدیر مسجد، خود را خادم نماز و نمازگزاران می‌داند چنان‌که هرکدام از نمازگزاران، همین نسبت را با نماز و سایر نمازگزاران دارند. نیازمندی‌های مسجد از قبل ایجاد ارتباط حبی و ولایی میان نمازگزاران و مسجد و امام و مدیران مسجد است که برآورده می‌شود و از قبل تراکم خدمت در مسجد، هم نیازهای خود مسجد رفع می‌شود و هم مازادهایی برای کمک به سایر اعضای اجتماع فراهم می‌شود. نظام مواسات دینی از نتایج همین تعامل مؤمنانه در محیط مساجد است. رابطه ولایت و اخوت، مزیتی است که در نهادهای دینی به طور بلامنازع وجود دارد و مردم را به خود جذب می‌کند. در این میان، نمازگزاران با توانمندی‌های متعدد و متنوع گرد هم می‌آیند. از خطاط، نقاش و معمار تا برقکار، معلم، هنرمند، فرهنگی، مدیر و... از به اشتراک گذاشتن این توانمندی‌ها در محیط مسجد، نظامی کارآمد از رفع نیاز مؤمنان و مسجد در این نهاد ایجاد می‌شود و امور مسجد را اداره می‌کند؛ اما در جامعه استیلا، مدیران ناچارند آمرانه و با پشتوانه قدرت حاکمیت، تکالیفی را بر دوش نمازگزاران بگذارند. در جامعه بازار نیز مسجد باید از فروش خدمات خود درآمد کسب کند و نیازمندی‌هایش را در بازار تأمین کند. نظام تعاون شکل گرفته در مسجد در طول تاریخ، همیشه مساجد را زنده نگه داشته و نمازگزاران را در این محیط معنوی حفظ کرده است. خطاط مسجد که یکی از نمازگزاران است، از هنر خود برای نقش‌آفرینی در محیطی استفاده می‌کند که مملو از حب و تولی است. او در مسجد نقش‌آفرین است و با کاشی‌کاری‌های مسجد زندگی می‌کند و عشق و هنرش را نثار



آن می‌کند؛ اما همین خطاط در محیط بازار که قرار می‌گیرد، به‌ندرت می‌تواند این ارتباط را با کار خود برقرار کند. نمونه‌های متعددی از این موارد را می‌توان در ساخت و مرمت اماکن متبرکه دید. حضور اقشار مختلف اجتماع در عتبات عالیات در دهه‌های اخیر، نشانی از همین ماجراست. بهترین امکانات با بهترین کیفیت و بدون هزینه یا با کمترین هزینه از سوی مؤمنان به عتبات عالیات سرازیر می‌شود و بهترین معماران، کاشی‌کاران، مهندسان و... با خدمت در این اماکن، برای زندگی خود تبرک می‌جویند. آیا می‌توان گفت که کارایی عملکرد ساخت عتبات در جامعه بازار و جامعه استیلا بیش از این است؟ چه عاملی موجب می‌شود که نیازمندی‌های عتبات عالیات به این کیفیت برآورده شود؟ پرداخت پول بیشتر از جانب تولید؟ دستوری که از جانب حکومت یا تولید به مردم داده می‌شود؟ خیر. خدمت‌رسانی در نظام ولایت، بهترین کیفیت را نتیجه می‌دهد.

جمع‌بندی

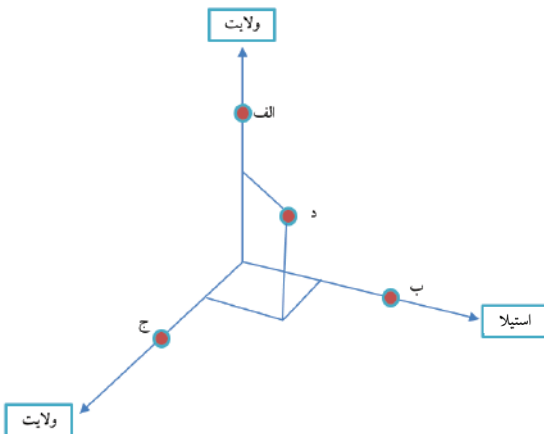
با توجه به آنچه در این فصل بیان شد، سه مبنای کنش در جوامع بشری قابل تصور است. این سه مبنا عبارت‌اند از: قدرت، منفعت و ولایت که به ترتیب شاکله سه نظام استیلا، بازار و ولایت را تشکیل می‌دهند و به اقتصاد نهادهای اجتماعی در این جوامع جهت می‌دهند. مضاف بر اینکه هر یک از این جوامع، نهادهایی اختصاصی دارند که به تقویت یا تضعیف جریان کلی این قوا می‌پردازند؛ برای مثال نهادهای پولی و مالی، عموماً برخاسته از تفکر بازاری شکل می‌گیرند و بازار را در جامعه تعمیق می‌کنند.

نهاد سلطنت یا پادشاهی در راستای جامعه استیلا تعریف می‌شود

و تفکر تسخیر و استخدام انسان‌ها را تقویت می‌کند. همچنین نهاد ولایت فقیه یا مواسات قوام‌بخش نظام ولایت است. مسجد نیز، یکی از نهادهای اساسی در جامعه ولایتمدار است که رابطه ولایت را در میان امام و امت تقویت می‌کند، اخوت را تشدید می‌کند و بستری برای عمل به فضایی چون انفاق، احسان، فضل، شکر و... فراهم می‌کند؛ اما همین کارکردهای مسجد، گاه ممکن است با قرار گرفتن در جامعه استیلا یا جامعه بازار تهدید شود. در چنین شرایطی کارکردهای اقتصادی مسجد، ممکن است به سوی جامعه استیلا یا جامعه بازار تورش پیدا کند و قوام این نهاد قوام‌بخش را با خدشه مواجه کند.

در این فصل به اختصار به مختصات این سه جامعه پرداختیم و تلاش کردیم در حد امکان، کنش‌های اقتصادی مسجد را در معرض هرکدام از سه جامعه استیلا، بازار و ولایت تحلیل کنیم.

اگر بخواهیم روابط این سه نظام اجتماعی را در قالب نمودار نشان دهیم می‌توانیم در یک فضای سه بعدی، نموداری را تصور کنیم که دارای سه محور است.



جامعه‌ای که در آن ولایت، هسته اصلی روابط است، جامعه «ولایت» خواهد شد و بر روی محور ولایت منطبق می‌شود. مبنای حرکت در این جامعه اخوت، ایثار، اطاعت و محبت می‌شود. در این نمودار، جامعه الف چنین جایگاهی دارد.

در جامعه مطلقاً استیلایی که نمونه‌ای از آن را در نقطه ب می‌توان دید، اساس همه کنش‌های اجتماعی، استیلا است و هیچ‌گونه رابطه ولایی یا رابطه بازاری دیده نمی‌شود.

جامعه‌ای که در آن تنها منفعت شخصی حضور داشته باشد، بازار محض می‌شود. جامعه ج یکی از انواع جامعه مطلقاً بازار است. انباشت، رقابت، سود مالی و حداکثرسازی مطلوبیت‌های حاصل از مصارف مادی، اساس این جامعه را تشکیل می‌دهد.

اگر اثر هریک از قوای سه‌گانه در جامعه‌ای بیشتر شود، آن جامعه به سوی جامعه هدف آن قوه سوق پیدا می‌کند؛ برای مثال هر چه ملاک حرکت جامعه و افراد جامعه بیشتر به سمت منفعت برود، آن جامعه، بازاری‌تر می‌شود.

به بیان دیگر در عالم واقع، هیچ جامعه‌ای منطبق بر یک نمودار نیست؛ زیرا چنان‌که ذکر شد در طول تاریخ، هیچ‌گاه هیچیک از این سه نوع جامعه، تحقق کامل نداشته است؛ از این رو در فضای سه بعدی درون نمودار قرار گرفته‌اند.

جامعه نمونه، آن است که هرکدام از عناصر ولایت، استیلا و بازار تا حدی در جامعه وجود دارند. مسجد از ارکانی است که می‌تواند حرکت جوامع را به سوی تقویت ولایت سوق دهد؛ منوط به آنکه با توجهی که مؤمنان و نمازگزاران دارند، مختصات جامعه ولایی را در نظام فرهنگی،

مدیریتی و اقتصادی مسجد حفظ کنند و از انحرافات نظامات غیرولایی در امان بمانند.

با توجه به این مطالب می‌توان از سه موضع عام به مسجد نگریست. مسجد یک نهاد از دل جامعه اسلامی است؛ پس این نهاد ماهیتاً به جامعه امام و امت گرایش دارد؛ یعنی موتور محرکه افراد در مسجد، اخوت و ولایت است؛ اما گاهی نهاد مسجد از مسیر و هدفش منحرف می‌شود. اگر مسجد و شاکله اصلی آن بر قدرت و سلطه بنا شود، مسجد به سمت استیلا منحرف می‌شود و اگر روابط بر اساس منفعت شخصی شکل بگیرد، مسجد به سمت بازار منحرف می‌شود. این مسئله در روابط اقتصادی و نهادهای مسجد نیز وجود دارد. در این کتاب مسائل اقتصادی مسجد از جمله روابط و نهادهای اقتصادی را در قالب سه جامعه بازار، استیلا و امام و امت بررسی می‌کنیم.

اما در نظام سوم که نظام مبتنی بر نظریه اخوت و امام و امت است، نسبتی که میان ارکان مسجد اعم از امام و مأموم و امنا برقرار می‌شود، بر اطمینان، اعتماد و ایثار بنا شده است؛ از این رو حرکت مال به سمت مسجد و تأمین مالی مسجد در نظام ایثار تعریف می‌شود. در این نظام وقف، هبه، نذر، هدیه و انفاق اساسی‌ترین راهکارهای تأمین مالی مسجد به شمار می‌رود. در نظام ایثار، مالیات‌های شرعی اعم از خمس و زکات به واسطه امام جماعت پرداخت و بخشی از هزینه‌های توزیعی مسجد تأمین می‌شود. در این نظام، مؤمنان، مخارج مسجد را جزء هزینه‌های زندگی خود به حساب می‌آورند و پرداخت آن را واجب می‌دانند.





رویکردهای دانش اقتصاد در قبال مسجد



مقدمه

دانش اقتصاد، یک علم برآمده از تحلیل روابط مادی و شامل گستره مختلفی از موضوعات و نظریه‌ها می‌باشد. هم‌اکنون دانش اقتصاد، خود را به منزله منطق علوم اجتماعی مطرح می‌کند؛ بدین معنی که قدرت تصمیم‌گیری و قدرت انتخاب در قبال هر پدیده‌ای، حتی پدیده‌ها و روابط غیراقتصادی را مدعی است.

مفاهیمی چون اقتصاد بخش سوم (خیریه‌ها، اوقاف و...)، اقتصاد بخش عمومی، اقتصاد فرهنگ و اقتصاد خوشبختی همگی در راستای توسعه دامنه تحلیل اقتصادی موضوعات اجتماعی و فرهنگی است. موضوعاتی که اساساً اقتصادی محسوب نمی‌شوند؛ اما در هیاهوی جامعه مدرن، نقشی را در پازل دانش اقتصاد ایفا می‌کنند.

اقتصاد در حیات مدرن، پا را از گلیم خود فراتر نهاده است و مفاهیمی چون معنویت، عشق، خانواده، فرهنگ، هنر و حتی سیاست را تحلیل اقتصادی می‌کند و با تغییر هرکدام از این مفاهیم به یک امر قابل خرید و فروش در محیط بازاری، ضمن فروکاستن از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی این امور، آن‌ها را مورد مبادله قرار می‌دهد.

دانش اقتصاد حتی پا را از این نیز فراتر می‌گذارد. این دانش، مسیر



حرکت و پیشرفت امور اخلاقی، فرهنگی و حتی مذهبی را قرار دادن آن‌ها در منطق بازار می‌داند. در این نگاه، در تعادل بازاری است که امور معنا پیدا می‌کنند و می‌توانند معنا بخش باشند؛ از این‌روست که قوه هاضمه دانش اقتصاد و البته خود اقتصاد در جوامع مدرن تا جایی تقویت شده است که در حال بلعیدن تمامی شئون اجتماعی و فرهنگی زندگی مردم است. از تبدیل سبک زندگی مردمان جوامع مختلف به صنایع خلاق و صنایع دستی و اماکن بوم‌گردی تا تبدیل مساجد، کلیساها، کنیسه‌ها و معابد به میراث فرهنگی ثبت شده در یونسکو که می‌توان با پرداخت مقدار مشخصی پول از آن‌ها بازدید کرد.

البته ذهن مردمان این جوامع نیز چنان اقتصادی شده است که این میراثی شدن مسجد را بیشتر از عبادت در مسجد دنبال می‌کنند تا رونقی در اقتصادشان افتد و زندگی‌شان تغییر کند. گویا کالایی شدن به بت‌واره‌ای تبدیل شده است^۱ که همه شئون زندگی مدرن را در سیطره خود قرار داده است.

البته همه این‌ها به این معنا نیست که این امور، دارای ابعاد اقتصادی نیستند! در اینجا مخاطب اندیشه‌ورز را به نگاه دقیق به مرز میان «اقتصادی شدن امور» و «بعد اقتصادی داشتن آن‌ها» دعوت می‌کنیم. مسجد و سایر امور فرهنگی و اجتماعی، یک کالای اقتصادی

۱. این تعبیر بارها در کتاب سرمایه کارل مارکس مطرح شده است. «مارکس کالاها را بت‌واره شده می‌داند؛ چراکه آن‌ها چنان پدیدار می‌شوند که گویی منحصرأ با یکدیگر مرتبط هستند و این واقعیت را پنهان می‌کنند که در واقع کالاها محصولات کار انسانی‌اند و در نتیجه موجب می‌شوند آدمیان وارد نسبت‌های خاصی با یکدیگر شوند.» (کاریگن، ۱۳۹۹). کارل مارکس در اندیشه خود اخلاص‌های بزرگی را بر جوامع تحمیل کرده است؛ اما در جایگاه یک اندیشمند منتقد نظام سرمایه‌داری، بت‌وارگی را به‌خوبی ترسیم کرده است.



نیست؛ اما ابعاد اقتصادی، گردش مالی و تأمین مالی دارد^۱ و این دو متفاوت از یکدیگرند.

بی‌توجهی به مرز میان این دو مفهوم، نظام مدرن را در طمع آن انداخته که مؤمنان را چنان خلع سلاح کنند که عن‌قریب و ناخودآگاه در دام اقتصادی‌کردن مساجد بیفتند و مسجد را از موضع اساسی آن خارج کنند.

عمده‌ترین دلیل برای گستردگی مسائل و امور اقتصادی در زندگی جوامع را می‌توان توسعه و اهمیت یافتن حیات مادی در تمدن مدرن دانست. گسترش مسائل مالی، نهادهای مختلف زندگی بشر را از حیث اقتصادی مورد توجه و ارزیابی قرار داده است. در این مورد تفاوتی میان نهادهای اقتصادی و غیراقتصادی وجود ندارد. سخن از روش‌های تأمین مالی، سنجش اثرات اقتصادی، نظام انگیزشی، تأثیرگذاری بر تولید کل جامعه و عمومی یا خصوصی بودن کالا است.

پیش از دنیای مدرن نیز بشر در پی بررسی مسائل اقتصادی و رفع نیازهای اقتصادی بوده است؛ اما حجم ادبیات گسترده تولید شده برای تحلیل اقتصادی انواع شئون اجتماعی، فرهنگی و حتی علمی بشر، نشان از مادی‌گرایی حاکم بر این تمدن دارد. به همین دلیل، به موازات تنوع مکاتب اقتصادی، همگی به تبیین و تحلیل اقتصادی پدیده‌ها پرداخته‌اند. در ادامه به برخی از رویکردهای موجود در دانش اقتصاد که به تحلیل موضوعات و پدیده‌هایی مانند مسجد می‌پردازند، اشاره خواهیم کرد. تلاش می‌کنیم در دایرهٔ تحلیلی این رویکردها، جایگاه نهاد مسجد را مشخص کنیم.

۱. در فصول بعد به تفصیل به این ابعاد خواهیم پرداخت.

اکنون ذکر این نکته نیز لازم است که همه این رویکردها، دقیقاً مسجد را به منزله یک نهاد به طور مستقیم تحلیل نکرده‌اند؛ بلکه با مراجعه به آن‌ها می‌توان دریافت که مسجد به مثابه یک نهاد اجتماعی در میان سایر نهادهای اجتماعی، چگونه جایگاهی دارد. این پردازش به ما کمک می‌کند که در نتیجه‌گیری اساسی خود در نظام اندیشه دینی، مسجد را که یکی از محوری‌ترین نهادهای این اندیشه است، بهتر جایابی کرده، نقش‌آفرینی آن را روشن و ابعاد اقتصادی‌اش را بررسی کنیم.^۱

مسجد به مثابه کالای عمومی یا کالای خصوصی

کالا در اقتصاد سرمایه‌داری یا کالای عمومی^۲ است یا کالای خصوصی.^۳ کالای عمومی، استفاده عمومی دارد و دولت باید آن را تولید کند. کالای خصوصی نیز کالایی است که خود اشخاص می‌توانند تولیدکننده آن باشند. تحلیل ماهیت و چگونگی تأمین کالاهای عمومی برای عموم مردم، در بخش عمومی دانش اقتصاد، تبیین می‌شود.^۴ کالاهای عمومی به واسطه داشتن دو ویژگی از کالاهای خصوصی متمایز می‌شوند. کالاهایی که بتوانند حداقل یکی از این ویژگی‌ها را داشته باشند، کالاهای عمومی به شمار می‌روند.

۱. همه تلاش ما در این چند بند این است که سرنخ انحرافات را معرفی کنیم که در تحلیل عناصر عظیم فرهنگ اسلامی از جمله مسجد در قرن اخیر رخ داده است. همچنین می‌کوشیم زمینه را برای تحلیل این نهاد در بستر اندیشه اصیل اسلامی فراهم سازیم. مسجد قدرت‌ساز است؛ اما ماهیت مرکزی و محوری آن از جنس یک نهاد برای تولید قدرت نیست؛ چنان‌که مسجد، اقتصادساز است؛ اما ماهیت آن از جنس یک نهاد برای تولید پول و ثروت نیست.

۲. Public goods.

۳. Private good.

۴. public sector.



ویژگی اول، غیررقابتی^۱ بودن است. به کالاهایی که افزایش یا کاهش تعداد مصرف‌کنندگان آن تأثیری بر کیفیت بهره‌مندی سایر مصرف‌کنندگان نگذارد، کالاهای غیررقابتی گویند؛ برای نمونه برنامه شبکه‌های تلویزیونی از این قبیل است؛ یعنی اینکه یک نفر این برنامه را ببیند یا صد نفر، تأثیری در کیفیت بهره‌بردن از فیلم برای تماشاکنندگان ندارد؛ اما به طور مثال پارک این‌گونه نیست؛ زیرا در عین اینکه یک کالای عمومی تلقی می‌شود؛ اما اینکه یک نفر از پارک استفاده کند یا اینکه صد نفر استفاده کنند، میزان بهره‌مندی بقیه را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

به عبارت دیگر، شلوغی و ازدحام در استفاده از این کالاهای عمومی زیانی را برای بقیه برجای نمی‌گذارد.

ویژگی دوم، استثنانپذیری^۲ است. کالاهایی را که هنگام عرضه آن کالا، نتوان ممنوعیتی برای دسترسی افراد مختلف به آن کالا ایجاد کرد، کالاهای استثنانپذیر گویند. بسیاری از منابع عمومی مانند جنگل‌ها یا همین پارک‌ها از این قبیل‌اند. به آن دسته از کالاهای عمومی که هر دو ویژگی را دارند؛ مانند امنیت و علم، کالای عمومی محض گفته می‌شود.

حال این سؤال مطرح می‌شود که اولاً: آیا مسجد، خود یک کالای عمومی است؟ ثانیاً: آیا خدماتی که در مسجد ارائه می‌شود، خدماتی غیر رقابتی و استثنانپذیرند؛ ثالثاً: اینکه آیا مسجد در حکمرانی اقتصادی در نگاه اسلامی، دولت به شمار می‌رود یا بخش خصوصی؟

برای پاسخ به سؤال اول باید این مسئله را مطرح کرد که آیا خود مسجد اساساً یک کالا است؟ و اگر مسجد کالایی چون پارک، سینما و... است، این کالا خود استثنانپذیر و غیررقابتی است؟

۱. Non-rivalry.

۲. Non-excludability.

از منظر قابلیت اقتصادی واضح است که اگر مانع فقهی و اعتقادی وجود نداشته باشد (که در نظام سرمایه‌داری این مانع وجود ندارد!) می‌توان مسجد را کالا دانست؛ چون ارزش مالی و اقتصادی دارد و می‌توان مالکیت آن را منتقل کرد؛ چنان‌که پارک و سینما چنین هستند. زمین آن‌ها و هر آنچه از ابزار، اشیاء و نیروهای انسانی که در آن وجود دارند، می‌توانند خرید و فروش شوند؛ حتی اگر زمین پارک جزء اموال عمومی باشد، نیز تحت شرایطی دولت‌ها می‌توانند آن‌ها را خرید و فروش کنند.

اما در نگاه دینی، اعتقادی و فقهی، زمین مسجد در ملک شخص یا دولت نیست و قابلیت خرید و فروش ندارد؛ از این رو اساساً مسجد را نمی‌توان به مثابه یک کالا تحلیل کرد.

اما در هر صورت، چنین تحلیلی از نهادهای فرهنگی و دینی که آن‌ها را کالا می‌داند، به شدت رایج است و در بسیاری از موارد، زمانی که از اقتصاد مسجد و نهادهای فرهنگی و دینی سخن گفته می‌شود، بی‌آن‌که به کالایی نبودن آن‌ها پرداخته شود، تلاش می‌شود، عمومی یا خصوصی بودن آن‌ها بررسی شود. با این حال، با فرض اینکه کالا بودن یا کالا نبودن مسجد در تعیین عمومی یا خصوصی بودن آن دخیل ندارد (که فرضی کاملاً نادرست است!) به این می‌پردازیم که مسجد یک کالای عمومی است یا خصوصی!

برای تعیین این موضوع باید مشخص کنیم که مسجد، ویژگی‌های استثناء‌ناپذیر بودن و غیرقابلیت بودن را دارد یا خیر؟

مسجد محلی است که استفاده از آن از جانب یک نفر در امکانات ظاهری مسجد اعم از فضا و... برای دیگران محدودیت ایجاد می‌کند؛ پس از این منظر، این‌گونه نیست که همانند تلویزیون یا یک محصول



علمی باشد؛ بلکه همانند پارک و سینما است؛ ازاین‌رو در این منظر، مسجد، ویژگی غیررقابتی بودن ندارد؛ اما از منظر دیگر، در نگاه اعتقادی اسلامی، شلوغ شدن مسجد، نه تنها برای سایر نمازگزاران نامطلوب نیست؛ بلکه بسیار مطلوب است و نمازجماعت را پررونق‌تر می‌کند.

بنابراین، کاهش امکانات به واسطه ازدحام در مسجد از نگاه دینی نامطلوب نیست؛ اما این ویژگی نمی‌تواند همگام با غیررقابتی بودن، تعریفی برای عمومی بودن مسجد ارائه کند؛ بلکه مقوله مسجد را اصولاً متباین با کالای عمومی می‌کند.

اما در دیگرسو، ویژگی استثناء‌ناپذیری قرار دارد. آیا می‌توان استفاده از مسجد را برای عده‌ای از افراد محدود کرد؟ یا اینکه مسجد برای همه افراد جامعه قابل استفاده است؟ در نگاه اول، مسجد متعلق به فرد یا جمع خاصی نیست و صرف مسلم بودن برای استفاده از خدمات و مواهب موجود در مسجد کفایت می‌کند.

البته ورود کفار و افرادی که طهارت از جنابت را نداشته باشند یا هرگونه ورود به مسجد که مستلزم هتک حرمت آن باشد، ممنوع است. البته این ممنوعیت‌ها نمی‌تواند مسجد را از عمومی بودن خارج کند؛ ازاین‌رو در این منظر، مسجد دارای ویژگی استثناء‌ناپذیری است و اگر کالا بودن آن را بپذیریم، می‌توانیم بگوییم که مسجد یک کالای عمومی است. حال که با فروض ساده‌کننده و البته غیرواقعی، مسجد را کالای عمومی دانستیم، می‌توانیم نسبت برقرار شده بین نظام سرمایه‌داری را با این کالا تبیین کنیم.

در کالاهای خصوصی، کنار هم قرار گرفتن منافع شخصی افراد، انگیزه ورود به عرصه تولید آن کالا را رقم خواهند زد؛ اما تولیدکنندگان خصوصی



به علت ویژگی‌های ذکر شده درباره کالاهای عمومی، انگیزه لازم برای تولید آن‌ها را نخواهند داشت؛ زیرا امکان انتفاع اقتصادی در مرحله عرضه یا فروش کالای عمومی وجود نخواهد داشت؛ بر این اساس ورود دولت به عرصه تولید کالاهای عمومی ضروری می‌شود و بخش عمده‌ای از دخالت دولت در عرصه تولید، به سوی تولید کالاهای عمومی سوق پیدا خواهد کرد؛ ازاین‌رو تولید مسجد و اداره مسجد در این منظر یک اتفاق از جانب بخش عمومی و دولت محسوب می‌شود؛ زیرا انگیزه لازم برای ساخت مکانی که اولاً: سودآور نباشد و ثانیاً: همه مردم بدون پرداخت مبلغ بتوانند از آن استفاده کنند، در بخش خصوصی وجود ندارد.

البته لازم است ذکر شود، در حال حاضر اندیشه لیبرالیسم اقتصادی دنبال ارائه مسیرهای پیشنهادی برای ایجاد انگیزه در بخش خصوصی است تا آن‌ها نیز اقدام به تولید کالاهای عمومی کنند؛ که مطرح شدن مسئله حقوق مالکیت نیز در همین راستا است؛ زیرا وجود حقوق مالکیت، امکان انتفاع بخش خصوصی از تولید کالاهای عمومی را فراهم می‌سازد؛ به گونه‌ای که هم‌اکنون بسیاری از مواهب عمومی در دنیای مدرن از جمله دانش، امنیت و کالاهای فرهنگی نیز به وسیله بخش خصوصی تولید می‌شوند و از آن سود کسب می‌کنند.

بنابراین در این اندیشه، به محض ایجاد شرایط برای سودآوری از محل مسجد، باید آن را به بخش خصوصی واگذار کرد و بخش خصوصی می‌تواند با بهره‌گیری و انتفاع از مسجد، به آن رونق بخشد؛ اما چگونه؟ در این رویکرد باید ضمن ایجاد حقوق مادی و معنوی، زمینه را برای تبدیل این حقوق به مابه‌ازاهای پولی و مالی فراهم کرد. ایجاد انواع امتیازها، مالی‌سازی امکانات مسجد، مبادله‌پذیر و قابل عرضه کردن



خدمات مسجد اعم از مراسم، هیئت‌ها، همایش‌ها و حتی عبادات و ایجاد برتری در بهره‌برداری از منافع اقتصادی مسجد یکی از این راه‌ها است.

برای مثال در چنین نگاهی، حاکمیت برای آنکه کسی حاضر شود، بانی ساخت مسجد شود، به او پیشنهاد حق بهره‌برداری یک واحد تجاری در کنار مسجد یا در طبقه قوفانی مسجد یا زیرزمین مسجد را خواهد داد. سپردن مدیریت اجرای مراسم به یک شرکت فعال در امور تشریفات، واگذاری بخشی از فضای مسجد که عقد مسجد در آن قسمت خوانده نشده است، به مشاغل، اصناف و حتی درآمدزایی از محل سرویس‌های بهداشتی مسجد و... از جمله این راهکارهاست که بلافاصله به ذهن مدیرانی می‌رسد که در فضای اجتماعی جامعه بازار دنبال استفاده از منطق بخش خصوصی در اداره مسجدند.

البته واقعیت این است که در عمل چون انگیزه‌های غیرمادی برای ساخت مسجد در میان مردم به طور قوی وجود دارد، حق بهره‌برداریها به سمت امتیازهای معنوی نیز کشیده خواهد شد. از جمله این امتیازهای معنوی، می‌توان به مواردی چون جاودانگی نام اشاره کرد.^۱

مصادیق این امر، گسترده و متنوع است و از اشتهار مسجد به نام بانی آن گرفته تا حک شدن نام بانیان آن بر اموال مسجد یا اعلام نام بانیان و مبالغ کمک آن‌ها بعد از نماز، همگی می‌توانند از مصادیق این رویکرد تلقی شوند؛ برای نمونه دیگر، ستاد بازسازی عتبات عالیات در جریان

۱. لازم است ذکر شود صرف تمایل مؤمنان به جاودانگی نامشان، امر نامطلوبی نیست و این اتفاق در یک جامعه ایمانی می‌تواند به منزله یک مشوق برای دعوت مؤمنان به مشارکت در وقف و صدقه به کار برود؛ اما همین امر در یک جامعه بازاری که مسجد را تنها یک کالای عمومی می‌پندارد، امری نامطلوب خواهد بود.

ساخت گنبد جدید امام حسین علیه السلام اعلام کرده بود، خیرین می‌توانند با خرید هر خشت به شکل مشاع و یا کامل، سند آن خشت را با یک کد مجزا تحویل بگیرند که در نهایت در پشت خشت نیز آن کدی به نام آن‌ها حک می‌شود.^۱

اقداماتی این چنین در منطق بازاری می‌تواند در راستای افزایش انگیزه‌های خصوصی برای مشارکت در امور خیر قابل تعریف شود. این اقدامات هم در جامعه مؤمنانه و هم جوامع بازار و استیلا قابل مشاهده است؛ اما در جامعه امام و امت اگر هم نگاه معامله‌ای در برخی موارد وجود داشته باشد، اصل بر معامله با خداست؛ همچنان‌که بسیاری از کسانی که طلاهای خود را برای ساخت ضریح امام حسین علیه السلام یا گنبد ایشان اهدا کردند هیچ‌گونه نامی از آن‌ها وجود ندارد.

دلیل اصلی این امر آن است که به تعبیر شهید صدر (رحمه الله علیه)، اسلام دیدگاه جدیدی نسبت به صحنه زندگی دنیوی ارائه داده و آن را به جهانی فراتر از جهان محسوسات پیوند داده است. به همین جهت به جای جاودانگی مال و ثروت، سخن از جاودانگی عمل به میان آورده و بر این نکته تأکید دارد که عمل به اعماق جان آدمی گسترش می‌یابد و گستره ادراک و شعور انسان، بقاء و جاودانگی خود را در عمل صالح میبیند

۱. <https://www.isna.ir/news-284420/https://tn.ai> - ۹۶۱۰۳۰۱۳۴۱

جان استوارت میل، نظریه پرداز مطلوبیت‌گرایی نئوکلاسیک نیز این سنخ از لذت‌ها را در منطق بازار تعریف می‌کند. وی این قبیل لذت‌ها را لذتی چون لذت کتابخوانی می‌خواند که می‌تواند در منطق بازار، مبادله شود و زمینه را برای تحلیل مبادله‌ای امور معنوی فراهم کند.

واضح است که ما در اینجا درصد آن نیستیم که مواردی همچون عملکرد ستاد عتبات و مردمی را بازاری بدانیم؛ زیرا برای تبرک به اهل بیت در این ماجرا شرکت می‌کنند؛ بلکه در صدد بیان این هستیم که منطق بازار هم گونه‌ای از تحلیل را نسبت به این پدیده‌ها ارائه و تلاش می‌کند آن‌ها را توجیه و بلکه تبیین کند.



و این بهترین پاسخ برای میل به جاودانگی است. جدای از اینکه تمامی امتیازاتی که بشر در انجام دادن کار خیر برای خود متصور است در قواعد و سنت‌های عالم دیده شده است؛ ازاین‌رو نیازی به ایجاد امتیازات به صورت دستوری و با بهره‌گیری از عقل ناقص بشری نیست؛ زیرا باورمندی مؤمنان به این قواعد که اصلی‌ترین آن معاد است، خود بهترین مکانیسم انگیزشی برای مشارکت در کار خیر است؛ قواعد و سنتهایی مانند: ﴿و ما أنفقتم من شيء فهو يُخلفه﴾؛ «و اگر چیزی انفاق کنید، عوضش را خواهد داد.» ﴿من جاء بالحسنة فله عشر أمثالها﴾؛ «هر کس کار نیکی انجام دهد، ده برابر به او پاداش داده می‌شود.» ﴿إن تقرضوا الله قرضاً حسناً يضاعفه لكم﴾؛ «اگر به خدا قرض الحسنه دهید، برایتان دو برابرش خواهد کرد.» ﴿مثل الذين ينفقون أموالهم في سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل في كل سنبلة منه حبة و الله يضاعف لمن يشاء و الله واسع عليم﴾؛ «مثل آنان که مال خود را در راه خدا انفاق می‌کنند، مثل دانه‌ای است که هفت خوشه برآورد و در هر خوشه‌ای صد دانه باشد. خدا پاداش هر که را بخواهد، چند برابر می‌کند. خدا گشایش‌دهنده و داناست.»^۱ بنابراین اگر مبادله و عبادت تاجران‌ای هم باشد، طرف مبادله، خداوند متعال است، نه بندگان خداوند.

در مجموع میتوان گفت: اتخاذ رویکرد کالای عمومی در قبال مسجد و به تبع تلاش برای انگیزه‌بخشی به مردم و مؤمنان (بخوانید بخش خصوصی!) برای ورود به ساخت، توسعه و اداره مسجد به شکل‌گیری ادبیات و گاه رفتارهای جدیدی منجر می‌شود که با ادبیات حقوق مالکیت مادی و معنوی تشابه پیدا می‌کند.

۱. شهید صدر، اسلام راهبر زندگی، ص ۵۷ و ۵۸.

رویکرد سرمایه‌ای

در اختیار گرفتن انواع مفاهیم و ارزش‌های اجتماعی و معنوی به منزله یکی از عوامل تابع تولید در اقتصاد، نشان‌دهنده جایگاه ویژه و بارز مسئله تولید، درآمد و رشد اقتصادی در نگاه به اجتماع است؛ به عبارتی بسیاری از اموری که در جامعه به منزله ارزش تلقی می‌شوند، در اندیشه اقتصادی، به منزله گونه‌ای از سرمایه‌ها و یکی از عوامل افزایش تولید نگریسته می‌شوند.

خلق مفاهیم مبهمی مانند «سرمایه اجتماعی»^۱ و «سرمایه معنوی»^۲ را می‌توان تبلور تلاش دانش مدرن برای به خدمت گرفتن ارزش‌های اجتماعی مانند اعتماد، هنجار و معنویت در راستای همین نگاه دانست. در این نگاه ارزش‌ها و نهادهای اجتماعی به مثابه یکی از عوامل تولید اقتصادی، تلقی و ارزش‌گذاری می‌شوند؛ زیرا اقتصاددانان دریافته‌اند که سرمایه مالی، سرمایه فیزیکی و نیروی کار به تنهایی نمی‌توانند مزیت‌ها و برتری‌های اقتصادی را توضیح دهد. در این نگاه مؤلفه‌هایی مانند اعتماد، صداقت و معنویت به صورت یک کاتالیزور وارد شوند و سایر سرمایه‌ها را در کنار یکدیگر قرار دهند تا همگی در خدمت تولید و رشد اقتصادی قرار گیرند.

در این نگاه، توجه به اعتماد، روابط خانوادگی و معنویت در بستر نهادهایی چون خانواده، نهادهای دینی مانند مسجد، کلیسا و بلکه کل نظام تشریع، نه از حیث مهم‌بودن این امور است؛ بلکه از حیث مهم بودن اقتصاد است؛ زیرا همه این مسائل به منزله یکی از نهادهای تولید

۱. Social capital.

۲. Spiritual Capital.



در کنار سرمایه مالی و نیروی کار، به افزایش تولید جامعه منجر می‌شوند. در این رویکرد که یک رویکرد سرمایه‌های شناخته می‌شود، دین به یک مؤلفه تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی تقلیل پیدا می‌کند. متأسفانه عمده مطالعات دینی با غفلت از چارچوب ارزشی سرمایه اجتماعی، کارکرد دین و نهادهای دینی را به سطح یکی از عوامل رشد اقتصادی تنزل داده‌اند.

رویکرد افزایش بهره‌وری

خستگی و فرسودگی بشر مدرن به واسطه غوطه‌ور شدن در حیات مادی و کاهش سطح انگیزه انسان به صورت عامل محوری تولید، اقتصاددانان مدرن را نسبت به آینده انسانی که بناست تولید کند تا اقتصاد رشد کند، نگران کرده است؛ تا بدانجا که دانش «اقتصاد خوشبختی و شادکامی»^۱ را به منظور بررسی تأثیرگذاری رضایت فردی^۲ بر رشد اقتصادی را به صورت یک گرایش مطالعاتی در سطح دانشگاهی ایجاد کرده‌اند. در این نگاه، رضایت فرد از زندگی بر روی کارایی او اثر مستقیم دارد؛ پس هرچه این رضایت از زندگی و آرامش را ایجاد کند، قابل‌ستایش است. در این نگاه، انسان اصلی‌ترین عامل تولید و رشد است؛ در نتیجه باید هر کاری برای افزایش بهره‌وری و کارایی او انجام داد. بر این اساس، منشأ این آرامش اهمیتی ندارد؛ بلکه مهم است او آرام و شاد شود تا بهتر، کار و تولید کند.

پس انواع عرفان‌ها و ادیانی که رضایت و آرامش افراد را به منظور بهبود کارایی آن‌ها در عرصه اقتصاد افزایش دهد، مورد توجه قرار خواهد گرفت. در این نگاه، دین، معنویت و نهادهای آن مانند مسجد، کلیسا و

۱. Happiness economics.

۲. individual satisfaction.

صومعه به صورتِ کانون‌های آرامش‌آفرین و ترویج رضایت زندگی افراد مورد توجه قرار می‌گیرند. در این رویکرد، مسجد نه به مثابه خانه خدا؛ بلکه به مثابه باشگاهی برای تقویت روحیه نیروی کار و افزایش بهره‌وری آن در مسیر بهبود تولید ملی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ چنان‌که انسان در باشگاه یوگا و مدیتیشن آرامش کسب می‌کند!

استراحت و تفریح پایان هفته نیز از این دیدگاه، همان جایگاهی را دارد که نماز، مسجد، عبادت و دعا. گفته می‌شود که استراحت به این جهت لازم است که نیروی کار در هفته آینده بتواند انرژی از دست رفته خود را بازیابد و دوباره ساعت کاری خود را شروع کند و به خلق درآمد برای جامعه بپردازد. به همین دلیل تحقیقات بسیار زیادی انجام شده تا تأثیر مذهب بر تولید ملی یا تأثیر رفتن به کلیسا را بر تولید ملی بسنجند که چون این اعمال باعث افزایش تولید ملی می‌شوند مورد تأیید قرار می‌گیرند!

این نوع نگاه به مسجد باعث نابودی و تخریب هویت مسجد می‌شود؛ زیرا کارکرد اجتماعی مسجد در حد یک معبد بت‌پرستی، یا حتی یک باشگاه ورزشی پایین می‌آید. همچنین علاوه بر اینکه جایگاه مسجد در این تحلیل سقوط می‌کند، باید توجه داشت که اگر سازوکار دیگری ایجاد شد که می‌توانست همانند مسجد یا بیشتر از آن شادی و نشاط مادی ایجاد کند، باید مسجد را کنار گذاشت و به سوی آن سازوکار

۱. آرامشی که انسان در سایه ذکر خداوند کسب می‌کند، هرگز با آرامش‌های معنویت‌های غیرالهی قابل مقایسه نیست؛ اما منطق اقتصاد خوشبختی نه قدرت درک این تفاوت را دارد و نه دنبال تفاوت قائل شده میان این دو گونه آرامش است. در این منطق، کافی است انسان آرام شود تا بتواند بهتر کار کند و از آنجایی که انسان در مسجد این آرامش را کسب می‌کند، مسجد برای این اقتصاد محلی مطلوب است.



رفت؛ چنان‌که در جامعه مدرن، مساجد، کلیساها و عبادتگاه‌ها، جای خود را به میخانه‌ها و تفریح‌گاه‌های مشروع و نامشروعی می‌دهند که به‌ویژه در آخر هفته‌ها برقرارند. انتخاب همیشگی رفتن به این اماکن به جای نمازجمعه و مسجد، نشان از آن دارد که در منطق زندگی مدرن، ظاهراً این اماکن بهتر می‌توانند افراد را برای فعالیت‌های منطبق بر ذات مدرنیسم آماده کنند؛ وگرنه انسانی که زندگی و محیط اجتماعی او الهی باشد، سخن گفتن با اله و عبادت او را با هیچ آرامشی تعویض نمی‌کند.^۱ اقتصاد خوشبختی، با نگاه الهیات بازاری کاملاً منطبق است. دنبال خوشبختی باش و تولید و رشد اقتصادی را افزایش بده. شادکامی‌های روزمره این اقتصاد، گردش مالی اقتصادها را بعضاً تا ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی بالا می‌برد (OECD).^۲

جمع‌بندی

در این فصل تلاش ما بر این بود که توضیح دهیم رفتارهای نظام اداره مسجد، ناخودآگاه می‌تواند گریته‌برداری شده از منطق تفکر اقتصادی مدرن باشد. اگر به منشأ رفتارها و کنش‌های اقتصادی در محیط عبادی بیت‌الله توجه نشود، ممکن است به مرور زمان، این مکان را شبیه‌تر به بنگاه، به دولت یا به سرمایه‌تولیدی برای ایجاد ثروت اقتصادی ببینیم و کارکردهای اصیل آن را منحرف کنیم. دانستن این منشأها، به ما کمک می‌کند که در اداره اقتصادی مسجد، دقت عمل جدی به خرج دهیم و

۱. مراد از این جمله نیز این نیست که زندگی الهی با استفاده از نعمات مادی چون جنگل، دریا،

کوه و دشت مخالف است؛ بلکه مراد، جایگزینی این‌ها به جای ارتباط با خداوند است.
۲. در این زمینه می‌توان به گزارش‌های OECD در موضوع نسبت توریسم به تولید ناخالص داخلی

رجوع کرد (<https://data.oecd.org>).

کارکردهایی را اتخاذ کنیم که با مقاصد شریعت همخوانی داشته باشند و مسجد را به منزله یکی از مهم‌ترین نهادهای زندگی اسلامی در جایگاه اصیل و الهی خود تقویت کند. البته در فصول بعد تلاش کرده‌ایم در اداره اقتصادی مسجد به صورت ملموس‌تر، نکاتی را بیان کنیم که بتواند نمازگزاران، مدیران و ائمه بزرگوار را در اداره اقتصادی این نهاد مقدس یاری کند.





نظام درآمدی و تأمین مالی مسجد



مقدمه

امروزه به جهت گسترش دامنه امور اقتصادی و از طرفی افزایش هزینه‌های اقتصادی، مکانیسم صحیح و کارآمد تأمین مالی و برآوردن نیازهای مادی مساجد به چالشی برای دغدغه‌مندان این حوزه تبدیل شده است. تعمیرکنندگان و آباد کنندگان مسجد دنبال یافتن مسیر مناسبی هستند تا به واسطه رفع نیازهای مادی این مکان، بتوانند آن را در پرداختن به کارکرد اصلی خود یعنی عبودیت و بندگی، یاری نمایند.^۱

این مؤمنان بر آن هستند که علاوه بر حفظ قدرت ایمانی خود برای اجازه یافتن در آباد کردن مساجد، شیوه آبادانی مساجد را نیز ایمانی کنند، نه آنکه مؤمنان ملتزم شوند با استفاده از شیوه‌های غیرمشروع و غیرالهی به عمران و آبادانی مساجد بپردازند؛ زیرا مؤمنان این اجازه را ندارند، هرگز مساجد را با مال حرام و مال ربوی و انواع اموال شبهه‌ناک تأمین مالی کنند. در سطحی عمیق‌تر، درآمدزایی و تأمین مالی مسجد به گونه‌ای

۱. «إِنَّمَا يَغْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ» (سوره توبه، آیه ۱۸)؛ «تنها کسانی حق دارند مساجد خدا را تعمیر کنند که به خدا و روز واپسین ایمان آورده و نماز برپا داشته و زکات داده و جز از خدا بیم نداشته‌اند (تنها او را پرستیده‌اند) که امید است اینان در زمره ره‌یافتگان باشند.»

صورت می‌گیرد که نظام الهی را قوام بخشد، نه نظام غیرالهی را؛ برای مثال، مؤمنان در تأمین مالی مسجد، حتی از بخشی از اموال یک فرد جائز - که آن بخش حلال است - نیز به راحتی استفاده نمی‌کنند؛ زیرا این می‌تواند به مشروعیت بخشی به فرد جائز در میان مسلمانان کمک کند و زمینه ظلم و جور او را در جامعه مسلمانان گسترش دهد.

برای رفع نیازهای مالی مسجد، مسیرهای متنوعی وجود دارد و در مدل نهایی می‌توان از همه این مسیرها استفاده کرد؛ اما لازم است به واسطه اهمیت حفظ ماهیت حقیقی این مکان عبادی، تمامی این مسیرها به صورت مشخص بررسی شوند. برای این امر سؤالات گسترده‌ای وجود دارد. با توجه به جایگاه تمدنی مسجد، آیا این مکان، نیازمند نظام درآمدی متمایزی است؟

به بیان دیگر، آیا نظام درآمدزایی یک مسجد با نظام درآمدزایی و تأمین مالی یک نمایشگاه، یک سینما، یک پارک یا یک مرکز تولید فیلم و سریال تفاوت دارد؟ آیا مسجد می‌تواند بخشی از درآمدهای خود را به صورت مستقیم از حاکمیت دریافت کند؟ در این مورد تفاوت میان حاکمیت اسلامی و حاکمیت غیر اسلامی چیست؟ در مدل تأمین مالی حاکمیتی، ملاک تقسیم بودجه مساجد چیست؟ معیار بودجه بندی مساجد در محلات مختلف از حیث مرفه و کمتر برخوردار چیست؟ جایگاه سیستم نظارت و پاسخگویی چه خواهد بود؟ جایگاه تأمین مالی مسجد مبتنی بر نذرها و هدایا در نظام درآمد مسجد چگونه است؟ جایگاه وقف در این نگاه چیست؟ اگر وقف را یکی از ارکان تأمین مالی مساجد بپذیریم، آنگاه جزئیات این امر چه خواهد بود؟ آیا از اموال موقوفات باید در همه امور مسجد استفاده کرد یا اینکه این اموال به موارد خاصی تعلق می‌گیرند؟



تفاوت میان مساجد محلی و جامع در این امر چیست؟ مالکیت یا اداره وقف در مدل مطلوب، باید برای مسجد باشد یا تنها منافع آن؟ لزوم تصریح کارکرد منافع وقف برای امر خاص چه ضرورتی دارد؟ سازوکار وقف و موقوفات از حیث درگیر ساختن مسجedian به مسائل اقتصادی مسجد چه مختصاتی را باید دارا باشد؟ تفاوت تأمین مالی کاملاً مردمی با تأمین مالی مبتنی بر وقف چیست؟ در مدل تأمین مالی کاملاً مردمی که نمازگزاران مخارج و نیازهای مسجد را جزء مؤنه زندگی خود می‌دانند، چه ملزومات و دلالت‌هایی وجود دارد؟ چگونه مردم حاضر خواهند بود خود را در این امر دخیل کنند؟ آیا این روش در مساجدی که در محلات کم‌برخوردار و یا کم‌جمعیت هستند، نیز راهگشا است؟ در مساجدی که در محلاتی قرار گرفته‌اند که عموم مردم ملتزم به احکام شرعی نیستند، وضعیت به چه منوال است؟ آسیب‌ها و منافع هر کدام از روش‌های تأمین مالی چیست؟

گاهی متولیان مساجد، بخشی از اموال خود را به نحوی خرج می‌کنند که یک جریان درآمدی ثابت، هرچند اندک برای این مکان عبادی، رقم‌زده شود؛ برای مثال، گوشه‌ای از این فضا را به یک مغازه تبدیل می‌کنند. پیامدهای مثبت و منفی این مسیر کدام است؟ حدود و لوازم این مسیر تا کجا ادامه می‌یابد؟ برای نمونه اگر مسجد، مغازه‌ای را برای کسب سود و درآمد ثابت، سرمایه‌گذاری کرد، آیا صحیح است از محل درآمدهای حاصل از مغازه اول، به فکر راه‌اندازی مغازه دوم، سوم و... باشند؟ معیار مسجد برای ورود یا عدم ورود به یک فعالیت اقتصادی چیست؟ در میان انواع خدمات متنوع درآمدزایی، آیا مسجد، جواز ورود به این فعالیت‌ها را دارد و آیا میان انواع فعالیت‌های تجاری، عمرانی، اجتماعی، درمانی یا

راه‌اندازی نظام‌های تولیدی و خدماتی تفاوتی نیست؟ معیارهای مختلف مانند سود بیشتر، شأن مسجد، نیاز محل، جذب جوانان و نوجوانان و... چه اولویتی نسبت به یکدیگر پیدا می‌کنند؟ با وجود مشکلات معیشتی و بیکاری در جامعه، نقش مسجد در اشتغال و درآمدزایی افراد محله چگونه می‌تواند باشد؟ آیا مسجد می‌تواند از محل این اشتغال‌زایی‌ها برای خود درآمد کسب کند؟ و ده‌ها سؤال دیگری که در موضوع درآمدزایی مسجد باید به آن پاسخ داده شود. در این فصل تلاش می‌کنیم به بخشی از این سؤالات بپردازیم.

