

ویژگی شخصیتی کارآفرینان در قرآن مورد مطالعه: صفت انگیزی «توفیق طلبی»*

محمد امینی^۱

نادر نادری (نویسنده مسؤول)^۲

بیژن رضایی^۳

چکیده:

پژوهش‌های متعدد در ادبیات جهانی کارآفرینی حاکی از این است که برخی پژوهشگران این رشته در تلاش هستند تا با محوریت کتب مقدس خود، رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه را جهت‌دهی کنند. از این‌رو این مقاله در صدد است به این مسأله پاسخ دهد که آیا می‌توان صفات انگیزی کارآفرینان را که از خاستگاه غربی رواج یافته، بر مبنای آیات قرآن توصیف و بازتعریف نمود؟ بنابراین هدف این پژوهش، بازتعریف یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی غربی، یعنی «توفیق طلبی» است. روش پژوهش، معناشناسی و متن مورد مطالعه، قرآن و تفسیر المیزان است. مهم‌ترین نتایج، نخست این بود که خواهش درونی و شتاب‌آلود انسان برای افزایش مقدار و نوع داشته‌های خود، مهم‌ترین صفت انگیزی فطری برای فعالیت‌های کارآفرینانه است. باوجود این صفت عمومی، تنها جهت‌گیری عملی مبنی بر قرآن است که کارآفرین مسلمان را از دیگران متمایز می‌کند. دوم، درباره توفیق طلبی که مهم‌ترین صفت انگیزی در کارآفرینان است، آیات تأکید دارند که کارآفرین به‌منظور دستیابی به توفیق باید همراه‌شدن اسبابی را که خارج از اشراف علمی و تسلط اوست، از خداوند متعال مسألت نموده و به قدرت او توکل، و به تدبیر او اعتماد، و به دستاوردهای خود رضایت داشته باشد. سوم، هر نوع برتری طلبی در فعالیت‌های کارآفرینانه چنانچه مصداقی برای عمل صالح و با جهت‌گیری متألّهانه باشد، باید در آن سرعت، رقابت و سبقت داشت.

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی اسلامی / صفات شخصیتی کارآفرینی / قرآن / معناشناسی

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۵/۲۷، تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۷/۲۰.

شناسه دیجیتال (DOI): 10.22081/jqr.2020.58429.3003

amini.sajad@ymail.com

naderi_ksh@yahoo.com

rezaee61@yahoo.com

۱- دانشجوی