درآمد مسجد در نظام‌های مختلف

همچنان‌که در فصل گذشته ذکر شد، روابط افراد و نهادها در جوامع مختلف، به طور کلی در سه نوع نظام اجتماعی قابل طرح است. آنچه ما در این کتاب از این سه جامعه معرفی می‌کنیم، رویکرد حدی به آن‌ها است تا بتوانیم اثرات یک مبنای فکری را نشان دهیم؛ وگرنه ممکن است هیچ‌یک از این نظام‌ها در طول تاریخ، به صورت کامل محقق نشده باشند، به همین جهت می‌توان گفت: هیچ مسجدی نیز تاکنون به صورت کامل در یکی از این نظام‌های اجتماعی قرار نگرفته است. بر همین اساس مسیر و جهت‌گیری نظام درآمدی مسجد را در حالت‌های حدی این سه نوع جامعه، مدنظر می‌گیریم و شکل‌های متفاوت نظام تأمین مالی مسجد را در جوامع مختلف طرح می‌کنیم.

تأمین مالی مسجد در سازوکار استیلایی

در جامعه استیلا که روابط اجتماعی بر قدرت و نظام سلسله‌مراتبی شکل گرفته است، نظام روابط به منظور حفظ قدرت و تثبیت روابط



سلسله‌مراتبی شکل می‌گیرد. طبقه حاکم برای تداوم و افزایش قدرت خود، برنامه‌ریزی و سعی می‌کند، طبقه زیرین را در حالت بردگی نگه دارد. در این نظام، تمامی امور به صورت سلسله‌مراتبی و دستوری از بالا دیکته می‌شود و طبقه پایین نسبت به وظایف، کاری جز تبعیت محض و بی‌چون و چرا ندارد.

گاهی مسجد اگر در چنین نظامی قرار بگیرد، از منظر تأمین مالی، بودجه به صورت متمرکز و دستوری (از بالا به پایین) تأمین می‌شود؛ به بیان دیگر طبقه بالا به طبقه پایین دستور می‌دهد که از چه روشی تأمین مالی صورت گیرد. از این جمله می‌توان به نحوه اداره موقوفات مساجد توسط پادشاهان اشاره کرد.

نظامات پادشاهی معمولاً سازمان‌هایی ایجاد می‌کردند که موقوفات را به طور متمرکز اداره کند؛ زیرا قدرت موقوفات اولاً: می‌توانست به قدرت پادشاهی کمک کند؛ ثانیاً: قرارگرفتن موقوفات در دست مردم و روحانیون می‌توانست قدرت حاکمیت مرکزی را به شدت تهدید کند. از تشکیلات اداری اوقاف در دوره صفاریان (۲۴۵ - ۲۹۰ ق) که اولین سلسله حکومت ایرانیان پس از اسلام بوده است، اطلاع دقیقی در دست نیست؛ ولی در تشکیلات اداری دوره سامانیان (۲۶۱ - ۳۸۹ ق) از دیوان موقوفات و یا دیوان اوقاف نام برده شده که به کار مساجد و اراضی موقوفه رسیدگی می‌کرده است.

قبل از ایجاد دیوان اوقاف، وظیفه اداره اوقاف به عهده قضات بوده است. در دوران صفویان، امور اوقاف در ایران به روحانیون مورد نظر حکومت واگذار شد و متصدی این مقام به نام «صدر الصدور» را وزیر اوقاف و مستوفی موقوفات می‌خواندند. در دوران زندیه نیز وزارت



موقوفات مسئول نظم و نسق مادی موقوفات بوده است.

پس از انقلاب مشروطیت و استقرار حکومت مشروطه در سال ۱۲۸۵ ش و تأسیس وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه در سال ۱۲۸۹ ش، امور موقوفات، زیر نظر وزارت مزبور اداره می‌شد و مسئولان ادارات معارف در شهرستان‌ها عهده‌دار انجام امور موقوفات نیز بوده‌اند. در ۱۵ آذر ماه ۱۳۴۳، با تصویب قانون تفکیک اوقاف از وزارت فرهنگ، تشکیلات سازمان اوقاف مستقل و به نخست‌وزیری ملحق شد و سرپرستی آن به یکی از معاونان نخست وزیر در مقام سرپرست سازمان اوقاف محول شد، در ضمن در همین قانون برای^۱ سازمان اوقاف، شورای عالی اوقاف نیز پیش‌بینی شده بود.^۲

گسترده‌گی و تنوع موقوفات به منزله ارکان تأمین مالی مساجد به بر هم زدن نظام سلسله‌مراتبی قدرت و استقلال مساجد منجر می‌شود؛ پس تلاش می‌شود موقوفات در اختیار حاکمیت قرار گیرد و وجوه آن به صورت متمرکز، جمع‌آوری و توزیع شود. به همین دلیل در دهه پنجاه برای کنترل وقف‌های موجود، «سازمان اوقاف» تأسیس می‌شود. سازمانی که وظیفه‌اش جمع‌آوری و سازمان‌دهی تمامی اوقاف و درآمدهای حاصله است و پس از جمع‌آوری، آن را بین موقوفه‌ها تقسیم می‌کند. با این سازوکار حکومت‌های پادشاهی برای نمونه یک حکومت استیلایی توانستند استقلال و قدرت مالی مساجد را تحت سیطره خود درآورد. همچنین، نظامات پادشاهی تلاش می‌کردند که حتی ائمه جماعات و روحانیت را نیز تحت استیلای خود درآورند. گرفتن امکانات مالی چون وقف از روحانیت، زمینه را برای این امر مهیا می‌کرد و در مراحل بعد با

۱. www.awqaf.ir.

۲. پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان اوقاف و امور خیریه.



فشارهای مختلف تلاش می‌کردند، روحانیان را از عرصه هدایت‌گری در میان مردم خارج کنند.

رهبر معظم انقلاب دراین باره در دیدار جمعی از دانش‌آموزان و دانشجویان در سال ۱۳۷۴ می‌فرمایند: «یکی از بزرگ‌ترین مسئولیت‌های رضاخان، برچیدن بساط روحانیت برای نابود کردن دین بود؛ بنابراین به مجرد اینکه قدرت پیدا کرد، در سال‌های ۱۳۱۳ و ۱۳۱۴ شروع به برچیدن بساط روحانیت کرد. اقدام رضاخان، قلدرانه بود. خیال می‌کرد با قلدری می‌تواند کارهای خود را پیش ببرد. گذاشتن عمامه، پوشیدن لباس بلند و اسم و حوزه آخوندی را ممنوع کرد. حوزه‌های قم و مشهد را تا آنجا که می‌توانست - به خیال خود - متلاشی کرد. البته نتوانست. امام راحل، جزء طلبه‌های آن دوران بودند؛ همان دورانی که قرار بود روحانیت را شدت فشار و خفقان رضاخانی به طور کلی نابود کند؛ اما روحانیت نه تنها نابود نشد؛ بلکه کسانی مثل امام بزرگوار را به وجود آورد. من خود از امام شنیدم که می‌گفتند: «در قم، ما صبح زود از مدرسه یا خانه بیرون می‌آمدیم و به باغ‌های سالاریه می‌رفتیم که در آن زمان یک فرسخ تا شهر فاصله داشت. در آنجا زیر درخت‌ها مشغول درس و بحث و مطالعه می‌شدیم. هنگام غروب وقتی که هوا تاریک می‌شد برمی‌گشتیم که مأموران رضاخان ما را ببینند!» این‌طور درس خواندند. این قدم اول بود. در دستگاه رضاخانی، فقط رضاخان نبود. عده‌ای از به اصطلاح ادبا، اندیشمندان و ایدئولوگ‌های دستگاه رضاخانی هم بودند که طراح می‌کردند و فکر می‌دادند. وقتی دیدند فشارها کارگر نشد، با پول و پشتیبانی و اداره فرماندهی و سیاست‌گذاری رضاخانی، طرح دیگری ریختند. این طرح عبارت از درست کردن بساطی به نام مؤسسه «وعظ و خطابه» در تهران

بود. متأسفانه این مطالب را نسل جوان نمی‌داند. تأسیس مؤسسه «وعظ و خطابه» به سال‌های ۱۳۱۶ و ۱۳۱۷ - یعنی دو یا سه سال بعد از شروع قلع‌وقمع روحانیت - برمی‌گردد. تأسیس این مؤسسه برای آن بود که هر کس می‌خواست روحانی بماند، می‌توانست تحت نظر این مؤسسه که وابسته به رضاخان بود، روحانی باقی بماند! به عبارتی آخوند باشد؛ اما آخوند رضاخانی، درباری و در خدمت سیاست‌های استکبار باشد. البته آن مؤسسه اساتید خوبی داشت. من نشریات مؤسسه «وعظ و خطابه» را در سال‌های ۱۳۳۸ و ۱۳۳۹ از اوّل تا آخر مطالعه کردم. مطالب بسیار خوبی در زمینه‌های دین‌شناسی، ادیان باستانی و ادیان معاصر داشت. آن‌ها اساتید برجسته‌ای را جمع کرده بودند و از لحاظ مطلب، کمبودی نداشتند. تنها هدف آن‌ها این بود که سازمان روحانیت وجود نداشته نباشد. مطالب دینی این مؤسسه به‌وسیله غیر متخصصان نوشته شده بود. تاریخ ادیان و فلسفه دین از جمله علوم بود که می‌شد روی آن کار کرد؛ اما هدف آن‌ها برچیدن سازمان روحانیت در دوران رضاخان بود. بعد که رضاخان قلع‌وقمع شد، مردم با احترام تمام و آغوش باز، روحانیان را پذیرا شدند، حوزه‌های علمیه شلوغ شد و مراجع تقلید مورد تجلیل و تقدیس مردم قرار گرفتند. بر اثر سختگیری‌های قبلی، دستگاه محمدرضا همان سیاست را با شکل‌های دیگری پیش گرفت. بنده در طول عمر طلبگی خود تا دوران پیروزی انقلاب، چندین مورد از نقشه‌های دستگاه پهلوی را دیده بودم و می‌شناختم آخرین آن‌ها در دهه پنجاه، تشکیل سازمان اوقاف به شکل دلخواه پهلوی و کشیدن روحانیت به زیر چتر سازمان اوقاف بود. این، سیاستی بود که سال‌ها دنبال شد.^۱



البته باید توجه داشت که صرف وجود سازمان اوقاف در جامعه نشان‌دهنده جامعه استیلایی نیست. سازمان اوقاف پیش از انقلاب به صورت یک سازمان منفور، بین مردم تلقی می‌شد. پس از انقلاب اسلامی در صورتی که این سازمان، تغییر ماهوی در ساختار و رویکرد خود نداشته باشد، یک سازمان استیلایی خواهد بود؛ اما همین سازمان می‌تواند با تغییر ساختاری خود در جامعه دیگری مانند جامعه امام و امت قرار گیرد. توزیع قدرت وقف میان مساجد و نهادهایی که وقف بر آن‌ها صورت گرفته است و مدیریت غیرمتمرکز وقف به نحوی که مؤمنان بتوانند در اداره موقوفات مشارکت داشته باشند، می‌تواند در این مسیر راهگشا باشد. با این اوصاف، هر سازمانی که باعث شود مسجد به صورت سلسله‌مراتبی و دستوری کنترل شود، باعث انحراف در اداره آن می‌شود. باید توجه شود که ساخت استیلایی جامعه به دلیل وجود نظام دستوری باعث می‌شود طبقه پایین فقط دنبال تبعیت باشد و نوآوری و شکوفایی در این طبقه از بین برود.

سازوکار تأمین مالی دولتی مساجد نیز ماجرایی مشابهی دارد. اگر دولت، متکفل تأمین مالی مساجد شود، قدرت می‌یابد در امور مساجد دخالت کند و مساجد را طبق مصلحت خویش اداره کند. مساجد موظف خواهند بود شرح عملکرد خود را طبق خواست دولت‌ها تنظیم کنند تا بتوانند بودجه سال آینده‌شان را تأمین کنند یا افزایش دهند. البته این شرایط، تفاوت دارد با شرایطی که دولت‌ها خود را موظف می‌دانند بدون هرگونه چشم‌داشت بخشی از نیازمندی‌های مساجد را تأمین کنند و تا حدی این پشتیبانی را انجام دهند. ممکن است دولت‌ها نهادهایی را تشکیل دهند تا این نهادها به مساجد کمک کنند تا در دعوت از

ائمه جماعات، تأمین قرآن و کتب ادعیه و تأمین برخی از نیازمندی‌های سخت‌افزاری به آن‌ها کمک کنند. این شرایط به‌ویژه در زمانی که مساجد در مضیقه قرار می‌گیرند، می‌تواند به احیای آن‌ها کمک کند؛ اما رفع پیامدهای منفی حتی در چنین شرایطی نیز بسیار مشکل است؛ پس حتی این شرایط نیز بهینه‌ترین وضعیت برای مساجد نیست.

این ویژگی‌ها ممکن است در روابط درون مسجد نیز به گونه‌ای متفاوت تسری پیدا کند. اگر در مسجدی، روح استیلا و نظام طبقاتی حاکم شود، آن‌گاه مسئله تأمین مالی، شکل مشخصی می‌گیرد. در این مورد می‌توان به نظام معابد کهن در ادیان مختلف اشاره کرد. در این نظام، تأمین مالی به طبقه پایین‌تر وابسته است و این امر به‌نوعی اجبار برای آن‌ها تبدیل می‌شود. طبقه پایین جامعه موظف است معبد و موبدان را تأمین کند تا بتواند با کسب رضایت از آنان، رضایت خداوند را به دست بیاورد؛ بی‌آنکه در نظام مسئولیت اجتماعی بتواند نسبت به نهاد معبد پرسشگری داشته باشد و بر روند فعالیت موبدانی که از جانب پادشاهان حمایت می‌شوند، نظارت کند.

اما از همه مهم‌تر روح این نوع ویژه از روابط است. با وجود رفع نیازهای طبقه بالا از طبقه پایین در این مسیر اجبار، کرامت طبقه پایین حفظ نمی‌شود؛ زیرا قوام نظام استیلایی در سایه «اغوا» و «تحقیر» طبقات پایین اجتماع است. اغوای حاصل از خرید و فروش بهشت و جهنم یا گناه و ثواب، اتفاق دیگری است که در طول تاریخ در نظام کلیسا رخ داده است. در این بین طبقه پایین همچنان به منزله غریبه از نظام مالی مسجد تلقی می‌شوند و اجازه ندارند از آنچه در مسجد و در قبال تأمین مالی اتفاق می‌افتد، مطلع باشند؛ زیرا آن‌ها عضو طبقه دیگری



هستند و شأن ورود به امور را ندارند.

در طول تاریخ در مساجد، هرگز نظام طبقاتی با این شدت شکل نگرفته است. امامان جماعت مساجد، مگر در شرایطی که مستقیماً از جانب بنی‌امیه یا برخی دیگر از حاکمان جور بر مساجد حاکم می‌شدند، رابطه استیلایی با نمازگزاران نداشته‌اند. احکام پرقدرت مسجد که عالمان دین حفظ کرده‌اند، هیچ‌گاه مساجد را به محلی برای سلطه بر نمازگزار تبدیل نکرده‌اند؛ زیرا نمازگزار، رکن این مکان محسوب می‌شود. وی آزاد است که به آن وارد و از آن خارج شود. آزاد است در مسجد، نماز فرادا یا جماعت بخواند.^۱ آزاد است به این مکان عبادی، کمک مالی کند یا نکند. آزاد است اموال خود را وقف یا نذر مسجد کند یا نکند؛ از این رو در نظام مسجد احکام بازدارنده بسیاری برای جلوگیری از روابط استیلایی شدید در اداره و در تأمین مالی وجود دارد.

با این حال، مسجد می‌تواند از روابط استیلایی، متأثر شود. در شرایطی که اصل در روابط موجود در حاکمیت بر استیلا باشد، ناخودآگاه گونه‌ای از استیلا را در تأمین مالی مسجد ایجاد می‌کند. نمازگزاران که آزادانه به مسجد می‌روند در فشارهای نهادی و رفتاری، خود را ملزم به تأمین مالی آنجا می‌دانند و مدیران آنجا، خویش را نسبت به عملکرد مالی پاسخگو نمی‌دانند.

تأمین مالی مسجد در سازوکار بازار

در جامعه مبتنی بر روابط بازاری، این مسئله، شکل دیگری پیدا می‌کند. همان‌گونه که بیان شد در جامعه بازاری، روابط بر مبنای منفعت

۱. البته این مسئله در فرض خواندن همزمان نماز جماعت و فرادا در مسجد، محل اختلاف است:

اما در ساعات غیرهمزمان، منعی ندارد.

مالی شکل می‌گیرد. عملکردها در نهادی که در نظام روابط بازاری قرار می‌گیرد، بر مبنای میزان منفعت مالی سنجیده می‌شود که برای نهاد ایجاد می‌کند. اگر مسجد در سازوکار بازار قرار گیرد، تأمین مالی آن در مبادلات بازاری روی می‌دهد. مسجد باید خدمت یا کالایی را بفروشد تا بتواند درآمدزایی کند. بنابراین مسجد تلاش می‌کند خدمات خود را بازاری کند. از خدمات وضوخانه و سرویس بهداشتی تا خدمات مراسم جشن و عزا و مراسم ملی که در مسجد رخ می‌دهد. اگر این موارد کفاف هزینه‌های مسجد را ندهد، ناچار است بخشی از زمین مسجد را به یک فروشگاه یا بازارچه یا آن را به واحد مسکونی و اداری تبدیل کند و با اجاره دادن، هزینه‌ها را تأمین کند.

در این منظر، مساجد تلاش می‌کنند بازار را بهینه‌تر کنند؛ یعنی سود خود را از بازاری کردن خدمات و اماکن متعلق به مسجد بیشتر کنند. به این منظور در مراسم، طبعاً ثروتمندان را به فقرا اولویت می‌دهند و اموات ثروتمندتر راحت‌تر می‌توانند در مسجد، اقامه عزا کنند و ادارات دولتی می‌توانند بهترین زمان‌ها را برای برگزاری مراسم خود در مساجد به خود اختصاص دهند. بانک‌ها و مشاغل سفته‌بازی و واسطه‌گری، مستأجران مناسب‌تری برای مساجد خواهند بود؛ زیرا اجاره بیشتری را پرداخت می‌کنند. در حالت حدی، مسجد رفتاری کاملاً بنگاهی از خود بروز می‌دهد و هدف‌گذاری خود را بر حداکثرسازی سود تنظیم می‌کند تا بتواند درآمد بیشتری کسب کند.

تمامی هزینه‌ها با این زاویه دید بررسی می‌شود که با انجام چنین هزینه‌ای، چه میزان عایدی و درآمد به مسجد بازمی‌گردد؛ برای مثال برای جذب تأمین مالی، فضا رقابتی می‌شود؛ پس ویتترین مسجد و زرق و برق



و زیورآلات مهم می‌شود. مسجد برای برگزاری مراسم، سخنران یا مداح مشهور (برند) دعوت می‌کند؛ زیرا این امر عایدی بیشتری را به سمت مسجد باز می‌گرداند، خواه این عایدی از جنس وجوهات باشد؛ خواه از جنس اعتبار! ظاهر مسجد نیز همین حکم را خواهد داشت. تنها قیدی که رفتار بازاری را در این شرایط محدود می‌کند، احکام اولیه‌ای است که در موضوع اداره مالی تا به امروز از جانب فقها معرفی شده است. مثل حرمت کسب مال از محل نماز خواندن برای امام، حرمت اختصاص زمین مسجد به مکاسب حرام و از این قبیل. اگر این رویکرد حاکم شد، نمی‌توان از مسجد انتظار داشت که در اجاره دادن ساختمان مسجد، یک مرکز فرهنگی را بر بانک اولویت دهد یا در برگزاری مراسم عزاء، میت مؤمن نمازگزار مسجد را بر فردی که در همان محل زندگی می‌کرده و هیچ‌گاه در آنجا حاضر نشده اما ثروتمندتر است، اولویت دهد. نمی‌توان انتظار داشت در اختصاص تالار مسجد به مراسم، برگزاری جشن میلاد اهل بیت بر یک مراسم اداری اولویت داده شود؛ زیرا اداره دولتی مربوطه پول بیشتری پرداخت می‌کند.

برای درک بهتر نگاه بازاری در مسجد، مثال دیگری را بیان می‌کنیم. فرض کنید در کنار مسجد، زمینی است که مردم محله از آن به منزله پارکینگ استفاده می‌کنند؛ به طوری که موقع نماز، پارکینگ نمازگزاران و در غیر آن پارکینگ عمومی است. حال زمانی که متولیان مسجد، نگاه صرفاً بازاری داشته باشند، دنبال آن خواهند بود که از این فرصت استفاده و از این زمین درآمد کسب کنند؛ پس دنبال کسب مجوزهای مربوطه می‌روند و زمین را به پارکینگ تبدیل و از مردم، مبلغی را دریافت می‌کنند. این عمل متولیان علاوه بر اینکه هیچ خدمتی به مردم ارائه نداده است،

بلکه باعث شده برای مردم و حتی نمازگزاران دردسر نیز ایجاد شود. نمازگزاری که تا روزهای قبل به راحتی در همین زمین پارک می کرده و به مسجد می رفته، حالا باید هرروز مبلغی را پرداخت کند که در این صورت یا باید این هزینه را بپذیرد یا باید برای ماشین خود محل پارک دیگری پیدا کند. از طرف دیگر این عمل متولیان و هر عملی که باعث شود همه چیز پولی شود، معنای اجتماعی خود را به همراه دارد؛ در این رویکرد با اینکه در ظاهر گفته می شود هر کس از پارکینگ استفاده می کند، باید هزینه آن را بپردازد؛ اما اثر اجتماعی این است که با پارکینگ شدن زمین، اعلام می شود این زمین متعلق به قشری است که توانمندی پرداخت هزینه پارکینگ را دارند و بقیه شایستگی استفاده از این زمین را ندارند؛ زیرا توانایی پرداخت هزینه آن را ندارند.

معمولاً در نگاه بازاری با این توجیه مواجه می شویم که مسجد باید بتواند درآمد فراوانی داشته باشد تا آن را برای ترویج دین مصرف کند؛ از این رو اشکالی ندارد که مسجد بتواند در محیط بازار فعال شود و درآمد کسب کند. حال آنکه مساجد با ورود به عرصه بازار، همان امکانات و توانمندی هایی را که پیش از این مصروف ترویج دین می کردند، رفته رفته به امکانات تأمین مالی تبدیل می کنند. همان اتاقی که تا پیش از این به امام جماعت تعلق داشت و محل رفع و رجوع نیازهای مؤمنان بود، همان دفتری که به امر ترویج و آموزش قرآن اختصاص داشت و همان زیرزمینی که در آن به طور مداوم هیئت برگزار می شد، امروز کارکرد بازاری پیدا می کند. شاید گفته شود که در مسجد، این فضاها را حفظ می کنیم؛ اما با توسعه مسجد، اماکنی را برای تأمین مالی مسجد ایجاد می کنیم. یا اینکه مسجد با خرید چند باب مغازه در پاساژ و اجاره دادن آن، مخارجش



را تأمین می‌کند. در اینجا است که مباحثه، جدی‌تر می‌شود. سؤالی که طرح می‌شود، این است که آیا کارکردهای فعلی مسجد مبتنی بر شأن وجودی و محوری مسجد در جامعه اسلامی کفایت می‌کند؟ آیا همین که این کارکردهای معمول مسجد به اتمام برسد، می‌توان به این باور رسید که مسجد در امر ترویج دین و عبودیت، تکلیفش را به اتمام رسانده است؟ یا اینکه این توسعه باید روزافزون باشد و شئون اصیل مسجد را بازایی و احیا کند؟ با توجه به این نکته به نظر می‌رسد مسجد ضمن نیاز به تأمین مالی و درآمدزایی، باید همه ظرفیت‌های خود را در امر دین مصروف کند و این ظرفیت‌ها را روزبه‌روز افزایش دهد؛ برای مثال یکی از تکالیف مسجد، برنامه‌ریزی و تخصیص امکانات برای حضور جوانان در نظام تعبد و بندگی خداوند است. رهبر معظم انقلاب در این باره در دیدار با ائمه جماعات مساجد استان تهران می‌فرمایند:

«بایستی برای جوان‌ها جایگاه خاص در مسجد ایجاد کرد؛ یعنی واقعاً باید برای جذب جوان برنامه‌ریزی کرد؛ نه اینکه ما با حضور میان‌سال و پیرمرد در مسجد مخالفیم؛ نه، مؤمنان همه باید بیایند به مسجد و استفاده کنند؛ اما جوان‌ها را باید جذب مسجد بکنیم. اینکه جوان، مسجد را خانه خود و جایگاه خود بشناسد و به آن انس پیدا کند و رفت‌وآمد پیدا بکند، خیلی برکات دارد. کار را در جامعه، جوان‌ها انجام می‌دهند، پیشران حرکت‌های اجتماعی جوان‌ها هستند، این‌ها هستند که کار می‌کنند، تلاش می‌کنند. جاذبه برای جوان برخلاف آنچه بعضی تصور می‌کنند، گذاشتن میز پینگ‌پنگ نیست. بعضی خیال می‌کنند برای اینکه جوان‌ها را جذب کنیم به مسجد، وسایل سرگرمی فراهم بکنیم؛ مثل همان جریانی که یک کلیسایی در آمریکا [انجام می‌داد] که آن نویسنده مصری

می‌گوید: رفتم دیدم که پای این کلیسا یک برنامه‌ای زده‌اند که مثلاً فرض کنید که امشب از ساعت فلان در سالن کنار کلیسا، آن طرف محراب، این برنامه‌ها هست: برنامه رقص است و آواز است و موسیقی است و یک شام سبکی است و اُنس هست و مانند این‌ها. می‌گفت حسّاس شدم، رفتم دیدم بله، همین است؛ اینجا سالن کلیسا است، یک سالن هم بغلش هست مثل یک کاباره؛ دخترها، پسرها، مردها، میان‌سال‌ها می‌آیند تماشا می‌کنند؛ دختر و پسرها هم میدان‌دارند. موسیقی هست، رقص هست، آواز هست، آخر سر هم کشیش آمد و چراغ‌ها را یک‌خرده‌ای کم کرد تا یک‌خرده کم‌نور بشود و فضا [خاص شود]، می‌گفت: رفتم بیرون؛ فردا برگشتم آمدم آن کشیش را در کلیسا پیدا [کردم]؛ گفتم من دیشب در این جلسه شما بودم، آخر معنای این چیست؟ ایشان گفت: ای آقا، می‌خواهیم جوان‌ها را جذب کنیم! جوان‌ها را می‌خواهیم [جذب کنیم]! اگر بنا است با رقص و آواز و موسیقی و امثال این‌ها جوان جذب بشود، خوب بروند همان کاباره، چرا بیایند اینجا؟

راه جذب جوان‌ها تصرّف دل جوان است. دل آن جوان یک قیامتی است، اوضاعی است. گرایش جوان به معنویت یکی از آن رازهای بزرگ الهی است. یک حرف معنوی را برای امثال بنده که بگویند، خوب گوش می‌کنم، حداکثر اندکی تأثیر پیدا می‌کنم، [اما] همان حرف را به یک جوان بزنند، منقلب می‌شود، از این رو به آن رو می‌شود. دل جوان حقیقت‌پذیر است، دل جوان به فطرت الهی نزدیک است: «فَطَرَتَ اللّٰهُ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا»^۱ دل جوان با نصایح و مطالب معنوی و سلوکی و عرفانی اُنس پیدا می‌کند، زود اُنس پیدا می‌کند، زود دلباخته و دلبسته می‌شود؛ جاذبه



جوان‌ها این‌ها است. شما سخن را، حرف را، اقدام را با معنویت، با عرفان واقعی، نه عرفان‌های تخیلی و توهمی و صوری، یک مقداری آمیخته بکنید، خواهید دید جوان چطور مجذوب می‌شود و می‌آید. جاذبه جوان در مسجد این‌ها است؛ ولاً حالا یک وسیله بازی هم آنجا فراهم کردیم، گذاشتیم، خب اگر بنا است برای بازی بیاید، برود در باشگاه بازی کند.^۱ زمینه‌سازی برای رونق جوانان با این حدود و ثغور نیازمند تفکر، برنامه‌ریزی و تخصیص امکانات است. آنچه به نظر می‌رسد در نگاه رهبری، این صحیح نیست که برای جذب جوان، مسجد را به یک محل تفریحی بدل کنیم. احتمالاً به طریق اولی این نیز صحیح نیست که مسجد به یک بازار خرید و فروش بدل شود؛ اما این بدان معنا نیست که مسجد برای جذب قلوب جوانان و هدایت آن‌ها به سوی معارف الهی، به امکانات نیازی ندارد.

از این مثال‌ها ممکن است تصور شود هر مسجدی که طرح مواسات و بسته معیشتی انجام می‌دهد، یا هر مسجدی که میوه‌فروشی می‌زند یا هر مسجدی از فضاهای خود استفاده درست می‌کند یا هر مسجدی که پارکینگ دارد در نظام بازاری است؛ این یک برداشت ناقص است. جامعه بازاری جامعه‌ای است که نقطه اتکا و نیروی محرکه‌اش منفعت و درآمد است؛ اگر نیروی محرکه مسجد صرفاً درآمد باشد اشکال دارد. البته این نکته نیز قابل تأمل است که افراط در تبدیل امکانات مسجد به بازار، ناخودآگاه، نیروی محرکه مسجد را بازاری می‌کند و رفته‌رفته مسجد را از کارکردهای مومنانه مبتنی بر ایثار، ولایت و اخوت دور می‌کند.

۱. بیانات در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران، ۱۳۹۵/۵/۳۱.

برای مثال مسجدی می‌بیند به خاطر شیوع بیماری کرونا و تعطیل شدن برخی مشاغل، تعدادی از افراد محله دچار مشکلات جدی اقتصادی شدند، به همین جهت خیریه این مسجد شروع به جمع‌آوری کمک‌های مردمی می‌کند تا با حفظ آبروی افراد آسیب‌دیده به آن‌ها کمک کند. متولیان مسجدی را در نظر بگیرید که متوجه می‌شوند میوه‌فروشی خوبی در داخل محله نیست و افراد محله برای تهیه میوه باید مسیری طولانی را طی کنند تا این نیاز آن‌ها برطرف شود. حال این مسجد سعی می‌کند این مشکل محله را برطرف کند. مسجدی دیگر یک سالن بدون استفاده دارد. متولیان این مسجد به فکر می‌افتند تا از این ظرفیت استفاده کنند و نیاز مردم را تأمین کنند. با بررسی‌های انجام‌شده و پرسش از مسجدی‌های محل متوجه می‌شوند که این مکان به صورت سالن مطالعه می‌تواند به افراد محله خدمت ارائه دهد یا اینکه سالن ورزشی برای جوانان و نوجوانان محله باشد. مسجد دیگری را در نظر بگیرید که زمینی در کنار آن است؛ اما قابل استفاده نیست؛ زیرا به خاک‌برداری و کارهای عمرانی نیاز دارد. حال اگر متولیان مسجد تشخیص بدهند که یکی از مشکلات محله پارکینگ است و آن زمین را به پارکینگ تبدیل کنند، خدمتی ارزنده به اعضای محله داشته‌اند. احتمالاً تمامی فعالیت‌های فوق برای مسجد درآمدزایی را هم در بر خواهد داشت؛ اما همان‌گونه که بیان شد تمامی این فعالیت‌ها برای ارائه خدمت به مردم محله و شهر بوده است؛ به بیان دیگر قوه محرکه مسجد برای رفع نیاز بوده است، نه صرف درآمد. البته با مرور نظام تأمین مالی در جامعه امام و امت یا جامعه ولایت درمی‌یابیم که مسجد می‌تواند با وجود خدمت به مردم، نیاز نداشته باشد که همان سالن یا اتاق را بازاری کند؛ یعنی می‌تواند در اختصاص



همین امکانات نیز بر ایثار، تبرع و خدمت تکیه کند.

هر عملی که مسجد، متولی آن می‌شود، می‌تواند در رویکردهای اجتماعی مختلف معنا پیدا کند؛ زیرا یک عمل مشخص برای یک مسجد، امری بازاری است و همان عمل برای مسجد دیگر می‌تواند امری کاملاً اسلامی باشد که میزان برای تشخیص جهت و سوگیری این اقدام، نیازهای واقعی مردم، جایگاه این عمل در افق تمدنی و نیت بانیان و متولیان است. بنابراین، یک رفتار خرید و فروش، لزوماً یک رفتار جامعه بازاری نیست و می‌توان روح تعبد را در این خرید و فروش بر روح منفعت‌جویی غلبه داد؛ اما همین خرید و فروش هم نقطه بهینه در جامعه ولایت محسوب نمی‌شود و می‌توان راهکارهای جایگزین و مطلوب‌تری را برای تأمین نیازها معرفی کرد.

آیا یگانه راه رفع نیازهای اقتصادی مسجد تأمین مالی و پولی است؟

احتمالاً این سؤال، عجیب و شاید کمی مضحک به نظر برسد. در نگاه اول، پاسخ این است که مسجد نیازمند ساختمان، فرش، سیستم صوتی و بسیاری امکانات دیگر است. اگر مسجد درصدد مواسات هم باشد، باید به اندازه کافی پول و درآمد داشته باشد تا بتواند برای نیازمندان اقلام مد نظر را تهیه کند. اگر مسجد درصدد استخدام خادم باشد، نیازمند درآمد است که بتواند دستمزد او را تأمین کند؛ اما آیا این نیازمندی‌ها را تنها می‌توان با تأمین پول آن هم از محل بازاری‌سازی امکانات و اموال مسجد به دست آورد؟ در بخش آینده تلاش می‌کنیم به این سؤال پاسخ بدهیم.

نظام وقار مسجد^۱

پیش از ورود به بحث تأمین مالی و نظام درآمدی مسجد، سعی میکنیم نگاهی به ادبیات و بارواژگانی مفاهیم پیرامون تأمین مالی و نظام درآمد-مخارج پردازیم. سپس با جایگزین کردن مفهوم نظام نیاز و رفع نیاز (نظام وقار مسجد)، به برخی دلالت‌های مثبت این مفهوم پردازیم.

بر همین اساس بحث را با سؤالات زیر آغاز میکنیم. آیا استفاده از مفاهیم تأمین مالی، درآمد، استقلال مالی در اینجا دارای بار معنایی متفاوتی خواهد بود؟ استفاده از مفهوم نظام وقار مسجد، چه دلالت‌های مثبتی در حوزه نفی روابط پولی خواهد داشت؟

ادبیات «تأمین مالی»^۲ - که بخش گسترده‌ای از دانش اقتصاد و دانش مدیریت مالی را به خود اختصاص داده است - هرچند سابقه طولانی و تاریخی دارد؛ اما از اواخر قرن بیستم به صورت یک دانش مجزا بررسی شده است. در همین راستا گستره‌ای از مباحث مربوط به تأمین مالی مانند تأمین مالی شرکتی،^۳ سرمایه‌گذاری‌ها،^۴ بازار و نهادهای تأمین مالی،^۵ طرح و پیگیری می‌شود. دغدغه تأمین مالی شرکت‌ها عموماً با سه هدف اصلی پیگیری می‌شود که عبارت‌اند از:

۱. قال علی علیه السلام: «مَنْ وَفَّرَ مَسْجِدَ الْفَقْرِ يَوْمَ لِقَاءِ ضَاحِكٍ مُسْتَبْشِرٍ وَأَغْطَاهُ كِتَابَهُ بِمِمْبِنِهِ: هرکس حرمت و شکوه مسجدی را حفظ کند، در روز ملاقات با خدا، او را خندان و شادمان دیدار می‌کند، در حالی که کارنامه‌اش را به دست راست او داده است.» (برقی، المحاسن، ۲ جلد، دار الکتب

الإسلامیة، قم، چاپ: دوم، ۱۳۷۱ ق.)

۲. finance.

۳. corporate finance.

۴. investments.

۵. financial institutions and market.



تأمین سرمایه؛

تأمین نقدینگی (سرمایه در گردش)؛

تبدیل دارایی به اوراق بهادار.

طرح مباحثی چون مالکیت، مدیریت و نحوه مشارکت در سود و زیان از جانب افراد و نهادهای تأمین کننده مالی، از اصلی ترین دلایل توسعه و رونق این حوزه از دانش بوده است.

الگوی رفع نیاز در نظام وقار مسجد

طبعاً مسجد نیز به مثابه یک نهاد که دارای کارکردهای مشخص است، در مواردی نیازمند تأمین سرمایه و تأمین نقدینگی است. همین مشابهت موجب می شود که گاه این نهاد، یک ساختار بنگاهی در نظر گرفته شود. این در حالی است که فرایند تأمین سرمایه و تأمین نقدینگی مسجد، می تواند بسیار متفاوت با بنگاه های اقتصادی طرح ریزی شود. مسجد به دلیل ساخت تاریخی و اعتقادی، فرصت های تأمین مالی و تأمین سرمایه ای چون وقف، هبه، نذر، انفاق و صدقه (در معنای عام) را استفاده می کند. افزون بر آن مردم در برگزاری مراسم و انجام تکالیف مسجد، مشارکت فراوانی دارند؛ برای مثال، معمولاً مساجد در ایام خاص و مناسبت ها، بانی های مشخصی دارند. همه این موارد در حالتی است که مسجد در صدد آن باشد که برای انجام کارکرد مورد نیاز به تأمین سرمایه و پول نیازمند باشد. این در حالی است که بسیاری از خدمات مسجد، اصولاً نیاز به واسطه مالی و پولی ندارد؛ برای مثال، مشارکت مستقیم نمازگزاران در اموری چون مواسات، درمان، نظافت مسجد، تعمیرات و مرمت بنا، خطاطی، برگزاری کلاس های آموزشی و سایر امور کاملاً رایج است. به این معنا که نمازگزار، خود به طور مستقیم بخشی از زمان خود را به امور

مسجد اختصاص می‌دهد. از آنجا که مساجد محل حضور، طیف‌های مختلف اجتماعی هستند، نظام خدمات مسجد، متشکل از نمازگزارانی با مهارت‌ها و توانمندی‌های مختلف است. هرکدام از این افراد با تخصیص بخشی از زمان خود، نظام خدماتی متنوعی را ایجاد می‌کنند. علاوه بر این، نمازگزاران در رفع بسیاری از نیازهای سرمایه‌ای مسجد به طور مستقیم مشارکت می‌کنند. در میان نمازگزاران از فرش فروش و فروشنده لوازم خانگی تا مصالح فروش و قناد و خیاط و پارچه فروش و... وجود دارند. مردم با هدیه یا وقف و نذر فرش، لوازم آشپزخانه مسجد، پارچه و حتی لوازم ساختمانی و... نیازهای مسجد را مرتفع می‌کنند؛ به عبارت دیگر، نیازهای مسجد عمدتاً و در طول تاریخ در یک نظام وقار و ایثار تأمین شده است. هر چه به تقویت این نظام وقار و ایثار کمک شود، اولاً: نیازهای مسجد به سرعت رفع و رجوع می‌شود؛ ثانیاً: مسجد از تأمین مالی و تأمین سرمایه در محیط بنگاهی معاف می‌شود.

در بند قبل رابطه میان نظام تأمین مالی و نظام رفع نیاز مسجد را توضیح دادیم. اگر بنای مسجد بر تقویت نظام بنگاه‌داری باشد، نیاز مسجد را به نمازگزارانی که می‌توانند امور را رفع و رجوع کنند به شدت کاهش می‌دهد. نیازی که در واقع، نیاز نمازگزار به مسجد است. نیازی که خود گونه‌ای از تعبد است و نمازگزار دنبال آن است که با اتصال به این نظام رفع نیاز، از فیوضات مرمت مسجد بهره‌بردار؛ اما تفوق رابطه بنگاه‌دارانه، نیاز نمازگزار را به مسجد، کاهش می‌دهد و نمازگزار را از فیض حضور و مشارکت محروم می‌کند.

همین نمازگزار اگر در نسبت بنگاه‌دارانه با مسجد قرار بگیرد، اولاً: در رابطه مبادله، از فیض مشارکت محروم می‌شود؛ ثانیاً: چون نسبت و



تناسب مبادله‌ای برقرار کرده است، اگر هم خدمتی برای مسجد انجام دهد، انتظار آن را خواهد داشت که همانند خرید و فروشی که در صنف خود انجام می‌دهد، مابه‌ازای آن را دریافت کند.

البته همه آنچه گفته شد، این الزام را ایجاد نمی‌کند که مسجد، مواردی از نیازهای خود را که در نهایت قابلیت رفع آن‌ها در نظام وقار وجود ندارد، در بازار تأمین کند و این را نیز رد نمی‌کند که نمازگزاران، گاه قدرت آن را ندارند که در نظام وقار همه نیازمندی‌های مسجد را رفع کنند؛ چنان‌که در شرایطی برای نمازگزارانی که فرش فروش هستند، این امکان وجود ندارد که همه فرش مسجد را تأمین کنند.

در این شرایط یا سایر نمازگزاران به کمک فرش فروش می‌روند و فرش می‌خرند و به مسجد هدیه می‌کنند یا فرش خانه خود را به مسجد هدیه می‌کنند، یا خود فرش فروش تلاش می‌کند با دادن تخفیف، خرید را برای مسجد آسان کند. همه این‌ها رفتارهایی در نظام وقار و تعبد به شمار می‌رود؛ اما اجازه بدهید این ادعا را نیز به صراحت مطرح کنیم که اگر مسجد، نظام وقار را تقویت کند، با حضور روزافزون نمازگزاران، نیازهای مسجد رفع می‌شود؛ به عبارت دیگر هم مسجد شلوغ می‌شود و هم نیازها رفع می‌شود.

در مقابل نیز این ادعا قابل طرح است که محوریت بنگاه‌داری، مسجد را از نمازگزار خالی می‌کند؛ حتی محوریت نگاه استیلا در مسجد نیز چنین کارکردی دارد و مساجد را از نمازگزار خالی می‌کند؛ زیرا در دو صورت اخیر، مساجد نیازی به نمازگزار ندارند! و نمازگزار نیز این قابلیت را پیدا نمی‌کند که با مشارکت در امور مسجد، نیاز خود به تعبد از مجرای خدمات اقتصادی را رفع کند.



بر همین اساس در گام اول و برای تبیین نظام درآمدی مسجد می‌توانیم به جای استفاده از مفهوم غیر دقیق «تأمین مالی» در مسجد، از مفهوم نظام وقار و ایثار استفاده کنیم.

این مسئله درباره مفهوم «درآمد»^۱ نیز وجود دارد. درآمد در یک نظام بودجه‌ای (بودجه دولت، بودجه خانوار، بودجه شرکتی) معنا می‌یابد. در نظام‌های بودجه‌ای، اصل برابری درآمد و مخارج^۲ حاکم است. در اینجا نیز تفاوت میان ماهیت دریافتی‌های مسجد، با ماهیت درآمد در یک سند بودجه وجود دارد.

درآمد در نظام بودجه‌ریزی شرکتی، محصول فروش خدمت یا کالا است؛ اما عایدی‌های مسجد لزوماً در نظام مبادله ایجاد نمی‌شوند. برای رسیدن به معادل بهتر واژگانی باید دانست، سازوکار مردمی نظام درآمد-مخارج در مسجد به گونه‌ای است که وجود هر نیاز در مسجد، متناظر خواهد بود با تکلیفی متناظر برای رفع آن نیاز که بر دوش یکی یا گروهی از مؤمنان قرار می‌گیرد؛ پس آنچه در مسجد وجود دارد بیش از آنکه نظام مخارج باشد، نظام رفع نیاز است. به همین دلیل، ایجاد ارتباط محکم و عمیق، میان مردم و زائران خانه الهی با مسجد و به تبع آن، ارتباط آن‌ها با نیازهای مسجد، امری لازم و ضروری است. در این نگاه، کسب درآمد و مخارج دو پدیده، مستقل نخواهد بود؛ بلکه به واسطه حضور مردم و نقش گسترده مردم در رفع نیازهای مسجد، ایجاد نیاز به مثابه رفع آن توسط نمازگزاران خواهد بود.

در این نگاه، اصلی‌ترین روش برای رفع نیازهای مسجد، مشارکت دادن مردم در فرایند وقار است. در این نگاه به مردم و نمازگزاران به

۱. Revenue.

۲. spending.



چشم افرادی که امکان کسب درآمد از آن‌ها وجود دارد نگریسته نخواهد شد. در این نگاه، مردم همان کسانی هستند که نیاز ایجاد شده را رفع خواهند کرد؛ از این رو حلقه درآمد-مخارج بسیار کم‌رنگ خواهد شد. در اینجا عملکرد صحیح و خوشذوق حلقه‌های واسط میان مردم و نیازهای مسجد یعنی امام و بازوهای کمکی امام، اهمیت بیشتری خواهد یافت. این حلقه‌ها، به جای آنکه سنگینی بار تأمین مالی مسجد از طریق مردم را بر دوش خود احساس کنند، شیرینی «وصل» مردم و مسجد به واسطه ارتباط مؤثر با نمازگزاران و شناخت دقیق نیازهای مسجد را خواهند چشید.

اولین ویژگی برجسته که در این رویکرد ظهور می‌کند، نفی پولی شدن روابط است. نفی پولی شدن روابط، بدین معنی است که مردم در مقام تأمین کنندگان درآمد مسجد پیش از آنکه منابع مالی خود را ببینند (که در صورت لزوم از آن‌ها نیز استفاده خواهد شد)، آن بخش از امکانات، استعدادها، ارتباطات و توانایی‌هایی خود را در راه رفع نیاز مسجد می‌بینند.

هنگامی که سیستم برق مسجد با مشکل مواجه می‌شود، نمازگزاری که در مسائل فنی سر رشته دارد و در میان صفوف نمازگزاران نشسته است، پیش از آنکه احساس کند باید دست در جیب کند و مبلغی را بابت مخارج تعمیر سیستم برق درون کیسه مسجد بیندازد، احساس می‌کند الآن موقع بذل توانایی‌ها و مهارت‌هایش در مسیر رفع نیاز مسجد است. ثمره اصلی این اتفاق مبارک، رفع شدن مشکل برق مسجد نیست؛ بلکه علقه و ارتباط قلبی است که به واسطه این اقدام میان نمازگزاران و خانه خدا ایجاد شده است؛ یعنی مادی‌ترین ابعاد مسجد نیز به مسیری

برای ایجاد رابطه قلبی با پروردگار تبدیل می‌شود. جوانی که تعمیرات برق مسجد را انجام داده، فردی که سرویس کولرهای مسجد را انجام داده و مغازه‌داری که قند و چای مسجد را در طول سال چند بار تأمین کرده است، قطعاً احساس وابستگی بیشتری به مسجد خواهد داشت. نسبت به شرایطی که هر هفته یک بار کیسه کمک به مسجد را در مقابل او گرفته باشند و از او تقاضای کمک نقدی کرده باشند؛ حتی در مواقعی که به مشارکت نقدی نیز نیاز باشد، به واسطه طی شدن صحیح مسیر دخیل کردن مردم در فرایند رفع نیاز مسجد، مشارکت نقدی بهتر از حالت گذشته عمل می‌کند و تمایل اهل مسجد برای مشارکت نقدی نیز بیشتر از حالت سابق خواهد بود.

انگیزه مشارکت مردم در نظام وقار مسجد

بر همین اساس، مشارکت مردم در اداره مسجد ذیل نظام وقار مسجد دارای یک نظام انگیزشی پایه خواهد بود که این انگیزش، در بخشهایی که دغدغه مالی برای متولیان ایجاد می‌کند جریان پیدا خواهد کرد. یکی از این بخشها بخش خادمی خواهد بود؛ بر همین اساس در ادامه به صورت نمونه به این بخش اشاره خواهیم کرد.

اولین بخش در مشارکت مردم، اصلاح نظام انگیزشی^۱ مشارکت کنندگان است. نگاهی به سیره نبی مکرم و ائمه معصومین (علیهم السلام) نشان می‌دهد انجام فعالیتهای مسجد به وسیله مردم، مقدمه مهمی داشته است که آن اصلاح نگرش و نشان دادن جایگاه واقعی انواع مشارکتهاست. به همین منظور درباره امر خادمی مسجد، قرآن کریم بزرگ‌ترین



شخصیتهای عالم در میان مردان و زنان را خادم مسجد معرفی می‌کند. جناب ابراهیم و اسماعیل (علی نبینا و آله و علیهم السلام) را خادم مسجد معرفی می‌کند و سفارش تطهیر بیت را به آنان گوشزد مینماید؛ یعنی اگر اطلاق طهارت را در نظر بگیریم، از شئون ایشان، طهارت و پاکیزگی اعم از معنوی و پاکسازی از بت‌ها و پاکسازی ظاهری مسجد است که مورد اخیر، همان شأن مرسوم خدام فعلی مسجد است.^۱ زمانی که خادمی مسجد، از بالاترین شئون اجتماعی به شمار رود، نظام طبقاتی مسجد که امروزه بر بسیاری از مساجد حاکم است، تغییر می‌کند. نظامی که در آن خادمی مسجد یک شغل رده پایین اجتماعی به شمار می‌رود و معمولاً افرادی با سطوح پایینی از سواد و مهارت از سر ناچاری خود و مسجد به این شغل روی می‌آورند.

مثال دیگری از شأن خادمی در نظام دینی را می‌توان در ماجرای حضرت مریم دید. آن‌گاه که مادر مریم، حمل خود را نذر خادمی مسجد می‌کند و به واسطه دختر شدن فرزندش نگران نذر خود می‌شود. خداوند، مریم را به بهترین وجه به مقام خادمی مسجد می‌پذیرد و از طرفی روزی «مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ» را روانه محراب مریم می‌کند.^۲

۱. «وَعَهَدْنَا إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ أَنْ طَهِّرَا بَيْتِيَ لِلطَّائِفِينَ وَالْقَائِمِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ (سوره بقره، آیه ۱۲۵)؛ «و به ابراهیم و اسماعیل سفارش کردیم که حرم مرا برای اهل ایمان که به طواف و اعتکاف

حرم آیند و در آن نماز و طاعت خدا به جای آرند، پاکیزه دارید.»

۲. «فَتَقَبَّلَهَا رَبُّهَا بِقَبُولٍ حَسَنٍ وَأَنْبَتَهَا نَبَاتًا حَسَنًا وَكَفَّلَهَا زَكَرِيَّا كُلَّمَا دَخَلَ عَلَيْهَا زَكَرِيَّا الْمِحْرَابَ وَجَدَ عِنْدَهَا رِزْقًا قَالَ يَا مَرْيَمُ أَنَّىٰ لَكَ هَذَا قَالَتْ هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ»

(سوره آل عمران، آیه ۳۷)؛ «پس پرودگارش او را به نیکویی پذیرفت و به نیکویی رشد داد و زکریا را کفیل او قرار داد. هر زمان که زکریا در محراب بر او وارد می‌شد، رزق ویژه‌ای نزدش می‌یافت.

گفت: ای مریم! این رزق ویژه برای تو از کجاست؟! گفت: از سوی خداست، یقیناً خدا هر کس را بخواهد، به وی رزق بی‌حساب می‌دهد.»

همچنین آن‌گاه که رسول گرامی اسلام در معراج و در بالای درب ششم جایگاه خادمان مسجد را می‌بینند، آن را برای مؤمنان بازگو می‌کنند تا جایگاه و اثر واقعی خدمت به مسجد را در ذهن آنان شکل دهد. این اثرات واقعی این‌گونه خواهد بود که: «کسی که دوست دارد قبرش وسیع شود، مسجد بنا کند و کسی که دوست دارد، بدنش خوراک مور و موریانه نشود، مسجد را جارو و زباله را از آن خارج کند و کسی که دوست دارد قبر و لحدش تاریک نشود، چراغ مساجد را روشن نگاه دارد و کسی که دوست دارد بدنش در زیرزمین، تر و تازه بماند و فاسد نشود، مسجد را مفروش کند»^۱.

در جامعهای که نگاهشان به خادمی بر اساس قواعد ذکر شده اصلاح شود، خادمی یک شغل نخواهد بود که در پیدا کردن افراد برای انجام آن شغل با قیمت مناسب، با مشکل مواجه باشند؛ زیرا در سطح اول، خادمی، یک امر افتخاری تلقی می‌شود که همه مشتاق بر عهده گرفتن آن خواهند بود و خانواده‌ها می‌توانند هرکدام یک روز یا یک هفته در طول سال، خادم افتخاری مسجد باشند.

در سطح دوم، اگر مسجدی را متصور باشیم که نتواند بدون خادم مشخص، امور خود را بگذراند، نگاه نمازگزاران و حتی نگاه خادم به این امر متفاوت خواهد بود.

اولین تفاوت، این خواهد بود که در اینجا رابطه از جنس اجرت

۱. عَنْ رَسُولِ اللَّهِ (صلى الله عليه و آله و سلم) فِي حَدِيثٍ طَوِيلٍ أَنَّهُ رَأَى لَيْلَةَ الْإِسْرَاءِ هَذِهِ الْكَلِمَاتِ مَكْتُوبَةً عَلَى الْبَابِ السَّادِسِ مِنَ الْجَنَّةِ «لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ عَلِيُّ وَلِيُّ اللَّهِ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يَكُونَ قَبْرُهُ وَاسِعاً فَسَيَحُفُّهُ فَلْيَنْتَوِرِ الْمَسَاجِدَ وَمَنْ أَحَبَّ أَنْ لَا تَأْكُلَهُ الدِّيدَانُ تَحْتَ الْأَرْضِ فَلْيُكْنَسِ الْمَسَاجِدَ وَمَنْ أَحَبَّ أَنْ لَا يُظْلَمَ لِحَدِّهِ فَلْيَنْتَوِرِ الْمَسَاجِدَ وَمَنْ أَحَبَّ أَنْ يَبْقَى طَرِيقاً تَحْتَ الْأَرْضِ فَلَا يَبْلَى جَسَدُهُ فَلْيَشْتَرِ بُسْطَ الْمَسْجِدِ» (مستدرک، ج ۳، ص ۳۸۵).



نخواهد بود. خادم، اجیر کسی نیست که بخواهد در ازای انجام کار مشخصی، درآمدی را برای خود کسب کند؛ بلکه در این نگاه، خادم، توفیق خادمی خانه خدا را پیدا می‌کند و نمازگزاران به واسطه قدرشناسی از این جایگاه والا، بخشی از امور زندگی او را برعهده می‌گیرند که به علت اشتغال به خادمی، زمان لازم برای پرداختن به آن را ندارد.

در این صورت نیاز نیست، این اتفاق حتی به صورت پولی بیفتد؛ مثلاً ممکن است مدیر مدرسه محل، فرزند این خادم را به صورت رایگان در مدرسه ثبت نام کند. اهالی محل نیز هرگاه مایحتاج زندگی خود را تأمین می‌کنند، برای تأمین مایحتاج زندگی خادم نیز دغدغه‌مند خواهد بود.^۱ با این تغییر رویکرد، خادم که در نظام بنگاهداری، پست‌ترین شغل محسوب می‌شود، در نظام وقار به یک شأن والا در جامعه بدل می‌شود. نظام وقار، طبقات اجتماعی درون مسجد را جابه‌جا و معیار تقوا را در نگاه به مناصب مسجد جایگزین می‌کند. در این صورت است که خادمی مسجد به یک افتخار و حسرت اجتماعی بدل می‌شود و مردم فوج فوج تلاش می‌کنند که این عنوان اجتماعی را کسب کنند.

مشابه این ماجرا را می‌توان در نظام اداره اماکن متبرکه‌ای چون مضجع شریف حضرت علی ابن موسی الرضا (علیه السلام) دید. افرادی با برترین شئون اجتماعی رایج، افتخار می‌کنند که کفش‌دار یا جاروکش حرم باشند و به زائران حضرت خدمت کنند. این افراد نه تنها از حرم شریف دستمزدی دریافت نمی‌کنند؛ بلکه حاضرند برخی از نیازها را با اموال شخصی خود تأمین کنند؛ اما در مساجد با وجود اهمیت و تبرک بسیار، نتوانسته‌ایم این نگاه را مستقر کنیم. پس خادمی مسجد و رفع نیازهای مسجد، رفته‌رفته

۱. در این باره در فصل بعد توضیحات بیشتری ارائه شده است.



به سوی بازار حرکت کرده است. در اینجا است که ارتباط وثیق میان نظام فرهنگی مسجد و نظام اقتصادی آن به خوبی قابل رؤیت است.

استقلال مالی مسجد

از گفتمانهای رایج امروزی، میان متولیان مسجد، گفتمان استقلال مالی مسجد است. پیش از پرداختن به این گفتمان، ابتدا باید به یک اصل اساسی در مسجد توجه کرد: «هر آنچه مشارکت مومنانۀ مردم را در انجام امور مسجد، کاهش دهد، نامطلوب است.»

کاهش مشارکت مردم، گاه در نتیجۀ رخ دادن یک رفتار ناپسند از جانب منسوبین به مسجد است، گاه ناظر به نظام اداره مسجد است، گاه نتیجۀ فعالیت تخریبی رسانه‌ای علیه مسجد، گاه نتیجۀ یک ساختار اقتصادی و گاه نتیجۀ یک طرز فکر است.

نظریه استقلال مالی مساجد را نیز می‌توان از همین منظر بررسی کرد. گاه استقلال مسجد، استقلال از مشارکت مردم در مسجد تلقی می‌شود.

هم‌اکنون شعار استقلال درآمدی مسجد و ایجاد منابع مالی پایدار برای مسجد به نحوی که در فراز و فرودهای اقتصادی دستخوش تغییر نگردد و به صورت پیوسته و مستمر عایدی، هرچند مختصری را برای مسجد فراهم کند، به یک دغدغه عمومی برای اهالی مسجد تبدیل شده است؛ اما سؤال اساسی در اینجا آن است که استقلال از چه کسی و استقلال از چه چیزی؟ آیا لزوماً هرگونه وابستگی اقتصادی، امری منفی تلقی می‌شود؟ آنچه در مسئلۀ وابستگی مطرود است، وابسته بودن به عوامل غیر اهل و عواملی است که به قلب ماهیت یک پدیده منجر می‌شوند.

آیا انواع وابستگی‌هایی که در مسیر رشد و حیات پدیده‌ها میان



یکدیگر وجود دارد نیز امر منفی تلقی می‌شوند؟ به صورت نمونه آیا وابستگی اقتصادی نظام پیشرفت و ترویج دین و بسیاری از امور عام المنفعه (فی سبیل الله) زکات یا خمس به حضور و پرداخت‌های مردمی امری منفی است؟ آیا این وابستگیها نمی‌تواند دلالت‌هایی برای مدل‌سازی وابستگی مطلوب داشته باشد؟

از منظر برخی از متولیان مسجد، حرکت به سمت استقلال اقتصادی، حرکت به سمت استقلال از کیس‌هایی است که در مقابل مردم چرخانده می‌شود تا در آن پول ریخته شود؛ زیرا به واقع هم در این موارد، ممکن است شأن مسجد، حفظ نشود؛ اما اینکه مسجد به نحوی مؤدبانه، موقر و نظام‌مند به حضور مردم و مشارکت آن‌ها وابسته باشد نیز نامطلوب است؟ آیا وابستگی مسجد به مردم اساساً امری نامطلوب است یا اینکه شیوه‌های تأمین مسجد با مشارکت مردم است که نیازمند بازنگری است؟ آیا با دیدن کیسه‌هایی که در برخی از شب‌ها در مسجد گردانده می‌شود با این عنوان که می‌خواهیم دستمزد خادم یا حق‌القدم امام را تأمین کنیم که به واقع هم زننده و نامطلوب است می‌توانیم اساس وابستگی مسجد به مردم را نفی کنیم و برای تأمین مسجد تحت عنوان استقلال، آن را به بازار یا به دولت وابسته سازیم؟

استقلال اقتصادی مسجد در واقع، معنای وسیع‌تری دارد. اگر استقلال مالی مسجد از نظام بنگاه‌داری و دولت باشد، می‌تواند امری نسبتاً مطلوب به شمار رود؛ اما اگر این استقلال، معنای استقلال از مردم و استقلال از نظام ولایت را داشته باشد، کاملاً منفی و نامطلوب است.

ایجاد شبکه رفع نیاز میان مردم و مساجدی که در نظام ولایت به یکدیگر اتصال دارند و ایجاد شبکه رفع نیاز میان ائمه جماعات مسجد و

ولی فقیه و مراجع عظام تقلید نه تنها موجب تضعیف مسجد نیست که تقویت آن را نیز به دنبال دارد؛ زیرا هرگونه انسجام اجتماعی می‌تواند به افزایش جمعیت اجتماع شکل گرفته کمک کند. عنصر معنابخش در نظام مسجد همین اجتماع است. نظام رفع نیاز می‌تواند ضمن ارتقای انسجام در مسجد، جمعیت مسجد را افزایش دهد و به کارکرد ایمانی آن کمک کند. همین اتفاق به طور معکوس نیز می‌تواند رخ دهد. افزایش جمعیت مسجد از مجرای شجره طیبه تبلیغ و منبر روحانیت و انجام کارکردهای فرهنگی، می‌تواند با افزایش جمعیت مسجد به نظام رفع نیاز یاری رساند.

پس استقلال مطلوب، استقلال از مردم نیست؛ بلکه مسجد لازم است به گونه‌ای اداره شود که بازار و دولت نتواند بر کارکردهایش حکمرانی و آن را محدود کند.

استقلال مالی مسجد از مردم و از نمازگزاران، پیامی ضمنی را برای اهالی مسجد دارد. مردمی که همیشه از درآمد خودشان برای مسجد، هزینه یا از توانمندی و حرفه خود استفاده می‌کردند یا زمان خویش را صرف می‌کردند تا مسجد آباد شود، زمانی که مسجد به لحاظ مالی از آن‌ها مستقل شود، احساس می‌کنند دیگر مسجد به آن‌ها نیازی ندارد و علقه‌ای را که پیش از این با بذل مال و زمان خود به مسجد پیدا کرده بودند، از دست می‌دهند. استقلال مالی مسجد از نمازگزاران، یک آفت تربیتی و فرهنگی مضاعف را نیز در پی خواهد داشت و آن ایجاد حس بی‌مسئولیتی در گام اول و ایجاد حس طلبکاری نسبت به مسجد در گامهای بعدی است.

بسیار شنیده می‌شود که نمازگزاران در مساجدی که بخش درآمدی



مستقلی دارند، در مواجهه با خدمات مسجد، اظهار طلبکاری یا بی‌مسئولیتی مینمایند؛ برای مثال اگر مسجد برای هزینه بازسازی قسمتی از مسجد از مردم کمک بخواهد، گفته می‌شود که هیئت امنای پول مغازه‌ها چه می‌کند؟! یا اگر در مسجد مراسمی برگزار می‌شود، مردم سطح پذیرایی را با درآمد مسجد مقایسه می‌کنند؟! یا در ایام کرونا اگر ماسک در اختیار مردم قرار نمی‌گرفت، بارها از نمازگزاران شنیده میشد که چرا متولیان مسجد با وجود درآمد سرشار مسجد! ماسک در اختیار مردم قرار نمی‌دهند؟

همه این موارد در صورتی است که وقتی همین مسجد، استقلال مالی به معنای استقلال از مردم نداشت، همین نمازگزاران مخارج بازسازی مسجد، پذیرایی مراسم و تهیه ماسک را تقبل میکردند. فاصله گرفتن اقتصادی مردم از مسجد، یکی از عوامل مهمی است که مردم را از فیض حضور در این مکان عبادی، محروم می‌کند.

علاوه بر این، آفت دیگر استقلال مالی مسجد، ناظر به مسیر بلند مدت مسجد است. درآمد مالی مستقل در اختیار تصمیمگیران و متولیان قرار می‌گیرد که در مقام اندیشه، برنامه‌ریزی و اجرا، مصون از خطا نیستند. وجود منابع مالی مستقل و عدم ضرورت پاسخگویی به مردم و نمازگزاران و درعین حال، احساس استغنائی از مردم موجب می‌شود که مدیران مساجد برای رفع و رجوع امور یا یافتن راهکارهای بهینه برای حل مسائل مسجد، این نیاز را احساس نکنند که سراغ نمازگزاران بروند.

در چنین شرایطی مردم به طریق اولی از نظام رفع نیاز مسجد حذف می‌شوند و همه سازوکارهای مسجد به وسیله معدودی از افراد، طرح‌ریزی می‌شود. در چنین شرایطی، امکان انحراف از مسیر اصلی کارکردی مسجد

وجود دارد.

آیا استقلال مالی مسجد از مردم، ثبات اقتصادی را برای مسجد به دنبال دارد؟

گفته می‌شود که اگر مسجد بتواند ممر درآمدی بیرونی خاصی را ایجاد کند، می‌تواند در نتیجه ثبات ایجاد شده، برنامه‌ریزی بهتری برای کنش‌های درآمدت خود داشته باشد؛ برای مثال اگر مسجد بتواند ردیفی در بودجه کشور یا یک نهاد رسمی داشته باشد یا اینکه بتواند با خرید چند باب مغازه، نیازمندی‌هایش را تأمین کند، می‌تواند در درآمدت برای مسجد، ثبات را دنبال داشته باشد. حال آنکه اساساً نظام بودجه دولتی یا نظام قیمت‌های بازاری، نظامی باثبات نیست و دستخوش ادوار تجاری و فراز فرودهای مختلف است.

وصل شدن به نظام بودجه دولتی یعنی وابسته کردن مسجد به نظامی که هر آن و با تصمیم یک دولت می‌تواند دچار تغییر و تحول شود. وصل شدن بودجه به عناصر بازار، مسجد را گرفتار رکود و رونق‌های اقتصادی می‌کند و فراز و فرودهای بی‌شماری را بر سازوکار اقتصادی مسجد ایجاد می‌کند.

شاید گفته شود این عدم ثبات در وابستگی بودجه مسجد به مردم هم وجود دارد که باید به آن نیز پاسخ داد؛ اما واضح است که ادعای ایجاد ثبات با اتصال بودجه مسجد به بازار و دولت، ادعایی نادرست است.

اما آیا وابستگی بودجه و نظام تأمین مالی مسجد به مردم، ثبات بیشتری را برای تأمین مالی مسجد به دنبال دارد؟ نمازگزاران مسجد افرادی از اقشار مختلف اجتماعی هستند. برخی از این نمازگزاران از محل دولت



و برخی در بازار و با کسب و کارهای آزاد ارتزاق می‌کنند؛ مانند تولیدکننده، توزیع‌کننده، کارمند دولتی و صاحبان مشاغل خدماتی.

شرایطی وجود دارد که در آن همه بخش‌های اقتصادی به همراه هم در بحران‌های رکودی و تورمی قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی بی‌ثباتی درآمد مردمی مسجد، در بدترین حالت، همانند بی‌ثباتی درآمد بازاری و دولتی آن است؛ اما حتی در این شرایط نیز نظام مواسات اجتماعی و نظام وقار موجود در میان مؤمنان موجب می‌شود، بسیاری از کارکردهایی که مسجد دارد متوقف نشود.

برقکار محل در کسادی قرار گرفته است؛ اما وقت خود را برای اداره امور مسجد اختصاص می‌دهد؛ هرچند به دلیل مضیقه‌های معیشتی، این فرصت، کمتر از زمان‌های رونق باشد؛ از این رو امور مسجد معطل نمی‌ماند؛ اما اگر کسب و کار بازاری مسجد ورشکسته شد یا دولت، بودجه مسجد را قطع کرد، به دلیل آنکه مسجد بر نظام وقار استوار نیست، کارکردهایش مختل می‌شود.

در سایر شرایط این‌گونه نیست که همه نمازگزاران به یک‌باره در رکود و بحران مالی و اقتصادی قرار بگیرند و همگی نتوانند در مسجد مشارکت مستقیم و فعال داشته باشند؛ از این رو مسجد در چنین شرایطی از میانگین کارکرد نمازگزاران بهره می‌گیرد و امور خود را ادامه می‌دهد.

بنابراین می‌توان استدلال کرد که مساجد در شرایطی، درآمد باثبات‌تر و نظام تأمین قابل اطمینان‌تری دارند که در نظام وقار و تأمین نیاز مردمی قرار بگیرند.

نسبت جمعیت مسجد و رفع نیاز آن

اصلی‌ترین دلیل برای گرفتار شدن مساجد در پرداخت هزینه‌های



جاری و به تبع جدی شدن گفتمان استقلال مالی مساجد، «خلوت شدن مساجد» است. مقایسه وضعیت مساجد در حال حاضر با مساجد در دوران دفاع مقدس نشان می‌دهد، بسیاری از اقشاری که برای خود درون مسجد، جایگاه و هویتی قائل بودند، امروز به دلایل مختلف در مساجد حضور پیدا نمی‌کنند.

همین خلوت شدن مساجد بسیاری از مسائل و مشکلات مالی را برای مساجد ایجاد کرده است؛ زیرا گسترده بودن دامنه اهالی مسجد به این منجر می‌شود که هر کدام از نمازگزاران بخشی از نیازهای مسجد را برعهده بگیرند؛ به‌ویژه این مسئله با توجه به اینکه نیازها و مخارج مسجد عموماً ثابت است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ ازاین‌رو صرف افزایش نمازگزاران و اهالی مسجد، بسیاری از مسائل مالی و حتی گفتمان استقلال مالی مسجد را منتفی می‌سازد.

هر چه رفت و آمد به مسجد افزایش یابد، درآمد مسجد بیشتر می‌شود؛ اما نکته کلیدی که نباید آن را فراموش کنیم آن است که عکس این رابطه صحیح نیست؛ یعنی بنگاه‌داری مسجد هیچ‌گاه مشکل خلوتی مساجد را حل نخواهد کرد؛ در حالی که شلوغ شدن مسجد، نیازهای اقتصادی مسجد را منتفی خواهد کرد.

چگونه مساجد، پرجمعیت می‌شوند؟

برای شلوغ شدن مساجد و بالا رفتن رفت و آمد، نمازگزاران به مساجد، نباید به جذابیت‌های کاذب و فعالیتهای هزینه‌بر روی آورد؛ هرچند خلوت شدن مساجد بی‌تأثیر از فضای تربیتی و فرهنگی جامعه نیست. فعالیتهای اصیل که همراستا با مأموریت مسجدند، میتواند در عین کم‌خرجی، مردم را به حضور در مسجد سوق دهد و منجر به شلوغی



مساجد شود؛ برای نمونه نگاه به عملکرد مسجد، کرامت در ایام انقلاب و برخی ویژگیهای مقام معظم رهبری در پیشنهادی آن مسجد، نشان میدهد که عوامل اصلی جذب مردم به حضور در نماز بیش از آنکه نیاز به هزینهکرد داشته باشد، نیازمند ذوق و سلیقه است.

مقام معظم رهبری در تبیین دلایل استقبال بسیار زیاد مردم و جوانان از نماز ایشان در مسجد کرامت مشهد، ارائه محتوای خوب با شیوههای ابتکاری و جدید را جزء این دلایل می‌دانند، در ادامه بیان ایشان در این مورد را ذکر خواهیم کرد:

«آن روز مسجد کرامت، بزرگ‌ترین مسجد شبستانی مشهد بود؛ یعنی توی مساجد محله مشهد، مسجد بزرگتر از مسجد کرامت نبود. آن چنان جمعیت پر میشد توی این مسجد که جای یک نفر آدم هم واقعاً نبود. بعد از نماز مغرب شروع میکردم به درس. سخنرانی نبود؛ درس بود! حالا میگویم چه کار میکردیم. آن قدر جمعیت زیاد میشد که قبل از آنی که من شروع کنم، وسط نماز، در مسجد را میبستند که دیگر نمیشد کسی وارد بشود. جمعیت متراکمی جمع میشد که درس را گوش کنند. حالا درس چی بود؟ بنده آنجا حدیث، اعتقادات و نهج البلاغه تدریس میکردم با تخته سیاه. خود شیوه کار برای مردم جذاب بود. حالا یک عده میآمدند تماشا کنند، از این چند هزار آدم مثلاً؛ اما یقیناً درصدی هم میآمدند واقعاً یاد بگیرند و آموزش ببینند و یادداشت میکردند. توجه کردید؟ من امتحان کردم دیدین که شیوه درس گفتن اگر چنانچه با ابتکار، نوآوری، انگیزش، با بیان خوب و با عمدت‌تر از همه محتوا، همراه باشد و همین‌جور لفاظی نباشد، جاذبه پیدا خواهد کرد... این شیوه‌های جدید و ابتکاری

و روشهای نو همراه با محتوا، خودش بزرگترین جاذبه است.^۱

در میان مصاحبه‌ای که با نمازگزاران آن روزهای مسجد کرامت شده است، برخی از آن‌ها دلایل دیگری را نیز برای استقبال زیاد از نمازهای ایشان ذکر کرده‌اند که یکی از اصلی‌ترین آن‌ها قرائت زیبا و دلنشین ایشان است؛ برای مثال یکی از نمازگزاران می‌گوید: «تلاوت نماز آقا خیلی جذاب بود. یعنی الآن بیش از ۳۵ یا ۳۶ سال مثلاً گذشته است از آن زمان دیگر؛ ولی هنوز آن شیرینی تلاوت نماز ایشان را احساس میکنم. همین لهجه عربی، قرائت زیبا، توجه به اینکه تجوید رعایت بشود، یک حالت این‌طوری، خود این سبک نماز، قرائت نماز، تلاوت نماز، روح میداد واقعاً. خود این خیلی عامل بود و تأثیرگذار بود.»^۲

«از تهرانیها آمده بودند و میگفتند: خدا پدرت را بیامرزد. ما نوار این نماز را ضبط کردیم، میریم تهران برای زن و بچه و خانمهایمان میگذاریم. نمازشان را یاد بگیرند قشنگ. قرائت آن را دیگر نمیخواهد پیش یک نامحرمی بخوانند که او بعد صدایشان را بشنود و تصحیح کند.»^۳

بر همین اساس میتوان به این مسئله اشاره کرد که برای جذب جوانان و نمازگزاران به مسجد، بیش از آنکه نیاز به خرج کردن باشد، نیاز به سلیقه و انجام صحیح امور مسجد مانند قرائت زیبا است. شاید حضور مستمر امام در مسجد و اینکه امام، مسجد را خانه خود بداند یکی از اصلی‌ترین پائیهایی باشد که بتواند این محوریت را ایجاد کند؛ برای مثالی دیگر، مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرماید: «مسجد نباید مورد بی‌اعتنایی قرار گیرد. من با روحانیونی که در یک اداره‌ای

۱. بیانات رهبری در دیدار با اعضای واحد آموزش حزب جمهوری اسلامی، ۲۷ دی‌ماه ۱۳۶۳.

۲. عسگری و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۱۷۱.

۳. همان، ص ۱۷۴.



مشغول کار می‌شوند، در حالی که پیش‌نماز فلان مسجد هم هستند، مخالفم؛ چون یک روز در هفته، دو روز در هفته، سه روز در هفته برای اقامه نماز جماعت به مسجد نمی‌روند. می‌گوییم: چرا؟ می‌گوید: گرفتار شدم؛ سرم شلوغ بود. یا می‌رود نماز، ولی دیر می‌رود؛ مردم در صف جماعت منتظر نشسته‌اند؛ حالا آقا بعد از مدتی دوان دوان می‌آید؛ گاهی یک کیف سامسونت هم دستش است! من با این روش موافق نیستم. پیش‌نماز مسجد، باید مسجد را خانه خود، جایگاه خود و اداره خود بداند؛ وقتی وارد مسجد شد، «کالَسَمک فی الماء» باید باشد؛ احساس کند که اینجا جای اوست و عجله‌ای برای بیرون رفتن از مسجد نداشته باشد؛ این درست است. جلسات مذهبی هم همین‌طور است. البته در درجه اول مسجد، بعد هم در درجه بعد، جلسات مذهبی و عُرفیات فراوانی که ما در این زمینه بحمدالله داریم.^۱

پس به نظر میرسد گفتمان استقلال مالی مسجد و در نتیجه پناه بردن به راهکارهای بنگاه‌دارانه یا پناه بردن به دولت‌ها، به واسطه خلوت شدن مساجد و سخت شدن امور مالی مساجد، مورد استقبال قرار گرفته است؛ هرچند خلوتی مساجد بی‌تأثیر از مسائل کلان نیست، مسائلی مانند فضای تربیتی کلان حاکم بر کشور و حتی ماهیت تهاجمی فرهنگ و سبک زندگی غربی؛ اما در مجموع، حرکت در راه‌های اصیل بازگرداندن مردم به مسجد که اتفاقاً راه‌های کم‌زینهای هستند، هم مؤثرتر از دامن زدن به مسیرهای فرعی هستند و هم بر فضای کلان تربیتی کشور تأثیرگذار خواهند بود. علاوه بر موارد فوق، ترویج همین گفتمان که مسجد باید به وسیله مردم اداره شود و نظام خدمات مسجد در رویکرد نظام وقار

۱. بیانات رهبری در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۸/۱۷.

باید ترسیم و تبیین شود نیز مردم را به سوی مسجد روانه می‌کند؛ زیرا تقسیم مسئولیت‌هایی که در نظام وقار صورت می‌گیرد، هویت‌هایی را به مسجد می‌افزاید که این هویت‌ها مردم را در خود جای می‌دهند. از خادمان و فراشان و تعمیرکاران تا بانیان، خیران، معتمدان، جوانان، مربیان، معلمان، واقفان و...، مجموعه‌ای از نمازگزاران که تعمیرات بخش‌های مختلف مسجد را انجام می‌دهند، هویت تعمیرکاران را انجام می‌دهند. مجموعه‌ای که تأمین، تعمیر، شستشو، جمع‌کردن و پهن کردن فرش را بر عهده می‌گیرند، فراشان مسجدند. به همین ترتیب می‌توان هویت‌های متعددی را در نظام وقار به مسجد افزود و به مردم این فرصت را داد که از فیوضات خدمت به مسجد استفاده کنند.

قالبهای مشارکت مردم

چنان‌که ذکر شد، احیای کارکردهای اصیل مسجد که دل‌های مؤمن و پاک را به سوی خود جلب می‌کند، بسیاری از مسائل مالی را نیز به واسطه حضور مؤمنان مرتفع مینماید؛ اما با وجود این، برای مشارکت مردم در تأمین نیازهای مالی مسجد، مسیرهای مرسوم و ابزارهای نوینی وجود دارد که مورد توجه است. در طول تاریخ جوامع اسلامی بیشترین کمکها برای ساخت مساجد در پی حضور مردم در مسجد و در قالب کمکها و نذرهای مردم بوده است. ساخت مسجد، یکی از اصلی‌ترین مصادیق وقف انتفاع و یا وقف رقبات^۱ و انواع طرحهایی که از مسجد به منزله یک موقوفه پشتیبانی کند، در قالب وقف منفعت یا پرداخت بخشی از

۱. واحدهای تجاری که در واقع جزئی از پروژه اصلی محسوب می‌شوند در اصطلاح «رقبه» نام دارند. رقبه یک واحد ملکی غیر منقول است و هر موقوفه یا مکان مذهبی ممکن است دارای یک

یا چند رقبه باشد (قانون اوقاف، ۱۳۸۷، ص ۷۱).



زکات^۱ یا کمکهای تبریعی، قالب دیگری برای انواع مشارکتهای مردم در امر مسجد است. مسیر کمکهای مردمی و مؤمنانه، اصلی‌ترین منبع تأمین مالی مسجد است. در ادامه به این موارد می‌پردازیم.

برخورداری از موقوفات

از رایج‌ترین مسیرها برای تأمین مالی مسجد، اتکای مساجد به موقوفات است. سؤالات گسترده‌ای درباره اتکا مسجد به موقوفات، قابل طرح است. انواع نظریات فقها درباره استفاده مساجد از وقف چیست؟ تفاوت ماهوی استقلال مالی مساجد از طریق موقوفات با استقلال مالی مساجد از طریق فعالیت‌های درآمدزایی یا کمکهای مردمی در چیست؟ در صورت وجود موقوفات برای مسجد، الگوی مدیریت و مالکیت موقوفات به چه نحوی باید باشد؟ دلایل اصلی معطل ماندن موقوفات مذهبی از جمله موقوفات مساجد در چیست؟ اولویت اصلی حاکمیتی برای این عرصه، کدام موارد است؟ آسیب‌ها و آفت‌هایی که به واسطه وجود موقوفات، مساجد را درگیر خود می‌کند در چیست؟ از منظر تاریخی، تحلیل موقوفات مساجد، چه دلالت‌هایی دارد؟ در سنت رسول‌الله و ائمه علیهم‌السلام، چه حجم از درآمد مساجد از طریق موقوفات تأمین می‌شده است؟ آیا در بهرهمندی مساجد از موقوفات میان مساجد محلی و مساجد جامع، تفاوتی وجود دارد؟ نظریه اختصاص موقوفات به مساجد جامع تا چه حد قابل بررسی است؟ برای طرح نظریه وقف مطلوب، برای اداره مسجد لازم است به این سؤالات پرداخته شود؛ اما از آنجایی که کارکرد ویژه این نوشتار، تمرکز جدی بر حوزه وقف نیست، در ادامه به برخی از این موارد

۱. با اذن حاکم شرع.

خواهیم پرداخت.

وقف، نهادی تاریخی است که امکان رفع نیازهای مالی برای مساجد، اماکن متبرکه، امور خیریه، علم، دانش و... را فراهم می‌سازد. در آرای فقهی در موضوع وقف برای مسجد به طور کلی دو نظر وجود دارد که به تفصیل به این نظرات و ریشه این اختلاف، اشاره خواهد شد.

بر اساس فتاوی فقه‌های معاصر، وقف بر مسجد نه تنها ایرادی ندارد که از امور قابل توصیه نیز تلقی می‌شود؛ اما در میان آرای برخی فقه‌های متقدم، نظر دیگری وجود دارد. این اختلاف نظر به واسطه وجود حدیثی است که برخی از ظاهر آن، صحیح نبودن وقف را برای مسجد فهمیده‌اند. این حدیث را شیخ صدوق در من لایحضره الفقیه یک بار به صورت مجمل، مختصر و مرسل نقل کرده که متن آن چنین است:^۱

«و سُئِلَ عَنْ الْوُقُوفِ عَلَى الْمَسَاجِدِ فَقَالَ: لَا يَجُوزُ فَإِنَّ الْمَجُوسَ وَقُفُوا عَلَى بَيْتِ النَّارِ»^۲ و از امام صادق (ع) سؤال کردند: از وقف کردن بر مساجد. حضرت فرمودند که جایز نیست، همانا مجوس بر خانه‌های آتش خود وقف می‌کنند.^۳

۱. برای مطالعه بیشتر ر. ک: مسجد در آینه ثقلین، ص ۱۵۵ و ۱۵۶.

۲. شیخ صدوق، من لایحضره الفقیه، ج ۱، ص ۲۳۸.

۳. و یک بار هم با سند و متن کامل‌تر نقل کرده است؛ هر چند سند این نقل نیز به دلیل مجهول بودن حال ابوصحاری، راوی نخست حدیث از منظر رجالین مورد اشکال است. این حدیث را نیز می‌آوریم:

و روى الْعَبَّاسُ بْنُ غَامِرٍ عَنْ أَبِي الصُّحَّاکِ عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ (ع) قَالَ: «قُلْتُ لَهُ رَجُلٌ اشْتَرَى دَارًا فَبَنَاهَا فَبَقِيَتْ عَرَصَةٌ فَبَنَاهَا بَيْتَ غَلَّةٍ أَيْوَقِفُهُ عَلَى الْمَسْجِدِ قَالَ إِنَّ الْمَجُوسَ وَقُفُوا عَلَى بَيْتِ النَّارِ؛ عَبَّاسُ بْنُ غَامِرٍ، از ابو الضحاری روایت کرده است که گفت: به امام صادق (ع) معروض داشتم: مردی خانه‌ای را خریده است، ولی همچنان بخشی به صورت عرصه باقی مانده بوده، او آن را مستغلات بنا کرده است، آیا می‌تواند آن را بر مسجد وقف کند؟ امام فرمود: مجوس بر آتشکده وقف کرده‌اند.»



گفتنی است، شیخ طوسی در تهذیب الاحکام نیز این متن را با همین سند ضعیف نقل کرده است که شاید به‌گونه‌ای بر اعتبار نقل دوم می‌افزاید. جمعی از فقها بر این باورند که این دو نقل از نظر سندی ضعیف‌اند و نمی‌توان با استناد و اتکای به آن‌ها حکم و فتوا داد؛ به‌ویژه آنکه وجود روایاتی که وقف را به‌گونه‌ای گسترده مستحب می‌دانند، جایی برای تردید در صحت وقف برای این‌گونه امور عام المنفعه و عبادی نمی‌گذارد (مسعودی، ۱۳۹۶، ج ۲ ص ۱۵۲). مشهور فقیهان شیعه هم بدون در نظر گرفتن این دو متن منقول یا با توجیه آن‌ها، با صراحت تمام به جواز وقف برای مسجد فتوا داده‌اند. شهید اول که از بزرگ‌ترین فقه‌های شیعه است، در کتاب عظیمش الذکری چنین گفته است: «یستحب الوقف علی المساجد بل هو من أعظم المثوبات لتوقف بقاء عمارتها علیه آتی هی من أعظم مراد الشارع؛ وقف برای مساجد مستحب است، بلکه از بزرگ‌ترین کارهای پادشاه‌دار است، زیرا آبادانی مسجد که از بزرگ‌ترین مطلوبات شارع است، بر وقف متوقف است.»

شهید اول سپس تضعیف این دو روایت را از قول برخی عالمان تذکر داده و توجیهاتی را نیز درباره محتوای حدیث آورده است. صاحب جواهر الکلام فقیه و مؤلف مشهور شیعی نیز چنین نظری دارد. افزون بر این، تنها متن نخست به گونه صریح، وقف برای مسجد را جایز نشموده است. متن روایت دوم صراحت ندارد؛ زیرا به همان اندازه که ممکن است مقصود امام (ع) بازداشتن از شبیه شدن مسلمانان به آتش‌پرستان باشد، محتمل است به‌گونه‌ای تحضیض و ترغیب به وقف کردن باشد؛ یعنی ای مسلمانان! شما نباید کمتر از مجوسان و آتش‌پرستان باشید. آن‌ها برای آتشکده‌های خود احترام قائل شدند و برای تأمین هزینه آن‌ها اموالی را وقف کردند. شما هم چنین کنید. بر پایه این احتمال ممکن است روایت نخست را نیز به‌گونه‌ای قرائت کنیم که نه تنها از صراحت در عدم تجویز بیفتد؛ بلکه به معنای ترغیب به وقف باشد؛ بدین‌گونه که عبارت «لایجوز» را با لحن استفهام انکاری بخوانیم؛ گویی که امام از این سؤال اظهار شگفتی می‌کند و می‌فرماید: هنگامی که مجوسیان برای آتشکده‌های خود وقف کردند، چرا شما سؤال می‌کنید؟ آیا می‌خواهید عقب بمانید؟ گفتنی است فقیه بزرگ شیعی سید علی طباطبایی، این احتمال را به صورت اجمالی و گذرا مطرح کرده است.

در میان محدثان و شارحان بزرگ حدیث نیز علامه محمدتقی مجلسی، محمدباقر مجلسی و شیخ حر عاملی با این سخن موافق‌اند و تنها فیض کاشانی این حدیث را ظاهر در منع دانسته است. بسیاری از فقیهان معاصر نیز مانند امام خمینی، آیت الله خوئی، آیت الله بهجت و آیت الله خامنه‌ای، وقف بر مسجد را صحیح می‌دانند (عبدالهادی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۴-۱۵۶). بر این اساس

بر اساس دلایل و شواهدی تجربی، حرکت مساجد محلی به سوی ایجاد و افزایش موقوفات تحت مدیریت توصیه نمی‌شود؛ زیرا خود مدیریت موقوفات به وسیله مسجد، ممکن است به بازاری‌سازی نظام رفتاری مساجد دامن بزند؛ زیرا نحوه بهره‌برداری از موقوفات با توجه به فضای اقتصادی عموماً مورد مناقشه قرار می‌گیرد؛ به‌ویژه اینکه فعالیت‌های اقتصادی که قابلیت بهره‌برداری و کسب درآمد از آن‌ها وجود داشته باشد، عموماً همجهت و همراستا با اهداف مسجد نیستند؛ پس توصیه می‌شود مؤمنان، مالکیت و مدیریت موقوفات را به مساجد انتقال ندهند و خود با مدیریت موقوفات منافع یا ثمرات آن را وقف مساجد کنند؛ باز هم در اینجا پرهیز از پولی‌کردن روابط مد نظر است.

در بخش‌های بعد درباره غیرپولی کردن روابط، بیشتر توضیح خواهیم داد؛ اما برای نمونه فردی را در نظر بگیرید که درصدد است، زمین خود را خرج مسجد کند. او می‌تواند زمین را وقف یا هدیه کند و می‌تواند وصیت کند که عواید این زمین به مسجد هدیه شود یا اینکه ساختاری را طراحی کند که ضمن مدیریت اموال، عواید را به مسجد اعطا کند. در صورت اول، مدیریت و بهره‌برداری از زمین را بر عهده مسجد گذاشته و به‌ناچار مسجد را به یک بنگاه اقتصادی تبدیل کرده است.^۱

در صورت دوم، در واقع، مسجد را متکفل بهره‌برداری از زمین نکرده است؛ بلکه این خود مؤمن است که از زمین، بهره‌برداری می‌کند و عواید را به مسجد می‌رساند؛ به عبارت دیگر، رفتار بازاری در درون مسجد روی

وجود موقوفات برای مساجد از نظر فقهای معاصر، بلامانع است.

۱. البته این در شرایطی است که زمین به مسجد متصل نباشد و قابلیت تبدیل به خانه خادم یا امام یا مجموعه‌های فرهنگی، قرآنی و آموزشی نداشته باشد و کارکرد آن زمین، ایجاد عواید



نمی‌دهد؛ بلکه مؤمنان درآمد کسب می‌کنند و آن را در اختیار مسجد قرار می‌دهند.

اما با تغییر در نظام به‌کارگیری ابزارها و حرکت به سوی ابزارهای الکترونیکی و توسعه نظامات تأمین مالی سهامی و تعاونی بر بستر پلتفرم‌های اجتماعی، امکان آن به وجود آمده که مساجد در به‌کارگیری وقف از روش‌های جدیدی نیز استفاده کنند.

صندوق وقف جمعی

با گذشت زمان و با توجه به شرایط اقتصادی، با وجود تمایل مردم به شرکت در سنت حسنه وقف، توانایی کمتری در وقف انفرادی وجود دارد؛ زیرا بسیاری از هزینه‌های زمین، ساخت و بنا به شدت افزایش پیدا کرده‌اند.

بنابراین لزوم تدوین روش‌های جدید، به نحوی که مردم با مبالغ اندک بتوانند جزء واقفان به شمار آیند و اثر ماندگاری از خود به جای گذارند، بیش از پیش نمایان می‌شود. در این زمینه یکی از پیشنهادها، استفاده از صندوق‌های وقف جمعی است. البته استفاده از این صندوق‌ها مستلزم تغییر ساختار آن‌هاست؛ به نحوی که بتواند پاسخگوی مسائل فقهی باشد.

ممکن است صندوق وقف جمعی با احکام وقف سازگار باشد؛ اما به این علت که وقف پول نقد برای تأمین سرمایه صندوق با مبانی فقهی وقف بر اساس فقه امامیه تطبیق نمی‌کند و مشهور فقها وقف پول را صحیح نمی‌دانند، نمیتوان بر آن تکیه کرد. از طرفی اگر بخواهیم ابتدا پولها را جمع‌آوری و سپس به ساخت طرح اقدام کنیم و بعد از تکمیل طرح (مسجد، بیمارستان و ...) وقف کنیم، گرچه از منظر فقهی مشکل حل

می‌شود؛ ولی در اجرا با انواعی از مخاطرات مواجه خواهیم بود؛ زیرا فرض کنید در شهرستانی نیاز به ساخت یک مسجد یا بیمارستان خیریه وجود دارد و خیرین محل نیز آمادگی دارند، متناسب با توان مالی خود در تأمین هزینه بیمارستان مشارکت نمایند؛ برای این منظور صندوقی تأسیس شده است؛ پس از جمع‌آوری وجوه مورد نیاز، مدیریت ساخت بیمارستان متعهد می‌شود؛ پس از اتمام ساخت بیمارستان، صیغه وقف را جاری کند و در نتیجه موقوفه‌های جدید در قالب یک مسجد با تعداد زیادی واقف ایجاد میگردد. در این فرض، مخاطرات زیادی وجود دارد که بدون تدبیر آن‌ها تحقق وقف با مشکل مواجه است؛ مانند ریسک بازگشت از قصد وقف از جانب واقفان، ریسک فوت واقف، ریسک سوء استفاده از وجوه و مناقشات مربوط به مالکیت سود سرمایه.^۱

برای همین منظور و برای پرهیز از ریسک و مخاطرات تشکیل صندوق وقف جمعی، برخی تلاش کرده‌اند، از ابزارهای مالی اسلامی برای تأمین مالی مسجد استفاده کنند. از این جمله ابزارها می‌توان به اوراق غیرانتفاعی اشاره کرد.

اوراق غیرانتفاعی

از جمله ابزارهای جدید تأمین مالی اسلامی، انواع اوراق بهادار (صکوک) است که در ادامه ابتدا به تبیین انواع و کارکرد صکوک می‌پردازیم. امروزه در دنیا برای تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری، بحث تأمین مالی جمعی مطرح شده است. در این روش به جای تأمین مالی از افراد و نهادهای محدود، از قدرت اهرم جمعیتی افراد و نهادها



استفاده می‌شود و مسلماً ریسک سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت؛ یعنی با استفاده از ظرفیت کمک‌های خرد مردم برای یک پروژه، مبالغ قابل توجهی تأمین می‌شود و از طرفی این کمک‌های خرد برای سرمایه‌گذاران آن قدر اهمیت ندارد که با سوخت شدنشان، ضرر قابل توجهی متوجهشان نمی‌شود.^۱ استفاده از انبوه جمعیت افراد عادی به جای مشارکت‌کنندگان حرفه‌ای در بازارهای مالی ویژگی مهم این نوع تأمین مالی است.

از نمونه‌های مشهور این الگو در دنیای مدرن، تأمین مالی برای ساخت مجسمه آزادی ایالات متحده آمریکا در سال ۱۸۸۵ است. فعالیت‌های جمع‌آوری پول با حمایت مالی پولیتزر شامل مسابقات بوکس، نمایشگاه‌های هنری، تئاتر و فروش نماد کوچک مجسمه‌های آزادی در اندازه شش اینچی به قیمت یک دلار و فروش نماد مجسمه‌های آزادی بزرگ به ارتفاع ۱۲ اینچ با قیمت پنج دلار شروع شد. بالاترین اهداکنندگان نیز به صورت یادبود، سکه‌های طلا دریافت می‌کردند.

در طول پنج ماه روزنامه ورلد ۱۰۲۰۰۰ دلار کمک مالی از ۱۲۵۰۰۰ نفر جمع‌آوری کرد. بسیاری از این کمک‌های مالی حدود یک دلار یا کمتر بودند؛ برای قدردانی از مشارکت‌کنندگان در پروژه، روزنامه ورلد، اسامی افراد را صرف نظر از مقدار کمکی که کرده بودند، منتشر کرد.^۲

تأمین مالی جمعی، امروزه به فعالیتهای خیرخواهانه و عام المنفعه نیز سوق پیدا کرده است؛ زیرا مشارکت‌کنندگان در این نوع تأمین مالی، اهداف متفاوتی می‌توانند داشته باشند که طیفی از حوزه‌های غیرانتفاعی و انتفاعی را شامل می‌شود. در پروژه‌های غیرانتفاعی اهداف مهم اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرند؛ توسعه بهداشت عمومی،

۱. رشیدآبادی، ۱۳۹۷.

۲. Freedman & Nutting, ۲۰۱۵, P۲.

زیرساخت‌های عمومی، امور عام المنفعه و حتی پروژه‌های تحقیقاتی عمومی مانند نرم‌افزارهای منبع باز و همگانی مورد توجه است که تأمین مالی غیرانتفاعی بسیار شبیه تأمین مالی است که در مساجد اتفاق می‌افتد. در پروژه‌های انتفاعی که برای کسب سود طراحی میشوند، این پروژه‌ها اهداف تجاری (انتفاعی) را پی می‌گیرند و دنبال کسب سودند. البته در این بین، برخی پروژه‌ها نیز اهداف میانه دارند؛ بدین معنا که در این پروژه‌ها مشخص نیست که در طولانی‌مدت، زمینه کسب سود از این پروژه‌ها فراهم خواهد بود یا خیر؛ برای مثال پروژه‌هایی که در حوزه سرگرمی یا رسانه (عمومی و خصوصی)، سرویس‌های جدید یا شبکه‌های اجتماعی در وب مانند اسکایپ، فیس‌بوک، یوتیوب و غیره تا پیش از این به مدت سالیان متمادی جزء این پروژه‌ها محسوب میشدند.^۱

بر اساس آنچه ذکر شد در مسیر گسترش و تنوع ابزارهای مالی، فعالیت‌های عام المنفعه و غیر انتفاعی نیز مصون نمانده و اوراق غیر انتفاعی مشارکت و وقف از جمله اوراقی است که به منزله ابزارهای مالی اسلامی طراحی و پیشنهاد شده‌اند.

اوراق وقف، اوراق بهادار غیرانتفاعی است که بر اساس قرارداد صلح به منظور وقف منتشر می‌شود. دارنده اوراق (مُصالح) بخشی از اموال خود را بر اساس قرارداد صلح در اختیار بانی (مُتصالح) قرار می‌دهد تا وی همراه سایر اموال صلحی طرح عام المنفعه‌ای را احداث کرده، سپس از طرف صاحبان اوراق وقف شرعی کند.

به بیان ساده، هر فردی می‌تواند با استفاده از بخشی از اموال خود، در بازار سرمایه، این اوراق را تهیه کند. نهاد متکفلی که اوراق را منتشر



کرده است، نیز به نیابت از خریداران اوراق، آن‌ها را وقف مسجد می‌کند. مساجد نیز می‌توانند از این اوراق بهره‌برداری و نیازهایشان را تأمین کنند. همهٔ مسائلی که در موضوع وقف اموال وجود دارد، در موضوع اوراق وقف هم وجود دارد. به علاوه، این اوراق در محیط بازار سرمایه که محیطی کاملاً ریسکی است قیمت‌گذاری می‌شود و قیمت آن دائماً نوسان می‌کند. از خصوصیات وقف این است که باید یک دارایی ماندگار باشد؛ اما اوراق از این حیث تا حدی محل اشکال‌اند.

اوراق وقف یک بار در اواخر سال ۱۳۹۲ برای مشارکت جمعی در ساخت بیمارستان بیماران سرطانی عرضه شده است. این اوراق به گونه‌ای است که ابتدا از طریق انتشار اوراق، پول جمع‌آوری شده و به واسطه (سازمان اوقاف و امور خیریه) صلح می‌شود و پس از ساخت پروژه، دارایی وقف آن می‌شود.

بهره‌گیری از مدل‌های پیشنهادی اوراق وقف می‌تواند برای ساخت و توسعه مساجد نیز به کار رود؛ زیرا ساخت مسجد، وقف ارتفاع تلقی می‌شود. البته پیشنهادهایی برای طراحی اوراق منفعت نیز ارائه شده است که نیازمند همخوانی و متناسب‌سازی با قوانین مالی کشور و ساختارهای سازمان‌های پشتیبان مانند سازمان اوقاف و امور خیریه است.^۱

الگوی شرکت مَحْمَس

در نظام پولی و مالی حاکم بر جهان و در میان الگوهای مطرح شده برای سازمان‌های اقتصادی و در نظریه‌های مربوطه به دانش اقتصاد و مدیریت مالی، طراحی نهاد مالی و پولی بر اساس عدالت، نفی ربا،

۱. ر. ک: مصباحی مقدم و دیگران، ارائه الگوی تأمین مالی توسعه موقوفات با استفاده از انتشار

اوراق منفعت (صکوک انتفاع)، ۱۳۸۷ ش.

اخلاق، خدمت به محرومان و سایر ارزش‌های انسانی و الهی امری نادر بوده است. طراحی سازمان اقتصادی شرکت مخمس^۱ به وسیله آیت الله میرزا محمدعلی شاه‌آبادی، استاد اخلاق و عرفان امام خمینی رحمته الله علیه، به صورت یک الگوی ناب و مستقل قابل ذکر است.

ساختار مشارکت در شرکت مخمس، نزدیک به تعاونی است. وجه تسمیه آن تخمیس سود است؛ بدین معنی که سود حاصل از فعالیت اقتصادی به پنج قسمت تقسیم می‌شود. پس از کسر هزینه‌ها از درآمد و یا کسب سود، سود حاصل از وجوهی که به هدف سودآوری اقتصادی^۲ وارد شرکت میشوند، باید به پنج قسمت مساوی تقسیم گردد. یک پنجم به اداره قرض‌الحسنه تحویل داده می‌شود تا طبق ضوابط شرکت، قرض‌الحسنه داده شود. یک پنجم دوم، مخصوص تأمین مالی اهداف فرهنگی و کمک به مستضعفان میباشد و به اداره کمک‌رسانی تحویل میگردد. سه پنجم باقی‌مانده سهم شخصی شرکاء است که به نسبت سرمایه‌شان از آن بهره‌مند میگردند. اختیار گرفتن و مصرف کردن و یا انباشت سهم اشخاص در شرکت با خود ایشان است.^۳

مرکز فنی و اقتصادی شرکت که وظیفه تولید ثروت را دارد، شرکت مشاغل است. در واقع، سرمایه‌های سازمان در اختیار این شرکت گذارده می‌شود و او به سرمایه‌گذاری و انجام فعالیت در بخشهای اقتصادی مبادرت میورزد. از آنجا که سازمان مخمس، ابزار اقتصادی جامعه اسلامی است، اولویتها و میزان سرمایه‌گذاری او تابع سیاستهای کلان حکومت است؛

۱. نام کامل این الگو در شذرات المعارف، «شرکت مخمس ناحیه مقدسه اسلام» ذکر شده است.
۲. امکان سرمایه‌گذاری و کسب سود به قصد کار خیر نیز در این شرکت فراهم است که در اداره

قرض الحسنه و اداه اعانه (کمک‌رسانی) سرمایه‌گذاری و بر روی آن کار اقتصادی می‌شود.

۳. یوسفی، ۱۳۹۳، ص ۱۰۵.



برای مثال اگر نیاز کشور در زمینه کشاورزی است، شرکت مشاغل باید در این بخش، سرمایه‌گذاری بیشتری انجام دهد. این شرکت (شرکت مشاغل) خود دارای ادارات تخصصی مانند اداره کشاورزی، صنعت و تجارت می‌باشد. اصل مهم حاکم بر شرکت، تخصص، دانش فنی و همچنین مهارت در سرمایه‌گذاری است. این شرکت باید از روی قواعد علمی فعالیت کند و هدف پیشرفت و اقتدار اقتصادی در بخشهای گوناگون را دنبال کند.^۱

آنچه شرکت مخمس را به یک الگوی ناب تبدیل می‌کند، ملاحظات است که آیت‌الله شاه‌آبادی با ظرافت مطرح نموده و منجر شده است، ماهیت این شرکت در عین اقتصادی و سودآور بودن، به مثابه یک نهاد تربیتی انسانساز ظاهر شود؛ برای نمونه عدم طراحی اداره کمکرسانی بر اساس پرداخت مستمری یا وجوه بلاعوض همگانی یا شرط وجود نیاز برای گرفتن قرض الحسنه در مقابل گرفتن قرض الحسنه برای اهداف غیرضروری یا سودآورانه را میتوان از جمله این عوامل ذکر کرد.

یکی دیگر از ملاحظات این شرکت که مانع از تکاثری شدن فعالیت اقتصادی می‌شود، ایجاد حد برای حضور افراد است. در این شرکت به ازای هر هزار نفر، لازم است یک نفر به منزله امین (مدیرعامل) وجود داشته باشد و افراد بیشتر نیازمند تشکیل شرکت دیگر و امین دیگری است. این اصل مانع تبدیل شدن شرکت به یک غول اقتصادی است که به علت کثرت سرمایه‌گذاران تنها در پی کسب سود باشد و پس از مدتی فارغ از مأموریت اصلی، مشغول به کار اقتصادی صرف شود.^۲

الگوی شرکت مُخَمَّس میتواند برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی مسجد، مردمیسازی امور مسجد و تا حدی استقلال صحیح مالی مسجد

۱. شاه‌آبادی، ۱۳۸۰، ص ۱۵۷-۱۶۸.

۲. رضی، ۱۳۹۰، ص ۱۳۶.

بهره‌برداری شود. شرکت مخمس نیز به صورت یک الگو در کنار سایر الگوها مطرح است؛ اما دقت به ظرایف و مدل‌سازی بومی آن بر اساس مسجد در این مدل لازم است.

این مدل اقتصادی نیز بر اساس زندگی مؤمنان طراحی شده است؛ اما باز هم برای اینکه این محوریت مورد خدشه قرار نگیرد، میتوان برخی ملاحظات زیر را در الگوی بومی و مسجدی شرکت مخمس اضافه کرد؛ از جمله اینکه:

فهم، درک و پیاده‌سازی ماهیت خرد و کلان شرکت مخمس ناحیه مقدسه اسلام. برای این منظور لازم است از متن کتاب شذرات المعارف و همچنین متونی استفاده شود که به بررسی اندیشه‌های اقتصادی و سیاسی آیت‌الله شاه‌آبادی پرداخته‌اند.^۱

شناسایی دقیق مسجدیانی که هم‌اکنون درگیر فعالیت اقتصادی‌اند و در این امر تجربه دارند و همچنین مؤمنان خلاق و صاحب‌نظر و پیش‌بردن کار با مشاوره آن‌ها. در این امر لازم است از هدف قرار دادن مسئله تربیت نیرو و کادرسازی برای کار اقتصادی پرهیز کرد؛ زیرا این عرصه جای یاد گرفتن و کارآموزی کردن نیست. کارآموزی باید در فضای خارج از مسجد و ذیل نظر متخصصان این امر اتفاق بیفتد. متخصصانی که میتوانند خود به‌شخصه کار سرمایه‌گذاری و فعالیت اقتصادی سودآور

۱. ر. ک: محمدعلی شاه‌آبادی، شذرات المعارف، تصحیح و تحقیق بنیاد علوم و معارف اسلامی دانش پژوهان، تهران: انتشارات ستاد بزرگداشت مقام عرفان و شهادت - رضی، سید محمد رضا، ۱۳۹۰ش؛ احمدعلی یوسفی، نظریه‌های اقتصادی و سیاسی آیت‌الله شاه‌آبادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۴؛ «تحلیل الگوی اقتصادی آیت‌الله شاه‌آبادی»، مجله علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، ش ۵۷، بهار ۱۳۹۴، ص ۸۷-۱۱۲.



برای مسجد را انجام دهند.

در این امر باید حداقل مسجدیان درگیر شوند؛ زیرا هدف انجام کار اقتصادی برای مسجدیان نیست؛ بلکه هدف، کار اقتصادی برای مسجد است. اصل حضور مسجدیان باید معطوف به تکالیف اساسی مسجد و کمک به امور معنوی و اجتماعی باشد؛ از این رو توسعه شرکت مخمس نباید به کاهش سایر کارکردهای مسجد منجر شود.

در انجام کار اقتصادی باید میان اشتغالزایی برای جوانان مسجد و کسب سود برای انجام کار فرهنگی تفاوت قائل شد؛ زیرا خلط میان این دو مسئله عموماً باعث زیان به سرمایه‌های مسجد و مسجدیان می‌شود. گستره فعالیت اقتصادی مسجد به نسبت جمعیت حاضر در مسجد باید محدود باشد. این محدودیت باید بر اساس ظرفیتها و نیازهای مسجد تعریف شود؛ مثلاً بنا بر سابقه و توانمندی، پنج درصد از جمعیت نمازگزار، بخشی از زمان خود را برای امور اقتصادی مسجد بگذارند و احياناً در صورت نیاز، خدمات آنها نیز جبران شود. طبیعی است که با افزایش جمعیت مسجد می‌توان تعداد این افراد را نیز افزایش داد.

تأمین مالی مراکز مذهبی ادیان

بررسی وضعیت مالی مراکز مذهبی در ادیان دیگر نیز نشان می‌دهد، مسئله ثروت، مدیریت مالی داراییها و تأمین مالی خرد فعالیت‌های مذهبی از جمله دغدغه‌های مسئولان و متولیان کلیسا (پرستشگاه مسیحیان)^۱ و کنیسه (پرستشگاه یهودیان)^۲ است. در ادامه به بررسی برخی موارد در این حوزه می‌پردازیم.

۱. Church.

۲. Synagogue.

ویل دورانت در بخشی از کتاب تاریخ تمدن به منابع مالی کلیسا اشاره می‌کند. وی این منابع را چنین می‌شمارد: یکدهم (عشر) یکی از اصلی‌ترین منابع درآمدی کلیسا بود.^۱

کلیه سرزمینهای مسیحی لاتین به حکم قانون موظف بودند یک دهم محصولات یا درآمد خود را در قالب جنس یا پول نقد به کلیسای محل واگذار کنند. درآمد اساسی کلیسا از محل زمین‌هایی بود که خود کلیسا در تملک داشت، این اراضی را کلیسا از طریق هدایا یا هبه، از راه خرید یا تصرف املاک افراد بدهکار یا از طریق احیای اراضی موات به چنگ آورده بود. در نظام فئودالی از هر مالک یا مستأجری انتظار میرفت که هنگام مرگ، چیزی را وقف کلیسا کند. برخی از توانگران اموال خود را در برابر نوعی بیمه ایام پیری و تنگدستی به کلیسا واگذار میکردند. در این موارد معمولاً هنگام بیماری یا پیری، کلیسا از شخص دستگیری میکرد. معمولاً افراد بلا وارث هنگام مرگ بیشتر دارایی خود را به کلیسا واگذار میکردند. همچنین سایر مورخان نیز موارد دیگری را به صورت منابع تأمین مالی برای ساخت و ساز کلیساها ذکر می‌کنند که عبارت‌اند از: کمکهای مالی اسقف اعظم کلیسا، کمکهای مالی پادشاهان و لردها، کمکهای مالی مؤسسات و نهادهای مدنی، درآمد حاصل از فروش یا اجاره املاک و کمکهای مردم عادی علاقه‌مند به کلیسا (Hayes, ۲۰۰۹, p۷).^۲

در مجموعه پژوهشهایی که به تخمین ثروت کلیساهای جهان پرداخته‌اند، اطلاعات دقیقی از ثروت کلیسای واتیکان در دسترس نیست و در این باره گزارشهای پراکنده‌ای وجود دارد (Morrison, ۲۰۱۳).^۳ در سال

۱. دورانت، ۱۳۷۰، ج ۱۰، ص ۱۲۵۹.

۲. از این جمله می‌توان به گزارش‌های زیر اشاره کرد:

۳. Kristopher. "Wealth of Roman Catholic Church impossible to calculate.", National Post, . ۳



۱۹۶۵ گزارش نشریه تایمز اشاره می‌کند تخمین ثروت کلیسای واتیکان، مبلغی حدود ۱۰ - ۱۵ میلیارد دلار است که از این ثروت، سهام شرکتهای ایتالیا به‌تنهایی حدود ۱٫۶ میلیارد دلار است، به عبارتی در آن سالها حدود ۱۵٪ از کل سهام بازار ایتالیا در اختیار کلیسای واتیکان بوده و واتیکان سرمایه‌گذاری زیادی در بانک، بیمه، صنایع شیمیایی، فولاد و ساخت و ساز کرده است.^۱

سود سهام در اختیار فعالیتهای خیریه و مخارج کلیسای واتیکان صرف می‌شود. فعالیتهایی مانند کمک به یک میلیون و پانصد هزار کودک و تهیه برخی اقلام غذا و لباس برای هفت میلیون نیازمند ایتالیایی از این موارد است. برخلاف سهامداران عادی، واتیکان هیچ‌گونه مالیاتی بابت این درآمد نمی‌پردازد که این امر برخی شبهات را درباره این امر، مطرح کرده است.

کلیسای انگلستان، حجم زیادی از موقوفات^۲ در حدود ۸٫۹ میلیارد پوند دارد^۳ که سالانه (۲۰۱۹) حدود یک میلیارد پوند برای آن درآمد تولید می‌کند که عمده‌ترین منبع درآمد کلیسای انگلستان است. گزارش مالی سال ۲۰۱۹ کلیسای انگلستان نشان می‌دهد درآمد این کلیسا به واسطه موقوفات در سالهای اخیر به آرامی افزایش پیدا کرده و در حال حاضر به حدود ۱۰٪ ارزش موقوفات افزایش یافته است.^۴

نکته جالب این است که کلیسای انگلستان، به واسطه سرمایه‌گذاری

Retrieved on April ۲۰۱۳, ۸ Salt Lake City, March ۲۰۲۰.

۱. <http://www.time.com/time/magazine/article.۱.html.۰,۹۱۷۱,۸۳۳۵۰۹,۰۰>

۲. Endowment.

۳. "Annual Report". The Church of ۲۰۱۹ Church Commissioners for England publish their". ۳

England. Retrieved ۱۹-۱۰-۲۰۲۰.

۴. "Ethical Investment Advisory Group". The Church of England. Retrieved". ۱۹-۱۰-۲۰۲۰.

عمدهای که در صنایع آلاینده محیط زیست، نفت و گاز و حتی ساخت سلاح داشته است به یک سرمایهگذار غیر اخلاقی مشهور شده بود که به همین دلیل تلاشهایی برای واگذاری این صنایع در سال ۲۰۲۰ داشته است!^۱ از طرفی برآورد کمکهای مردمی^۲ به کلیسای انگلستان حدود ۳۲۹ میلیون پوند است که معادل ۱۵ پوند در هفته برای هر مشارکت کننده است.^۳ در انگلستان دستمزد پایه برای یک کشیش در سال حدود ۱۶ هزار پوند است که رقمی ما بین حداقل دستمزد و میانگین حقوق است. بخشی از هزینههای پرداختی افراد برای حضور کشیش در مراسم ازدواج و یا تشییع جنازه نیز به دستمزد کشیش اضافه می شود.^۴

برآوردها از تخمین ثروت کلیساهای مختلف جهان نشان میدهد کلیسای کاتولیک آلمان^۵ حدود ۲۶ میلیارد دلار،^۶ کلیسای پروتستان آلمان،^۷ حدود ۲۵ میلیارد دلار،^۸ کلیسای کاتولیک استرالیا^۹ حدود ۲۱ میلیارد دلار،^{۱۰}

۱. "Divest Invest Website". Divest Invest Website". ۱۹-۱۰-۲۰۲۰ Retrieved ۳۰-۰۷-۲۰۲۰.

۲. Donations.

۳. "Parish finances show record level of giving". The Church of England. Retrieved ۲۰۲۰-۱۰-۱۹.

۴. ۱۹-۱۰.

۵. "Church of England doubles hedge fund investments". Financial Times. (subscription". ۱۹-۱۰.

۶. (required

۷. Catholic Church in Germany.

۸. "Germany's Catholic Church counts its many financial blessings" (in German".

۹. Protestant Church in Germany.

۱۰. Holy orders: Germany's Catholic Church counts its many financial blessings". www.". ۲۰۲۰, ۱۸ handelsblatt.com. Retrieved May

۱۱. Catholic Church in Australia.

۱۲. "Catholic". (February. ۲۰۱۸, ۱۲ Millar, Royce; Schneiders, Ben; Vedelago, Chris

Church's massive wealth revealed". The Sydney Morning Herald. Retrieved February



کلیسای تثلیث (آمریکا)،^۱ حدود ۶ میلیارد دلار^۲ و کلیسای کاتولیک فلیپین^۳ حدود ۲ میلیارد دلار ثروت دارند.^۴

یکی از ثروتمندترین کلیساهای جهان، کلیسای لاتر دی^۵ (۱۸۳۰) است که در شهر نیویورک آمریکا قرار دارد و ثروتی حدود ۲۰۰ میلیارد دلار دارد. در آمریکا حدود ۳ - ۵ درصد از کسانی که برای کمک به کلیسا تمایل دارند، این کار را در قالب یکدهم (عشریه)^۶ انجام میدهند. بر اساس عشریه، افراد یکدهم از درآمدهای خود را به کلیسا تقدیم میکنند. نتایج نظرسنجیها نشان میدهد تنها ۱۷ درصد مردم آمریکا به طور منظم، عشریه خود را و عموماً رقمی بیشتر از مقدار واقعی یکدهم، پرداخت میکنند (حدود ۸۰٪ آنها، ۱۱-۲۰٪ از درآمد خود را در قالب عشر به کلیسا تقدیم میکنند) و در کل حدود ۸۰٪ آمریکاییها کمتر از ۲٪ از درآمد خود را به کلیسا میپردازند و از میان خانوادههای مرفه (حقوق بالای ۷۵ هزار دلار در سال) تنها یک درصد آنها یکدهم پرداخت میکنند. همچنین از میان شرکتکنندگان منظم در برنامههای کلیسا حدود ۴۰٪ از آنها هیچگونه کمکی به کلیسا نمیکنند و این در حالی است که حدود ۲۰٪ از کمک کنندگان به کلیسا در سالهای اخیر پرداختهای خود به کلیسا را کاهش

۱. Trinity Church.

۲. Widaman, Dwight (February. ۲۰۱۹). "With ۶\$ billion, is this the richest church in America?".

۳. Metro Voice News. Retrieved September ۲۰۲۰, ۲۹.

۴. Catholic Church in the Philippines.

۵. "With its P1۰۰۰ ۴M poor Filipinos daily, but B wealth, Church can feed-Tigla, Rigoberto."

۶. "it doesn't". The Manila Times. Retrieved August ۲۰۲۰.

۷. The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints.

۸. Billion. Intended for Charities and ۱۰۰\$ Glader, Paul. "Mormon Church Stockpiled."

۹. Retrieved on ۱۷, ۲۰۱۹. Misled LDS Members, Whistleblower.", Newsweek, December

۱۰. March ۱۱, ۲۰۲۱.

۱۱. Tithe.

داده‌اند.^۱ نکته مهم این است که در آمریکا کلیساها برای آنکه بتوانند از کمکهای^۲ دولتی و یا حتی کمک بنیادهای وقفی غیردولتی استفاده کنند لازم است، به صورت یک سازمان غیرانتفاعی ثبت شده باشند.

مسئله تأمین مالی مجموعه‌های غیرانتفاعی و راه‌اندازی کمپینها در کشورهای غربی، امری مرسوم است؛ به همین جهت نرمافزارها و وبسایتهای مختلف، انواعی از پیشنهادها را برای این گروه‌ها دارند؛ برای نمونه سایت فاندلی^۳ که نام آن نیز برگرفته از عبارت fund (منبع مالی) است. گستره مختلفی از پیشنهادها را برای سازمانهای غیرانتفاعی و نیز مسئولان کلیسا از طریق تأمین مالی جمعی (همجمعی) دارد که آن‌ها را در قالب کمپینهای^۴ مختلف و آماده پیشنهاد میدهد.

همچنین این سایت، ایده‌ها و پیشنهادهای مختلفی برای مسئولان کلیسا دارد تا بتوانند منابع مالی بیشتری را برای کلیسای خود رقم بزنند. ساخت درگاه‌های پرداخت الکترونیک با مبالغ مشخص یا دلخواه، فروش تی شرت با آرم کلیسای محل، پیامک یادآوری صبح یکشنبه، پخش زنده مراسمهای کلیسا، حراج خیریه و پیاده‌رویهای خانوادگی از قبیل ایده‌هایی است که میتواند مافع مالی را عاید کلیسا سازد.

درحالی‌که در کلیسا مخارج به طور جدی وابسته به پرداختهای داوطلبانه و خدمات کلیسا است؛ اما وضع در کنیسه، متفاوت است. دریافت پول در روز شنبه، ممنوع است؛ به همین دلیل کنیسه‌ها باید بابت مخارجشان فکر دیگری کنند.^۵

۱. NonprofitsSource.com.

۲. Grants.

۳. www.fundly.com.

۴. campaigns.

۵. کریمی، ۱۳۹۸، ص ۴۸.



در قرن هجدهم میلادی، کنیسه‌های آمریکایی از مدل کلیساهای پروتستان الگوبرداری کردند و به فروش کرسیهایی که متعلق به آنها بود روی آوردند. هریک از این کرسیها همانند یک دارایی محسوب می‌شد و قابل خرید و فروش بود. مزایای عمده برای کنیسه در این مدل، ضمانت درآمد بود؛ یعنی کنیسه کاملاً مطمئن بود که فرد، هزینه سالانه صندلی خود را پرداخت خواهد کرد. به سبب اهمیت بالای این نوع درآمد، حتی کنیسه گاهی اوقات وامهایی را برای تأمین هزینه خرید صندلی به مردم اعطا می‌کرد. هم‌اکنون نیز کنیسه‌ها در سه شکل وجود دارند. در مدل اول کنیسه‌ها کاملاً به درآمد مردم متکی‌اند و هیچ‌گونه وابستگی به دولت ندارند. در مدل دوم رویکرد تولید ثروت و ایجاد درآمد مشهود است و در مدل سوم کنیسه‌های مبتنی بر جوامع یهودی وجود دارند. این مدل اغلب چند کنیسه تحت حمایت مالی یک جامعه بزرگ یهودی قرار دارند و آنها خود را نسبت به آن کنیسه‌ها مسئول می‌دانند.

کنیسه‌ها نیز از میان روشهای تأمین مالی، روشهای مختلفی را برای کسب درآمد پی می‌گیرند؛ مانند رستوران‌داری، اجاره سالن ورزشی، باشگاه‌داری، ارائه خدمات آموزشی و مدیریت مدرسه و مهدکودک، مدیریت بیمارستان و هتل، توریسم تاریخی و فرهنگی و فروش محصولات فرهنگی.

با توجه به موارد فوق، مبحث تأمین مالی و اقتصاد مراکز دینی اولاً؛ به صورت گسترده و نظام‌مند در همه ادیان انجام می‌شود و ثانیاً؛ مراکز متنوعی متکفل انجام مطالعات در این موضوعات هستند. این مراکز به تنظیم شیوه حکمرانی اقتصادی و مالی در نهاد دین می‌پردازند.

جمع بندی

چنان‌که ذکر شد، افزایش مشارکت مردم، اصلی‌ترین مسیر رفع نیازها و تکریم مسجد است. مردم در این مسیر با احساس مسئولیت و با خلاقیت خود می‌توانند مسیرهای مختلفی را در پیش گیرند که ضمن حفظ کرامت و وقار مسجد، نیازهای آن را نیز مرتفع سازند. بر این اساس هرچه گستره آمد و شد مؤمنان به مسجد افزایش پیدا کند، دغدغه مسائل مالی که امروزه در قالب تأمین مالی مسجد و استقلال مالی مطرح می‌شود راحت‌تر مرتفع خواهد افتاد.

به همین جهت اعلام بینایی مسجد از نمازگزاران با توسعه بازاری مسجد می‌تواند آسیب‌های جدی به پیکره این نهاد مقدس بزند؛ زیرا این بی‌نیازی، بخشی از هویت و شئون نمازگزاران را در مسجد از بین می‌برد و نمازگزارانی که به واسطه این هویت‌ها، خود را متعلق به مسجد می‌دانستند، دیگر اجازه عمل نخواهند داشت. ضمن اینکه با این اتفاق، بخشی از مجاری فیض جهت استفاده از معنویت‌های مساجد از بین می‌رود؛ از این‌رو در این فصل به الزامات تأمین مالی مسجد به گونه‌ای پرداخته شد که مسجد را به صورت یک نهاد بی‌نیاز از نمازگزار معرفی کند.

رونق در حضور نمازگزار در مسجد مقدم بر تأمین مالی است؛ یعنی این جمعیت نمازگزار است که رونق اقتصادی را به مسجد می‌برد و نیازهایش را تأمین می‌کند. اگر این مسیر به طور معکوس ادراک شود، یعنی تصور شود که باید با رونق مالی، جمعیت را به مسجد جذب کنیم، در واقع در پی پیروی از مهندسی جذب مشتری در بنگاه‌های اقتصادی و مالی رفته‌ایم و از فنون تبلیغاتی مرسوم تقلید کرده‌ایم.



به بیان دیگر، با این ادراک معکوس، مسجد را یک قدم دیگر به ورطه بازار نزدیک‌تر کرده‌ایم و در صورت اخیر، حتی اگر مسجد را دارای جمعیت کنیم، جمعیت حاضر در مسجد، جمعیتی متأثر از کنش‌گری بازار خواهد بود.

پس مطابق با مضمون فرمایشی که از مقام معظم رهبری بیان شد، باید تلاش کنیم رونق مسجد را به کارکردهای اصیل عبادی، فرهنگی و معنوی آن وابسته کنیم؛ نه زرق و برق‌های بی‌رمتی زندگی دنیوی.

درعین حال، به برخی از روش‌های تأمین مالی قابل استفاده در مسجد همچون صندوق وقف جمعی، اوراق غیرانتفاعی و الگوی شرکت مخمس نیز اشاره کردیم و مزایا و معایب و لوازم استفاده از آن‌ها را به اختصار تبیین کردیم.

در انتها نیز بیان کردیم که مسئله تأمین مالی نهاد دین در ادیان مختلف مورد توجه نظریه‌پردازان است و پژوهش‌ها و مطالعات زیادی در این زمینه انجام شده‌اند؛ از این‌رو نیاز است در گستره تمدن شیعی نیز سازوکارهایی منسجم و مداوم برای این مطالعات تنظیم شود.



نظام مخارج مسجد



مقدمه

مسجد به مثابه یک اجتماع زنده، دارای ملزومات و نیازهای مادی مشخصی است. این نیازها باید به نحوی مرتفع شوند که مقوم ماهیت عبادی مسجد باشند و مسجد را در راستای کارکرد الهی و عبودی خود تقویت نماید.

عمده این نیازها در قالب مخارج و هزینه‌های ساخت‌وساز و نگهداری ساختمان، تجهیز مسجد شامل سیستم صوت، فرش و پرده، سرمایش-گرمایش، روشنایی مسجد، خرید قرآن و کتب ادعیه، برگزاری مراسمها و پذیرایی است؛ اما به فراخور جایگاهی که مسجد در جامعه ایمانی پیدا می‌کند، می‌تواند مخارج مسجد از این موارد فراتر رود؛ مخارجی چون مخارج آموزش و تربیت، مخارج حل مسئله در مقیاس محله و مقیاس‌های اجتماعی بالاتر (حل مسائل اعم از فقرزدایی، یافتن راهکار برای معضلات اجتماعی و حتی اصلاحات شهری و منطقه‌ای) و حتی در شرایطی تأمین مخارج جهاد نظامی و جهاد سازندگی.

در فصل حاضر، برخی امور را بررسی خواهیم کرد که درباره نظام



مخارج و هزینه‌ای مسجد، نقش و اهمیت مستقیم‌تری پیدا می‌کنند. برای نمونه، در یک نظام اجتماعی مطلوب، عمده مخارج مسجد را چه نوع مخارجی تشکیل می‌دهد؟ انواع مخارج از برگزاری کلاس قرآن، دستمزد خادم مسجد، هزینه‌های ساخت فروشگاه مسجد تا حق القدم امام جماعت به چه نحوی باید پرداخت شوند؟ اساساً آیا می‌توان تمامی مخارج رایج مساجد را جزء هزینه‌های «مسجد» تلقی کرد؟ در این صورت معیار تفاوت مخارج مسجد با سایر مخارج کدام است؟ متولی مخارجی که با مسجد مرتبط‌اند؛ اما جزء مخارج مسجد تلقی نمی‌شوند، کیست؟ آیا تحلیل میدانی از وضعیت فعلی این مخارج وجود دارد؟ چنین تحلیلی چه دلالت‌های اقتصادی، اجتماعی یا عبادی دارد؟ آیا تمامی این مخارج از منظر شرعی و عرفی، قابل تأیید است؟ تفاوت مخارج مسجد در عصر حاضر و در جامعه اسلامی با مخارج مساجد در عصر ائمه علیهم‌السلام در چه عناوینی است؟ اختلاف فعلی میان این دو مساجد تا چه حد وجاهت دارد؟ در نظام مخارج مسجد، چه ویژگی‌هایی مختص به مساجد حکومت اسلامی است؟ مخارج کلان فعالیت‌های تربیتی مانند برگزاری اردو، یادواره شهدا و نمایشگاه از چه سنخ مخارجی هستند؟ سؤالات فوق و بسیاری از سؤالات دیگر را می‌توان به منزله نظام مسائل مخارج مسجد مطرح نمود که لازم است پژوهش‌های گسترده‌ای برای پاسخ‌گویی به آن‌ها انجام شود. در این فصل از پژوهش سعی شده است ابتدا ضمن تبیین ماهیت و انواع مخارج مسجد، به بررسی برخی از سؤالات فوق بپردازیم.



مخارج مسجد در نظام‌های اجتماعی مختلف

در روابط اجتماعی استیلایی، شکل‌گیری مخارج در راستای تقویت و تثبیت نظام طبقاتی است؛ به این معنا که توسعه مخارج از بالا به پایین و در راستای تقویت رأس هرم است. در اینجا آنچه یک نظام طبقاتی از توسعه مخارج می‌خواهد، تقویت نظام قدرت است. در این نظام، تقویت رأس هرم و تحقیر قاعده هرم، پیش‌فرض تمام کنش‌های اقتصادی خواهد بود.

بر همین اساس در این جوامع، محور نظام مخارج «توزیع رانت» است. توزیع رانت بر اساس نزدیکی به پایگاه قدرت صورت می‌گیرد و عایدی رانت توزیع‌شده، تقویت ساختار طبقاتی موجود خواهد بود. بر همین اساس عبادتگاه‌ها و معابد در طول تاریخ و در چنین نظامی، بر اساس نزدیکی به ساختار قدرت، تقویت می‌شوند. در این نگاه، مخارج مسجد نه به صورت درون‌زا و منطبق بر نیازها، بلکه به صورتی و از بالا به پایین تعیین می‌شود؛ یعنی حاکمیت، ردیف بودجه‌های مشخصی را برای مسجد ابلاغ می‌کند و عموماً این ردیف بودجه‌ها فارغ از ویژگی‌ها و مختصات منطقه‌ای شکل می‌گیرد و برای تمام مساجد، یکسان خواهد بود.

در نظام استیلا، مسجد و تمامی مسائل مادی آن در اختیار جریان قدرت قرار می‌گیرد و در این مسیر، طیفی از انواع بدعت‌ها مشاهده می‌شود. یکی از این بدعت‌ها ساخت جان‌پناه برای امام جماعت در دوران بنی‌امیه است. در روزگار پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و نیز خلفای پس از او، امام جماعت مانند مأمومان خویش در عرصه مسجد می‌ایستاد و هیچ حفاظ و جان‌پناهی نداشت.

طبق برخی اسناد تاریخی، معاویه در سال ۴۴ هجری قمری پس از تسلط غاصبانه بر شام و عراق و سرتاسر مملکت اسلامی، فرمان داد تا برایش جان‌پناهی بسازند تا او را هنگام امام جماعت، از سه طرف حفاظت کند و تیری به سویش پرتاب نشود و شمشیری به سوی وی حواله نگردد. به احتمال فراوان وی محافظان و خواصش را نیز در صف اول و پشت سر خویش جای می‌داده تا از هیچ سو در خطر قرار نگیرد.

پس از وی نیز دیگر جباران، مستکبران و گردن‌فرازان تاریخ، هر جا که مسجدی ساختند، مقصوره یا همان جان‌پناه برای خود بنا نهادند تا به خیال خام خود، هنگام امامت جماعت نیز از ترور و سوء قصد مظلومان جان به لب رسیده ایمن بمانند. پیشوایان شیعه این کار را تأیید نکردند و آن را بدعت خواندند؛^۱ از این رو در روایتی از امام حسن عسکری علیه السلام نقل شده است که چون قائم آل محمد قیام کند، این جان‌پناه‌ها را خراب می‌کند. ایشان نیز علت ویران کردن آن‌ها را بدعت بودنشان دانسته است.^۲ البته این نیز قابل ذکر است که در ادوار بعد و در تمدن اسلامی،

۱. الإمام الباقر علیه السلام: «هذه المقاصير لم يكن في زمان أحد من الناس، و إنما أحدثها الجبارون، ليست لمن صلي خلفها مقتديا بصلاه من فيها صلاه؛ این مقصوره‌ها در زمان هیچ‌یک از خلفای پیشین وجود نداشت. ستم‌پیشگان آن را پدید آوردند. نماز کسی که در پشت آن به امام جماعت

ایستاده در درون آن اقتدا کند صحیح نیست.» (الکافی، ج ۳، ص ۳۸۵، ح ۴).

۲. الغيبة للطوسی عن داود بن قاسم الجعفری: کت عند أبي محمد علیه السلام فقال: «إذا قام القائم يهدم المنار والمقاصير آلتی فی المساجد. فقلت فی نفسی: لأئ معنى هذا؟ فأقبل علی فقال: معنى هذا أن‌ها محدثة مبتدعه، لم یبها نبی ولا حجه؛ نزد امام عسکری علیه السلام بودم که فرمود: هرگاه قائم علیه السلام قیام کند، مناره‌ها و مقصوره‌هایی را که در مساجد است، منهدم خواهد کرد. با خود گفتم: این کار چه معنایی دارد؟ امام علیه السلام رو به من کرد و فرمود: معنایش آن است که آن‌ها بدعت در دین‌اند؛ چه اینکه هیچ پیامبر و حجت‌خدایی به ساخت آن‌ها اقدام نکرده است.»

(طوسی، الغيبة، ص ۲۰۶، ح ۱۷۵).



این مقصوده‌ها و مناره‌ها، دیگر آن کارکرد سابق را نداشتند. همین امروزه مناره‌ها محلی برای مؤذن و پخش اذان و نه دیده‌بانی و مقصوده‌ها محلی برای خواندن قرآن و برگزاری مراسم دینی و نه حافظ حاکم جائر هستند و همه مردم می‌توانند از آن‌ها به راحتی استفاده کنند؛ از این رو اینکه امروزه نیز بتوان این ابنیه را بدعت دانست، نیازمند تأملات فقهاتی جدی‌تری است؛ حتی با فرض محلی برای محافظت امام جماعت، نمی‌توان امام جماعت جائر را با ائمه جماعت عادل در حکومت اسلامی مقایسه کرد؛ حتی این پرسش نیز جای تأمل دارد که اگر دشمن درصدد قتل امام جماعت عدل باشد، آیا هزینه‌های حفاظت از او را نمی‌توان در مخارج مسجد لحاظ کرد؟ غرض از ذکر این گفتار، آن بود که در ادواری از تاریخ با بدعت‌های برخی از ظلمه مواجه می‌شویم که مخارجی خارج از چارچوب شرع را به گونه‌ای استیلایی بر مسجد تحمیل کردند.

روابط استیلایی همچنان که در سطح جامعه می‌تواند تأثیراتی بر مسجد بگذارد، می‌تواند به روابط درون مسجد نیز تسری پیدا کند. اگر این روابط سلسله‌مراتبی را به درون مسجد بکشانیم، آنچه بیش از همه آزاردهنده خواهد بود، تلاش برای نزدیک شدن به جریان قدرت در مسجد خواهد بود. این جریان قدرت می‌تواند هریک از امام جماعت، هیئت امناء و یا حتی مردم و متدینین باشند. به همین دلیل در نظام توزیع رانت، ریاکاری و ظاهرسازی پررنگ می‌شود و جریان‌ها و افراد مختلف برای آنکه بتوانند برای خود در نظام مخارجی و بودجه‌ای مسجد جای پایی باز کنند، مسیر ریاکاری و اغوا را در پیش خواهند گرفت.

مسجد در این نگاه، تبلور جریان قدرت است و تمامی مخارج به سمتی سوق پیدا می‌کند که جایگاه جریان قدرت در چشم دیگران بزرگ

شود؛ هرچند مصادیق بزرگ جلوه دادن، بسته به ذائقه عمومی متفاوت است. بسته به مکان یا زمان، ممکن است برای مردم، گاهی سادگی مسجد و در زمانی دیگر زرق و برق آن جذاب باشد.

یکی دیگر از ویژگی‌های نظام مخارج در یک ساختار استیلایی، ابهام و عدم شفافیت مخارج است. در این مسیر نیازی نیست مردم در جریان همه امور قرار گیرند. اصولاً در این منظر مردم جایگاهی ندارند که نیاز باشد آن‌ها را در جریان مخارج قرار دهند.

در نظام‌های بازاری، وضعیت به گونه‌ای متفاوت است. در این نظام‌ها مخارج به سمتی سوق داده می‌شود که «منافع اقتصادی» را با خود برگرداند؛ پس آنچه اهمیت پیدا می‌کند بازگشت منافع است. به همین منظور و در چنین نظامی، «مخارج سرمایه‌ای» اهمیت پیدا می‌کنند و مساجد تمایل خواهند داشت به گونه‌ای خرج کنند که یک جریان درآمدی ثابت و یا یک سود اقتصادی مناسب را برای مسجد رقم بزنند. در نظام‌های منفعت‌محور، «تحلیل‌های هزینه-فایده»^۱ اهمیت ویژه‌ای می‌یابند. پیش از هر اقدامی باید هزینه‌ها و منافع، لیست شده، با یکدیگر مقایسه شوند. در صورت فزونی منافع بر هزینه‌ها، آنگاه به انجام آن اقدام، توصیه خواهد شد و اقدام‌های دیگر دارای صرفه^۲ [اقتصادی] نخواهد بود و ترک خواهد شد.

در این رویکرد، منظور از صرفه اقتصادی، آن است که در طول یک مدت منطقی، ابتدا مخارج موجود در این راه، جبران و سپس وارد مرحله سود دهی شود؛ از این رو حتی در برگزاری مراسم عبادی، برگزاری مراسمی اولویت پیدا می‌کند که بتواند سود اقتصادی عاید مسجد کند؛ از این رو

۱. cost benefit analysis.

۲. economy.



برای مثال مدیران مسجد ترجیح می‌دهند به جای تحمل مخارج برای برگزاری مراسم ختم یک مؤمن نمازگزار فقیر و یک فرد متمول، مورد دوم را انتخاب کنند؛ زیرا اگر هم برای چنین مراسمی خرج می‌کنند، می‌دانند که می‌توانند از محل این مخارج، عایدی بالاتری کسب کنند.

مثال دیگر، زمانی است که یک مراسم برگزاری دعا، از سوی نمازگزاران پیشنهاد شده است و با برگزاری یک مراسم دولتی و اداری تلاقی می‌کند. اینجا مورد دوم را ترجیح می‌دهند؛ زیرا اولاً: شأن مسجد را در میان حاکمیت تقویت می‌کند؛ ثانیاً: می‌تواند از محل درآمدهای این مراسم برای توسعه مسجد اقدام کرد.^۱

همچنین از آنجا که در منطق اقتصادی تصور می‌شود که مقیاس بزرگ‌تر به صرفه اقتصادی بیشتر منجر خواهد شد،^۲ در نتیجه، عموماً در چنین مواقعی، تمایل به پروژه‌های بزرگ‌تر، بیشتر خواهد بود؛ مثلاً نظام تصمیم‌گیری مسجد ممکن است مدت‌ها ساخت مغازه مسجد را به تعویق بیندازد تا بتواند یک فروشگاه زنجیره‌ای (نسبت به مغازه کوچک) بسازد.

با توجه به آنچه گفته شد در نگاه بازاری، تأمین مالی برای عمران مسجد، تغییر می‌کند و به تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری، کسب سود و سپس عمران مسجد تبدیل می‌شود؛ اما مسئله به همین جا ختم نمی‌شود. سرمایه‌گذاری برای کسب سود و مجدداً سرمایه‌گذاری برای کسب سود

۱. آوردن این مثال در این معنا نیست که نباید میان مسجد و حاکم جامعه اسلامی و دولت و مدیران جامعه تعامل وجود داشته باشد؛ بلکه مراد، معرفی جنسی از اولویت‌گذاری است که معیارش منفعت است؛ از این رو مساجد می‌توانند در عین همکاری جدی با حاکمیت جامعه اسلامی، اولویت‌های خود را بر محور نظام امام و امت و نه نظام منفعت طراحی کنند.

۲. این مسئله در دانش اقتصاد تحت عنوان صرفه حاصل از مقیاس (economy of scale) مورد بحث قرار می‌گیرد.

و مجدداً سرمایه‌گذاری برای کسب سود و الخ! در چنین نگاهی، عقل اقتصادی حکم می‌کند که آبادانی مسجد را به تعویق بیندازیم تا بتوانیم سرمایه‌گذاری کنیم و روزی که آن سرمایه‌ها به حد قابل‌توجهی رسید، تصمیم بگیریم آن سرمایه‌ها را در راه آبادانی مسجد خرج کنیم که ممکن است هیچ‌گاه آن روز فرا نرسد! یا اینکه در شرایطی اقدام به ساخت‌وساز و عمران مسجد کنیم که بدانیم می‌تواند مسجد را به یک عنوان تجاری تبدیل کند که خود این عنوان، جذب ثروت را به دنبال دارد.

این حال و روز بسیاری از موقوفات مساجد بزرگ است که با همین منطق، تیم‌های درآمدزایی اقتصادی راه انداخته‌اند و سال‌هاست موقوفاتشان را در اقتصادی‌ترین پروژه‌ها مانند ساختن پاساژ و مغازه صرف می‌کنند تا روزی به صورت قطره چکانی آن منافع را در راه مسجد خرج کنند؛ حال آنکه این اتفاق هرگز نخواهد افتاد و مسیری را که حرکت در آن آغاز شده است، نمی‌توان به راحتی متوقف کرد.

در برخی مواقع، بیشترین آسیب‌های فرهنگی در محل و در شهر نیز از محل همین موقوفاتی است که مبتنی بر عقل اقتصادی، تبدیل به پاساژ، فعالیت‌های درآمدزا و بعضاً سرمایه‌گذاری در بورس شده شده‌اند.

وضعیت برخی از نهادهای فرهنگی و خدماتی که دارای منابع مالی بوده و هستند، نیز شبیه به همین است. بسیاری از فروشگاه‌ها و مال‌های بزرگ در تهران و شهرهای بزرگ متعلق به این نهادها است. این نهادها در پی کسب سود اقتصادی هستند تا روزی آن را برای مستضعفان خرج کنند؛ اما همچنان شک دارند که اگر سودها را برای مستضعفان خرج کنند، صرفه اقتصادی بیشتری دارد یا اینکه دوباره آن‌ها را سرمایه‌گذاری کنند تا سود بیشتری را بعداً برای مستضعفان خرج کنند!



این مسئله حال و روز بسیاری از فعالیت‌های خیرخواهانه و عمومی ما است. مجموعه‌ای را در نظر بگیرید که سعی می‌کند مدرسه مناسبی را تأسیس کند که دانش‌آموزان خانواده‌های محروم بتوانند از کیفیت تحصیلی خوبی استفاده کنند. پس از آنکه مدرسه سازمان‌دهی، تأسیس و با عملکرد موفق روبه‌رو می‌شود، افراد ثروتمند، پیشنهاد ثبت نام فرزندان‌شان در ازای پرداخت شهریه مناسب (بخوانید شهریه چرب!) به مسئولان مدرسه ارائه می‌دهند. مسئولان مدرسه که از جانب برخی مسائل مالی در مضیقه هستند، در ابتدا با اکراه این پیشنهاد را می‌پذیرند تا هم از شدت مشکلات مالی آن‌ها کم شود و هم بتوانند سرمایه ثروتمندان را به پای محرومان بکشانند. به مرور با توسعه این پیشنهاد از جانب متمکنان و مزه کردن شهریه‌های چرب برای مسئولان مدرسه، بابتی تحت عنوان ثبت نام خانواده‌های متمکن باز می‌شود. به مرور مدرسه مجبور می‌شود برای آن‌ها امکاناتی را اختصاص دهد و از طرفی خانواده‌های آنان، اکنون انتظاراتی از مدرسه دارند که مدرسه تا پیش از این با آن‌ها مواجه نبود؛ مانند: برگزاری کلاس کنکور، اردوهای تفریحی و آموزشی پرهزینه، دعوت از معلمان مطرح شهر و مدرسه ناچار است بین این دو مسیر و میان دو سنخ مشتری، یک مسیر را انتخاب کند. پایبند بودن به تحصیل محرومان نیاز به بانی و منابع درآمدی مستقل دارد که یافتن آن سخت است و از طرفی در صورت توسعه رفت و آمد دانش‌آموزان پول‌دار به مدرسه، می‌توان از قیل آن‌ها و درآمد کسب شده، پول خوبی را برای محرومان کنار گذاشت؛ از این‌رو مدرسه تصمیم می‌گیرد این دوگانگی را کنار بگذارد و از حالت عمومی به انتفاعی و کسب سود تغییر جهت دهد.

بعدها مدرسه که در مسیر کسب سود افتاده و طعم شیرین پول را

چشیده، بر سر یک دو راهی قرار می‌گیرد. این دو راهی آن است که در یک نگاه کوتاه‌مدت، کمک‌های خود را به دانش‌آموزان محروم برساند یا در یک نگاه بلندمدت بخش مختصری از سود را به طور مستقیم به تحصیل دانش‌آموزان محروم اختصاص دهد و بقیه را برای سرمایه‌گذاری و توسعه مدرسه - که البته مدرسه هم متعلق به محرومان است - صرف کند؟! و طبیعتاً چون در هر کاری نگاه بلندمدت بهتر از نگاه کوتاه‌مدت است، پس مدرسه هر چند سال یک‌بار بر سر این دو راهی قرار می‌گیرد و هر دفعه، نگاه بلندمدت را ترجیح می‌دهد و بر همین اساس، مسئله صرفه اقتصادی و سود سرمایه‌گذاری، مسیری را در نهادهای فرهنگی و آموزشی ایجاد می‌کند که عموماً آن‌ها را از اهداف خود دور می‌سازد.

این رویکرد می‌تواند مساجد را نیز به مثابه مهم‌ترین نهاد فرهنگی و دینی در جامعه اسلامی رفته‌رفته متأثر سازد؛ به نحوی که کارکردهای آن‌ها معطوف به کارکردهای سرمایه‌گذارانه و تجاری شوند.

از منظر دیگر، مساجد در اندیشه بازاری به واسطه توجه به بازگشت منفعت (بخوانید بازگشت سرمایه!)، اهتمام ویژه‌ای به ظواهر خواهند داشت. در اندیشه بازاری، ویتترین و تبلیغات اهمیت زیادی پیدا می‌کند، رقابت برای جلب توجه نمازگزاران (بخوانید مشتریان!) افزایش پیدا می‌کند و هزینه‌ها از حد تعادل خارج می‌شود. در اینجا نیز این اتفاق وجود خواهد شد؛ افزایش جذابیت‌های بصری و سطحی، سرمایه و صاحبان سرمایه را به سوی مسجد جذب خواهد کرد. این ظواهر ممکن است از مسائل ظاهری مسجد، مانند بنا، کاشی‌کاری، نورپردازی و سیستم صوت آغاز شود و تا حاشیه‌های مختلف مراسم، از جمله پذیرایی و دعوت از سخنران یا مداح مشهور و پرداخت هزینه‌های هنگفت بابت



ایاب و ذهاب و پاکت آن‌ها، امتداد یابد. تا جایی که دیده می‌شود برخی از مساجد برای برگزاری مراسم مختلف، به مشتری‌هایشان فهرستی از برنامه‌هایشان را ارائه می‌کنند تا بتوانند با توجه به تنوع ایجاد شده در سطح خدمات، درآمدهای مختلفی را به مسجد سرازیر کنند.

وجود روایات متعدد درباره ویژگی‌های مساجد در آخر الزمان، این نگرانی را میان دوستانان مسجد افزایش می‌دهد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در حدیثی به نقل از ابن عباس، از وقوع چنین امری در میان امتش خبر داده و آن را یکی از نشانه‌های نزدیک بودن قیامت (آخر الزمان) دانسته است: «عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ عَنِ النَّبِيِّ صلی الله علیه و آله أَنَّهُ قَالَ فِي حَجَّةِ الْوَدَاعِ - إِنَّ مِنْ أَشْرَاطِ الْقِيَامَةِ...، ثُمَّ قَالَ إِنَّ عِنْدَهَا تُرْخَرُفُ الْمَسَاجِدُ كَمَا تُرْخَرُفُ الْبَيْعُ وَالْكَنَائِسُ وَ تَحْلَى الْمُصَاحِفُ وَ تَطُولُ!»

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در بیان نشانه‌های رستاخیز: ای سلمان! در آن هنگام، مسجدها همچون کلیساها و کنیسه‌ها زینت می‌شوند.»

پس چه باید کرد؟

با توجه به آنچه گفته شد، شاید این برداشت شود که اولاً: مساجد نباید با نظام حاکمیت ارتباط داشته باشند و ثانیاً: مساجد نباید از قواعد زندگی بازاری برای تأمین مخارج خود استفاده کنند؛ ازاین‌رو راهی برای تأمین مخارج مسجد باقی نمی‌ماند؛ اما اگر این مطلب از اوراق قبل برداشت شده است، باید تأکید کنیم که یا این اوراق به‌درستی مطالعه نشده یا اینکه نگارندگان نتوانسته‌اند، به قدر کافی، مراد خود را منتقل کنند.

نظام مخارج مسجد نباید در سلسله نظام استیلا تعریف شود. این

متفاوت از آن است که مساجد نباید با دولت و حاکمیت تعامل داشته باشند. مساجد در مخارج خود نباید معطل بودجه دولتی و منابع حاکمیت بمانند، نه اینکه مساجد در اجرای برخی از برنامه‌ها با دولت و حاکمیت مشارکت نکنند. استقلال مسجد از نظام دیوانسالارانه دولتی و استقلال مسجد از کنش‌گری بازاری به معنای عدم تعامل مسجد با این دو نهاد نیست. مسجد در نظام اقتصاد اسلامی هم از حیث منابع و هم از حیث مخارج دارای ساختار مستقل و تعریف‌شده‌ای است. در فصل قبل به منابع پرداخته شد. در ادامه نیز به مخارج مسجد در دایره تعریف اقتصاد اسلامی خواهیم پرداخت.

انواع مخارج مسجد

مسجد، مخارج متنوعی دارد که در ادامه بحث به تحلیل انواع آن خواهیم پرداخت. ساختمان مسجد، تجهیزات، هزینه نگهداری، فعالیت‌های تربیتی و مراسم، معیشت امام و معیشت خادم مسجد از این موارد خواهند بود.

ساختمان و بنا

ساختمان، بنا و تجهیزات مسجد اولین بخش و عموماً عمده‌ترین بخش از مخارج مسجد را شامل می‌شود. تحلیل این بخش، می‌تواند جهت‌گیری‌های گسترده‌ای را برای نظام مخارجی مسجد داشته باشد. دقت و توجه به کیفیت مطلوب در این مرحله، تعیین‌کننده و جهت‌دهنده بسیاری از نیازهای بعدی مسجد است.

نوع نگاه به ساختمان و بنای مسجد چگونه باید باشد؟ مکانیسم تخصیص زمین مسجد چگونه است؟ نسبت بناهای فعلی مساجد با بنای



مطلوب مسجد چیست؟ در بحث بنای مسجد، تفاوت مساجد فعلی با مساجد عصر ائمه علیهم السلام تا چه حد موجه یا غیر موجه است؟ ساختمان و بنای مسجد در عصر انقلاب اسلامی چه ویژگی‌هایی دارد؟ وجود برخی ممانعت‌ها چه دلالت‌هایی برای بنای مساجد در ایام معاصر دارد؟ به صورت نمونه، آیا ممانعت رسول‌الله صلی الله علیه و آله از تزیین مساجد یا مسقف نمودن مسجد النبی صلی الله علیه و آله دلالتی برای بنای مساجد امروز خواهد داشت؟ الگوی مشارکت مردم در ساخت و بنای مسجد چیست؟ تأمین حاکمیتی بنا و تجهیزات چه جایگاهی دارد؟ فاصله مطلوب مساجد از یکدیگر باید به چه نحوی باشد؟ کم بودن این فاصله و ساخت مساجد زیاد و کوچک اولویت دارد یا ساخت مساجد بزرگ اما با فاصله از یکدیگر؟ توسعه ساخت‌وساز مساجد بر اساس هر یک از این رویکردها چه تأثیری بر سایر مخارج مسجد به‌ویژه مخارج جاری آن خواهد داشت؟ آیا ساخت مساجد کوچک، امکان تأمین نیازهای مسجد به وسیله مردم را افزایش خواهد داد یا تأمین نیازهای مسجد را با اختلال مواجه خواهد کرد؟ اگر مساجد به صورت پرتعداد و در کنار یکدیگر احداث شوند، آیا در این صورت لزومی به ساخت مساجد بزرگ خواهد بود؟ با این حساب تکلیف اجتماعات بزرگ مسلمانان چه خواهد شد؟ ساخت، بنا و مخارج «مساجد جامع» چه تفاوتی با مساجد محلی خواهد داشت؟ سؤالات فوق و سؤالات بسیار دیگری درباره ساخت و بنای مسجد قابل طرح است، در ادامه به بررسی برخی از مسائل ذکر شده خواهیم پرداخت.

هرچند اولین مسجدی که به دستور نبی مکرم صلی الله علیه و آله تأسیس شد، مسجد قبا بود؛ اما مسجد النبی (صلی الله علیه و آله و سلم) را می‌توان اولین بروز حکمرانی جامعه اسلامی از مسیر مسجد دانست. توجه به سیر

تکمیل مسجد النبی (صلی الله علیه و آله و سلم) دلالت‌های گسترده‌ای برای سؤالات ذکر شده دارد.

در کتب تاریخی آمده است که هنگام ورود ایشان به مدینه، ناقه ایشان در محل فعلی مسجد فرود آمد و ایشان آیه شریفه ﴿وَقُلْ رَبِّ أَنْزِلْنِي مُنْزَلًا مُبَارَكًا وَأَنْتَ خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ﴾ را تلاوت می‌فرمودند. تعیین غیر دستوری زمین مسجد، آن هم با محوریت «برکت» یعنی محور قرار و منشأ برکت، مسجد است.

در گام بعد به جهت آنکه تهیه زمین مسجد از حیث قیمتی و اقتصادی باید با شفافیت صورت پذیرد و از هرگونه شائبه غصبی بودن دور باشد، رسول خدا ﷺ خرید زمین مسجد را قصد کردند. زمین متعلق به دو یتیم بود و انصار در این جریان، ادب کردند و زمین را به صورت رایگان و اختیار پیامبر قرار دادند؛ اما باز هم مبلغی به منزله بهای آن، به انصار و آن دو یتیم به نام‌های سهل و سهیل پرداخت شد^۲ که ابن سعد آن مبلغ را ده دینار ذکر کرده است.^۳ از این رویداد می‌توان برداشت کرد که اصل بر آن است که زمین مساجد با مشارکت مردم تأمین شوند. اگر چه در صورت لزوم، خرید زمین مسجد نیز اشکالی ندارد؛ اما همین خرید هم نه با قیمت بازاری، بلکه با مبلغی بیشتر، جنبه تبرک و تیمن دارد. بنابراین، مردم جامعه اسلامی خود تأمین کننده زمین به طور مستقیم هستند؛ پس این‌گونه نیست که حتماً برای ساخت مسجد لازم باشد درآمد سرشاری جذب شود تا بتوان زمین آن را خرید. زمین‌هایی که به صورت هبه یا وقف در اختیار مساجد قرار گرفته‌اند، در طول تاریخ تمدن اسلامی

۱. سوره مؤمنون، آیه ۲۹.

۲. البدء و التاریخ، ج ۴، ص ۸۵.

۳. ابن سعد، طبقات، ج ۱، ص ۲۴۰.



بسترهای جدی برای توسعه مساجد بوده‌اند.

گام بعد، مشارکت مردم در فرایند ساخت مسجد است و این مشارکت به صورت تماشایی اتفاق می‌افتد. ساخت و تجهیز مسجد یکی از بهترین فرصت‌ها برای ایجاد علقه میان مردم و این مکان مقدس است. ایجاد این رابطه، مقدمه‌ای برای دلدادگی نمازگزاران به مسجد خواهد بود و رابطه آن‌ها با صاحب مسجد را تقویت خواهد کرد. همچنین این رابطه قلبی، پایه‌ای برای مشارکت‌های بعدی نمازگزاران در انجام امور مسجد خواهد بود. نبی مکرم با استفاده از این فرصت ارزشمند به ایجاد این علقه می‌پردازند، حتی ایشان فراتر از ایجاد این رابطه قلبی، جریان برادری میان انصار و مهاجران را نیز تقویت می‌کنند و شعری که مسلمانان با مضمون زیر را می‌خواندند، زمزمه می‌کردند.^۱

لا عیش الا عیش الاخره اللهم ارحم الانصار و المهاجره
زندگانی خوش جز زندگی خوش آخرت نیست خدایا مهاجران و انصار را رحمت کن

تا بدینجا آشکار شد که حضور مردم در عرصه اجتماعی و از طریق مسجد، از ابتدایی‌ترین گام‌های ساخت مسجد آغاز شده است، امری که در طول تاریخ وجود داشته است.^۲ این رویکرد با رویکرد پیمان‌کاری صرف در ساخت مساجد تراحم دارد. باید شرایط را به گونه‌ای فراهم کرد که مردم بتوانند در روی هم گذاشتن آجرهای مساجد مشارکت کنند؛ نه اینکه در کنشی بازاری کل مراحل ساخت مسجد را بدون مشارکت یدی مردم

۱. به سبب آنکه پیامبر از خواندن شعر امتناع می‌ورزیدند، آن را بدین‌گونه زمزمه می‌کردند: «لا

عیش الا عیش الاخره، اللهم ارحم الانصار و المهاجرین.»

۲. بر اساس یک سنت صحیح، با برکت و رایج در میان شیعیان، مسجد و حسینیه با پول مردم ساخته، تعمیر و آباد می‌شود و به این ترتیب مردم دلبستگی خود را به مسجد و حسینیه ابراز

می‌کنند. (رهبر انقلاب، ۱۳۷۵/۳/۲۸).

به صورت خرید خدمت انجام داد.

البته واضح است که در مواردی به دلیل تخصصی بودن فعالیت، نمی‌توان عامه مردم را به کار گرفت؛ اما آیا همین متخصص‌ها در محلات و شهرهای ما وجود ندارند؟ آیا در میان نمازگزاران، افراد آشنا به ساخت‌وساز وجود ندارند که با تخصیص بخشی از فرصت و تخصص خود به ساخت مسجد کمک کنند؟ استفاده از این افراد می‌تواند مخارج مسجد را از مخارج بازاری کمتر کند. حداقل این است که این افراد بخشی از کار خود را به صورت هبه و نذر به مسجد تقدیم می‌کنند یا در قیمت‌گذاری خدمات در مسجد مراعات بیشتری می‌کنند. با استفاده از نمازگزاران عادی و متخصص، ساخت مسجد به منزله یک فعالیت عبادی و نه اقتصادی تعریف می‌شود و این مشارکت، زمینه را برای تعلق خاطر نمازگزاران به مسجد و تداوم حضور آن‌ها فراهم می‌کند.

مدیریت ساخت و بنای مسجد، مسئله دیگری است که در این بین مورد توجه است. درباره وضعیت سقف و دیوارهای مسجد، توصیفات تاریخی گسترده‌ای وجود دارد که در ادامه به یکی از این نقل‌ها اشاره خواهیم کرد.

امام صادق علیه السلام فرمودند: رسول خدا دیوار مسجد خود را با یک خشت بالا برد، مدتی گذشت و شمار نمازگزاران افزون شد و گفتند: ای رسول خدا! کاش می‌فرمودید: تا مسجد را وسیع کنند. رسول خدا گفت: بلی و فرمود تا به صحن مسجد افزودند و دیوار مسجد را با یک خشت و نیم بالا بردند. بعد از مدتی، باز شمار مسلمانان فزونی گرفت و گفتند: ای رسول خدا! کاش می‌فرمودید، بر وسعت مسجد بیفزایند. رسول خدا گفت: بلی و فرمود تا به وسعت مسجد افزودند و دیوار مسجد را با دو خشت



نر و ماده بنا کردند. گرمای تابستان شدید شد و گفتند: ای رسول خدا کاش می فرمودید تا مسجد را سایه کنند. رسول خدا فرمود: آری و فرمود تا از تیرهای درخت خرما شمع (ستون) زدند و سقفی برافراشتند و با چوب‌ها و برگ‌های خرما سایه بان ساختند.^۱

باران شدید باریدن گرفت و آب از خلال شاخه‌ها سرازیر شد، گفتند: ای رسول خدا کاش می فرمودید تا سقف مسجد را با گل پیوشانند. رسول خدا به آنان گفت: نه. فقط سایبان، همانند سایبان موسی بن عمران و تا رسول خدا زنده بود، ساختمان مسجد به همان صورت باقی بود. دیوار مسجد، پیش از آنکه به این صورت مسقف شود، به ارتفاع یک قامت (دو ذراع: ۱۰۴ سانت) بیش نبود، و موقعی که سایه این دیوار به قدر یک ذراع (دو وجب: ۵۲ سانت) اضافه می شد، و یک بز می توانست در آن سایه بخوابد و نشخوار کند، رسول خدا به نماز ظهر می پرداخت و موقعی که سایه دیوار، دو برابر می شد، به نماز عصر می پرداخت.

توجه به روایت فوق و نقل‌های تاریخی مشابه نشان می دهد که اصلی ترین کانون توجه در ساخت مسجد، مکان مسجد است نه بنای مسجد. دیوارهایی به ارتفاع یک خشت و نهایتاً یک متر! اصرار پیامبر

۱. قال الصادق (ع): «إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ ص بَنَى مَسْجِدَهُ بِالسَّمِيطِ ثُمَّ إِنَّ الْمُسْلِمِينَ كَثُرُوا فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ أَمَرْتَ بِالْمَسْجِدِ فَرِيدَ فِيهِ فَقَالَ نَعَمْ فَأَمَرَ بِهِ فَرِيدَ فِيهِ وَ بَنَاهُ بِالسَّعِيدَةِ ثُمَّ إِنَّ الْمُسْلِمِينَ كَثُرُوا فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ أَمَرْتَ بِالْمَسْجِدِ فَرِيدَ فِيهِ فَقَالَ نَعَمْ فَأَمَرَ بِهِ فَرِيدَ فِيهِ وَ بَنَى حِذَارَهُ بِالْأَنْثَى وَ الذَّكَرُ ثُمَّ أَشْتَدَّ عَلَيْهِمُ الْحَرُّ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ أَمَرْتَ بِالْمَسْجِدِ فَظُلِّلَ فَقَالَ نَعَمْ فَأَمَرَ بِهِ فَأَقِيمَتْ فِيهِ سَوَارٍ مِنْ جُدُوعِ النَّخْلِ ثُمَّ طُرِحَتْ عَلَيْهِ الْعَوَارِضُ وَ الْخُصَفُ وَ الْإِذْخَرُ فَعَاشُوا فِيهِ حَتَّى أَصَابَتْهُمْ الْأَمْطَارُ فَجَعَلَ الْمَسْجِدُ يَكْفُ عَلَيْهِمْ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ أَمَرْتَ بِالْمَسْجِدِ فَظُنِّينَ فَقَالَ لَهُمْ رَسُولَ اللَّهِ ص لَا عَرِيشَ كَعَرِيشِ مُوسَى ع فَلَمْ يَزَلْ كَذَلِكَ حَتَّى قُبِضَ رَسُولَ اللَّهِ ص وَ كَانَ حِذَارُهُ قَبْلَ أَنْ يَظْلَلَ قَامَةً فَكَانَ إِذَا كَانَ الْفَيْءُ ذِرَاعاً وَ هُوَ قَدْرُ مَرَبِضٍ عَنَزَ صَلَّى الظُّهْرَ وَ إِذَا كَانَ ضِعْفُ ذَلِكَ صَلَّى الْعَصْرَ وَ قَالَ السَّمِيطُ لِبَنَةِ لِبْنَةٍ وَ السَّعِيدَةُ لِبَنَةِ وَ النَّصْفُ وَ الذَّكَرُ وَ الْأَنْثَى لِبَتْنَانِ مُخَالَفَتَانِ.»

اکرم بر مسقف نشدن مسجد و تمسک به سیره جناب موسی بن عمران در استفاده از سقف از برگ نخل، واقعیتی است که امروزه ما هیچ تصویری از آن نمی‌توانیم داشته باشیم. هرچند می‌توان این وقایع را به وضعیت اقتصادی مدینه در آن روزها ارتباط داد؛ اما اطلاع از خانه‌های گل‌اندود و مسقف اهالی مدینه، این ارتباط را کمرنگ می‌کند.

هرچند نیازمندی‌های مناطق مختلف با شرایط آب‌وهوایی متفاوت را می‌توان در چگونگی مسجد مد نظر قرار داد. شرایط زندگی اجتماعی، فقر مردم، نسبت بنای مسجد با سایر ابنیه در ادوار مختلف و... می‌تواند در تطور بنای مسجد نقش‌آفرین باشد؛ اما آنچه رسول خدا به سرعت با آن موافقت می‌فرمودند، توسعه مسجد متناسب با تعداد نمازگزار بود و این‌گونه نبود که ایشان، مسجد را برای نمازگزاری که وجود ندارد توسعه دهند. قدر متیقن آن است که در مسجد النبی، توسعه ظرفیت مسجد با توجه به تعداد نمازگزار بسیار پراهمیت بوده است. به‌ویژه آنکه قرار است هر قبیله برای خود مسجدی بسازد و بیشتر روزهای جمعه همگی در مسجد پیامبر گرد هم آیند؛ پس لازم است ساخت این بنا به گونه‌ای باشد که انگیزه مشارکت و ساخت مساجد محلی را تقویت و توسعه دهد. طبق نقل‌های تاریخی، در مدینه و حومه آن، نه مسجد بود که مسلمانان پس از شنیدن اذان بلال از مسجد النبی، به طور معمول نمازشان را در آنجا می‌خوانند.^۱ به عبارتی قرار است قوی‌ترین واحدهای اجتماعی یعنی پیوندهای قبیله‌ای و خونی، هریک برای خود مسجدی داشته باشند؛ حتی اگر فاصله آن‌ها با مسجد النبی در حدی باشد که صدای اذان بلال را از مسجد بشنوند. در مقیاس زندگی امروزه و با تغییر واحدهای اجتماعی از



قبیله به محله، می‌توان این پیوندها را در روابط همسایگی نیز توسعه داد؛ از این رو اینکه یک مجموعه همسایگی دارای یک مسجد در مقیاس نمازگزاران خود باشند، در این زمانه نیز پراهمیت است.

معیار مقیاس مسجد، معیار استفاده حداکثری از مشارکت اجتماعی است؛ به این معنا که بتواند تعداد افراد بیشتری از جامعه را به مشارکت و تعاون دعوت کند. واضح است که مساجد هرچه محلی‌تر شوند و مقیاس تعارف و شناخت در آن‌ها بیشتر رعایت شود، بیشتر می‌توانند محل آمد و شد و همکاری باشند. توسعه این همکاری‌ها هم از هزینه‌های مسجد می‌کاهد و هم تأمین نیازمندی‌های مساجد را آسان‌تر می‌کند. در همین باره روایتی از شیخ صدوق در کتاب من لا یحضره الفقیه و کتاب خصال نقل کرده است که حریم مسجد را چهل ذراع (حدود بیست متر) و همسایگان مسجد را چهل خانه ذکر می‌کند.^۱

درباره معانی این حدیث در آثار فقها به صورت گسترده‌ای بحث شده است. علامه محمدتقی مجلسی در شرح من لایحضر، دو معنا را محتمل دانسته‌اند. معنای اول، فضای مختص وضو و طهارت است که در بسیاری از شهرها عرف است و احتمال دیگر را منع از احداث مسجد دیگر در این فاصله برای حفظ حرمت دانسته‌اند.^۲

۱. قال امیرالمؤمنین (علیه السلام): «حریم المسجد أربعون ذراعاً، والجوار أربعون داراً من أربعة جوانبها: حریم مسجد، چهل ذراع (بیست و اندی متر) و همسایه مسجد، چهل خانه است.» (الخصال، ص ۵۴۴، ج ۲۰).

۲. «الظاهر أن المراد به أن يكون حوالیه فضاء للوضوء و الطهارة كما هو المتعارف فی كثير من البلاد أنه ليس لهم إلا فی الرحاب و یحتمل أن يكون المراد عدم إحداث مسجد آخر فی هذا المقدار لئلا یعطل الأول من المصلین (أو) حریمه فی التعظیم بأن لا يكون راکباً فیهِ بل إذا كان راکباً مثلاً صار راجلاً عنده و أمثاله من التعظیم و الاحترام.» (روضة المتقین فی شرح من لا یحضره

الفقیه (ط - القديمة)، ج ۶، ص ۲۴۵).

شهید اول در الدروس و میرزای قمی^۱ در جامع الشتات نیز درباره امکان برداشت حکم حرمت از این روایت بحث کرده‌اند.

اما آنچه در اینجا برای بحث ما قابل استفاده است و به نوعی مفهوم مخالف تلقی می‌شود، این است که: آیا مجاز است دو مسجد در فاصله کمتر از بیست متر از یکدیگر احداث شوند! فارغ از اینکه پاسخ این سؤال چه باشد، چیدمان شهری موجود از وضعیت مساجد، حتی درک این سؤال را برای ما مشکل کرده است. وجود مساجد بزرگ و با فاصله از یکدیگر، تصور فاصله پنجاه یا صدمتری را نیز سخت کرده است؛ چه رسد به فاصله بیست متر! اگر بخواهیم متناسب با فضای شهرسازی امروز برای آن جایگزینی تصور کنیم، احیاناً باید ادبیات «هرکوچه، یک مسجد» را برایش برگزینیم. مساجدی کوچک، در مقیاس تعارف و پرفت‌وآمد. هزینه ساخت چنین مساجدی بسیار اندک است و مردم می‌توانند با اندکی تلاش مخارجش را تأمین کنند؛ اما امکان ساخت مقیاس‌های بزرگ مسجد، بدون کمک حاکمیت و سرمایه‌داران بزرگ و با کمک مردم به‌ندرت وجود دارد.

از حیث اندازه نیز به نظر می‌رسد مسجد النبی چندان وسیع نبوده است، اگرچه تخمین مساحت حدود ۱۳۰۰ متر مربعی این مسجد قابل مقایسه با مسجد الحرام بوده و با توجه به جمعیت آن زمان کوچک نبوده است؛^۲ اما مساجد محلی (قبیله‌ای) کوچک‌تر از مسجد النبی احداث می‌شدند. با این حساب می‌توان استراتژی ساختمان و بنای مسجد را وجود یک یا چند مسجد عمومی (مساجد جامع) در میان تعداد زیادی مساجد کوچک‌تر و طبیعتاً نزدیک به هم دانست. در ادامه کتاب از این استراتژی استفاده بیشتری خواهیم کرد و به اثرات آن، بیشتر خواهیم

۱. جامع الشتات، ج ۳، ص ۲۶۴.

۲. ر.ک: مسجد در آینه ثقلین، ج ۲، ص ۲۴.



پرداخت؛ اثراتی که مؤلفه‌های نظام مخارج مسجد را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

مطلب دیگر، توسعه مسجد است. این توسعه درباره مسجد النبی، بارها به امر ایشان اتفاق افتاده و درباره دیگر مساجد نیز ایشان آینده‌نگری برای افزایش نمازگزاران را متذکر شده‌اند؛ همچنان‌که به گروهی از انصار که در حال ساخت مسجد قوم خود بوده‌اند، به وسعت بخشیدن به مسجد توصیه کردند؛ زیرا پرشدن جمعیت آن، قابل انتظار بوده است.

«أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ أَتَى عَلَى قَوْمٍ مِنَ الْأَنْصَارِ وَهُمْ يَبْنُونَ مَسْجِدًا لَهُمْ فَقَالَ: أَوْسِعُوهُ تَمْلُؤُوهُ!»

پیامبر خدا ﷺ بر گروهی از انصار که برای خود مسجدی می‌ساختند، وارد شد و فرمود: وسیع و جادار بنایش کنید که آن را پُر خواهید کرد. حضرت با توجه به سیل افرادی که به اسلام گرایش پیدا می‌کردند، مسئله وسعت را در نظر می‌گرفتند. این دلالت به ما می‌آموزد که اگر در محله‌ای این امکان را یافتیم که به سرعت تعداد نمازگزاران را بیفزاییم، باید امکان توسعه را برای مسجد فراهم کنیم. این شرط لازم در بسیاری از موارد در زندگی امروز دیده نمی‌شود. مساجدی خارج از مقیاس تعارف و شناخت و با کمترین رفت‌وآمد و کمترین تلاش برای جلب تعاون مردم؛ اما بسیار وسیع و با مخارج فراوان ساخته می‌شود. چنین مساجدی رفته‌رفته نمازگزاران اندک را مجبور می‌کند که برای تأمین همین مخارج آب، برق، استهلاک سالیانه، خادم و نظافت، یا به بازاری‌سازی امکاناتشان اقدام کنند یا اینکه دست به دامن حاکمیت شوند.

اما تمام آنچه در بحث ساخت و بنای مسجد طرح شده است، در

نظام استیلا و بازار متفاوت خواهد بود. در جامعه استیلا، توزیع مواهب بر اساس نظام سلسله مراتب خواهد بود. زمین مسجد نه بر اساس مکانیسم برکت الهی، بلکه به صورت دستوری و متمرکز تعیین می‌شود؛ آن هم در موقعیتی که بتوان از آن برای تقویت نظام استیلا استفاده کرد. مسجد در این حالت، نه به منزله نماد برکت در زمین، بلکه به مثابه بخشی از نیازهای زندگی مردم در کنار سایر نهادهای رافع نیاز، مانند مدرسه، دانشگاه، پارک جایابی می‌شود. به همین دلیل در تحقق مالکیت، توجه به مسائلی مانند رضایت و غصبی نبودن لزوماً مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در زمان خلیفه دوم (هفدهم هجری) با فتح دمشق به وسیله مسلمانان، نیمی از معبد مسیحیان که در طول تاریخ، آتشکده و بتکده بوده است، به مسجد تبدیل می‌شود و نیمه دیگرش بر اساس مصالحه‌ای که صورت پذیرفته بود، همچنان به صورت کلیسا باقی ماند.^۱

حتی بعدها که مسیحیان با آزار و اذیت و ایجاد سروصدا سعی می‌کردند مسجد را تحت الشعاع قرار دهند، معاویه و پس از وی عبدالملک بن مروان تصمیم به الحاق نیمه باقی‌مانده از کلیسه به مسجد نمودند؛ ولی مسیحیان نپذیرفتند. در نهایت، ولید بن عبدالملک مال فراوانی به مسیحیان داد و حتی گفت اگر نپذیرید، کلیسای بزرگ آنان در منطقه مسیحی‌نشین (باب توما) را به جای آن تخریب خواهم کرد و به دلیل آنکه آن کلیسا بزرگ‌تر از کلیسای داخل شهر یعنی مکان مسجد اموی بود، مسیحیان راضی شدند که نیمه باقی‌مانده نیز به مسجد اضافه شود.^۲

اضافه بر تفاوت مکان مسجد در جامعه استیلا، بنای مسجد در جامعه

۱. ابن جیر، الجامع الاموی، تحقیق مطیع الحافظ، ص ۱۳.

۲. نعیمی، الدراس فی تاریخ المدارس، ج ۲، ص ۲۸۵؛ ابن بطوطه، الرحله «تحفة النظار فی غرائب

الامصار و عجائب الاسفار، ص ۶۳.



استیلا نیز متفاوت خواهد بود. در جامعه استیلا، بنای مسجد بنایی است که مقوم قدرت سلسله مراتبی باشد، این بنا باید در شأن نظام قدرت و نگاه به آن تبلور، ابهت این نظام باشد. جلال و جبروت بسیاری از بناهای مذهبی ادیان گذشته با همین رویکرد، قابل تفسیر هستند. از همین منظر، توجه به بنای مسجد اموی قابل تأمل است. ولید بن عبدالملک پس از الحاق کلیسای مسیحیان به مسجد، برای توسعه بنای آن ابتدا طرح بنای آن را به روم فرستاد و نهایتاً هنرمندانی از ایران، مصر، روم، تونس و چندین منطقه دیگر و مشارکت دوازده هزار کارگر ساختند. عملیات بنای آن از سال ۸۶ هجری آغاز و حدود هشت سال طول کشید. در ساخت مسجد بهترین زینت‌ها و سنگ‌های مرمر برای تزیین آن به کار رفت. بر فراز شبستان مسجد، گنبدی به نام «نسر یا عقاب» ساخته شد و ستون‌های زیر آن را با طلا و جواهر و پوشش‌های حریر مزین کردند. محراب مسجد را با جواهر و قندیل‌های طلا و نقره، معرق‌های زیبا و زنجیرهای طلا آراستند.

توسعه مسجد اموی به گونه‌ای انجام شد که امروزه این مسجد به منزله یک شاهکار هنری شناخته می‌شود و در کنار بسیاری از معابد، کنیسه‌ها و کلیسا تبلور اراده نظام قدرت است. بر این اساس شاید بتوان گفت ساخت و بنای مسجد در این نظام، کاملاً تبلور جایگاه حکمرانی پادشاهان و سلاطین است، نه محل عبودیت، سجده و انس با خالق هستی. در همین راستا نهی گسترده رسول الله و امیرالمؤمنین علیه السلام از کنگره‌سازی برای مساجد، قابل اشاره است. کنگره‌سازی در ادیان گذشته رواج داشته و کنیسه یهودیان و کلیسای مسیحیان چنین کنگره‌ای داشته است؛ به عبارتی می‌توان از کنگره به صورت نماد پرستشگاه در یک

جامعه استیلا یادکرد.^۱

البته جای این سؤال نیز باقی است که اگر نمازگزاران مسجد، هنرمندان و دوست‌داران هنری بودند که با تلاش خود، در مسجد، آثاری متناسب با ذوق عبادی مردم را خلق کردند، باز این آثار در زمره آنچه مورد نهی قرار گرفته است، واقع می‌شود یا خیر؟ پاسخ به این سؤال به تطور فقهی مفصلی نیازمند است.

در جامعه بازار نیز وضع به همین منوال است و ساخت و بنای مسجد به گونه‌ای مختص به خود است. در اینجا محور، قدرت نیست؛ بلکه محور، انتفاع و آن هم انتفاع مادی است. در این صورت موضع احداث مسجد از حیث قابل انتفاع بودن مورد توجه قرار می‌گیرد.

مساجد از حیث دسترسی، باید در بهترین مکان‌ها و به تعبیر شهرسازی در موقعیت‌های خوب شهری قرار گیرند؛ اما این مسئله در نوع نگاه به همین موقعیت خوب نیز تفاوت ایجاد می‌کند. در نگاه بازاری، با قرار گرفتن مسجد در موقعیت مناسب شهری، جایابی ارکان درآمدزای مسجد اتفاق می‌افتد. ابتدا محل فروشگاه، سالن اجتماعات، باشگاه و ... به ذهن خطور می‌کند و ابتدا آن‌ها جایابی می‌شوند؛ اما آیا این بدان معناست که مساجد را باید در مکان‌های خلوت و به دور از دسترس مردم ساخت؟ خیر. مساجد حتی اگر در ساخت بازاری شهرها تعبیه می‌شوند باید به گونه‌ای باشند که با ورود به آن‌ها به یک نابازار و به یک مکان عبادی و فرهنگی وارد شویم. مساجد در درون بازار هم یک نابازار هستند. البته تعبیه و طراحی چنین مساجدی که درون بازار باشند، اما دستخوش روابط بازاری نشوند، بسیار سخت است. شاید از این رو است که گاه توصیه



۱. ر. ک: تهذیب الأحکام، ج ۳، ص ۲۵۳، ح ۶۹۷؛ بحارالأنوار، ج ۸۳، ص ۳۵۲، ح ۵.

کرده‌اند در شرایطی که مساجد بازار و مساجد خارج از بازار در دسترس هستند، افضل آن است که در مساجد خارج از بازار، نماز بخوانیم: «در شرع مقدس اسلام بسیار سفارش شده است که نماز را در مسجد بخوانند. بهتر از همه مسجدها مسجدالحرام است و بعد از آن مسجد پیغمبر (صلی الله علیه و آله و سلم) و بعد مسجد کوفه و بعد از آن مسجد بیت المقدس و بعد، مسجد جامع هر شهر و بعد از آن مسجد محله و بعد از آن، مسجد بازار است.»^۱

اتفاق دیگری که در جامعه بازاری رخ می‌دهد، مسئله حرکت به سمت مساجد بزرگ است. در نگاه فنی اقتصاد متعارف، ساخت، ساختمان و بنای کوچک به صرفه نیست. کلاً انجام هیچ پروژه کوچکی به صرفه نیست. پروژه‌ها و فعالیت‌ها تنها در صورتی دارای صرفه اقتصادی خواهند بود که در مقیاس بزرگ تعریف شوند.^۲

درباره استدلال توجیه کننده این نظریه، بحث‌های متعددی ذکر شده است. این مفهوم در دانش اقتصادی تحت عنوان «صرفه‌های حاصل از مقیاس»^۳ مطرح می‌شود؛ بدین معنی که افزایش مقیاس یک پروژه، نوعی صرفه اقتصادی را برای آن در پی خواهد داشت. صرفه به مقیاس به معنای آن است که با افزایش حجم تولید، هزینه

۱. رساله توضیح المسائل امام خمینی رحمه الله.

۲. البته این نگاه به طور جدی قابل نقد است. صرفه اقتصادی در هر مقیاسی ممکن است. کافی است دانش و نهادهای پشتیبان در کنار مقیاس‌های کوچک قرار بگیرند تا این مقیاس‌ها هم به صرفه شوند. در اقتصاد سرمایه‌داری البته دانش، حاکمیت و قدرت همواره در خدمت مقیاس‌های بزرگ قرار گرفته و این مقیاس‌ها را به صرفه کرده‌اند. البته پردازش این مسئله خود به مجال مفصل دیگری نیاز دارد و از عهده این مبحث خارج است. در اینجا اجمالاً ادعا را مطرح کرده‌ایم.

۳. Economies of scale.

متوسط تولید هر واحد کالا، کاهش می‌یابد. دلایل متعددی برای این مسئله ذکر می‌شود؛ مانند: کسب تخفیف در خرید به دلیل حجم بالای خرید، افزایش تجربه و یادگیری کارکنان، کسب منابع مالی بیشتر، سرشکن شدن هزینه‌های بازاریابی در بازارهای وسیع‌تر و بهبود فناوری تولید. در چنین نگاهی، ساخت مجتمع آموزشی، صرفه اقتصادی بیشتری از ساخت یک مدرسه دارد. ساخت هایپرمارکت به‌صرفه‌تر از ساخت فروشگاه و ساخت فروشگاه به‌صرفه‌تر از ساخت یک مغازه محلی است.

این نگاه سال‌های مختلفی کشورهای جهان سوم را به خود مشغول کرد و اکنون با آشکار شدن ایرادهای اساسی آن از جمله مخارج هنگفت نیروی انسانی، هزینه استهلاک و نگهداری فراوان، کشورهای پیشرفته دنبال رویکردهای خرد در کسب‌وکارها و بنگاه‌های تولیدی می‌باشند. مطرح شدن مفاهیم مختلف مانند کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۱، مشاغل خانگی^۲ و دربرگرفتن بخش قابل‌توجهی از کسب‌وکارها در کشورهای پیشرفته، به همین امر اشاره دارد.^۳

اما تفکر «مقیاس بزرگ» که در یک نگاه اقتصادی رشد محور ریشه دارد؛ همچنان در گوشه اذهان بسیاری از ما جای گرفته است و انجام و ساخت پروژه‌های کوچک را به‌صرفه نمی‌دانیم. متأسفانه این نگاه، ساخت مساجد را نیز تحت تأثیر قرار داده است. سازمان‌های مدیریت شهری، اختصاص زمین‌های خرد و پراکنده را به مساجد، امری اقتصادی نمی‌دانند. از طرفی مؤمنان نیز متأثر از این رویکرد متعارف، حاضرند به جای ساخت چند مسجد متوسط در یک منطقه، یک مسجد خیلی بزرگ

۱. (Small & Medium Enterprises (SME.

۲. home based entrepreneurship.

۳. برای نمونه در حال حاضر ۲۰٪ کل شاغلان آمریکا در خانه، مشغول کسب و کارند.



بسازند و متأسفانه مسیر ساخت این مسجد هم سرانجامی مانند همان بنگاه‌های بزرگ خواهد داشت و آن این است که ساخت مسجد بزرگ با گذشت سال‌ها تمام نمی‌شود؛ زیرا نیاز به منابع مالی فراوان دارد و پس از چندین سال که ساخت آن تمام شد، هزینه‌های استهلاک آن آغاز می‌شود و هرچند وقت یک بار باید به ترمیم گوشه‌ای از آن پرداخت، مضاف بر اینکه هزینه تعمیر و نگهداری ساختمان‌های بزرگ به علت استفاده از تجهیزات و تأسیسات متمرکز، بالاتر از هزینه‌های چند ساختمان کوچک است.

در نگاه فوق، ساخت مسجد کوچک، به صرفه نیست و مخارج مسجد بزرگ هم تمامی ندارد! پس لازم است، بابی برای تأمین مالی مسجد باز شود که آسیب‌های آن را در فصل قبل ذکر کردیم.

پیش از این اشاره شد که ویژگی دیگر مساجد در یک جامعه بازار محور - که در آن بازگشت منفعت نقش اساسی دارد - ویتترین و تبلیغات است؛ همچنان‌که پیش از این ذکر شد در نگاه بازاری توجه به ظاهر، اهمیت فراوانی پیدا می‌کند؛ چنان‌که در میان برخی از مشاغل خاص، برخی ظواهر نشان‌دهنده حرفه‌ای بودن و کاسب بودن طرف است.

در این نظام نیز، زرق و برق مسجد و تجمل آن یکی از لوازم جلب نمازگزار (بخوانید مشتری) تلقی می‌شود. البته این ویژگی مختص به جامعه بازاری نیست؛ بلکه توجه به ظاهر، البته از حیث تجسم مظهر قدرت و هیبت طبقه حاکمه در جامعه استیلایی نیز وجود دارد.

در روایات نیز، آراستن و تزیین مساجد بدون توجه به تدین مردم، نوعی انحراف از ماهیت حقیقی مسجد تلقی شده و از آن نهی شده است.

رسول خدا فرمودند:

در آخر اتم، کسانی پدیدار می‌شوند که مسجدهایشان را آذین می‌بندند و دل‌هایشان را ویران می‌سازند. کسی از آنان، آن‌گونه که بر جامه‌اش پرهیز می‌کند، بر دینش پرهیز نمی‌کند؛ چنانچه دنیایش در مخاطره نباشد، بر کار دینش بیمی ندارد.^۱

البته فحوای این روایت بر این نیست که نباید مساجد را آراست؛ بلکه آراستن مساجد در شرایطی موجه است که توأم با آراستن دل و دین مردم باشد، نه آنکه مسجد را بیاراییم تا مشتری بیاییم و درآمدزایی کنیم.

آسیب‌شناسی ساختمان و بنا^۲

همچنان که ذکر شد، ساخت و بنای مسجد، یکی از اصلی‌ترین پیشران‌ها و جهت‌دهنده‌ها به مسجد است که آن را به سمت مسجد مطلوب هدایت می‌کند. به همین منظور در طول تاریخ و به‌ویژه تاریخ صدر اسلام، ائمه علیهم‌السلام با برخی از نمادها و مظاهری که در مسجد به کار گرفته می‌شدند و نماد نظام‌های غیر الهی استیلایی و بازاری بوده‌اند، برخورد شده است. در ادامه برخی از آسیب‌هایی که در ساختمان و بنای مسجد قابل مشاهده است، اشاره خواهد شد و مورد تحلیل قرار خواهد گرفت. ساخت کنگره در صدر اسلام، آذین‌بندی و زیورآرایی مسجد، تصویرگری و ساخت مناره‌های بلند از این دست خواهند بود.

۱. کنز العمال، ج ۱۰، ص ۲۰۵، ح ۲۹۰۸۸.

رسول‌الله (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم): «سیکون فی آخر أمتی أقوام یزخرفون مساجدهم ویخربون قلوبهم، یتقی أحدهم علی ثوبه ما لا یتقی علی دینه! لا یبالی أحدهم إذا سلمت له دنیا ما کان من أمر دینه.»

۲. برای مطالعه بیشتر ر. ک: مسعود عبدالهادی، مسجد در آیینة ثقلین، ج ۲، ۱۶۸-۱۸۵.



کنگره‌سازی

کنگره یا همان «شُرْفه» به معنای برآمدگی‌های محرابی شکل است که بر بالای دیوار قلعه، حصار و کاخ می‌سازند و به گونه‌ای شکوه، جلال و جبروت بنا را به رخ می‌کشد؛ چنان‌که ذکر شد کنگره، یکی از نمادهای جامعه استیلایی قبل از اسلام بوده است؛ پس بر پایه چندین حدیث، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امام علی علیه السلام از کنگره‌سازی برای مساجد نهی فرموده‌اند.

این کار در میان پیروان ادیان پیشین رواج یافته است و کنیسه و کلیساهای ساخت یهودیان و مسیحیان دارای چنین کنگره‌هایی بوده‌اند. به احتمال فراوان، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله برای رعایت سادگی مسجد و دوری از شباهت به یهودیان و مسیحیان، مسلمانان را از کنگره‌سازی و برافراشتن کاخ مانند مساجد، بازداشته‌اند:

«شما را می‌بینم که پس از من، مسجدهایتان را کنگره‌دار می‌سازید، همان‌گونه که یهودیان کنیسه‌های خود و مسیحیان کلیساهایشان را کنگره‌دار می‌سازند.»^۱

پیامبر صلی الله علیه و آله مسجد خودشان را بدون کنگره ساختند.^۲ مطابق با روایتی دیگر، پیامبر صلی الله علیه و آله خواستار تفاوت نهادن میان مساجد و خانه‌های شهر شده‌اند؛ مساجد را ساده، بدون تشریفات و متفاوت با دیگر بناهای شهر خواسته‌اند. متن روایت چنین است:

مسجدهایتان را بی‌کنگره و شهرهایتان (خانه‌هایتان) را کنگره‌دار

۱. سنن ابن ماجه، ج ۱، ص ۲۴۴، ح ۷۴۰. «رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم: أراكم ستشرفون

مساجدکم بعدی کما شرفت اليهود کنائسها، و کما شرفت النصارى بیعها.»
 ۲. «أمرت بالمساجد جُمًّا؛ به [ساختن] مسجدهای بی‌کنگره فرمان یافته‌ام.» (السنن الکبری، ج

۲، ص ۶۱۶، ح ۴۳۰۱).

بسازید.^۱

گفتنی است سید رضی این روایت را به گونه‌ای مشابه نقل کرده و آن را به گونه‌ای شرح کرده است که معنایش به آنچه آوردیم نزدیک است: «مسجدها را بسازید و آن‌ها را بی‌کنگره قرار دهید.»^۲

تقیح این کار و همانند دانستن آن با کار مسیحیان در ساخت کلیسا در روزگار امام علی علیه السلام نیز به چشم می‌آید. در روایتی از امام باقر علیه السلام چنین می‌خوانیم:

امیرالمؤمنین علی علیه السلام در کوفه، مسجدی را دید که دیوارهای آن کنگره‌دار فرمود: مانند عبادتگاه‌ها و مساجد یهود است مساجد را کنگره‌دار نباید ساخت؛ بلکه دیوار آن را هموار و صاف باید ساخت.^۳ این روایت برخوردی را از سوی امام علی علیه السلام نقل نمی‌کند و تنها نکوهش و ارشاد ایشان را بازگو می‌نماید؛ ولی در روایت زیر، امام باقر علیه السلام از انهدام کنگره‌های مساجد، سخن گفته است؛ امری که مانند بسیاری دیگر از امور، مختص روزگاری است که اسلام راستین با سادگی هرچه تمام‌تر و بدون هیچ پیرایه‌ای رخ می‌نماید و قائم آل محمد علیهم السلام عدالت را در سرتاسر جهان می‌گستراند.^۴

۱. کنز العمال، ج ۷، ص ۶۵۶، ح ۲۰۷۶۹: «ابنوا مساجدکم جمًا و ابنوا مدائنکم مشرفه.»
۲. المجازات النبویه، ص ۱۰۵، ح ۶۶: «عنه (صلی الله علیه و آله و سلم): ابنوا المساجد و التخدوها

جمًا.»

۳. من لا یحضره الفقیه، ج ۱، ص ۲۳۷: «وَرَأَى عَلِيٌّ عَلَيْهِ السَّلَامُ مَسْجِدًا بِالْكُوفَةِ قَدْ شُرِفَ قَالَ كَأَنَّهُ بَيْعَةٌ
إِنَّ الْمَسَاجِدَ لَا تُشْرَفُ تُبْنَى جُمًا.»

۴. الإمام الباقر علیه السلام: «إِذَا قَامَ الْقَائِمُ عَلَيْهِ السَّلَامُ سَارَ إِلَى الْكُوفَةِ فَهَدَمَ بِهَا أَرْبَعَةَ مَسَاجِدَ، فَلَمْ يَبْقَ مَسْجِدٌ عَلَى وَجْهِ الْأَرْضِ لَهُ شُرْفٌ إِلَّا هَدَمَهَا وَ جَعَلَهَا جُمًا؛ زَمَانِي كَهَ قَائِمِ عَلَيْهِ السَّلَامُ بِهَ بِهَا خِيزِدَ بِهَ كُوفَهُ رَفْتَهُ،
چهار مسجد را در آن ویران خواهد ساخت. پس کنگره هر مسجدی را که دارای آن باشد ویران کرده، آن را بدون کنگره خواهد کرد.» (الإرشاد، ج ۲، ص ۳۸۵).



آذین‌بندی

چنان‌که ذکر شد آذین‌بندی مساجد بدون تلاش در بهبود وضعیت تدین در جامعه اسلامی می‌تواند وجه مشترک هر دو نظام بازاری و استیلایی باشد. مسجد، جایی برای بریدگی از تعلقات دنیوی و تذکر امور آخرت است و باید دور داشتن مسجد از زیورهای مادی رعایت شود؛ زیرا مسجد جایی برای سبک کردن دل و سخن گفتن با خدای رحمان است؛ مگر آنکه معماری به آن سطحی از تعالی رسیده باشد که بتواند مؤمنان را به سوی اهداف متعالی الهی سوق دهد.

در حدیثی قدسی به نقل از پیامبر گرامی اسلام ﷺ آمده است: «خانه‌ها را برایم برافراشته می‌سازند و مسجدها را به خاطر من آذین می‌بندند. مرا چه حاجت به برافراشتن خانه‌هایی که در آن‌ها سکنا نمی‌گزینیم و به آراستن مسجدهایی که در آن‌ها وارد نمی‌شوم؟! به افراشتن آن‌ها فرمان داده‌ام، تنها برای اینکه در آن‌ها یاد شوم و تسبیح کنند؛ در حالی که جان‌ها، خرده‌ها و دل‌هایشان را آلوده می‌کنند و ویران می‌سازند.»^۱

همچنین در سخنی منسوب به پیامبر اکرم ﷺ که خطاب به عبدالله بن مسعود، شرف صدور یافته، ایشان آراسته کردن و زینت دادن مساجد برای مقاصد دنیایی را صفت کسانی خوانده که اهل دنیایند و از آخرت بی‌خبر و غافل مانده‌اند. متن روایت چنین است:

۱. ابن قتیبه، عیون الأخبار، ج ۲، ص ۲۶۴: عیون الأخبار فی الحدیث القدسی فیما أحی الله الی شعیا: «یُشَدُّونَ لَیَّ الْبُیُوتِ وَ یُزَوِّقُونَ لَیَّ الْمَسَاجِدِ، وَ أَى حَاجَةٍ بَیَّ إِلَى تَشْیِیدِ الْبُیُوتِ وَ لَسْتُ أَسْکُنُهَا؟! وَ إِلَى تَزْوِیقِ الْمَسَاجِدِ وَ لَسْتُ أَدْخُلُهَا؟! إِنَّمَا أَمَرْتُ بِرَفْعِهَا لِذِکْرِ فِیْهَا وَ أَسْبَحَ، وَ یَنْجَسُونَ أَنْفُسَهُمْ وَ عُقُولَهُمْ وَ قُلُوبَهُمْ وَ یُخْرِبُونَهَا.»

ابن مسعود! آنکه در آتش جاویدان خواهد بود، چه سودی از نعمت‌های دنیا می‌برد؟ «آنان رویه و ظاهری از دنیا را می‌دانند؛ اما از آخرت بی‌خبرند.» خانه‌ها می‌سازند، کاخ‌ها برپا می‌کنند، مسجدها را به زیور می‌آریند و مقصد همه تلاش‌هایشان تنها دنیا است.^۱

پرسشی که در اینجا رخ می‌نماید آن است که چرا با وجود این همه نهی و هشدار پیشوایان دینی، باز شاهد تزیین و آذین‌بندی صدها مسجد کوچک و بزرگ در طول تاریخ و در سرتاسر کشورهای اسلامی هستیم؟ یک احتمال می‌توان این باشد که مسجد در ابتدای پیدایش اسلام، مکانی بود که بیشتر برای عبادت از آن استفاده می‌شد؛ اما اندک اندک و با رشد تمدن اسلامی و پا گرفتن نهادهای مدنی جامعه اسلامی، استفاده‌های دیگر از مسجد فزونی یافت؛ فعالیت‌هایی مانند قضاوت، نگهداری بیت المال، برپایی اجتماعات بزرگ و برخی کارکردهای دیگر. کم‌کم مسجد نماد قدرتمند اسلام شد و عرصه‌های دینی و قلمروهای دنیوی را یک جا در برگرفت؛ این در حالی بود که بناهای کوچک و مساجد ساده نمی‌توانست پاسخگوی نیازهای مذکور باشد.

فقدان نهادها و بناهای رسمی عمومی نظیر تالار شهر و یا محاکم اسلامی، نقشی دو وجهی را برای مسجد، به‌ویژه مسجدهای بزرگ و جامع رقم زد. به منظور حفظ این دو جنبه بزرگی مسجد و به‌تدریج زیبایی و شکوه آن مدنظر معماران زبردست مسلمان قرار گرفت و مسجد بزرگ یا مسجد جامع، مسجدی شد که هم ابعادی بزرگ‌تر و هم تزیینات بیشتری داشت.

۱. مکارم الاخلاق، ص ۴۴۹؛ بحار الانوار، ج ۷۴، ص ۹۷: «يَا بَنَ مَسْعُودٍ، مَا يَنْفَعُ مَنْ يَتَنَعَّمُ فِي الدُّنْيَا إِذَا أُخِلِدَ فِي النَّارِ؟! يَغْلَمُونَ ظَاهِرًا مِّنَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنِ الْآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ.» بینون الدُّورَ، وَ يَشِيدُونَ الْقُصُورَ، وَ يَزْخَرِفُونَ الْمَسَاجِدَ، لَيْسَتْ هَمَّتُهُمْ إِلَّا الدُّنْيَا.»



در این بین، تمسک به تفکیک مساجد محلی و مساجد جامع، می‌توانست تا بخش زیادی مانع از بین رفتن سادگی مساجد محلی شود. دوم اینکه شاید به صورت یک احتمال بتوان به این اشاره کرد که در ابتدای اسلام، فرصتی برای طراحی معماری متعالی و مستقل از معماری کفر، معماری یهود و مسیحیت نبوده است؛ از این رو اهل بیت با نفی استفاده از نمادهای کفر، مساجد را مطهر نگاه داشته‌اند. حال آنکه در سده‌های بعد و با ایجاد فرصت برای معماران و هنرمندان جامعه اسلامی، معماری مستقل اسلامی و معماری متعالی رفته‌رفته شکل گرفته و از آن در مساجد نیز استفاده شده است. این معماری البته مستقل از نمادگیزی‌های کفرآمیز و تعالی‌بخش برای ساخت متعبدانه مسجد بوده است.

احتمالات دیگری برگرفته از روایات متعدد نیز در این زمینه وجود دارد که محل بحث فقهی جدی است و باید به طور مستقل و تخصصی به آن پرداخته شود؛ اما اجمالاً می‌توان در زمینه آذین‌بندی، این حداقل را قائل شد که تلاش برای افزودن آذین‌هایی که نمادگیزی از فرهنگ اباحه و فرهنگ کفر و دنیاپرستی است، در مساجد، مذموم است و نمی‌توان مخارجی را که در این زمینه انجام می‌شود، مخارجی مشروع به شمار آورد. در تأیید نمادسازی‌ها و آذین‌بندی‌های متناسب با شعائر دین نیز لازم است تظور شود. به نظر می‌رسد تعریض روایات ناظر به این دسته نیست.

تصویرگری

آیا می‌توان در مسجد، بخشی از اموال را برای تصویرگری صرف کرد؟ روایتی صریح در دست است که ناخرسندی امام باقر علیه السلام را درباره نقاشی اشیا بر در و دیوار و سقف مسجد نشان می‌دهد. این روایت در کافی

آمده است؛ ولی سند قابل اعتمادی ندارد و برخی راویان واقع در سند، ناشناخته‌اند.

افزون بر این در متن آن واژه «کراحت» به کار رفته است که گاه در معنای حرمت و گاه در معنای اصطلاحی کراحت به کار می‌رود؛ ازاین‌رو برخی فقیهان بزرگ شیعه مضمون حدیث را دال بر حرمت و بسیاری دال بر کراحت دانسته‌اند. در هر صورت، قدر متیقن این روایت، ناپسند بودن تصویرگری جانداران بر سقف و دیوار مسجد است. متن روایت را می‌آوریم:

امام باقر علیه السلام فرمودند: عمرو بن جمیع: از امام باقر علیه السلام درباره نماز خواندن در مسجدهای نقاشی شده پرسیدم. فرمود: آن را نمی‌پسندم؛ ولی امروزه شما را زیان نمی‌رساند. اگر عدل برپا شود، خواهید دید دراین باره چه خواهد کرد.^۱

گفتنی است ظاهر این حدیث، شامل نگارش هنرمندانه آیات و روایات و یا نقاشی خط‌های کنونی نمی‌شود. در این هنر زیبا و نو، برخی مطالب را گاه با خطاطی زیبا و گاه با خطاطی‌های نمایشی و متفاوت با خط متعارف، بر در و دیوار مسجد نقش می‌کنند. این خطوط در نظر عرف، تصویر شمرده نمی‌شود و ازاین‌رو، مشمول حدیث زیر می‌گردند که آن را علی بن جعفر از برادر بزرگوارشان حضرت موسی بن جعفر علیه السلام نقل کرده است:

از برادرم امام موسی کاظم علیه السلام درباره مسجدی پرسیدم که در قبله آن

۱. الکافی، ج ۲، ص ۳۶۹، ح ۶: عمرو بن جمیع: «سألت أبا جعفر علیه السلام عن الصلاة في المساجد المصورة، فقال: أكره ذلك ولكن لا تضرکم ذلك اليوم، و لو قد قام العدل رأيتم كيف يصنع في ذلك.»



قرآن یا دیگر ذکرهای الهی نوشته می‌شود. امام فرمود: اشکالی ندارد.^۱

مناره‌های بلند

«مناره» اسم مکان از ماده «نور» و در اصل لغت به معنای نشانه‌ای است که در راه‌ها برپا می‌کرده‌اند تا وجود منزلگاهی یا حد و مرز جایی را اعلام کنند. احتمالاً در مناره‌ها، گاه با آتش افروختن در تاریکی شب، نور ایجاد می‌کردند و در روزها، دود، پدید می‌آوردند تا مسافران را از منزلگاه و یا مدافعان شهر و قلعه را از هجوم دشمن باخبر سازند.

مناره در روزگار پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله وجود نداشته و مطابق روایت علی بن جعفر از برادر بزرگوارشان امام موسی بن جعفر علیه السلام در روزگار پیامبر صلی الله علیه و آله روی زمین اذان می‌گفتند:

«علی بن جعفر: سألت أبا الحسن علیه السلام عن الأذان في المنارة، أثنه هو؟ فقال: إنما كان يؤذن للنبي صلی الله علیه و آله في الأرض و لم تكن يومئذ منارة؛^۲ علی بن جعفر: از ابوالحسن علیه السلام درباره اذان گفتن بر مناره پرسیدم که آیا سنت است؟ فرمود: برای پیامبر صلی الله علیه و آله در روی زمین اذان گفته می‌شد و آن روزها مناره‌ای وجود نداشت.»

این روایت، مناره ساختن را سنت و مستحب نمی‌داند؛ اما آن را بدعت و ناپسند نیز نمی‌شمرد. افزون بر این، روایتی طولانی در دست است که نشان‌دهنده وجود مناره در روزگار امیرالمؤمنین علیه السلام است. در این روایت هیچ نکوهش ردی درباره وجود مناره از سوی امام علی علیه السلام نقل نشده و ایشان تنها به تفسیر و تأویل اذان پرداخته‌اند؛ ازاین‌رو می‌توان مانند برخی فقیهان، مناره ساختن را جایز و بلکه مستحب دانست و یا با

۱. وسائل الشیعه، ج ۵، ص ۲۱۵، ح ۶۳۶۷: عن علی بن جعفر، عن أخیه، قال: «سألته عن

المسجد، یکتب فی قبلته القرآن و أو الشیء من ذکر الله؟ قال: لا بأس.»

۲. تهذیب الاحکام، ج ۲، ص ۲۸۴، ح ۱۱۳۴.

توجه به حدیث پیش رو، تنها ساختن مناره‌های بلند را ناپسند و نکوهیده خواند.

امام صادق علیه السلام به نقل از پدرانش می‌فرماید: علی علیه السلام از کنار مناره بلندی گذشت. فرمان داد که آن را خراب کنند. سپس فرمود: «مناره را نباید از بام مسجد بالاتر برد.»^۱

برخی محدثان و فقیهان، دلیل این امر را مشرف شدن مؤذن بر خانه‌های اطراف دانسته‌اند که گاه کار را به آزار مؤمن و حرمت چنین کاری می‌کشاند. قاضی نعمان مصری، مؤلف کتاب حدیثی - فقهی دعائم الاسلام،^۲ ذیل این حدیث چنین نوشته است:

این و خدا بهتر می‌داند- درباره مأذنه‌ای است که مشرف به خانه‌های مردم باشد و اگر کسی از آن بالا رود، داخل خانه‌های آن‌ها را می‌بیند. این زیان رساندن به مردم و دیده شدن محارم آن‌هاست و چنین چیزی جایز نیست.

ساخت محراب

همچنان که ذکر شد، ساخت جان‌پناه (مقصوره) برای خلفای اموی - که به منزله یک بدعت در تاریخ مساجد مسلمانان اتفاق افتاده بود- بعدها با اندک تغییر به صورت «محراب» به کار رفت و هدف از ساخت آن نیز تغییر کرد. محراب بیشتر به کار جهت یابی و آگاهی از قبله مسجد آمد و اکنون وارد شونده‌گان به مسجد از دیدن محراب مسجد، قبله را آسان و راحت تشخیص می‌دهند.

۱. همان، ج ۳، ص ۲۵۶، ح ۷۱۰: الإمام الصادق عن آبائه: «إن علیاً علیه السلام مر مناره طویله فأمر بهدمها،

ثم قال: لا ترفع المنارة إلا مع سطح المسجد.»

۲. دعائم الاسلام، ج ۱، ص ۱۴۷.



همچنین محراب، هر تازه‌واردی را سریع و دقیق از حضور امام جماعت آگاه می‌کند؛ امری که همچنان کاربرد دارد و در معنایی متفاوت ساخته می‌شود. ایوان‌هایی که امروزه نه برای جان‌پناه بلکه برای محلی مسقف برای نماز یا برای انجام مناسک ساخته می‌شوند نیز می‌توانند از نهی وارد شده در روایات خارج باشند. هرچند این برداشت به تأملات فقهی جدی‌تری نیازمند است و از عهده این کتاب -که مبحثی اقتصادی را بیان می‌کند- خارج است.

تجهیزات و هزینه‌های نگهداری

مخارج لازم برای تجهیز مسجد، بعد از مخارج ساخت بنا، جزء مخارج عمده تلقی می‌شود. این مخارج چه انواعی را شامل می‌شود؟ آیا مردم، توان تأمین این مخارج را دارند؟ تأمین حاکمیتی این تجهیزات چه اثرات مثبت یا منفی را در پی خواهد داشت؟ اگر قرار باشد بخش اصلی مساجد را شبستان تشکیل دهد، آیا این امر، تفاوتی در مخارج تجهیزات مسجد مانند گرمایش و سرمایش ایجاد می‌کند؟

بر اساس آنچه در بخش قبل ذکر شد، دو اصل اقتصادی در مسیر ساخت و بنای مسجد وجود داشت که عبارت‌اند از: کاهش هزینه‌های غیرضروری و مشارکت حداکثری مردم در امور مسجد. این دو اصل در کنار هم به جهت‌دهی به مسیر مخارج مسجد به‌ویژه در بخش تجهیز مسجد منجر می‌شود. از طرفی هزینه‌ها در مراحل قبل کاهش یافته است و از سوی دیگر مردم علقه قلبی بیشتری به مسجد پیدا کرده‌اند. هرچند توجه به برخی موارد ممکن است سطوحی از مخارج تجهیزات را تحت تأثیر قرار دهد؛ برای نمونه اگر مساجد در فواصل نزدیک به هم تأسیس شوند، از ساخت مساجد بزرگ که پر شدن جمعیت آن‌ها به‌ندرت اتفاق

می‌افتد، بی‌نیاز خواهیم شد. در این صورت در بسیاری از مساجد کوچک ضرورتی برای تأمین سیستم صوت به معنی مرسوم آن وجود نخواهد داشت. همچنین از سیستم‌های سرمایش و گرمایش با هزینه اولیه هنگفت و هزینه نگهداری زیاد، بی‌نیاز خواهد بود.

این سنخ از نیازها به واسطه آنکه ملموس هستند، علاقه و اشتیاق افراد برای رفع آن‌ها زیاد است. مواردی مانند تعمیر سیستم روشنایی، تعویض لامپ، تعمیر یا سرویس سالانه و فصلی سیستم‌های گرمایش و سرمایش جزء بهترین فرصت‌ها برای ایجاد وابستگی متقابل افراد به مسجد است. در این مواقع دخیل کردن افراد برای برعهده گرفتن این کارها ضمن رفع نیاز مسجد، رابطه قلبی فرد با مسجد یعنی محور عبودیت و بندگی را تقویت می‌کند. این فرصت یکی از بهترین فرصت‌های خدمت به مسجد و نمازگزاران است.

وقتی یکی از وسایل مسجد خراب می‌شود، بهتر است اولین کسی که متوجه این نیاز شد، به رفع آن اقدام کند. اولویت بعد این است که وی نیاز مسجد را به نمازگزاران بگوید تا آن‌ها در جریان این امر قرار گیرند و از میان آن‌ها فردی، به طور داوطلبانه، مسئولیت تعمیر آن را برعهده بگیرد؛ به‌ویژه در شرایطی که در میان نمازگزاران افراد متخصصی وجود داشته باشند. اولویت بعد آن است که فرد یا افرادی متکفل پرداخت هزینه تعمیر آن شود؛ اما تأمین مبلغ تعمیر برای سپردن دستگاه به تعمیرگاه‌های مرسوم از محل درآمدهای مسجد، آخرین اولویت است.

از اصلی‌ترین نیازها (یا شاید تنها نیاز) مسجد در عصر ائمه علیهم‌السلام چراغ و روشنایی مسجد بوده است که در همین امر روایات به مشارکت افراد در رفع این نیاز تشویق می‌کردند.



رسول خدا ﷺ فرمود: هر که در مسجدی از مساجد خداوند متعال چراغی افروزد، تا وقتی روشنایی آن چراغ در آن مسجد باقی است، فرشتگان و حاملان عرش الهی برایش طلب آمرزش می‌کنند.^۱

با توجه به آنچه گفته شد، «عمران مساجد و پرداختن به آرایه‌های معنوی و ظاهری آن، وظیفه همگان است و هرکسی به اندازه توان و همت باید در آن سهیم گردد. مردم، شهرداری‌ها و دستگاه‌های دولتی، هریک باید در آن سهمی ایفا کنند. روحانی دانا، مسئولیت‌پذیر و پرهیزگار می‌تواند و باید محور این منظومه تلاش مقدس باشد.»^۲

فعالیت‌های تربیتی و مراسم

در حالی که ماهیت تربیتی، یکی از اصلی‌ترین کارکردهای مسجد محسوب می‌شود و از طرفی تقویت بعد تربیتی از اصلی‌ترین نیازهای عصر انقلاب است، به همین دلیل باید در نظام مخارج مسجد به این مسئله نیز توجه شود.

برخی از فعالیت‌های تربیتی مانند آموزش قرآن یا مباحثات علمی که در طول تاریخ اسلام و با برپایی اولین مساجد آغاز شده‌اند، عموماً با هزینه‌های اندک برگزار می‌شوند. معلم یا مربی به واسطه رابطه‌ای که با صاحب مسجد دارد، زکات دانش خویش را در اختیار بقیه قرار می‌دهد.

نگاهی به تاریخ مسجد النبوی و مساجد دوران تمدن اسلامی نیز نشانگر این است که مسجد عموماً در ساعت‌های غیر نماز، حکم مدرسه را داشته و از علوم قرآن و فقه گرفته تا دانش‌های جدید در آن‌ها تدریس

۱. من لا یحضره الفقیه، ج ۱، ص ۲۳۷: وَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَنْ أَسْرَجَ فِي مَسْجِدٍ مِنْ مَسَاجِدِ اللَّهِ

سِرَاجًا لَمْ تَزَلِ الْمَلَائِكَةُ وَ حَمَلَةُ الْعَرْشِ يَسْتَغْفِرُونَ لَهُ مَا دَامَ فِي ذَلِكَ الْمَسْجِدِ ضَوْءٌ مِنَ السِّرَاجِ».

۲. مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۷/۲۰.

می‌شده است.

محضر درس امام محمد باقر علیه السلام و امام جعفر صادق علیه السلام مسجد مدینه بود و علومی، مانند فقه، تفسیر قرآن، ادب و شعر، رجال و حدیث، جغرافیا و ستاره‌شناسی، فیزیک و... به وسیله امام محمد باقر و امام جعفر صادق علیه السلام تدریس می‌شد.^۱ این‌گونه فعالیت‌ها عموماً مخارج گسترده‌ای ندارند.

اما برخی از فعالیت‌های تربیتی که امروزه تحت عنوان فعالیت فرهنگی از سوی نهادهایی مانند بسیج یا کانون فرهنگی اجرا می‌شوند، از سنخ اول نیستند و لازم است از منظر هزینه‌ای مورد توجه قرار گیرند. برگزاری اردوهای زیارتی به شهرهای مقدس مشهد، قم و سایر اماکن زیارتی یا برگزاری یادواره شهدا و نمایشگاه‌های فرهنگی به تأمین مالی نیاز دارند و ممکن است دغدغه برخی نمازگزاران نباشد و یا اهمیتی برای این سنخ مخارج قائل نباشند و یا اگر تمایل به مشارکت هم داشته باشند بتوانند هزینه‌های این فعالیت‌ها را تأمین کنند.

به همین دلیل در تحلیل این بخش از مخارج باید به چند نکته دقت شود:

اولین مطلب آن است که مسجد بما هو مسجد، خود بزرگ‌ترین پایگاه تربیتی تاریخ اسلام بوده و هست و مهم‌ترین فعالیت تربیتی اسلام، همان است که مسجد برای آن تأسیس شده و پایگاه آن قرار گرفته است که عبارت است از: ایجاد رابطه قلبی میان نمازگزار و صاحب البیت که مسیر آن حضور در مسجد، شرکت در نماز جماعت اول وقت، قرائت قرآن و دعا و انس با رب العالمین است.



حیات تاریخی مساجد نیز نشان‌دهنده همین مطلب است. حضور در مسجد و رابطه ایجاد شده میان فرد و صاحب مسجد، مؤثرترین کار تربیتی است که می‌تواند از قبل مسجد اتفاق بیفتد و به فعالیت تکمیلی دیگر نیاز ندارد.

دومین مطلب آن است که مسجد، در مسیر تاریخی تمدن‌سازی خود، گاه با مأموریت‌های مختلفی مواجه می‌شود که لازم است به آن‌ها ورود کند. ورود به این عرصه‌ها نه تنها نباید محل کارکرد حقیقی مسجد باشد؛ بلکه باید خود آن‌ها را از شئون مکانی و زمانی آن کارکردها دید؛ پس در این مسیر، باید از سلیقه‌ای شدن این امور اجتناب ورزید که اشراف امام جماعت به مبانی و معارف دین و از طرفی اشراف امام به وضعیت و امور مردم محل و از طرفی آگاهی از نیازهای جامعه در این امر تأثیر مستقیم دارد؛ زیرا در هر برهه‌ای، شناخت آنکه امروز، نیاز جریان تمدنی چیست، کار دقیق و مهمی است؛ پس باید در انتخاب کار یا کارهای تربیتی نسبت به نیازهای جامعه مؤنانه دقت کرد.

نگاهی به برخی مساجد تراز در دوران معاصر نشان‌دهنده این امر است؛ برای نمونه، مسجد کرامت مشهد که رهبر معظم انقلاب در سال‌های قبل از انقلاب در بازه‌های مختلف، امامت آن را برعهده داشتند.^۱ همان‌طور که نشان داده شد، بسیاری از کارهای تربیتی مؤثر و مورد نیاز، الزاماً کار تربیتی با هزینه‌ها و مخارج بالا نیست. این امور، مخارج عمده ندارند و با هزینه‌های اندکی انجام می‌شوند.

مطلب سوم اینکه بسیاری از فعالیت‌های تربیتی با هدف جذب جوانان اتفاق می‌افتد. همان‌گونه که در فصل قبل ذکر شد، برای جذب

۱. ر. ک: فصل سوم از همین کتاب؛ مساجد چگونه پرجمعیت می‌شوند؟

جوانان و نوجوانان به مسجد، کارهای مختلف بسیاری وجود دارد که هم جزء فرایندهای اساسی مسجد قرار می‌گیرد و هم کم‌هزینه است. بسیاری از کارهایی که به منزله مخارج برای مسجد تراشیده می‌شود، به دلیل ضعف و جبران در رعایت این اصول اساسی است. در ادامه به یک نمونه از اصول برخورد با جوان و نوجوان اشاره می‌کنیم:

مقام معظم رهبری در یکی از خاطراتش در زمان پیشنهادی در مسجد اشاره می‌کنند که: «آن زمان پوشیدن پوستینه‌های وارونه در میان جوانهای بیتل^۱ مد شده بود. یک روز رفتم نماز دیدم، یکی از همین جوانهای آلامد^۲ که موهایش را روغن زده، آمده و صف اول کنار متدینان و بازاری‌های خوب و افراد محاسن سفید نشسته. احساس کردم این جوان با من حرفی دارد. نشستم و به او پاسخ دادم؛ یعنی اجازه دادم بیاید حرفش را بزند. جلو آمد و گفت: آقا! من صف اول بشینم، اشکال دارد؟ گفتم: نه، چه اشکالی دارد؟ شما هم مثل بقیه. گفت: این آقایان می‌گویند اشکال دارد. گفتم: این آقایان بیخود می‌گویند! این جوان دیگر از این مسجد پا نمی‌کشد. این جوان دیگر از این پیش‌نماز دل نمی‌کند. همین‌طور هم بود. از ما دل نمی‌کنند. بنده وقتی مسجد می‌رفتم، در میان صدها نفر اقلاً نود نفرشان جوان بودند. بنده هیچ چیز خاصی نداشتم، نه یک مایه آن‌چنان معنوی، نه یک مایه دنیوی؛ اما با مردم بودم.»^۳

مساجد در صورت فقدان هوشیاری در برخورد با جوانان و عدم

۱. جوانانی که علاقه داشتند به تبعیت از جوانان غربی، موی خود را اصلاح کنند. این جوانان، خود را نماینده نسل نو می‌دانستند و در ایران بیشتر با مدل موهایشان که روی گوششان را می‌گرفت شناخته می‌شدند.

۲. مد روز.

۳. بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۳/۱۰/۲۳، در دیدار با مسئولان عقیدتی-سیاسی نیروی



رعایت اصول اخلاقی و رفتاری اولیه، ناچارند سراغ فعالیتهای پرهزینه و غیر مرتبط با ماهیت مسجد بروند.

در مجموع درباره مسائل تربیتی مسجد می‌توان به این امر اشاره کرد که در گام اول، رعایت بسیاری از اصول مسجدداری، مانند قرائت زیبا و برخورد خوب امام و مسجدیان، خود به‌تنهایی تأثیر بسزایی در جذب جوانان دارد.

گام دوم ارائه مفاهیم عمیق و دقیق دینی به وسیله شیوه‌های مؤثرتر است که این امر هم جذب است و هم پرورش جوانان که از منظر بحث اقتصاد مسجد، این امور به صورت معمول با هزینه‌های کم تحقق می‌یابند و جزء مخارج عمده مسجد تلقی نمی‌شوند.

تمامی مسائل فوق الذکر در حوزه فعالیت‌های تربیتی، درباره مراسم نیز صدق می‌کند. از حیث مخارج، عمده مراسم هفتگی دارای مخارج مختصر می‌باشند. هزینه این مراسم با بانی شدن برخی افراد یا خانواده‌های محل در طول سال تأمین می‌شود. اگر از ۵۲ هفته‌ای که در طول یک سال قرار است، دعای ندبه برگزار شود، هر هفته را یک خانواده یا دو خانواده بانی شوند و صبحانه را تدارک ببینند در این صورت نیاز مراسم هفتگی به‌راحتی تأمین می‌شود؛ به‌ویژه اینکه با توجه به محدود بودن خانواده‌های شرکت کننده، این امر برای بانی سخت نخواهد بود. اما مراسم عمده و بزرگ یکی از دغدغه‌های مالی اهل مسجد است.

این مراسم که عموماً مصادیق تعظیم شعائر تلقی می‌شوند، شامل عزاداری دهه اول محرم، عزاداری فاطمیه، افطاری‌های ساده ماه مبارک رمضان، موکب‌های ماه محرم و صفر و ایستگاه صلواتی ماه شعبان می‌شود. شعائر مذکور به دلیل آنکه محل پرداخت مشخص دارند، در

جلب نذرها و مشارکت‌های مردمی، کمتر با مشکل مواجه‌اند. وقتی در مسجد اعلام می‌شود که برای افطاری ساده شب‌های ماه مبارک به کمک مالی نیاز داریم، افراد با همین نیت، نذرهای خود را پرداخت می‌کنند و سپس در همین محل خرج می‌شود.

اما حالت بهتر این است که روابط به صورت «غیر پولی» تعریف شوند، همان‌طور که ذکر شد جایگزین روابط «پولی» روابط «واقعی مبتنی بر نیاز» است. در روابط واقعی، نیازها مطرح می‌شوند و افراد دنبال «رفع نیاز» هستند؛ نه «تأمین مالی».

در حالت قبل، ملزومات و مقدمات افطاری ساده به صورت کلی یا جزئی به مردم اعلام می‌شود و هرکدام از نمازگزاران، بخشی از کار را برعهده می‌گیرند. یک نفر سبزی سفره افطار را بر عهده می‌گیرد؛ پس سبزی را می‌خرد، پاک می‌کند و می‌آورد. دیگری شاید نتواند کمک مالی کند؛ اما می‌تواند در برگزاری مراسم افطار، آماده‌سازی سفره و بسته‌بندی مشارکت کند.

مسیر ذکر شده، مسیر مشارکت حداکثری مردم در امور است؛ چنان‌که در بعضی از شهرهای کشورمان این رسم به صورت تاریخی جریان دارد و در دهه محرم، شام عزاداران در منزل‌ها طبخ می‌شود و هر کس هنگام آمدن به هیئت تعدادی غذا نیز همراه خود می‌آورد، پس از هیئت سفره پهن می‌شود و غذاها سر سفره میان افراد توزیع می‌شود.

علاوه بر آنچه ذکر شد اگر مساجد در مناطق کوچک‌تر و به صورت ساده‌تر تأسیس شده باشند، امکان مشارکت افراد بیشتر می‌شود. هم‌اکنون در سطح کشور، حسینیه‌هایی وجود دارد که به صورت خانوادگی اداره می‌شود و افراد فامیل، خود را ملزم به مشارکت بالا در برنامه‌های آن



می‌دانند؛ اما این اتفاق برای مساجد کمتر افتاده است؛ در حالی که در زمان پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله این حالت برای مساجد برقرار بود و مساجد به صورت قبیله‌ای و محلی بوده‌اند.

اگر مساجد در محیط‌های کوچک‌تر تأسیس شوند و چند خانواده، خود را متولی مسجد بدانند امکان مشارکت افزایش پیدا می‌کند. البته بافت بی‌روح شهرسازی مدرن نیز در بی‌تفاوت کردن افراد یک محل به مسجد محل مؤثر بوده است.

بافت مدرن شهرسازی در سلب روح محله، نقش بسیاری دارد. دور شدن خانواده‌ها از یکدیگر پراکنده شدن آن‌ها در محله‌های مختلف و حتی شهرهای متعدد باعث شده است پیوندهای خانوادگی در محله از بین برود. علاوه بر این در بافت محل نیز عدم توجه به مرکزیت و محوریت مسجد در تضعیف شأنیت محله، نقش زیادی داشته است. با این حال برخی فعالیت‌ها می‌تواند در جبران کردن بافت بی‌روح محله نقش داشته باشد. یکی از این امور، کم کردن حریم مسجد و نزدیک کردن فاصله مساجد به حدی است که مثلاً افراد این کوچه بدانند کارهای این مسجد بر دوش خودشان است. این مسئله، بر کاهش مخارج و افزایش مشارکت مردم در مخارج مسجد نقش مؤثری دارد.

معیشت امام جماعت

در میان مخارج مسجد، یکی از مواردی که تعیین‌کننده و جهت دهنده، ماهیت نظام مخارج مسجد، مسائل معیشتی امام جماعت است. امام جماعت در نظام دینی، طلبه‌ای است که عمده وقت و توانش را صرف تبلیغ دین، حل مسائل و مشکلات مردم، تعمیق پیوندهای برادری و آموزش مسائل علمی می‌کند. پایگاه امام جماعت، مسجد است.

مسجدی که حوزه اثرگذاری اش عالی ترین سطوح تمدنی است. در چنین شرایطی نظام معیشتی امام جماعت چگونه خواهد بود؟ پاسخگویی به این سؤال، نیازمند تحلیل سؤالات زیادی است که در ادامه بررسی خواهد شد.

نظام معیشتی طلاب و ائمه جماعات دینی در طول تاریخ اسلام چگونه بوده است؟ گسترده شدن مسئولیت های طلبگی در دوران معاصر چه تأثیری بر شیوه معیشت طلاب در عصر حاضر دارد؟ نقش و تکلیف حکومت اسلامی در تعیین معاش امام جماعت چیست؟ نقش و جایگاه مردم در این موضوع چیست؟ آیا ورود حاکمیتی به این مسئله، مشارکت مردمی را تحت تأثیر قرار نمی دهد؟ نحوه معین شدن امام جماعت چه تأثیری بر این مسئله دارد؟

برای پاسخگویی به سؤالات فوق ابتدا لازم است نگاهی به ویژگی ها و جایگاه امام جماعت داشته باشیم. شرایط امام جماعت در توضیح المسائل، از این قرار است: «امام جماعت باید بالغ و عاقل و شیعه دوازده امامی و عادل و حلال زاده باشد و نماز را به طور صحیح بخواند.»^۱ امام جماعت، شخصی است که باید این شرایط را داشته باشد و در احراز این شرایط، نظر مأمومین شرط است؛ پس اگر امام را دارای شرایط بدانند، می توانند اقتدا کنند و در غیر این صورت نمی توانند. در احراز این شرایط، عمل به ظاهر افراد کفایت می کند و تجسس لازم نیست و اگر شک کند، امام از شرایطش مانند عدالت دور شده است یا نه، بازهم می تواند اقتدا نماید و نباید به شک خودش اعتنا کند.^۲

بر این اساس، امام کسی است که نمازگزاران، عدالتش را محرز

۱. توضیح المسائل (المحشى للإمام الخميني)، ج ۱، ص ۷۹۰.

۲. همان، ص ۷۹۱.



می‌دانند. حال اگر این ویژگی را هم اضافه کنیم که مردم خود در تعیین وی نقش داشته‌اند، آنگاه با نوعی از اعتماد همراه با احساس مسئولیت در مورد شرایط امام، مواجهیم. در چنین شرایطی، مردم خود را در قبال مسائل معیشتی امام مسئول می‌دانند؛ به‌ویژه اگر متوجه شوند که امام، وابستگی مالی به جایی ندارد.

این شرایط در طول تاریخ نیز وجود داشته و هم‌اکنون در بسیاری از مساجد، وضع غالب، همین است.

وابستگی سازمان روحانیت به مردم، یک پدیده ممتاز تاریخی است که به تعبیر شهید مطهری راز حیات تاریخی و تمدنی روحانیت است. از بین رفتن این وابستگی، بیشترین ضربه را به روحانیت می‌زند.

تغذیه مالی روحانیون هم از مردم است. بارها بعضی از آقایان معتبر و معروف قم به بنده گفته‌اند که شما بیایید از منابع دولتی برای حوزه‌ها یک بخشی را به عنوان شهریه جدا کنید. بنده سال‌هاست با این قضیه مخالفت کرده و گفته‌ام نمی‌کنم. خود من هم که شهریه می‌دهم، از وجوهات می‌دهم. این خیلی مهم است: پشتیبان ما مردم‌اند.... این، پدیده خیلی بزرگ و مهمی است و باید مهم شمرد. ارتباط با مردم هم یک ارتباط دوجانبه و تنگاتنگ است. مردم به روحانی می‌رسند، روحانی به مردم می‌رسد.^۱

مطلب دیگری که باید مدنظر قرار گیرد، مسئله فقهی اخذ اجرت بر واجبات است. بحث گسترده‌ای در فقه اسلام، میان فقها درباره حرمت اخذ اجرت برای واجبات مطرح شده است. از قدمای فقهای شیعه، شیخ مفید در عبارتی کوتاه در مورد حرمت گرفتن اجرت برای تجهیز میت به

۱. مقام معظم رهبری، ۱۳۸۵/۸/۱۷.

مسئله اجرت بر واجبات پرداخته است.^۱ بعد از وی شیخ طوسی درباره همین مسئله و مسائل دیگر، مطلبی را بیان می‌کنند.^۲ در زمان محقق حلی این مسئله مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرد و به سبب قاعده‌مند شدن ذهنیت فقها، این مسئله در لسان فقها به صورت پررنگ‌تری بیان می‌شود.^۳

با آغاز سیر تدوین کتب قواعد فقه، شهید اول در کتاب القواعد و الفوائد، عدم جواز اخذ اجرت بر امامت جماعت را مطرح می‌کند.^۴ در کتاب الدروس فتوا به حرمت اخذ اجرت بر کلیه واجبات را مطرح می‌کنند.^۵ مشهور فقهای شیعه نیز همگام با شهید بر مبنای این قاعده، فتوا به حرمت دریافت مزد و کسب معیشت در برابر واجب داده‌اند.^۶ هم‌اکنون نیز طبق فتوای فقهای معاصر اخذ اجرت بابت نماز جایز نیست و هزینه‌هایی که در این حوزه به امام پرداخت می‌شود، من باب هزینه رفت‌وآمد و تحت عنوان «حق القدم» پرداخت می‌شود.

واقعیت این است که در نظام اقتصادی اسلام همه اجزا در کنار یکدیگر دیده می‌شوند و همدیگر را پوشش می‌دهند؛ اما گاهی مسلمانان

۱. شیخ مفید، المقنعه، ص ۵۸۸.

۲. طوسی، النهایه، ۳۶۵-۳۶۷.

۳. محقق حلی، نکت النهایه، ج ۲، ص ۹.

۴. شهید اول، القواعد و الفوائد، ج ۲، ص ۸۶۴-۸۶۸.

۵. شهید اول، الدروس، ج ۳، ص ۱۷۲.

۶. ر.ک: شهید ثانی، زین الدین بن علی، مسالک الأفهام إلى تنقیح شرائع الإسلام، ج ۳، ص ۱۳۰.

قم، مؤسسه المعارف الإسلامیة، چاپ اول، ۱۴۱۳ق؛ اردبیلی، احمد بن محمد، مجمع الفائدة و

البرهان فی شرح إرشاد الأذهان، ج ۸، ص ۹۰-۹۱، قم، دفتر انتشارات اسلامی، چاپ اول، ۱۴۰۳ق؛

فخر المحققین حلی، محمد بن حسن، إیضاح الفوائد فی شرح مشکلات القواعد، ج ۱، ص ۴۰۸،

قم، مؤسسه اسماعیلیان، چاپ اول، ۱۳۸۷ق؛ طباطبایی یزدی، سید محمد کاظم، العروة الوثقی، ج

۱، ص ۳۹۷-۳۹۸، بیروت، مؤسسه الأعلمی للمطبوعات، چاپ دوم، ۱۴۰۹ق؛ امام خمینی، تحریر

الوسیلة، ج ۱، ص ۴۹۹، قم، مؤسسه مطبوعات دار العلم، چاپ اول، ۱۳۷۹ش.



با ندیدن این نظم و ارتباط، بخشی از آن را اخذ می‌کنند و به تغییر در این نظام می‌پردازند تا بتوانند تصور خود را از این نظام، موجه سازند. در اقتصاد اسلامی، یکی از نمونه‌های مطرح این امر، جایگزین کردن اوراق قرضه^۱ با اوراق مشارکت است. اوراق قرضه -که نوعی عقد ربوی در دنیای غرب است- به وسیله برخی عقود مانند مضاربه به اوراق مشارکت تبدیل می‌شود. هرچند در عقود مشارکت، حرام آشکار وجود ندارد؛ اما بسیاری از اثرات اقتصادی، اجتماعی و تربیتی اوراق قرضه پابرجاست. کاهش انگیزه مردم از ورود به فعالیت‌های اقتصادی، خطرگریز شدن مردم و اهمیت پیدا کردن نرخ سود سرمایه، همچنان پابرجاست.

این رویه در سایر مسائل نظام اقتصادی نیز جریان دارد؛ مثلاً برای آنکه امام جماعت بابت نماز اجرت اخذ نکند، مفهومی به نام «حق القدم» را تعریف می‌کنیم که تمام خاصیت‌های اخذ اجرت را دارد و فقط حرام آشکار نیست. حق القدم به وابستگی امام منجر می‌شود، جایگاه و شأن امام در این نیست که معیشتش وابسته به تصمیم و قرارداد او با جمعی از نمازگزاران (هیئت امناء) باشد؛ هرچند این مبلغ از نذرها و کمک‌های مردمی باشد و از اموال شخصی هیئت امناء نباشد.

از طرفی شأن و جایگاه «امام جماعت» از جنس «شئون امامت» است. در اندیشه ناب شیعی، تمام دارایی‌های در اختیار مؤمنان، متعلق به امام است و مؤمنان به اذن امام از آن‌ها بهره‌گیری می‌کنند و این فراتر از سهم امام در خمس است.

هرچند امام جماعت، امام معصوم نیست و این مسئله در اینجا شکل متفاوتی می‌گیرد؛ اما مردمی که این جایگاه را درک کرده باشند، نه تنها

مسائل معیشتی امام را تأمین خواهند کرد؛ بلکه نوع نگاهشان به امام به گونه‌ای خواهد بود که در یک افق تمدنی باید دست او باز باشد.

اما اگر سؤال شود که اکنون مردم با چنین نگاهی آشنایی ندارند و چنین درکی از جایگاه امامت ندارند، در پاسخ باید ذکر شود: اول اینکه، این‌طور نیست و اگر استقلال و کرامت اقتصادی امام حفظ شود، مردم چنین درکی از جایگاه امام دارند و حداقل احساس مسئولیت در قبال شأن و اختیارات امام در زندگی مؤمنانه وجود دارد. دوم اینکه مگر مسئول ارتقای سطح معارف و درک مردم و آشناسازی آنان با روایت ائمه علیهم‌السلام کیست؟ اگر در این مسئله کوتاهی شده باشد، از ناحیه مجموعه نهادهای تربیتی و فرهنگی از صدا و سیما و مدرسه گرفته تا مبلغان دینی و ائمه جماعات شده. مضاف بر اینکه مردم در دوران حکومت‌های غیردینی معاصر و غیر معاصر که امکانات فرهنگی و تربیتی عمومی مانند صدا و سیما و مدرسه یا وجود نداشته و یا وجود داشته، اما هم‌راستا و هم‌جهت نبوده است؛ در چنین شرایطی استقلال مالی امام جماعت با اتکا به مردم اتفاق می‌افتاده است.

بنابراین در تأمین معیشت امام باید نکاتی مورد توجه قرار گیرد:

۱. اصل بر آن است که امام جماعت در ارتباط وثیق با نمازگزاران باشد و همین ارتباط وثیق موجب می‌شود پرداخت‌های واجب شرعی همچون خمس و زکات احیا شود. با احیای این امور، بخشی از آن به سبب تلاش برای جمع‌آوری، به خود امام پرداخت می‌شود. در ضمن همین ارتباط گسترده با مردم، فرصت‌های مشروع فراوانی را ایجاد می‌کند که امام می‌تواند با بهره‌گیری از آن‌ها تأمین معاش کند؛ مانند: برگزاری جلسات سخنرانی و منبر در مسجد تا برگزاری جلسات تخصصی در مراکز علمی



و دینی مختلف تا احیاناً برگزاری کلاس‌های آموزشی در داخل و خارج از مسجد.

۲. امام مسجد نباید وابسته باشد، نه به حاکمیت و نه به مردم. اینکه امام نباید وابسته باشد، به این معنا نیست که محل ارتزاق امام نباید از ارتباط با مردم حاصل شود؛ بلکه به این معناست که استقلال امام در اجرای امر دین، تحت الشعاع این وابستگی قرار بگیرد و امام را محدود کند.

۳. در تأمین مخارج باید شأن امام رعایت شود. در برخی از مساجد خود نگارنده مشاهده کرده است که مثلاً افرادی، شب‌های جمعه، کیسه‌ای را به دست می‌گیرند و در میان صفوف، حرکت می‌کنند تا مبلغی را از مردم برای سخنران جمع کنند. این سخنران یا امام جماعت است یا طلبه‌ای دیگر. در هر دو صورت، این بدترین اتفاق برای فردی است که قرار است محل رجوع مردم باشد و امور آن‌ها را از منظر یک عالم دینی، رتق و فتق کند.

۴. اگر امام از محلی جز انجام وظیفه امامت و رسیدگی به امور مسجد و مؤمنان ارتزاق می‌کند، این ارتزاق نباید مانع از فعالیت اصلی او یعنی امامت مسجد باشد. اینکه فردی درعین حال که کارمند تمام وقت یک اداره دولتی است، امام جماعت مسجد هم باشد، معمولاً و عرفاً برای انجام وظایف امام، مشکل ایجاد می‌کند؛ مگر آنکه امام از توانمندی ویژه‌ای برخوردار و روحیه جهادی بالایی داشته باشد.

۵. امام جماعت مسجد در مقام مصرف و در زندگی شخصی، فردی قانع است؛ اما این قناعت به آن معنا نیست که امام نباید امکانات مالی در اختیار داشته باشد. امام جماعت مسجد، امام محل است و مردم به او

مراجعات فراوانی دارند. همین مراجعات موجب می‌شود که امام، نیازمند امکانات مالی لازم برای پاسخگویی باشد. گاه فقرا به امام رجوع می‌کنند و گاه مؤمنانی که در کسب‌وکار خود به مشکل خورده‌اند. گاه عروس و دامادی که به دلیل مشکلات مالی در شرف جدایی قرار گرفته‌اند و... در چنین شرایطی وجود شبکه‌ای از مؤمنان در اطراف امام که بتوانند امام را در حل مشکلات مردم یاری کنند، بسیار لازم است؛ از این رو رها کردن حمایت از امام جماعت به این بهانه که طلبه باید قانع باشد، انحرافی است که در نتیجه تصور نادرست از شأن امام و نیازمندی‌هایش ایجاد شده است.

معیشت خادم مسجد

پیش از بحث از نظام خدماتی مسجد، ابتدا نگاهی به نظام خدمات در دنیای مدرن اقتصاد بیندازیم. در عصر حاضر و به واسطه سیطره تفکر اقتصادی مدرن، همان‌طور که نظام تولید، توزیع و مصرف دستخوش تغییر شده‌اند نظام خدماتی نیز دستخوش تغییر شده است. در نظام خدماتی مدرن، اصل بر افزایش تولید و رشد اقتصادی است. آدام اسمیت - که او را پدر علم اقتصاد می‌دانند - در کتاب معروف خود تحت عنوان «تحقیق پیرامون ماهیت و اسباب ثروت ملل»^۱ دنبال پیدا کردن راه ثروتمند شدن ملت‌ها است. وی در بخشی از این کتاب به توصیف کارخانه سنجاق‌سازی می‌پردازد، که در ادامه آن را ذکر می‌کنیم: کارگر ساده کارخانه سنجاق‌سازی هر قدر هم لایق و ماهر و کارآمد باشد، شاید به زحمت بتواند در تمام روز یک عدد سنجاق بسازد و این



۱. این کتاب (۱۷۷۶) به صورت مختصر تحت عنوان «ثروت ملل» مطرح می‌شود.

عدد برای یک کارگر ماهر نهایتاً بیست سنجاق خواهد بود؛ ولی اکنون صنعت سنجاق‌سازی به یک شغل حرفه‌ای، تبدیل و شرایطش بسیار متفاوت شده است. در حال حاضر، فعالیت‌هایی که قبلاً یک کارگر از صبح تا غروب انجام می‌داد، به چندین قسمت تقسیم شده است. یک کارگر، رشته را به قرقره می‌کشد، دیگری آن را صاف می‌کند، سومی رشته صاف شده را می‌برد، چهارمی نوک سنجاق‌ها را تیز می‌کند، پنجمی طرف دیگر آن‌ها را می‌ساید تا برای سر سنجاق آماده سازد؛ حتی سر سنجاق با چند عمل مختلف درست می‌شود که عبارت‌اند از: کوبیدن، گرد کردن، صاف و سفید کردن آن. در نهایت، نفر آخر، بسته‌بندی سنجاق‌ها را انجام می‌دهد. به این ترتیب کار مهم ساختن یک سنجاق به هجده عمل (و یا قریب به آن) تقسیم گردیده که هرکدام به کارگر مخصوصی سپرده شده است. این فرایند در کارخانه‌های بزرگ با هجده کارگر و در کارخانه‌های کوچک‌تر معمولاً با ده کارگر انجام می‌شود (هرکارگر دو یا سه قسمت را انجام می‌دهد). من، کارخانه کوچکی را دیدم که با همین تقسیم کار ساده، روزانه بیش از ۴۸ هزار سنجاق تولید می‌کند.^۱

بنابراین اسمیت «تقسیم کار» را یکی از کلیدهای اساسی افزایش ثروت جوامع می‌داند. او بعدها و در بخش‌های دیگر کتاب، تقسیم کار را به مناطق جغرافیایی نیز توسعه می‌دهد و می‌گوید: نه تنها افراد باید میان خود تقسیم کار کنند و کار را به صورت تخصصی، انجام دهند؛ بلکه لازم است مناطق نیز تقسیم شوند و هرکدام بر اساس مزیتی که دارند، به یک یا چند مأموریت محدود پردازند؛ مثلاً منطقه‌ای که منابع طبیعی خدادادی دارد، فقط منابع طبیعی استخراج کند و در استخراج منابع

۱. ثروت ملل، ج ۱، کتاب اول، فصل اول، ص ۶.

طبیعی متخصص شود و بدین ترتیب مناطق در استخراج مازاد تولید یا مازاد سرمایه خود متمرکز شود. این نظریه بعدها تحت عنوان نظریه «مزیت نسبی»^۱ در تبیین روابط تجاری میان ملت‌ها مطرح شد. وی در ادامه کتاب، مزایایی را برای این نوع تقسیم کار، ذکر می‌کند؛ از جمله افزایش بازدهی، صرفه‌جویی در منابع و افزایش نوآوری.

تمامی آنچه اسمیت با عنوان مزایای تقسیم کار ذکر می‌کند، مزایایی است که تقسیم کار برای رشد اقتصادی دارد و آنچه اینجا نادیده گرفته می‌شود «انسان» و «رشد انسان» است؛^۲ به همین جهت پس از نهادینه شدن این نوع نگاه در سبک تولیدی اقتصاد مدرن، انتقادهای زیادی به زندگی مبتنی بر تقسیم کار وارد شد.

در نگاه تاریخی، شغل انسان، بخشی از زندگی‌اش بود و در مسیر تکامل زندگی وی، هیچ چیز مهم‌تر از رشد همزمان همه ابعاد فرد نبود. فرد با مشارکت در فرایند خلق محصول، رشد می‌کند و بزرگ می‌شود؛ اما در نگاه جدید، فرد به یک ماشین تبدیل می‌شود که نیازی نیست بداند در کجای مسیر خلق محصول یا مسیر تولید قرار دارد. او در کنار ماشین‌های دیگر و هرکدام در خدمت خط تولید قرار گرفته‌اند تا بتوانند بیشترین محصول را تولید کنند. حتی نیاز نیست او به سایر ابعاد خود نیز توجه کند و این فضا در خارج از کارخانه نیز تسری پیدا می‌کند. بخش‌های مختلف زندگی روزانه انسان به کارهای مختلفی تقسیم می‌شود و هر

۱. Comparative advantage.

۲. هرچند این نیز قابل بحث است که آیا تقسیم کار لزوماً به رشد اقتصادی بیشتر می‌انجامد؟ می‌توان با دلایل و شواهد متعدد نشان داد که تقسیم کار نیز یکی دیگر از اسطوره‌های مدرن است که هم در همه موارد صحیح نیست و هم اینکه زندگی اقتصادی بشر را به شدت به انحراف کشانده است. توضیح این مطلب نیز باید برای مجالی مناسب‌تر.



گروه از انسان‌ها متکفل یکی از آن قسمت‌ها می‌شود.

در تولید مدرن، دیگر نیاز نیست انسان‌ها همه کارها را خودشان انجام بدهند؛ بلکه عموم انسان‌ها نیروی کار حساب می‌شوند و همین‌که برای افزایش رشد اقتصادی تلاش کنند، بهترین گزینه را انتخاب کرده‌اند. آن‌ها باید به مثابه یک ماشین کار کنند و در این مسیر ارزش زمانشان بیشتر از آن است که بخواهند برای کودکانشان وقت بگذارند یا در خانه بمانند و غذا درست کنند یا برای تمیزی خانه و محل کار وقت بگذارند یا اینکه به دیدار عزیزانشان بروند. به همین دلیل تقسیم کار آغاز می‌شود. عده‌ای به صورت تخصصی، کودکان را نگهداری می‌کنند و متولیان مهد کودک می‌شوند. عده‌ای کارشان درست کردن غذا می‌شود، برای انسان‌هایی که ارزش وقتشان بیشتر از آن است که بخواهند برای طبخ غذا وقت بگذارند. عده‌ای به صورت تخصصی مسئول نظافت خانه‌ها می‌شوند، برای انسان‌هایی که ارزش وقتشان بیشتر از آن است که بخواهند برای تمیز کردن خانه وقت بگذارند و عده‌ای هم به صورت تخصصی مسئول تمیز کردن شهر می‌شوند؛ برای افرادی که ارزش وقتشان بیشتر از آن است که بخواهند برای تمیز کردن محل خود وقت بگذارند.

طبیعتاً در این نگاه، تقسیم‌بندی افراد بر اساس مزیت آن‌ها در قبال افزایش تولید اتفاق می‌افتد؛ فردی که می‌تواند مدیر شود نباید کارگری کند و فردی که می‌تواند کارگری کند نباید کار نظافت کند. از اینجاست که طبقات مختلف و شئون بالا و پایین تعریف می‌شود.

هنرمند مشهور، چارلی چاپلین در سکانس معروف «عصر جدید-۱۹۳۶» سعی کرده است این مسئله را نشان دهد که چگونه تخصصی شدن

«از خود بیگانگی»^۱ را برای انسان‌ها به ارمغان می‌آورد، انسان‌ها به مثابه یک ماشین یاد می‌گیرند یک کار مشخص و ثابت را مدام انجام دهند تا بتوانند نقش یک چرخ‌دنده خوب را در یک ماشین بزرگ‌تر تولید انبوه، ایفا کنند.

فرهنگ تقسیم کار اسمیتی در گام اول انسان‌ها را به طبقات مختلفی تقسیم کرده و در گام دوم برای هر طبقه، شأن و جایگاه مشخصی را اختیار کرده است؛ جایگاهی که مدعی است متناسب با بهره‌وری^۲ آن فرد برای تولید به او اختصاص داده شده است. انسان‌ها در این نگاه یاد می‌گیرند که نباید مشغول انجام هر کاری شوند. آن‌ها یاد نمی‌گیرند که شخصیت انسان، چند بعدی است و باید همزمان به فکر رشد همه ابعاد خود باشد، او همزمان که در کارخانه مدیر است، باید در خانه، همبازی کودک خردسال خود باشد، در مسجد خادم باشد و در منزل گوش شنوایی برای همسرش باشد. او باید همزمان که خود را ملزم به رسیدگی به پدر و مادر خود می‌داند، هوای همسایه‌ها را نیز داشته باشد. در غیر این صورت او نخواهد توانست لذت رفع نیازهای اصیل خود را بچشد؛ بنابراین به انسانی سرشار از «از خود بیگانگی‌ها» تبدیل خواهد شد.

اکنون این انسان با همین فرهنگ، به مسجد قدم می‌گذارد. او برای خود شأن نمازگزاری را برگزیده است و تصویری از خادم بودن ندارد و دیگری برای خود شأن خادمی را برگزیده است و تصویری از امام بودن ندارد؛ در حالی که اگر همین افراد به منزل خادم بروند و بخواهند در آنجا نماز جماعت بخوانند، صاحب‌خانه یعنی خادم باید پیش‌نماز آن‌ها شود.^۳

۱. alienation.

۲. Productivity.

۳. نجفی، جواهر الکلام، ج ۱۳، ص ۳۴۸.



سیره و سلوک ائمه معصومین علیهم السلام سرشار از نشانه‌هایی است که مدام در پی بر هم زدن این نگاه است. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله به صورت مستمر، اصول و قواعد طبقاتی حاکم در جامعه استیلا را بر هم می‌زند و طبقات اجتماعی را نفی می‌کند، ملاک‌ها را تغییر می‌دهد و تقوای الهی را جایگزین تقسیم‌بندی‌ها می‌کند. شرافت مؤذن بودن در مسجد النبی و اذان گفتن بر بالای بام کعبه را به بلال اعطا می‌کند؛ هنگامی که می‌شنود پیرزن سیاه‌پوستی که برخی اوقات، مسجد را نظافت می‌کرده است، از دنیا رفته و بدون اطلاع دادن به پیامبر تشییع شده، ناراحت می‌شود، خود را به قبرش می‌رساند و برایش نماز می‌خواند.^۱

در این نگاه، توفیق خادمی مسجد و جمع‌کردن خاکروبه‌ها و غبار روبی مسجد، تبلور محبت خداوند به بنده‌اش است.^۲ در این نگاه نمی‌توان خادمی را امر کمی دانست و از همه مهم‌تر نمی‌توان به راحتی از کنار خادمی کردن گذشت.

پس بر اساس آنچه در بخش قبل ذکر شد، اولین حقیقتی که در اینجا

۱. صحیح البخاری عن أبي هريرة: «إِنَّ رَجُلًا أَسْوَدَ (أو امرأة سوداء) كَانَ يَقُمُ الْمَسْجِدَ فَمَاتَ، فَسَأَلَ النَّبِيُّ صلی الله علیه و آله عَنْهُ، فَقَالُوا: مَاتَ، قَالَ: أَفَلَا كُنْتُمْ آذَنْتُمُونِي بِهِ؟ دَلُّونِي عَلَى قَبْرِهِ (أو قَالَ قَبْرِهَا) فَأَتَى قَبْرَهَا فَصَلَّى عَلَيْهَا؛ صحیح بخاری، به نقل از ابو هریره: مرد سیاه‌پوست یا زن سیاه‌پوستی که مسجد را نظافت می‌کرد، درگذشت. پیامبر صلی الله علیه و آله از [حال] او جویا شد. گفتند: درگذشته است. فرمود: چرا مرا خبر نکردید؟ قبرش را نشانم دهید. پس بر قبر وی حضور یافت و بر او نماز گزارد.» (صحیح البخاری، ج ۱، ص ۱۷۵، ح ۴۴۶؛ صحیح مسلم، ج ۲، ص ۶۵۹، ح ۷۱؛ سنن أبی داوود، ج ۳، ص ۲۱۱، ح ۳۲۰۳؛ مسند ابن حنبل، ج ۳، ص ۲۶۹، ح ۸۶۴۲؛ السنن الکبری، ج ۴، ص ۷۷، ح ۷۰۱۲ کلها نحوه.)

۲. رسول الله صلی الله علیه و آله: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ إِذَا أَحَبَّ عَبْدًا جَعَلَهُ قِيمَ مَسْجِدٍ؛ همانا خداوند هرگاه بنده‌ای را دوست بدارد، او را عهده‌دار مسجد قرار می‌دهد.» (الفردوس، ج ۱، ص ۱۶۲، ح ۵۹۸، عن ابن عباس، کنز العمال، ج ۷، ص ۶۵۳، ح ۲۰۷۵۰، نقلاً عن ابن النجار.)

آشکار می‌شود، کنار رفتن شئون مختلف در مسجد است. با این شرایط در مسجد، تنها یک شأنِ اصیل باقی خواهد ماند که آن عبارت است از: «زائر خدا و آبادکننده مسجد»^۱ در این نگاه به وضوح دیده می‌شود که باقی شئون، جایگاهی ندارند. اگر کسی در جایگاه امام قرار گیرد، در مسیر آبادکنندگی مسجد است و اگر کسی خاکروبه از مسجد بیرون می‌برد نیز در همین مسیر است. این شئون آن‌قدر والا و اصیل هستند که امام باقر(ع) وصول به این شئون را از خداوند متعال طلب می‌کند:

«خداوندا مرا از زائرانت و آباد کنندگان مساجدت قرار بده.»^۲

حال که دانستیم بر اساس روایات ذکر شده و روایات گسترده‌ای که در این حوزه وجود دارد، تنها شأنِ اصیل در مسجد، «زائر خدا و آبادکننده مسجد» است؛ با این احتساب تکلیف مسائل و نیازهای خادمی مسجد چه می‌شود؟

حقیقت آن است که اموری که خادم مسجد به آن‌ها مشغول است، امور پیچیده و سختی نیست که از عهده دیگران بر نیاید؛ اما چون در نظام

۱. رسول خدا ﷺ: «أَلَا إِنَّ بُيُوتِي فِي الْأَرْضِ الْمَسْجِدُ تُضِيءُ لِأَهْلِ السَّمَاءِ كَمَا تُضِيءُ النَّجُومُ لِأَهْلِ الْأَرْضِ أَلَا طُوبَى لِمَنْ كَانَتْ الْمَسْجِدُ بُيُوتَهُ أَلَا طُوبَى لِعَبْدٍ تَوَضَّأَ فِي بَيْتِهِ ثُمَّ زَارَنِي فِي بَيْتِي أَلَا إِنَّ عَلَى الْمَرْوَرِ كَرَامَةَ الزَّائِرِ أَلَا بَشِّرِ الْمَشَائِينَ فِي الظُّلُمَاتِ إِلَى الْمَسَاجِدِ بِالنُّورِ السَّاطِعِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ؛ رسول خدا (ص) فرمود: خدای متعال فرمود: آگاه باش که خانه‌های من در زمین مساجد هستند و برای اهل آسمان‌ها همچون ستارگان برای اهل زمین می‌درخشند؛ آگاه باش، خوشا به حال کسی که مساجد خانه‌های اوست؛ آگاه باش، خوشا به حال بنده‌ای که در خانه‌اش وضو بگیرد، سپس مرا در خانه‌ام زیارت کند؛ آگاه باش، بر زیارت شده واجب است که زائرش را تکریم کند؛ آگاه باش، به کسانی که در تاریکی‌ها به مساجد می‌روند بشارت بده به نور ساطع در روز قیامت.» (وسائل

الشیعه، ج ۱، ص ۳۸۲.)

۲. اصول کافی، ج ۳، ص ۴۴۵؛ تهذیب الأحکام، ج ۲، ص ۱۲۳؛ قال الباقر(ع): «اللَّهُمَّ اجْعَلْنِي مِنْ زُؤَارِكِ وَ عُمَّارِ مَسَاجِدِكَ.»



اقتصادی مسجد، «یک» نفر متکفل این امور می‌شود، حضور شخصیتی به اسم خادم، ضروری می‌شود؛ اما همین امور اگر در میان نمازگزاران توزیع شود، نه تنها افراد از سایر فعالیت‌های روزمره خود باز نمی‌مانند؛ بلکه علقه و رابطه قلبی افراد با صاحب خانه نیز تقویت می‌شود.

حالتی را در نظر بگیرید که در طول یک ماه، هر روز یکی از خانواده‌های محل، متکفل کارهای مسجد باشند، کارهای نظافت مسجد را انجام دهند، درب مسجد را به روی زائران خدا باز کنند و بعد از نمازها از آنان پذیرایی کنند، اگر مسجد نیازی داشت خود را در قبال آن مسئول بدانند و آن را برطرف کنند. این حالت را مقایسه کنید با حالتی که شب‌ها در مقابل همین خانواده‌ها کیسه‌ای گرفته شود و از آن‌ها برای انجام برخی کارهای مسجد، از جمله پرداخت دستمزد خادم مسجد، پول طلب شود. ثانیاً: به فرض گسترده شدن امور در حدی که نیاز باشد کسی بیش از بقیه تحت عنوان خادم مسجد وقت بگذارد، در اینجا نیز این کار باید با ملاحظات صورت گیرد. ابتدا حفظ و تجلیل از مقام خدمت به مسجد، توفیق خادمی، امری است که نصیب هر فردی نمی‌شود و لازم است افراد تلاش کنند تا بدین توفیق دست یابند.

تجمید والای روایات از خادمی مسجد، از جمله مواردی است که برای زدودن پیش‌فرض‌های غلط درباره نظام خدمات مسجد از اذهان مادی ما، مؤثر است.

در این نگاه، برافروختن چراغ و روشنایی در مسجد النبی به وسیله فردی به نام تمیم، از سوی پیامبر اسلام به نورانی کردن اسلام همانند شده است؛ پس این شایستگی را می‌یابد که پیامبر برای نورانی شدنش

در دنیا و آخرت دعا می‌کند^۱ و یا تعابیری مانند اینکه بهشت و حوریان بهشتی مشتاق دیدن کسی هستند که از مسجد، خاکروبه بیرون می‌برد. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: بهشت و حوریان، مشتاق کسی هستند که مسجدها را جارو و غبارروبی کند.^۲

در کنار هم قرار گرفتن تمامی این عناصر، مسیری را می‌گشاید که مؤمنان زیرک و باهوش به راحتی از کنار آن عبور نمی‌کنند و آن هم قرار گرفتن در زمره خادمان مسجد است.

در اینجا نیاز به رسالت تاریخی نشر و گسترش معارف است، یکی از معارفی که در مساجد از آن غفلت می‌شود و کمتر از سوی امام جماعت بازگو می‌شود، روایات موجود درباره مسجد است؛ مانند روایات موجود درباره شأن و جایگاه خادمی. شاید بتوان یکی از اصلی‌ترین مسائل اقتصاد مسجد را تقویت اعتقاد و باور مردم و افزایش دانش آن‌ها نسبت به معارف اصیل مسجد دانست که خود بسیاری از برکات دیگر را در پی خواهد داشت.

۱. أسد الغابة عن أبي هند: «حَمَلَ تَمِيمٌ مَعَهُ مِنَ الشَّامِ إِلَى الْمَدِينَةِ قَنَادِيلَ وَزَيْتًا، فَلَمَّا انْتَهَى إِلَى الْمَدِينَةِ وَافَقَ ذَلِكَ لَيْلَةَ الْجُمُعَةِ، فَأَمَرَ غُلَامًا لَهُ يَقَالُ لَهُ: أَبُو الْبَرَادِ، فَعَلَّقَ الْقَنَادِيلَ وَجَعَلَ فِيهَا الْمَاءَ وَالزَّيْتَ، فَلَمَّا غُرِبَتِ الشَّمْسُ أَسْرَجَهَا وَخَرَجَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ إِلَى الْمَسْجِدِ فَإِذَا هُوَ يَزْهَرُ، فَقَالَ: مَنْ فَعَلَ هَذَا؟ فَقَالُوا: تَمِيمٌ. فَقَالَ: نَوَّرْتُ الْإِسْلَامَ نَوَّرَ اللَّهُ عَلَيْكَ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ: أُسَدُ الْغَابَةِ (به نقل از ابو هند): تميم، با خود چراغ‌ها و روغنی از شام به مدینه آورد. روز جمعه بود که به مدینه رسید. به خدمتکاری که نامش ابوالبراد بود، دستور داد تا چراغ‌ها را بپاویزد و آب و روغن در آن‌ها بریزد. چون خورشید غروب کرد، آن‌ها را روشن کرد. پیامبر خدا، هنگامی به سوی مسجد آمد که آن می‌درخشید. فرمود: چه کسی چنین کرده است؟ گفتند: تميم. فرمود: اسلام را نورانی کردی. خداوند، در دنیا و آخرت، تو را نورانی گرداند.» (أسد الغابة، ج ۶، ص ۲۵، الرقم ۵۷۱۹؛ الإصابة، ج ۷، ص ۳۰، الرقم ۹۶۰۹).

۲. الأصول الستة عشر، ص ۲۰۵، ح ۱۸۹: عن زيد النرسي عن الإمام الكاظم عليه السلام بحار الأنوار، ج ۸۳، ص ۲۸۲، ح ۵۲. الإمام الصادق عليه السلام: «إِنَّ الْجَنَّةَ وَالْحُورَ لَتَشْتَاتِي إِلَى مَنْ يَكْسُحُ الْمَسَاجِدَ وَيَأْخُذُ مِنْهَا الْقَذَى».



اما در هر صورت ممکن است تحت تأثیر زندگی کنونی، نهایتاً مسجد نیازمند یک فرد مشخص با عنوان خادم باشد. در چنین شرایطی در تأمین زندگی خادم مسجد، باید نکاتی را مورد توجه قرار داد:

۱. زندگی کنونی، شغلی را با عنوان نظافت‌چی ایجاد کرده است و به آن در زمره مشاغل پست می‌نگرد و این افراد را گاه و بی‌گاه تحقیر می‌کند، دستمزد او را در سطح پایین‌ترین دستمزدها قرار می‌دهد و به همین دلیل نیز افرادی وارد این شغل می‌شوند که از سایر مناصب نمی‌توانند برخوردار شوند.

مساجد امروز نیز خادم را در چنین شأنی قرار می‌دهند؛ حال آنکه خادمی مسجد، نیازمند شئون اجتماعی و اقتصادی ویژه‌ای است. خادم مسجد، شخصیتی متقی و نورانی است که به طور مرتب، محل رجوع نمازگزاران قرار می‌گیرد و به رتق و فتق امور مسجد می‌پردازد.

اگر منصب خادمی مسجد در ذهن نمازگزاران و مدیران مسجد به‌خوبی طراحی شود اولاً: نظام پرداخت حقوق و دستمزد او متفاوت می‌شود و ثانیاً: افرادی با تشخیص و شأنت اجتماعی نیز وارد این عرصه خدمت‌رسانی می‌شوند.

۲. خادمی مسجد یک شأن والا در مسجد است و نه یک شغل در ردیف سایر مشاغل. همان‌گونه که به امام جماعت به‌منزله یک اجیر نگاه نمی‌شود، نگاه به خادم نیز نباید به‌مثابه نگاه به یک اجیر باشد که با مزدوری و مزدبگیری زندگی خود را می‌گذرانند. برچیده شدن چنین نگاهی، خادم را عاشق مسجد می‌کند و نمازگزاران و مدیران مسجد را به افرادی بدل می‌کند که با خادم مسجد بسیار محترمانه برخورد می‌کنند و هر آن به جایگاه ویژه او غبطه می‌خورند.

جمع‌بندی و نکات مهم در نظام مخارج مسجد

به منظور تحلیل نظام مخارج مسجد، ابتدا نگاهی به نظام اقتصادی مدرن می‌اندازیم. در عصر جدید حیات اقتصادی، به شدت با «پولی» شدن روابط مواجهیم. در این نگاه، پول از حد خود فراتر رفته است. پیش از این، افراد در مسیر رفع نیازهای خود از پول استفاده می‌کردند؛ اما محور همچنان «رفع نیاز» بود؛ یعنی انجام فعالیت برای رفع نیاز دیگران. عمومی شدن این نگاه به آن منجر می‌شد که حجم گسترده‌ای از رفع نیازها در جامعه در جریان باشد و پول در برخی سطوح، این جریان را تکمیل می‌کرد؛ اما در عصر جدید، پول از حد خود فراتر رفته، انسان‌ها در مسیر رفع نیاز، پیش از آنکه نیاز را ببینند، پول را می‌بینند و در نتیجه، از بسیاری از مکانیسم‌های غیر پولی رفع نیاز، غافل‌اند.

این انتقاد به رویکرد متعارف اقتصادی در دوران مدرن، پیش از این در کتاب‌های انتقادی نیز ذکر شده است. ماهیت اقتصاد سرمایه‌داری مکانیسم گردش کالا و پول را به نفع پول تغییر می‌دهد. در همین راستا مارکس در فصل چهارم کتاب «سرمایه» می‌گوید: ساده‌ترین شکل گردش کالاها چرخه کالا-پول-کالا^۱ است؛ یعنی تبدیل کالاها به پول و تغییر پول دوباره به کالاها است؛ به بیان دیگر «فروش به منظور خرید»؛ اما در کنار این شکل، شکل دیگری به طور خاص و متفاوت پیدا می‌کنیم که پول-کالا-پول^۲ است؛ یعنی تبدیل پول به کالا و تغییر کالاها دوباره به پول،

۱. C-M-C.

۲. M-C-M.



به بیان دیگر «خرید به منظور فروش». پولی که به روش اخیر گردش می‌کند بدین ترتیب به سرمایه تبدیل می‌شود و در حال حاضر، بالقوه سرمایه است.^۱ این انتقاد، بسیاری از ساحت‌های زندگی بشر را دستخوش تغییر کرده است. افراد مکانیسم‌های غیر پولی را نمی‌بینند، در مبادلات و تصمیم‌گیری‌های خود نظام بودجه‌ای که مشتمل بر درآمد-مخارج است در ذهن آن‌ها پررنگ‌تر از نظام رزق و روزی است.^۲

اصلی‌ترین ویژگی در چنین نگاهی آن است که افراد، درآمدها و هزینه‌های پنهان خود را نمی‌بینند؛ اما به شدت تحت تأثیر درآمدها و هزینه‌های آشکار خود هستند. درآمدهای پنهان، آن بخش از نیازهای شما است که در مکانیسم غیر پولی مرتفع می‌شود. هزینه‌های پنهان شما، مخارجی است که باید در مسیر رفع نیاز پرداخت شود؛ اما پرداخت نشده است.

پیدا کردن یک دوست خوب و یادگیری یک نکته مهم و آموزنده از او، امری است که هم برای شما سرشار از عایدی و برکت است (درآمد پنهان) و هم اگر آن را نداشتید برای کسب آن باید هزینه‌های زیادی را متحمل می‌شدید (هزینه پنهان)؛ اما انسان‌ها از این امر غافل‌اند. دلیل اصلی این امر، کم‌رنگ شدن مفاهیم اصیل رفع نیاز است.

مفهوم «رزق و روزی» یکی از این مفاهیم است که به مؤمنان فرصت می‌دهد مکانیسم‌های حقیقی رفع نیاز دیده شوند؛ مکانیسم‌هایی که

۱. Marx, Karl. (۱۸۶۷), p۸۹, Capital.

۲. در اینجا منظور نگارندگان حذف پول از سیستم مبادلاتی نیست و لازم است این امر مورد توجه خوانندگان گرامی قرار گیرد؛ بلکه غرض توجه دادن به محرک‌های اصیل و واقعی مانند نیاز است که ابزارهای اجتماعی مانند پول نیز به پشتوانه آن‌ها توسط بشر خلق شده‌اند.

توأمان عالم ماده و عالم معنا را تفسیر می‌کنند.

به عبارتی در این نگاه، فرد متوجه می‌شود که همه آنچه به دست می‌آورد در یک نظام «برکت محور» در قالب رزق و روزی شما در اختیارتان قرار می‌گیرد و در کنار آن بسیاری از هزینه‌ها از پیش پای شما کنار می‌روند؛ به عبارت دقیق‌تر پول، درآمد و دارایی، نسبتی با رزق و روزی فرد ندارد و آنچه به منزله بهره مادی [یا معنوی] فرد از حیات قابل طرح است، درآمد، ثروت و دارایی او نیست؛ بلکه رزق و روزی او است که پرداختن به این مفهوم نورانی و در عین حال بسیار ملموس، دنیای گسترده‌ای است که می‌تواند ما را از نگاه مادی به جهان خلاص کند.^۱ این مسئله در نظام مخارجی مسجد نیز اهمیت پیدا می‌کند تا آنجا که می‌توان به جای «نظام مخارج مسجد» از «نظام نیازهای مسجد» نام برد. در این نگاه پیش از آنکه مخارج را بینیم و بخواهیم دنبال تأمین مالی آن بگردیم، نیازها را می‌بینیم و دنبال رفع نیازها می‌گردیم. در این صورت، نمازگزاران را به مثابه افرادی خواهیم دید که هرکدام می‌توانند نیازها را رفع کنند. رویکردی که در نگاه پولی وجود نداشت؛ در نگاه پولی، نمازگزاران را به مثابه افرادی می‌بینیم که مسجد به واسطه حضور آن‌ها دارای مخارجی خواهد شد و آن‌ها می‌توانند یا باید در تأمین آن مخارج بکوشند.

به تبع این نگاه، اصلی‌ترین اتفاقی که رخ خواهد داد، باز شدن عرصه برای ورود و مشارکت افراد است. در این نگاه به ازای تمامی نیازهای

۱. ر. ک: اصغر طاهرزاده، جایگاه رزق انسان در عالم هستی.



مسجد، راهی برای مشارکت نمازگزاران مشخص خواهد شد و سطح نگاه به نمازگزاران از تأمین کننده مالی به رفع کننده نیاز تغییر پیدا خواهد کرد. در این صورت نه تنها انگیزه مشارکت افراد در برعهده‌گیری نیازهای مسجد افزایش می‌یابد؛ بلکه رابطه قلبی آن‌ها در مسیر رفع نیازهای مسجد نیز افزایش می‌یابد. از طرفی در این رویکرد با مسئله «شفاف» بودن یا نبودن مخارج - که از آفت‌های نظام مخارج در جامعه استیلا است - نیز مواجهه نمی‌شویم.

مطلب دیگر، افق گسترده مأموریت‌های مسجد در تمدن اسلامی است. همچنان که با وقوع انقلاب اسلامی انتظار تأثیرگذاری از مسجد به سطح جهانی افزایش پیدا کرده است، مسئولیت حاکمیتی مسجد، اقتضای اندیشیدن جدی به نظام نیازهای مسجد در مسیر تمدن بزرگ اسلامی دارد. گسترش تعاملات اجتماعی از اصلی‌ترین لوازم تأمین منابع و رفع نیاز است. به همین منظور لازم است با دقت بسیار زیاد، سطح تعاملات اجتماعی مسجد را بازنگری کنیم؛ به نحوی که ضمن حفظ ماهیت حقیقی خود، سطح تعاملات نیز افزایش یابد. بسیاری از مباحثی که در این بخش ذکر شد، ناظر به واقعی‌سازی نگاه ما به نظام مخارج مسجد است تا مسجد بتواند نقش واقعی خود را در تمدن اسلامی، ایفا کند.

رسول خدا ﷺ فرمودند: ای اباذر هر که ندای دعوت‌کننده خدا (مؤذن) را جواب گوید و مساجد را نیکو آباد کند، پاداش عمل او بهشت است. گفتم: پدر و مادرم به فدایت! یا رسول‌الله چگونه مساجد را آباد کند؟ فرمود: صدا در آن بلند نکند و در باطل فرو نرود و در آن خرید و

فروش ننماید و تا در مسجد است، لغو را ترک گوید و اگر نکند در قیامت جز خود را ملامت ننماید. ای اباذر! تا در مسجد نشسته‌ای، خداوند به هر نفسی، درجه‌ای در بهشت به تو عنایت می‌کند و ملائکه با تو به نماز می‌ایستند و خدا به هر نفسی ده حسنه برایت می‌نویسد و ده گناه از نامه‌ات محو می‌سازد.^۱

۱. طبرسی، مکارم الأخلاق، ۱ جلد، الشریف الرضی - قم، چاپ: چهارم، ۱۴۱۲ ق / ۱۳۷۰ ش: قال رسول الله ﷺ: «يا أَبَا ذَرٍّ مَنْ أَجَابَ دَاعِيَ اللَّهِ وَأَحْسَنَ عِمَارَةَ مَسَاجِدِ اللَّهِ كَانَ ثَوَابُهُ مِنَ اللَّهِ الْجَنَّةَ فَقُلْتُ يَا أَبَى أَنْتَ وَأُمِّي يَا رَسُولَ اللَّهِ كَيْفَ يَغْمُرُ مَسَاجِدُ اللَّهِ قَالَ لَا يَرْفَعُ فِيهَا الْأَصْوَاتُ وَلَا يَخَاضُ فِيهَا بِالْبَاطِلِ وَلَا يَشْتَرِي فِيهَا وَلَا يَبْتَاعُ فَاتْرَكَ اللَّغْوَ مَا دُمْتَ فِيهَا فَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَلَا تَلُومَنَّ يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِلَّا نَفْسَكَ - يَا أَبَا ذَرٍّ إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَعْطِيكَ مَا دُمْتَ جَالِسًا فِي الْمَسْجِدِ بِكُلِّ نَفْسٍ تَنْفَسَتْ فِيهِ دَرَجَةٌ فِي الْجَنَّةِ وَ تُضَلِّي عَلَيْكَ الْمَلَائِكَةُ وَ يَكْتُبُ لَكَ بِكُلِّ نَفْسٍ تَنْفَسَتْ فِيهِ عَشْرُ حَسَنَاتٍ وَ يَمْحَى عَنْكَ عَشْرُ سَيِّئَاتٍ.»





نظام اقتصادی و توزیع ثروت و خدمت



چنانچه مساجد کیفیت شایسته خود را بیابند، هزینه‌های مادی و معنوی بسیاری از دوش جامعه، مردم و مسئولان برداشته خواهد شد.^۱

مقدمه

بر اساس کلام نورانی اهل بیت علیهم‌السلام، مسجد خانه خدا و محل زیارت اوست. مسجد یک وجود زنده است که مورد عنایت خداوند قرار دارد، برای اهل خود دعا می‌کند و از کسانی که در حقش کوتاهی کرده باشند، نزد صاحب خود، پروردگار عالمیان، شکایت می‌کند؛ بر همین اساس مسجد، دارای اثرات بیرونی گسترده‌ای خواهد بود که با توجه به روایات نورانی مسجد، آنچه بیش از هرچیز می‌تواند به منزله اثر بیرونی مسجد برای جامعه از آن نام برد، اکرام، برکت و رحمت است.

بررسی مسجد به منزله یک نهاد مؤثر در سازه جامعه اسلامی، گستره نگاه ما به اقتصاد مسجد را عمیق‌تر و وسیع‌تر می‌کند. در این بخش، توجه اصلی به این امر خواهد بود که مسجد در کنار رشد فردی، منصب برقراری تعادل در نظام اجتماعی را بر عهده دارد. بخش عمده‌ای از این تعادل اجتماعی، تعادل در امور است که به مسئله معیشت یا اقتصاد

۱. مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۷/۱۹.



به معنای عام آن مرتبط است.

مسجد، بارهای گران را از دوش جامعه مؤمنان بر می‌دارد، بسیاری از هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و فرصت‌های گسترده‌ای را برای رفع نیاز مؤمنان خلق می‌کند. مسجد با اهمیت‌ترین عایدی هستی را برای انسان‌ها دارد و آن هم اکرام از ناحیه پروردگار است. مسجد انسان می‌سازد و دارایی جامعه را افزایش می‌دهد؛ زیرا مهم‌ترین دارایی هر جامعه‌ای، انسان‌های آن جامعه‌اند.

بر اساس اعتقاد به این امور، در پژوهش حاضر به بررسی انواعی از مکانیسم‌های مادی و معنوی می‌پردازیم که مسیر تأثیرگذاری مسجد را بر اقتصاد جامعه اسلامی، هموار می‌کند.

نظام برکت و تکریم

جستجو در میان توصیف معصومین علیهم‌السلام از مسجد، حقیقتی را آشکار می‌سازد و آن «تکریم» مسجد و مسجدیان از طریق مکانیسم «برکت» است؛ همچنان‌که مسجد خود مبارک است، مسجدیان نیز مبارک‌اند. در حدیث قدسی آمده است: هنگامی که فردی وضو می‌گیرد و به سمت مسجد حرکت می‌کند، زائر الهی محسوب می‌شود و خداوند تکریم زائرش را بر خود واجب گردانیده است؛^۱ اما اینکه ریشه این برکت در

۱. پیامبر اعظم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم: «قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: «أَلَا إِنَّ بُيُوتِي فِي الْأَرْضِ الْمَسَاجِدُ تُضِيءُ لِأَهْلِ السَّمَاءِ كَمَا تُضِيءُ الْكَوَاكِبُ لِأَهْلِ الْأَرْضِ»، أَلَا طُوبَى لِمَنْ كَانَتْ الْمَسَاجِدُ بُيُوتَهُ، أَلَا طُوبَى لِمَنْ تَطَهَّرَ فِي بَيْتِهِ ثُمَّ زَارَنِي فِي بَيْتِي، أَلَا إِنَّ عَلَى الْمُزُورِ كَرَامَةَ الزَّائِرِ، أَلَا يَبْشِرُ الْمَشَاءِينَ فِي الظُّلُمَاتِ إِلَى الْمَسَاجِدِ بِالنُّورِ السَّاطِعِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ؛ حضرت حق فرمود: آگاه باشید که خانه‌های من در روی زمین مساجدند که برای اهل آسمان‌ها روشنایی می‌دهند، همان‌طوری که ستارگان برای اهل زمین می‌درخشند. پس خوشا به حال کسی که در خانه خود، خود را پاک کند آن وقت مرا در خانه‌ام (مسجد) زیارت نماید. ای محمد، مژده بده به کسانی که در تاریکی شب به مسجد می‌روند که آن‌ها در روز



کجاست؟ به نظر می‌رسد برای درک منشأ آن، توجه به کلام نورانی اهل بیت علیهم‌السلام راه‌گشاست. بر اساس آنچه در روایت فوق ذکر شد، نمازگزاران در مسجد، زوار خداوندند و تکریم زوار بر صاحب بیت، واجب است. بر همین اساس به نظر می‌رسد برکت جریان یافته در حیات مسجد و مسجدها کلیدی‌ترین مؤلفه این تکریم است. برکتی که شئون گسترده‌ای دارد که قطعاً شأن اقتصادی و معیشتی یکی از آن‌ها است. تجربه تاریخی نیز گواه همین امر است که اهالی مسجد، در نظام‌های اجتماعی، بیشترین کرامت را دارند. آن‌ها به واسطه زیارت خدا، تکریم می‌شوند، اصلی‌ترین ویژگی فرد تکریم شده آن است که امور و مسائل او به صورت آسان انجام می‌شود. به عبارتی قدر او بزرگ دانسته می‌شود و گرفتار مسائل پیش پا افتاده نخواهد بود.

صراحت روایات در اینکه خداوند پیگیر حوایج مؤمنان باشد، در کمتر موضوعی همانند موضوع مسجد وجود دارد. در روایتی از رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم آمده است:

«هر کس قرآن را دوست دارد، مسجدها را نیز دوست بدارد؛ زیرا مساجد، آستان‌های خدا و بناهای او هستند. برافراشتنشان را رخصت داده و مبارکشان گردانده است. مسجدها، خود و اهلشان با برکت‌اند، خود و اهلشان آراسته‌اند و نیز آن‌ها و اهلشان در امان‌اند. مسجیدیان در پی نماز خویش‌اند و خداوند، در پی نیازشان. آنان، در مسجدهایشان‌اند و خداوند، پشتیبانشان است.»^۱

قیامت با نور درخشنده حرکت خواهند نمود.» (وسائل الشیعه، ج ۱، ص ۳۸۲؛ الجواهر السنیه فی

الأحادیث القدسیه، ص ۲۹۸).

۱. مستدرک الوسائل، ج ۳، ص ۳۵۵، ح ۳۷۶۶ نقلاً عن القطب الراوندی فی لبّ اللباب: «مَنْ أَحَبَّ الْقُرْآنَ فَلْيَحِبِّ الْمَسَاجِدَ، فَإِنَّهَا أَفْنِيَةُ اللَّهِ وَأَبْنِيَّتُهُ، أَدْنَى فِي رَفْعِهَا وَبَارَكْ فِيهَا، مِمَّوْنَةٌ مِمَّوْنٍ

اما این رفع حوایج و تکریم چیست؟ تکریم زائر چگونه اتفاق می‌افتد؟ شئون مختلف علمی، اجتماعی و اقتصادی رفع حوایج چیست؟ مکانیسم تحقق آن تا چه حد مادی و تا چه حد معنوی است؟ جایگاه نظریات اقتصادی در تبیین این امر چیست؟

بر همین اساس در ادامه، ابتدا به جستجوی مصادیق اجتماعی و اقتصادی تکریم زائر و برآورده‌سازی حوایجش خواهیم پرداخت. در کلام نورانی امیرالمؤمنین علیه السلام، هشت عایدی برای اهل مسجد ذکر شده است که بر اساس نص روایت، حتماً یکی از آن‌ها نصیب زائر الهی می‌شود. این هشت عایدی عبارت‌اند از: برادری قابل استفاده در راه خدا، طرفه‌ای از علم، نشانه محکمی در راه حق، شنیدن کلامی که او را به سوی هدایت رهنمون سازد، رحمتی که منتظرش است، کلامی که او را از کارهای نکوهیده بازدارد، ترک گناهی از خشیت الهی و ترک گناهی از روی شرم.^۱

مکانیسم اقتصادی تکریم

تبیین و تحلیل دقیق قوانین و سنت‌های عالم هستی، نیازمند درک توأمان روابط مادی و روابط معنوی عالم است؛ به عبارتی قوانین الهی به واسطه تکیه عالم هستی بر نظام سببیت، مابۀ‌ازائی در عالم ماده دارند. در بخش حاضر به بررسی برخی از روابط و مابۀ‌ازاءهای مادی تکریم زائر الهی هستیم که از آن‌ها تحت عنوان مکانیسم‌های اقتصادی

أَهْلُهَا، مُزَيَّنَةٌ مُزَيَّنٌ أَهْلُهَا، مَحْفُوظَةٌ مَحْفُوظٌ أَهْلُهَا، هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ وَاللَّهُ فِي خَوَانِجِهِمْ، هُمْ فِي مَسَاجِدِهِمْ وَاللَّهُ مِنْ وَرَائِهِمْ.»
 ۱. قال علی علیه السلام: «مَنْ اخْتَلَفَ إِلَى الْمَسْجِدِ أَصَابَ إِحْدَى الثَّمَانِ: أَخَا مُسْتَفَاداً فِي اللَّهِ، أَوْ عِلْماً مُسْتَرْفِئاً أَوْ آيَةً مُحْكَمَةً أَوْ يَسْمَعُ كَلِمَةً تَذُلُّ عَلَى هُدًى، أَوْ رَحْمَةً مُنْتَظَرَةً، أَوْ كَلِمَةً تَرُدُّهُ عَنْ رَدًى، أَوْ يَتَرَكُ ذَنْباً خَشِيَةً أَوْ حَيَاءً.» (وسائل الشيعة، ج ۳، ص ۴۸۰).



تکریم نام می‌بریم.

این مسائل در نگاه اقتصاددانان در کنار مفاهیمی مانند هزینه مبادله و تقارن اطلاعات قابل بحث و پیگیری است.

تسهیل تعاملات و مبادلات

در نظریات اقتصادی، اصطکاک‌هایی در مسیر تعاملات اقتصادی وجود دارد. مردم در مسیر رفع نیازهای خود به راحتی و سهولت دست به عمل نمی‌زنند. ترس از متضرر شدن در خرید و فروش، نگرانی از ازدواج ناموفق و سختی اعتماد کردن در انجام کارهای خیر، همگی جزء مواردی است که در برخی نظریات اقتصادی تحت عنوان «هزینه‌های مبادله»^۱ مورد توجه قرار می‌گیرد.

لازم است ذکر شود در اینجا منظور از مبادله، صرف خرید و فروش کالا به منزله یک امر اقتصادی نیست؛ بلکه هرگونه تعامل انسانی که به منظور رفع نیاز اتفاق می‌افتد و مستلزم یک تصمیم است، نوعی مبادله تلقی می‌شود؛ پس حتی امور خیریه مانند کمک کردن به نیازمندان، یا اموری مانند ازدواج نیز به نوعی مبادله تلقی می‌شوند.

برای وجود هزینه‌های مبادله، دلایل گسترده‌ای ذکر شده است. اولین دلیل، سختی اعتماد به دیگران است. محور مبادله و فعالیت اجتماعی و اقتصادی «اعتماد» است و نبود آن بسیاری از خدمات اجتماعی مبتنی بر رفع نیاز را متوقف یا با شکست مواجه می‌کند. دلیل دیگر نبود «تقارن اطلاعات»^۲ است.

تقارن اطلاعات بدین معنی است که عموماً طرفین درگیر در یک

۱. Transaction cost .

۲. Information .

مبادله (چه این مبادله از سنخ خیریه باشد، چه از سنخ امور اقتصادی یا خدمات اجتماعی) از سطح یکسانی از اطلاعات برخوردار نیستند؛ از این رو به واسطه احتمال وجود واقعیتهای کتمان شده، از ورود به مبادله خودداری می‌کنند و همین امر باعث از دست رفتن فرصت تعامل‌های اجتماعی می‌شود.

برای نمونه وقتی شما بخواهید خودرو دسته دومی را خریداری کنید، یکی از نگرانی‌های اصلی شما، چیزهایی است که فروشنده درباره وضعیت خودرو می‌داند و شما آن‌ها را نمی‌دانید. احتمال وجود اطلاعاتی که از شما پنهان شده باشد، باعث خواهد شد، نتوانید با خیال راحت، وارد یک فرایند مبادله شوید. حال در نظر بگیرید که ممکن است این خودرو برای شما خودرو مناسبی بوده باشد؛ اما شما به سبب عدم تقارن اطلاعات، از خرید آن صرف نظر کرده و این فرصت را از دست داده‌اید.

حال عکس این مسئله نیز وجود دارد. شما خودرویی که برایتان مناسب نبوده است را خریده‌اید به فرض اینکه هر آنچه اطلاعات لازم بوده است را کسب کرده‌اید اما بعداً متضرر شده‌اید. در هر دو مثال فوق افراد تلاش می‌کنند با پرداخت برخی هزینه‌های جانبی، دامنه اطلاعات خود را افزایش دهند؛ به حدی که هر دو طرف از یک سطح از اطلاعات برخوردار شوند؛ مثل استفاده از کارشناس رنگ و مکانیک.

مسئله عدم تقارن اطلاعات در بحث خدمات نیز وجود دارد. شرکتی که دنبال جذب نیروی کار است، به دلیل آنکه ممکن است یک نیروی خوب را از دست دهد یا یک نیروی نامناسب را جذب کند، مجبور است از طریق پرداخت هزینه‌های جانبی، این خلأ اطلاعاتی را جبران کند؛ به همین منظور برگزاری جلسه مصاحبه و انجام برخی تست‌های مختلف را



پیش پای متقاضیان قرار می‌دهد.

بر همین اساس، عدم تقارن اطلاعات و هزینه‌های جانبی که برای شفافیت اطلاعات و مقارن‌سازی اطلاعات به وجود می‌آید، بسیاری از مبادلات را به تأخیر می‌اندازد یا با هزینه بیشتری به ثمر می‌نشانند. این هزینه را هزینه‌های مبادلاتی گویند که شامل هزینه جمع‌آوری اطلاعات، هزینه جستجو و هزینه چانه‌زنی می‌باشد.

هر بستر مبادلاتی که تقارن اطلاعات را کاهش دهد، هزینه‌های مبادلاتی را به تبع کاهش خواهد داد. بر همین اساس یکی از اصلی‌ترین مکانیسم‌های تسری برکت و تکریم اقتصادی مسجد، تسهیل مبادلات است. این تسهیل به واسطه ویژگی‌های اساسی مسجد رقم می‌خورد. چگونه حضور در مسجد، هزینه‌های مبادلاتی را کاهش می‌دهد؟ ابتدا اینکه مسجد پایگاهی است که حضور اهالی آن بر مبنای عبودیت و زیارت الهی اتفاق افتاده است. دوم اینکه هرکسی لیاقت و توفیق حضور مستمر در مسجد و مسجدی بودن را ندارد؛ با این اوصاف مسجد کانون اعتماد خواهد بود و پاک‌ترین روابط میان بندگان، در مسجد جریان خواهد داشت؛ همچنین به واسطه شفافیت اطلاعات، مسئله غر و کتمان اطلاعات به شدت کم است.

مفهوم خلق و جابه‌جایی فرصت

پس از مسئله «کاهش هزینه‌ها»، دومین سازوکار اقتصادی تکریم تکوینی اهل مسجد، خلق و جابه‌جایی «فرصت»^۱ است. مفهوم فرصت، یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم در تبیین وقایع اقتصادی است. مسجد جزء

کارآمدترین مصادیق خلق و توزیع فرصت در نظام‌های اجتماعی است. بررسی نظام اجتماعی اسلام نشان می‌دهد، مسجد یکی از مهم‌ترین ساختارهایی است که سبب خلق و توزیع فرصت در جامعه اسلامی می‌شود. به همین دلیل مسجد پذیرای اجتماع مؤمنان در هر سطحی، از سطح محلی (مساجد محله) گرفته تا سطوح کلان و شهری (مساجد جامع) است.

توصیه به تعمیق روابط و گستردگی کمی و کیفی آن، ویژگی ممتازی را برای مسجد فراهم کرده است، بر اساس این ویژگی مسجد به منزله کانون عبودیت و اوج جهت‌گیری معنوی، اهل خود را به اطلاع از اوضاع یکدیگر دعوت می‌کند. امام از احوال نمازگزاران اطلاع کسب می‌کند.

پیغمبر (صلی الله علیه و آله و سلم) فرمود: هر کسی که فرزنددار شد، به من خبر دهید. هر کسی هم از دنیا رفت، به من خبر دهید.

من امام جماعت نباید بیایم در مسجد، نماز بخوانم و بروم و نفهمم چه کسی فرزنددار شده، چه کسی ازدواج کرده و چه کسی از دنیا رفته است. حضرت رسول (صلی الله علیه و آله و سلم) نماز که می‌خواندند، بلند می‌شدند در صفوف نگاه می‌کردند و سراغ افراد غایب را می‌گرفتند. اگر می‌گفتند: فلانی مریض است، حضرت می‌فرمودند: برویم عیادت کنیم. اگر می‌گفتند: مسافرت است، حضرت در حقیقت دعا می‌کردند. مسجد سالن حضور و غیاب امت اسلامی است.^۱

تعبیر فوق، مقدمه‌ای برای خودسازی و توسعه معنوی نمازگزاران است که خلق و توزیع حداکثری فرصت‌ها را در پی خواهد داشت.

۱. گفتگوی با حجت الاسلام قرائتی، رئیس ستاد اقامه نماز کشور (۹۱/۰۵/۱۶). <https://farsi.>



ویژگی دیگر، تعبیری است که در نظریات اقتصادی و به منظور بررسی بسترهای موفق برای تعاملات اقتصادی و اجتماعی از آن یاد می‌شود. این ویژگی عبارت است از «ضخامت بازار».^۱ این امر اشاره به گستردگی و تعدد طرفین یک نیاز و یا مبادله دارد. هرچه این دامنه از نظر تعداد افراد و هم از نظر تنوع افراد، گسترده‌تر باشد، تعاملاتی که در این مکان واقع می‌شود، موفق‌تر خواهند بود. به عبارتی در یک بستر تعاملی (بازار) ضخیم، با هزینه کمتر، نیازهای بیشتر و متنوع‌تری رفع خواهد شد. دایره گستردگی زائران خدا در مسجد به گستردگی تمام بشریت است.

مسجد از محدود نهادهای اجتماعی است که در درون جامعه اسلامی برای ورود به آن، محدودیتی وجود ندارد. از کودکان گرفته تا جوان و پیرمرد اجازه حضور در آن را دارند. ورود به مسجد برای همه افراد در هر سطحی از دانش و تحصیلات آزاد است! از کودکی که سواد خواندن و نوشتن ندارد تا مرجع تقلید یا استادی که در مرزهای دانش، تولید علم می‌کند. مسجد برای ورود مرد و زن تفکیک ندارد، مسجد برای ورود سالم و بیمار تفکیک ندارد، مسجد برای حضور عارف، کم‌معرفت یا بی‌معرفت تفاوتی ندارد.

بر این اساس، مسجد گسترده‌ترین بستر تعاملی عالم هستی است که گستردگی تعامل‌کنندگان در آن به وسعت همه مسلمانان یا بخوانید همه انسان‌ها است و از همه مهم‌تر روح حاکم و جهت‌گیری آن نیز در راستای عبودیت الهی است؛ از این رو دور از انتظار نیست اگر انتظار همه خیرات و برکات را از این بستر تعامل داشته باشیم.

گستره بستر تعاملی مسجد که در بخش قبل ذکر شد باعث شده است

۱. market thickness.

گاه در مسئله خدمات اجتماعی و تبیین گستردگی مأموریت‌های اقتصادی و اجتماعی مسجد، اختلاف نظر پیش آید؛ بدین معنی که از کمک به رفع فقر گرفته تا امر ازدواج و مشاوره نظامی گرفته تا خدمت‌رسانی به سیل‌زده‌ها، قرض‌الحسنه و خدمات پزشکی، همگی در زمره فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی مسجد ذکر می‌شوند.

گستردگی حوزه‌های بالا، به اشتباه اهالی مسجد را بر آن می‌دارد که مسجد را به پایگاهی برای تمامی این امور تبدیل کنند. اتاقی در مسجد برای دفتر قرض‌الحسنه مهیا شود و اتاق دیگری برای خیریه مسجد. یک نفر، متولی ازدواج و دیگری، متولی بخش دیگری باشد و... هرچند تحقق انواع خدمات اجتماعی مذکور و حتی بیش از این خدمات، امری است که از مسجد انتظار می‌رود؛ اما در اینجا نکته دقیقی وجود دارد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

مسجد از منظر خدمت اجتماعی و اقتصادی، نهادی مشخصاً برای انجام خدمات فوق‌الذکر نیست؛ بلکه نهادی است که فرصت انجام مأموریت‌های مذکور در آن خلق می‌شود. مسجد هم کار قرض‌الحسنه انجام می‌دهد و هم انجام نمی‌دهد. انجام می‌دهد به این معنی که فعالیت‌های قرض‌الحسنه مسجد به واسطه حضور مؤمنان در خانه خدا و کنار هم قرار گرفتن آنان اتفاق می‌افتد و کار قرض‌الحسنه انجام نمی‌دهد به این واسطه که مسجد قرار نیست کانون قرض‌الحسنه محل باشد و قرار نیست هنگامی که همسایه‌های مسجد، صدای اذان را می‌شنوند و حرکت به سمت مسجد را قصد می‌کنند، حرکت به سمت کانون قرض‌الحسنه مسجد به ذهن آنان متبادر شود و حتی قرار نیست کانون قرض‌الحسنه مسجد در ذهن نمازگزار پررنگ‌تر از مسجد یا نماز



باشد یا حتی ذهن نمازگزار را بیش از نماز درگیر کند؛ اما نظام توأسی به حق که در مسجد به وجود آمده است، مؤمنان را بر آن می‌دارد که در محل یک نهاد خیر یا یک قرض‌الحسنه ایجاد کنند که بسیار مبارک است. مسجد نهادی است که نظام تعاملات اجتماعی را در محدوده خود به نحوی تنظیم می‌کند که در اطراف مسجد و در دل محله، نهادهای متعددی شکل می‌گیرد و امور مردم را اصلاح می‌کند؛ اما اگر مسجد، متکفل مستقیم همه نهادهای خود، این امکان وجود دارد که نهاد مسجد در کارکردهای اساسی خود با مشکلاتی مواجه شود و در ضمن با کوچک‌ترین مشکلی که در این نهادها به وجود می‌آید به ساحت مسجد تعرض شود؛ چنان‌که در سال‌های دهه هفتاد، به بهانه مشکلاتی که در برخی از صندوق‌های قرض‌الحسنه به وجود آمده بود، اقدامات تخریبی فراوانی علیه مساجد شکل گرفت.^۱

جمع شدن مسلمانان و دیدار چهره به چهره آنان برای اسلام از اهمیت بالایی برخوردار است؛ به همین جهت اسلام ساختارهایی برای این هدف ایجاد کرده و بر روی آن‌ها تأکیدهای بسیار زیادی نیز شده است. ساختارهایی مانند صله رحم، با خبر بودن از وضعیت همسایه، آمد و شد به مسجد از این جمله‌اند. جمع شدن و دیدار چهره به چهره افراد، برکات بسیار زیادی خواهد داشت. در این دیدارها، دیدارها تازه و فرصتهایی آشکار میشوند.

مناسب است که در این مجال از چند مثال بسیار ملموس و البته

۱. البته این بدان معنا نیست که نهادهای شکل گرفته در دل مسجد همچون قرض‌الحسنه‌ها ناموفق بوده‌اند که برعکس از موفق‌ترین نهادهای اجتماعی در دل جامعه اسلامی بوده‌اند. نکاتی که در اینجا بیان می‌شود ناظر به وضعیت مطلوب‌تر است. حداقل این انذار را می‌دهد که اهالی مسجد، تدابیر لازم را برای جلوگیری از بروز بحران‌ها بیندیشند.

فرضی استفاده کنیم که بی‌شمار در مساجد رخ می‌دهند:

اکرم خانم که برای پسر جوانش دنبال دختر خوب می‌گردد در صحبت با زهرا خانم همسایه متوجه می‌شود که خواهرزاده او احتمالاً می‌تواند عروس آینده‌اش باشد. آقا رضا در جمع دوستان از خراب شدن آبگرمکن خانه‌اش می‌گوید و تازه متوجه می‌شود، حسین آقا چندین سال پیش همین‌کاره بوده و برای فردا عصر قرار می‌گذارند. احمد آقا نجار در همان جمع از نیاز خود به یک کارگر در نجاری‌اش سخن می‌گوید و حسین آقا در جوابش می‌گوید که پسرش تازه از سربازی برگشته است. جوانی به اسم علی که امسال وارد شغل زنبورداری شده، می‌گوید: اولین برداشت عسل را انجام داده و همانجا برای قسمت زیادی از محصولش مشتری پیدا می‌کند. حاج علی در حال تدارک مراسم دامادی پسرش کاظم است و متوجه می‌شود ماه آینده مستأجر حسن آقا قراردادش تمام می‌شود و پیش از دامادی کاظم، خانه‌اش خالی می‌شود. مهران از بچه‌های فعال بسیج مسجد هم اعلام می‌کند آخر هفته به مناسب نیمه شعبان ایستگاه صلواتی دارند و هزینه قسمت عمده ایستگاه همانجا جمع می‌شود و هفت هشت نفری هم برای کمک اعلام آمادگی می‌کنند. امتحانات نوبت اول دانش‌آموزان هم نزدیک است و پدر یاسر از مهران می‌خواهد که برای یاسر کمی وقت باز کند و با او فیزیک بخواند.

در مثالهای بالا، الزماً نیاز نیست خدمات ذکر شده در مسجد محقق شود؛ بلکه همان‌طور که ذکر شد، نیاز و فرصت رفع نیاز در مسجد، خلق و توزیع می‌شود. این مثال‌ها که به صورت واقعی و متعدد در مساجد رخ می‌دهد، در محیط اقتصاد نئوکلاسیکی بسیار نادر است؛ زیرا انسان‌ها از محیط‌های اجتماعی به محیط‌های صرفاً شغلی رانده می‌شوند و زندگی



شخصی آن‌ها از عناصر اجتماعی تهی می‌شود؛ در نتیجه، این اقتصاد تلاش می‌کند همین مفهوم سرمایه اجتماعی را در محیط‌های شغلی بازآفرینی کند که واضح است انگیزه‌های بازاری به راحتی با انگیزه‌های انسانی و اجتماعی قابل جمع نیستند.

پس اقتصاد مدرن نمی‌تواند راوی مناسبی از نهادهایی چون مسجد باشد. این اقتصاد به دلیل عدم امکان توجیه جایگاه روابط اجتماعی، رفع نیازها را تنها بازاری می‌پندارد؛ آن هم با مختصاتی که در فصول قبل بیان شد.

متولی جابه‌جایی فرصت

دانستیم مسجد مهم‌ترین بستر رفع نیاز است و از طرفی میان ایجاد فرصت برای رفع نیاز و ورود به عرصه رفع نیاز تفاوت وجود دارد؛ با این حساب لازم است به تبیین الگوی مطلوب بپردازیم.

در این الگو، محور شناسایی و مدیریت فرصت‌ها، امام و بازوهای آن است. امام از احوال نمازگزاران غافل نیست و به واسطه فرصتی که برای مسجد و اهل مسجد می‌گذارد، از نیازها، امکانات و استعدادها، آن‌ها اطلاع اجمالی و در برخی مواقع تفصیلی دارد؛ بر همین اساس در مواقع لازم می‌تواند آن‌ها را به یکدیگر ارجاع دهد.

«مدیریت محتوایی و معنوی مسجد که بر دوش روحانی مسجد است، باید خردمندانه، مسئولانه و حتی عاشقانه باشد. حوزه‌های علمیه برای آماده‌سازی روحانیانی در این سطح، وظیفه‌ای ذاتی و طبیعی دارند. اگر مسجد، کیفیت شایسته خود را بیابد، هزینه‌های مادی و معنوی بسیاری از

دوش جامعه و مردم و مسئولان برداشته خواهد شد.»^۱

اما با این اوصاف چرا برای هر کاری، یک مسئول و متولی مشخص قرار داده نشود تا آن امور به صورت خودکار اتفاق بیفتد؟ در اینجا چند مطلب قابل ذکر است که به تفصیل ذکر می‌شود:

در بسیاری از موارد، صرف توجه امام به مأمومان و اطلاع از احوال و شرایط آن‌ها که به نوعی رعایت سنت اهل بیت علیهم‌السلام به‌ویژه پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم در پیش‌نمازی مسجد النبی تلقی می‌شود؛ بسیاری از فرصت‌های رفع نیاز را خلق می‌کند. از طرفی تبدیل کردن این امر به یک مأموریت سازمانی، معمولاً حواشی دیگری را برای اهل مسجد رقم می‌زند و روابط تعریف شده بین نمازگزاران، امکان ایجاد کدورت‌ها و ناراحتی‌ها را ایجاد می‌کند؛ پس این وظایف همواره باید به منزله وظایف همگانی دیده شود. البته واضح است که بنا به ذوق، مهارت و توانی که نمازگزاران دارند ممکن است هرکدام به انجام برخی از این وظایف، اهتمام بیشتری داشته باشند که در مقیاس زندگی اجتماعی و در مقیاس تعارف و شناخت، این نیز یک امر مطلوب است.

اما سازمانی کردن این تکالیف، حتی اگر هیچ‌گونه کدورت و ناراحتی ایجاد نکند، برای بقیه در عمل رفع تکلیف و سلب مسئولیت می‌کند و ظرفیت‌های اجرای هرکدام از این تکالیف در میان نمازگزاران را محدود می‌کند. همچنین تبیین شد که ایجاد تشکیلات و نهادها با کارکردهای خاص در دل مسجد می‌تواند معضلاتی را پدید آورد؛ اما اینکه این نهادها در محیط محله و با استفاده از ظرفیت تعاملات اجتماعی مساجد ایجاد شوند، می‌تواند کمک‌کننده باشد.



در ادامه اشاره خواهد شد که حضور مباشر و مستقیم نمازگزاران به صورت گسترده (و نه تخصصی) در بسیاری از خدمات اجتماعی مسجد از کار خیریه گرفته تا قرض الحسنه، لازمه رشد مؤمنان است. تخصصی شدن این امور در اینجا علاوه بر آفت ایجاد مشغله و دغدغه ذهنی، امکان رشد در تعامل مستقیم با فضای رفع نیاز برادر مؤمن را از افراد می‌گیرد. به همین منظور در اینجا نوع خاص و مشخصی از مدیریت و اهتمام امام و بازوهای امام وجود دارد تا اطلاع از وضعیت نیازها و توانایی‌های مؤمنان صورت گیرد.

اما در تمامی این موارد لازم است از تشکیل سازمان مستقل و تشکیلات مجزا خودداری شود؛ زیرا همان‌طور که ذکر شد، تبعات و تشکیلات مستقل، نه تنها مانع رشد واقعی افراد و خیرین می‌باشد؛ بلکه آفت‌های دیگری نیز دارد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره خواهد شد. از اصلی‌ترین عواملی که به منزله تبعات وجود سازمان مستقل اتفاق می‌افتد، پولی شدن روابط است؛ بر این اساس در ساماندهی سازمانی، عموم نمازگزاران با خود این‌گونه می‌اندیشند: اکنون که قرار نیست خودم هیچ شناسایی از نیازمندان داشته باشم پس طبیعتاً با مسئله‌ای به نام خرید بخاری و رساندن آن به نیازمند نیز مواجه نخواهم بود و در این نگاه تنها کاری که می‌ماند پرداخت پول لازم برای تهیه بخاری است؛ یعنی عالی‌ترین حد رشد انسانی که عبارت است از: اطلاع و پیگیری از وضعیت همسایگان و نیازمندان تبدیل می‌شود به یک رابطه پولی که در آن کسی پول می‌دهد و دیگری در نقش یک فرد اجیر شده (مسئول خیریه) این پول را به یک خدمت تبدیل می‌کند.

هرچند لازم است ذکر شود طبیعتاً هر کار خیری به واسطه نیاز دارد؛

اما واسطه برای تسهیل کار خیر است و نه برعهده گرفتن بار دیگران در انجام وظایف شرعی خود. این مسئله در قبال سایر مسائل و خدمات اجتماعی که مسجد بستر آن‌ها تلقی می‌شود نیز قابل طرح و تعمیم است.

انواع خدمات اجتماعی مسجد

خدمات اجتماعی مسجد، دامنه گسترده و متنوعی از نیازهای اجتماعی را شامل می‌شود که هرکدام از آن‌ها می‌تواند باری را از دوش جامعه بردارد. خدمات اجتماعی به منزله تبلور کارکرد توزیعی مسجد، در طول تاریخ به شدت مورد توجه قرار داشته است. بررسی بسیاری از روایات و وقایع تاریخی نشان می‌دهد پیامبر مکرم اسلام و ائمه معصومین علیهم‌السلام ضمن تلاش برای تعمیق کارکردهای اجتماعی، تربیتی و فرهنگی مسجد، مانع از خروج مسجد از کارکرد حقیقی آن شده‌اند. در میان اموری که به منزله امور چالشی برای ماهیت مسجد تلقی می‌شوند و امکان خروج مسجد از کارکرد حقیقی خود را محتمل می‌سازد، کارکرد اقتصادی و خدماتی آن است.

به همین دلیل در بسیاری از کتاب‌های درباره مسجد، به‌راحتی به کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و حتی نظامی مسجد اشاره شده است؛ اما از اشاره مستقیم به کارکرد اقتصادی مسجد خودداری شده است. اولین دلیلی که برای این امر به ذهن متبادر می‌شود، گستره کم امور اقتصادی در زندگی مسلمانان و نیز ساده بودن مسائل اقتصادی مسجد در عصر نبوی است؛ اما به نظر می‌رسد، دلیل دیگر، ماهیت امور اقتصادی است؛ امور اقتصادی که تبلور حیات مادی بشر است از حیث ظاهر، بیشترین تقابل را با ماهیت حقیقی مسجد دارد که عبودیت و سجده است؛



از این رو پژوهشگران مختلف با ملاحظه روایاتی که دال بر نفی فعالیت اقتصادی در مسجد می باشد، از طرح کارکرد اقتصادی برای مسجد امتناع ورزیده اند. بر همین اساس در پژوهش حاضر، این نکته نیز مورد توجه قرار گرفته است و این دو ساحت (فرصت رفع نیاز و رفع نیاز) از یکدیگر تفکیک شده اند.

مرکز خیریه (مرکز نیکوکاری)

از اصلی ترین فعالیت های مسجد در نظام اسلامی، مسائلی است که در شرایط حاضر تحت عنوان مسائل خیریه ذکر می شود. مسائل خیریه عموماً جزء اولین کارکردهای مسجد در حوزه خدمات اجتماعی، شمرده میشوند.

همچنان که در عصر نبوی نیز ماجرای اصحاب صفه، جزء اولین وقایع اجتماعی مسجد النبی ذکر می شود. هرچند بعدها با زیاد شدن تعداد اصحاب صفه، خارج از مسجد جایگاه مسقفی برای آن ها دیده شد و در آنجا مستقر شدند؛ اما وقایع مربوط به اصحاب صفه پیوند محکمی با ماهیت مسجد النبی دارد و توجه دقیق به ابعاد و زوایای تعامل پیامبر اکرم ﷺ و مؤمنان با اهالی صفه ابعاد شگفت آوری از مکانیسم تربیتی اسلام در دل اقتصادی ترین وقایع را نشان می دهد.

پیامدهای ماجرای صفه از اولین فرد از اصحاب صفه آغاز می شود. بر اساس متون تاریخی در زمان پیامبر ﷺ جوانی از اهل یمامه به نام «جویر» مسلمان شد که بعد از اسلام آوردنش خانه ای برای سکونت نداشت و از طرفی، تهیه منزل برای او نیز مقدور نبود؛ بنابراین پیامبر ﷺ به او اجازه

داد تا شب‌ها در مسجد بخوابد.^۱

روزی پیامبر ﷺ از جویبر که سیاه‌پوست، کوتاه‌قد و زشت‌رو بود، پرسیدند: چرا ازدواج نمی‌کنی؟ جویبر که از این حرف پیامبر ﷺ سخت شگفت‌زده شده بود، گفت: یا رسول الله! چه کسی حاضر است دخترش را به من بدهد؟ من که نه مال دارم نه جمال، نه حسب دارم نه نسب، چه کسی دخترش را به من می‌دهد. کدام دختر، همسر سیاه‌پوست بدشکل و فقیری مثل من می‌شود؟ پیامبر ﷺ به او فرمودند: ای جویبر! امروز همه مسلمانان با هم برابر و برادرند. آن‌گاه رسول خدا ﷺ به وی پیشنهاد کرد که دختر زیاد بن لبید را که از ثروتمندان مدینه بود، از وی خواستگاری کند!

جویبر پس از اصرار پیامبر ﷺ نزد زیاد رفت. او با زحمت و شرمساری فراوان، خواسته خود را به زیاد بن لبید مطرح کرد. زیاد بسیار تعجب کرد و گفت: واقعاً پیامبر ﷺ به تو چنین حرفی زده است؟ گفت: بله. زیاد گفت: ولی ما بنا بر رسم عرف خود، دخترانمان را به هم‌ردیفان خود و هم‌شأنان خود می‌دهیم! جویبر که انتظار شنیدن این سخن را داشت، بلافاصله از جای برخاست و از خانه خارج شد.

زلفا دختر زیاد که این سخنان را شنید، نزد پدر آمد و گفت: پدر جان، نکند جویبر راست بگوید و واقعاً پیامبر ﷺ وی را فرستاده باشد؟ در این لحظه زیاد گفت: دخترم! به نظر تو من باید چه کنم؟ دختر زیاد گفت: ای پدر! جویبر را به خانه بیاور و از وی پذیرایی کن و فردا این سخنان را با پیامبر ﷺ در میان بگذار. زیاد فردا نزد پیامبر ﷺ رفت و عرضه داشت: یا رسول الله! جویبر دیروز نزد من آمد و گفت: پیامبر ﷺ فرموده است که

۱. تفسیر نمونه، ج ۲۰، ص ۴۴۷.



دختر زیاد را برای خود خواستگاری کن، ولی ما دخترانمان را به هم‌شأنان خود می‌دهیم! آن‌گاه پیامبر ﷺ فرمودند: ای زیاد! جویبر مؤمن است. این شأنیت‌هایی که گمان می‌کنید، امروز از میان رفته است و مردان مؤمن هم‌شأن زنان مؤمنه‌اند. سپس آیات شریفه را تلاوت کردند:

﴿الْخَبِيثَاتُ لِلْخَبِيثِينَ وَالْخَبِيثُونَ لِلْخَبِيثَاتِ وَالطَّيَّاتُ لِلطَّيَّابِينَ وَالطَّيَّابَاتُ لِلطَّيَّابِينَ﴾؛ زنان بدکار و ناپاک، شایسته مردانی بدین وصف‌اند و مردان زشت‌کار و ناپاک، شایسته زنانی بدین وصف‌اند و برعکس زنان پاکیزه نیکو لایق مردانی چنین و مردان پاکیزه نیکو لایق زنانی چنین‌اند.^۱

زیاد پس از شنیدن این سخنان، به خانه بازگشت و موضوع را برای دخترش نقل کرد. دختر گفت: ای پدر! به نظر من پیشنهاد رسول خدا ﷺ را رد نکنید. مطلب مربوط به من است و جویبر هرچه هست من باید راضی باشم. زیاد، زلفا را به عقد جویبر در آورد و از سرمایه خود برای آن‌ها منزل و لوازم زندگی تهیه کرد. جویبر و زلفا با هم عروسی کردند و نهایتاً در یکی از جنگهای صدر اسلام به مقام شهادت نائل شد.^۲

این اقدام پیامبر در عرصه ازدواج که کاملاً نافی اصل برتری طبقاتی بود، راه را برای توسعه خیرات و ارزش‌ها باز می‌کرد. در چنین نگاهی مسئله ازدواج برای نمونه‌های از کلیدی‌ترین تصمیم‌های طبقاتی که در جامعه آن روز مورد توجه قرار می‌گرفت، مورد هجمه نبی مکرم قرار گرفت و راه را برای همنشینی مستضعفان و محرومان با متمکنان باز کرد. پیام دیگر، فرهنگ مواجهه با مسئله فقر است. در میان اهل صفه، افراد به دو گونه بودند، برخی از فقری که در آن بودند احساس ناراضایتی می‌کردند و گروه دیگر لب به ناسپاسی نگشودند. در منابع تاریخ آمده

۱. سوره نور، آیه ۲۶.

۲. برگرفته از: مطهری، داستان راستان.

است که در مواقع بسیاری پیامبر در مواقعی که امکانات محدودی به دستشان می‌رسید، آن را در میان دیگرانی که از وضعیت خود در صفه ناراضی بودند، توزیع می‌کرد و در برابر رضایت گروه اول، به آن‌ها وعده همنشینی با خودش در آخرت را می‌دادند.^۱

در روایت آمده است: از امام صادق علیه السلام شنیدم که می‌فرمود: چیزی (مال، طعام، لباس...) برای پیامبر صلی الله علیه و آله آورده شد، حضرتش آن‌ها را تقسیم کرد و به همه اهل صفه نرسید؛ بلکه به برخی از آن‌ها عنایت فرمود؛ پس نگران شد که دیگران به دل بگیرند و ناراحت شوند؛ از این رو به صفه رفت و به آنان فرمود: ای اهل صفه! از خدا و شما عذر می‌خواهم، چیزی برای ما آوردند که باید تقسیم می‌شد؛ ولی به همه شما نمی‌رسید؛ از این رو به برخی از شما از آن دادم؛ زیرا از جزع، فزع و ناشکیبایی آن‌ها بیمناک بودیم.^۲

چراغ راهگشای دیگر در مسئله اصحاب صفه، تربیت نیرو و کادر حکومت اسلامی از میان مستضعفان است. نگاهی به برخی اصحاب صفه نشان‌دهنده قدرت عظیم تربیتی است که اسلام از میان مستضعفان، آن را آشکار می‌سازد. اصحاب صفه عموماً مهاجران غیر قریشی هستند که خانه و کاشانه خود را رها کرده و خود را به مدینه النبی رسانده‌اند. در میان نام صحابه بزرگ اسامی برخی اصحاب صفه وجود دارد که به مرور از صفه خارج شدند: «ابوذر غفاری»، «سلمان فارسی»، «بلال بن رباح»،

۱. کنز العمال، ج ۶، ص ۴۶۷؛ تاریخ بغداد، ج ۱۳، ص ۲۷۶.
 ۲. الکافی، ج ۳، ص ۵۵۰؛ قال الصادق علیه السلام: «أَتَى النَّبِيَّ صلی الله علیه و آله بِشَيْءٍ فَقَسَمَهُ فَلَمْ يَسْخُ أَهْلُ الصَّفَةِ جَمِيعاً فَخَصَّ بِهِ أَنَا مِنْهُمْ فَخَافَ رَسُولُ اللَّهِ صلی الله علیه و آله أَنْ يَكُونَ قَدْ دَخَلَ قُلُوبَ الْأَخْرَبِينَ شَيْءٌ فَخَرَجَ إِلَيْهِمْ فَقَالَ مَعَذَرَةٌ إِلَى اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ وَ إِلَيْكُمْ يَا أَهْلَ الصَّفَةِ إِنَّا أَوْثِنَا بِشَيْءٍ فَأَرَدْنَا أَنْ نَقْسِمَهُ بَيْنَكُمْ فَلَمْ يَسْغَحْكُمْ فَخَصَّصْتُ بِهِ أَنَا مِنْكُمْ حَشِينًا جَزَعَهُمْ وَ هَلَعَهُمْ».



«عمار»، «مقداد»، «سعد بن ابی وقاص»، «خباب بن ارت»، «حنظله بن ابی عامر»، «ابوعبیده عامر بن عبدالله بن الجراح»، «کعب بن مالک انصاری»، «عبدالله بن مسعود» و برخی دیگر از اصحاب بودند.^۱

این مسئله در واقعیت امروز ما نیز وجود دارد؛ چنان که امام راحل عظیم الشان علیه السلام نیز به همین امر اشاره کرده بودند که شرط لازم برای ایستادگی بر آرمان‌های انقلاب اسلامی، چشیدن طعم فقر و محرومیت است؛ از این رو فرصت انجام کارهای خیریه یکی از اساسی‌ترین فرصت‌های برای تربیت کادر وفادار و پایبند به اصول انقلاب است. امام علیه السلام می‌فرماید: «بحث مبارزه و رفاه و سرمایه، بحث قیام و راحت‌طلبی، بحث دنیاخواهی و آخرت‌جویی، دو مقوله‌ای است که هرگز با هم جمع نمی‌شوند و تنها آن‌هایی تا آخر خط با ما هستند که درد فقر و محرومیت و استضعاف را چشیده باشند. فقرا و متدینین بی‌بضاعت گردانندگان و برپادارندگان واقعی انقلاب‌ها هستند.»^۲

تمامی مواردی که در بالا به منزله پیام‌های تعامل جامعه مؤمنانه مدینه النبی با اصحاب صفه ذکر شده است، امروزه نیز اهمیت کلیدی و حیاتی دارند. یکی از این مسائل که در زمان اصحاب صفه و بعدها در طول تاریخ مسلمانان به صورت عادی و رایج انجام می‌شده و امروزه از آن غفلت شده است اهمیت حضور مباشر در فعالیت‌های خیریه است.

آفتی که امروزه در فعالیت‌های خیریه وجود دارد و ریشه در زندگی و نظام‌های اقتصادی و اجتماعی مدرن دارد، مسئله تبدیل شدن فعالیت خیریه به یک امر تخصصی با متولیان مشخص است. این امر می‌تواند برگرفته از مبحث تقسیم کار یا گسترده شدن نگاه پولی باشد که پیش از

۱. حلیه الاولیاء و طبقات الأصفاء، ج ۱، ص ۳۵۰.

۲. پیام به ملت ایران در سالگرد کشتار خونین مکه (قبول قطع‌نامه ۵۹۸).

این ذکر شد. به همین دلیل در ادامه بیشتر به این مسئله خواهیم پرداخت. هدف غایی فعالیت‌های خیریه که در آن‌ها مؤمنان به رفع نیاز دیگران می‌پردازند، رشد مؤمنان است و عموماً سازمان‌های تشکیل شده درون مسجد مانند کانون خیریه، دفتر قرض الحسنه یا موارد دیگر، به دلیل آنکه واسطه میان دو طرف نیاز قرار می‌گیرند، مانع رشد فردی می‌شوند.

نمازگزاری که قصد انجام کار خیر دارد، مبلغی را که برای این کار کنار گذاشته است، به کانون خیریه مسجد تحویل می‌دهد و مسئول کانون خیریه بر اساس شناسایی که انجام داده است، با آن مبلغ یک بخاری دسته دوم خریداری می‌کند و آن را به دست همسایه همان خیر مسجدی می‌رساند. هر دو از انجام عمل خیر خود راضی‌اند و مشمول عنایت پروردگار و از همه مهم‌تر اینکه نیاز مسلمانی رفع شده است؛ اما اتفاقی که در بلندمدت می‌افتد، این است که به مرور زمان، خیر محل، خود را در قبال کسب اطلاع از همسایگان و اهالی محل مسئول نمی‌داند، او بر این اساس با نیازمندان محل، ارتباط نخواهد گرفت، با آنان نشست و برخاست نخواهد کرد و دغدغه آن‌ها به جزئی از مسائل روزمره زندگی او تبدیل نخواهد شد، وی از کودکان مدرسه‌ای این خانواده، اجاره عقب افتاده آن‌ها و نیازهای درمانی‌شان بی‌خبر خواهد بود و شب را به خیال اینکه کمک‌هایشان را به خیریه مسجد کرده و دین خود را به اسلام و مسلمین، ادا کرده است، آسوده سر بر بالین خواهد گذاشت.

در این رویکرد نه تنها به محرومان محل ظلم شده و امکاناتی که ممکن بود به واسطه مشارکت بی‌واسطه خیر بدیشان برسد، از آن‌ها دریغ شده است؛ بلکه به خیر نیز ظلم شده است. رشد معنوی که در صورت مباشرت در کار خیر وجود دارد، کجا و انداختن پول در کیسه به



منظور انجام کار خیر کجا؟

عمده بهانه در توسعه این نوع فعالیت‌های غیر مستقیم، مشغله افراد، عدم تخصص و تلاش برای حفظ آبروی مؤمن است، در مقابل مراجعه افراد مختلف است؛ اما تمامی موارد ذکر شده دارای توضیحاتی هستند که نباید به‌سادگی از کنار آن‌ها عبور کنیم. دغدغه و مشغولیت، همیشه و همه‌جا وجود دارد؛ اما آیا مشغله کاری باعث می‌شود ما وعده‌های غذایی خود را حذف کنیم و از طریق تزریق سرم به ارتزاق پردازیم؟

همان‌طور که خوردن غذا برای رشد بدن لازم و ضروری است، مواسات و همنشینی با مسکین نیز برای رشد روحی فرد، لازم و ضروری است. او به واسطه احساس مسئولیت و تکلیفی که در قبال افراد نیازمند بر دوش می‌گیرد، در این مسیر رشد می‌کند و این جنس از رشد را از هیچ مسیر دیگری نمی‌تواند به دست آورد.

دیگر اینکه این کار آن‌قدر به تخصص نیاز ندارد و اگر انجام کارهای خیریه امروزه به امر تخصصی تبدیل شده، آفتی است که ممکن است ریشه در تقسیم کار اسمیتی دارد که پیش از این ذکر شده است و به‌راحتی میتوان از آن عبور کرد.

مسئله دیگر هم عدم ارتباط چند خانواده با یک خانواده محروم است که ملاحظه صحیحی است؛ اما مگر فعالان خیریه‌ها همیشه ثابت‌اند و تغییر و تبدل در آن‌ها وجود ندارد؟

دیگر اینکه نگارندگان هم بر این باورند که به سبب حفظ آبروی خانواده‌ها وقتی یک خیر به خانواده محرومی وصل می‌شود، لازم است تا حد توان، معیشت و مسائل آن خانواده را پیگیری کند تا نیاز به ورود فرد دیگری نباشد و اگر کاری از دست او بر نمی‌آید، خود متولی شود تا

با کمک دیگران آن مسئله را حل کند.

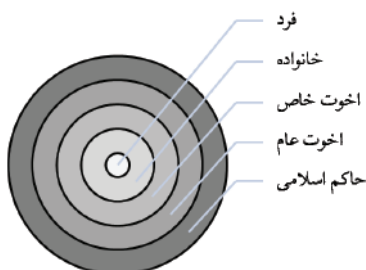
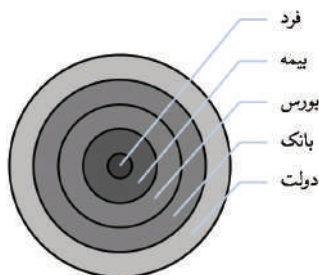
نظام خدمات اجتماعی در اسلام

فردگرایی حاکم بر دنیای مدرن، دیدگاه دیگری را در قبال مسئله خدمت اجتماعی ایجاد کرده است. در این نگاه، اصالت فرد در مقابل اصالت جامعه مطرح می‌شود و کاهش ارتباطات میان افراد، زندگی فردی را با خدشه مواجه نخواهد کرد. این تفکر در عرصه‌های مختلف جاری می‌شود و ساختارهای مخصوص انسان بریده از خانواده و جامعه را ایجاد می‌کند. ماهیت اصالت فرد در بسیاری از ساختارهای جامعه مدرن دیده می‌شود و این امر نظام خدمات اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ساختارهایی مانند بیمه بر همین مبنا فعالیت می‌کنند. مسئله آمادگی در مقابل بروز حادثه غیر قابل پیش‌بینی مانند بیماری از این موارد است. در دنیای مدرن این‌گونه است که وقتی فرد بیمار می‌شود و هزینه قابل‌توجهی به او تحمیل می‌شود، اگر این فرد خود را در گذشته بیمه کرده باشد، می‌تواند امروز با خیال راحت و بدون دغدغه مالی به مداوا بپردازد یا در ایام از کار افتادگی یا بازنشستگی که نمیتواند درآمد کسب کند، در صورت وجود بیمه میتواند با خیال راحت به بازنشستگی بپردازد. البته این حلقه‌های محافظتی در ابعاد دیگر نیز قابل تعریف است و بورس، بانک و نهایتاً دولت، به منزله سایر حلقه‌ها ذکر میشوند. افراد در بورس می‌توانند سرمایه‌های خرد و کلان خود را وارد و از آن کسب سود کنند. وجود چنین سرمایه‌گذاری‌هایی برای فرد باعث می‌شود که در صورت بروز نیاز پیش‌بینی نشده مالی بتواند خود را نجات دهد. لایه بعدی بانک است که هر فرد در آن سپرده‌گذاری می‌کند و علاوه بر دریافت سود ثابت، می‌تواند سپرده‌اش را به منزله پشتوانه خود در نظر بگیرد.



در نهایت نیز دولت به منزله محافظ نهایی قرار دارد و علاوه بر حفظ ساختارهای بیمه، بورس و بانک، وظایف حمایتی مانند کمک به محرومان، بیماران و ... را انجام می‌دهد.

اما این نیازها تا پیش از این چطور رفع می‌شد؟ اولین کمربند محافظتی در اسلام «خانواده» است. خانواده، اولین حمایت‌کننده فرد در جامعه است. لایه بعدی نظام اخوت خاص است؛ یعنی مسلمانان در مقابل فردی که با او آشنایی دارند، مسئولیت دارند؛ مانند فامیل و همسایه. لایه بعدی، نظام اخوت عام است؛ یعنی بر هر مسلمانی واجب است به مسلمان دیگری که در جامعه او زندگی می‌کند، کمک کند؛ حتی اگر وی را نمی‌شناسد. قرآن نیز در آیه ۲۴ و ۲۵ سوره معارج در این باره می‌فرماید: «فی اموالهم حق معلوم للسائل و المحروم». آخرین کمربند محافظتی نیز حاکم اسلامی است. وی با استفاده از اموالی که در اختیار دارد، به برطرف‌سازی نیاز محرومان جامعه می‌پردازد.



اولین مزیت ساختار محافظتی اسلامی، حفاظت در همه ابعاد است و ساختار محافظتی لیبرال تنها قسمت مالی آن را دیده است. ممکن است فرد در حادثه‌ای، پدرش را از دست بدهد و مشکل مالی نداشته باشد و مشکل جدی او مشکل عاطفی است. در این صورت ساختار لیبرالی نمی‌تواند به این فرد هیچ‌گونه کمکی ارائه دهد؛ مگر آنکه در بازار، او را به سوی بازار روان‌شناسی و بازار روان‌پزشکی هدایت کند.

مزیت دوم ساختار اسلامی، حفاظت بی قید و شرط است؛ اما در ساختار لیبرالی فرد باید حق بیمه خود را پیش از این پرداخت کرده باشد تا بیمه او را یاری رساند یا اگر از بانک وام می‌گیرد، باید به سرعت به پرداخت اقساط آن اقدام کند. ساختار نظام لیبرالی و بازاری بر اساس منفعت شکل می‌گیرد و هیچ دلیلی وجود ندارد که فردی به فرد دیگر کمک کند؛ در حالی که برایش منفعتی حاصل نمی‌شود. در ساختار اسلامی به خاطر وجود ولایت و دوستی بین مردم، افراد به یکدیگر کمک می‌کنند و به خاطر وجود ولایت و سرپرستی نیز حاکم اسلامی به نیازمندان کمک می‌کند.

مزیت سوم ساختار اسلامی، همگانی بودن آن است. در ساختار اسلامی هر فرد می‌تواند شرکت داشته باشد و از کمک‌ها و حمایت‌های دیگران استفاده کند. ساختار لیبرال به گونه‌ای است که تنها افرادی که توانایی رفع نیاز دیگران را دارند، در ساختار باقی می‌مانند و افرادی که توانایی کمتری دارند ضعیف و محکوم به شکست تلقی می‌شوند؛ به همین دلیل پس از مدتی نابود می‌شوند.

مزیت چهارم، پایداری و مانایی ساختار اسلامی است. زمانی که روابط بر مبنای اخوت و محبت شکل می‌گیرد، روابط اجتماعی پایدار



خواهد ماند؛ اما در ساختار منفعت‌طلبی به دلیل اینکه بسیاری از اوقات همراه جمع بودن، منفعت فردی را کاهش می‌دهد، روابط بسیار شکننده خواهد بود.

مزیت پنجم هویت‌بخشی به افراد در ساختار اسلامی است. در ساختار بازاری آنچه مهم است، دارایی فرد است و دارایی اوست که دیده می‌شود و حرف می‌زند؛ اما در ساختار اسلامی فرد به شخصیتش شناخته می‌شود؛ به همین جهت هنگام حضور در جامعه احساس هویت می‌کند.

سایر

ساحت توزیع ثروت در مسجد تراز به تسهیل نظام اخوت و مساوات منجر می‌شود. در غیر این صورت توزیع ثروت یا متأثر از رانت طبقه حاکم یا برگرفته از مزیت اقتصادی مساجد خواهد بود. در مسجد تراز، ارکان مسجد به صورت بازوهای نهاد امامت در یک افق تمدنی، اما در سطح محله عمل می‌کنند و در نبرد اقتصادی با سرمایه‌داری، موجبات تفوق اقتصادی نهاد امامت-امت را فراهم می‌آورند. از حیث مصرف ثروت نیز مسجد تراز با خلاقیت و آگاهی از تحولات زمان، به صرف اموال در جهت توسعه عبودیت می‌پردازد؛ اما مسجد غیر الهی یا به ترویج مصرف‌گرایی و کمک به رشد اقتصاد با مصرف بیشتر و متنوع‌تر و مسجد تزیین‌شده‌تر و رقابت با سایر مساجد مشغول خواهد شد یا با تشویق مردم به زهد فردی و قناعت و تلاش در جهت حفظ نظم موجود (تضاد طبقاتی موجود به نفع سلطه حاکم) خواهد پرداخت.

«مساجد باید مدرّس تفسیر و حدیث و منبر معارف اجتماعی و سیاسی و کانون موعظه و پرورش اخلاق باشد. زمزمه محبت متولیان و مدیران و امنای مساجد، باید دل‌های پاک جوانان را مجذوب و مشتاق کند. حضور

جوانان و روحیه‌های بسیجی باید محیط مسجد را زنده، پرنشاط، آینده‌پو و لبریز از امید سازد. میان مسجد و مراکز آموزشی در هر محل، همکاری و پیوند تعریف شده و شایسته‌ای برقرار گردد.

چه نیکوست که دانش‌آموزان برجسته و ممتاز در هر محل، در مسجد و در برابر چشم مردم و از سوی امام جماعت، تشویق شوند. مسجد باید رابطه خود را با جوانانی که ازدواج می‌کنند، با کسانی که به موفقیت‌های علمی، اجتماعی، هنری و ورزشی دست می‌یابند، با صاحب همتانی که کمک به دیگران را وجهه همت می‌سازند، با غمدیدگانی که غمگساری می‌جویند و حتی با نوزادانی که متولد می‌شوند، برقرار و مستحکم کند.^۱ در هر جا سامان زندگی است، مسجد، مرکز و کانون اصلی است. در بنای شهر و روستا، در مدرسه و دانشگاه، در مراکز جمعیتی از بازارهای کسب‌وکار تا فرودگاه‌ها و جاده‌ها و پایانه‌های سفری و تا آسایشگاه‌ها و بیمارستان‌ها و بوستان‌ها و گردشگاه‌ها، در همه و همه باید مسجد را همچون قطب و محور بنا نهاد.^۲

با توجه به مورد اخیر، مسجد می‌تواند در ساخت تمدن اسلامی، نقش فعالی داشته باشد؛ حتی معماری، شهرسازی، نظام روابط اجتماعی، نظام حکمرانی اقتصادی و اداره و قضا در اجتماعی که در آن مسجد وجود دارد و اجتماعی که بدون مسجد اداره می‌شود، متفاوت است. در مجالی دیگر جای آن وجود دارد که به تفصیل با نقش مسجد در حاکمیت و حکمرانی اقتصادی پرداخته شود.

۱. مقام معظم رهبری ۱۳۸۹/۷/۲۰.

۲. مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۷/۱۹.



جمع‌بندی

آنچه در این کتاب به آن پرداختیم، ترسیمی مبنایی از ماهیت اقتصاد مسجد بود. مسجد به منزله یک نهاد مقدس دینی، می‌تواند در یک ساخت تمدنی متناسب، محور اجتماع شود و در ساحتی دیگر حتی در حواشی تدبیرهای تمدنی نیز جایی نداشته باشد. در منظرگاه تحلیلی نیز چنین است.

با منطری تحلیلی، می‌توان مسجد را مبنای طرح‌ریزی اجتماعی و اقتصادی قرارداد و عناصر اجتماع را با تطبیق بر اصول عبادی نظام مسجد طراحی کرد و نیز می‌توان این بنای مقدس را ذیل تحلیل‌های متعارف از اجتماعات مدرن پنداشت و عناصر آن را نرم نرم به عناصری قابل هضم در جهاز هاضمه نظامات اقتصادی و اجتماعی غیرالهی بدل کرد.

چنین است که در این کتاب با طرح سه‌گانه استیلا، بازار، ولایت، ساخت اقتصادی مسجد را تحلیل و جایگاه این نهاد مقدس را در هریک از منظرگاه‌های فوق بررسی کرده‌ایم.

فصل اول کتاب با عنوان مبنای جامعه‌شناختی در اقتصاد مسجد به این مسئله اختصاص دارد. مسجد در نظام استیلا، سازه‌ای سلسله‌مراتبی، دولتی و دستوری خواهد بود. سازه‌ای که تأمین مالی آن از دولت است و امور آن را افرادی اداره می‌کنند که دولتی‌ترند و شئون مسجد در نسبت با دولت و حاکمیت طراحی می‌شود. مردم در نظام استیلا طفیلی ساختار حاکم‌اند و حضورشان در تأمین مالی مسجد یا در توزیع خدمات یا تولید ثروت، تکلیفی اجتماعی است که هیچ حقی را برای آن‌ها ایجاد نمی‌کند. اما در بازار همه شئون مسجد قابل مبادله می‌شوند. از امامت جماعت تا مدیریت تا خدمت‌رسانی، همگی تابع نرخی هستند که در



بازار تعیین می‌شود. هزینه و فایده است که ایجاب می‌کند، بخشی از مسجد، مسجد بماند یا به فروشگاه، کلاس درس، موسسه آموزش رانندگی و... تبدیل شود، نه نیاز نمازگزاران و نه فرهنگ مؤمنان.

البته ماجرا در نظام ولایت، کاملاً متفاوت است. سنت‌های اسلامی هبه، نذر، وقف و... هستند که مسجد را تأمین می‌کنند. خدمت به مسجد، یک فعالیت بازاری یا دولتی نیست؛ بلکه افتخار و تکلیفی الهی و بر دوش عموم مؤمنان است. در این ساختار نیاز مسجد از طریق مؤمنانی تأمین می‌شود که عزت خود را از مسجد و از نظام تعبد اکتساب کرده‌اند و خدمت، عین عبادت است و همه این خدمات ذیل دستگاه ولایت و تولی صورت می‌گیرد.

در فصل دوم کمی به اقتصادهای رایج رجوع کرده و بررسی کرده‌ایم که اگر این اقتصادها درصدد بررسی مسجد برآیند، آن را چگونه تحلیل می‌کنند. بررسی کرده‌ایم که آیا می‌توان مسجد را یک کالای عمومی دانست؟ آیا مسجد یک سرمایه در معنای مرسوم است و آیا مسجد را می‌توان آن‌گونه که یک نظام تولیدی مرسوم رشد می‌کند و بهره‌وری آن ارتقا پیدا می‌کند اداره کرد؟ پر واضح است که این گفتمان مرسوم قدرت هضم و تحلیل سازه عبادی مسجد را ندارد. در این فصل می‌توانید مسائلی را در این زمینه مطالعه کنید.

فصول سوم، چهارم و پنجم این کتاب به نظام درآمدی، نظام مخارج و نظام توزیع درآمد و ثروت مسجد اختصاص دارد. در این فصول هم نقد کرده‌ایم شیوه‌های گرته‌برداری شده از نگاه غیرالهی را و هم تلاش کرده‌ایم دستورالعمل‌هایی را برای اداره این سه رکن اساسی مسجد معرفی کنیم. امید داریم که با خواندن این سه فصل، مخاطب ما بتواند



چشم‌اندازی نسبتاً شفاف از آنچه در معماری اقتصادی مسجد به آن نیاز است را دریابد و اندازهای لازم را برای حرکت‌های مخاطره‌آمیزی - که در اقتصاد مسجد در حال وقوع است - دریافت کند.

و به امید آنکه این تلاش ما، عبادتی در درگاه حضرت حق و مورد قبول پیشگاه حضرت ولی عصر عجل الله تعالی فرجه الشریف باشد.





منابع

۱. فخر المحققین، محمد بن حسن، ایضاح الفوائد فی شرح المشكلات القواعد، قم: مؤسسه اسماعیلیان، ۱۳۷۸ ق.
۲. شهید ثانی، زین الدین بن علی، مسالك الافهام الى تنقيح شرايع الاسلام، قم: مؤسسه المعارف الاسلاميه، چاپ اول، ۱۴۱۳ ق.
۳. انصاری، مرتضی بن محمد امین، المكاسب المحرمة و البيع الخيارات، قم: کنگره بزرگداشت شیخ اعظم انصاری، اول، ۱۴۱۵ ق.
۴. خمینی، روح الله، المكاسب المحرمة، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام، چاپ اول، ۱۴۱۵ ق.
۵. خمینی، روح الله، تحرير الوسيلة، قم: مؤسسه دارالعلم، چاپ اول، بی تا.
۶. شیخی، محمدرضا؛ جهانگیری، محسن؛ سلطانی، عباسعلی، بررسی اسناد قرآنی و روایی قاعده حرمت اخذ اجرت بر واجبات، مطالعات اسلامی: فقه و اصول، سال چهل و ششم، شماره پیاپی ۹۸، پاییز ۱۳۹۳ ش، ص ۱۲۳-۱۴۲.
۷. شیخی، مجیدرضا، بررسی اسناد قرآنی و روایی قاعده حرمت اخذ اجرت بر واجبات، ۱۳۹۳ ش.
۸. هاشمی رفسنجانی، میقات حج، دوره ۸، ش ۳۰، ۱۳۷۸ ش، ص ۵۲ - ۷۴.



۹. خامنه‌ای، سید علی، بیانات، پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری، Khamenei.ir، ۱۳۸۵ ش.
۱۰. نوبهار، رحیم، سیمای مسجد، ناشر نویسنده، ۱۳۷۳ ش.
۱۱. عبدالملکی، حجت الله، اقتصاد مقاومتی درآمدی بر مبانی سیاست‌ها و برنامه عمل، نشر بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۴ ش.
۱۲. سندل، مایکل، آنچه با پول نمی‌توان خرید، ترجمه حسن افشار، نشر مرکز، ۱۳۹۳ ش.
۱۳. دورانت، ویل، تاریخ تمدن، ترجمه فریدون بدره‌ای، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، چاپ دوم، ۱۳۶۸ ش.
۱۴. جو ویور، مری، درآمدی به مسیحیت، ترجمه حسن قنبری، مرکز مطالعات و تحقیقات ادیان و مذاهب، ۱۳۸۱ ش.
۱۵. طباطبایی، سید محمد علی، آموزش‌نامه، پژوهشکده باقرالعلوم، ۱۳۹۳ ش.
۱۶. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، مؤسسه علمی فرهنگی دارالحدیث، سازمان چاپ و نشر، ۱۳۸۷ ش.
۱۷. کاریگن، پیتر، بت‌وارگی کالاهای، ترجمه سید محمد جواد سیدی، پایگاه تحلیلی انگاره، ۱۳۹۹ ش (<https://engare.net>).
۱۸. محدث نوری، مستدرک الوسائل، بیروت: مؤسسه آل البيت لإحياء التراث، ۱۴۰۸ ق.
۱۹. موسویان، سید عباس، نصرآبادی داود، طراحی اوراق وقف بر مبنای عقد صلح و وقف جهت تأمین مالی طرح‌های عام المنفعه، مطالعات اقتصاد اسلامی، سال دوم، ش ۱، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، ص ۳۹-۶۸.
۲۰. عسگری، احمد؛ احمدی طباطبایی، سید محمد امیر؛ سلطانی حسن، مسجد رهبر؛ تاریخ شفاهی مسجد کرامت مشهد، تهران: راه یار، ۱۳۹۹ ش.

۲۱. رشیدآبادی، حامد، پایان نامه کارشناسی ارشد با موضوع چالش‌های تأمین مالی جمعی به عنوان روش تأمین مالی پروژه‌های نوآورانه و ارائه راهکارها با تأکید بر بندهای اول و دوم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۷ ش.

۲۲. مصباحی مقدم، غلامرضا؛ کاوند، مجتبی؛ اسمعیلی گیوی، حمیدرضا؛ «ارائه الگوی تأمین مالی توسعه موقوفات با استفاده از انتشار اوراق منفعت (صکوک انتفاع)»، جستارهای اقتصادی، س ۵، ش ۱۰، پاییز و زمستان ۸۷، ص ۶۹-۹۲.

۲۳. یوسفی، احمد علی، «تحلیل الگوی اقتصادی آیت‌الله شاه‌آبادی»، اقتصاد اسلامی، ش ۵۷، بهار ۱۳۹۴ ش، ص ۸۷-۱۱۲.

۲۴. شاه‌آبادی، محمدعلی، شذرات المعارف، تصحیح و تحقیق بنیاد علوم و معارف اسلامی دانش پژوهان، تهران: انتشارات ستاد بزرگداشت مقام عرفان و شهادت، ۱۳۸۰ ش.

۲۵. رضی، سید محمدرضا، نظریه‌های اقتصادی سیاسی آیت‌الله شاه‌آبادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۰ ش.

۲۶. دورانت، ویل، تاریخ فلسفه، ترجمه: عباس زریاب خویی، تهران، دانش، ۱۳۷۰ ش.

۲۷. کریمی، مهدی، شناسایی و اولویت‌بندی روش‌های تأمین مالی مطلوب در مساجد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۸ ش.

۲۸. خمینی، سید روح‌الله، رساله توضیح المسائل.

۲۹. Freedman, D., & Nutting, M. (۲۰۱۵). Equity Crowdfunding for Investors: A Guide to Risks, Returns, Regulations, Funding Portals,

Due Diligence, and Deal Terms. Wiley.

٣٠. J. Hemer, A Snapshot on Crowdfunding, Karlsruhe: Fraunhofer Institute for Systems, ٢٠١١, P ١١.

٣١. Hayes Jr, Robert E (٢٠٠٩), Making Disciples Through The Ministry of Church Finance, The Oklahoma United Methodist Foundation

٣١. Morrison, Kristopher. "Wealth of Roman Catholic Church impossible to calculate.", National Post, Salt Lake City, March ,٨ ٢٠١٣. Retrieved on April ٢٠٢٠ ,٤.

٣٢. <http://www.time.com/time/magazine/article /٨٣٣٥٠٩ , ٥, ٩١٧١ ٠٠. .html>

٣٢. " Church Commissioners for England publish their ٢٠١٩ Annual Report". The Church of England. Retrieved ١٩-١٠-٢٠٢٠.

٣٣. "Ethical Investment Advisory Group". The Church of England. Retrieved ١٩-١٠-٢٠٢٠.

٣٤. "Divest Invest Website". Divest Invest Website. ٣٠-٠٧-٢٠٢٠. Retrieved ١٩-١٠-٢٠٢٠

٣٥. "Parish finances show record level of giving". The Church of England. Retrieved ١٩-١٠-٢٠٢٠.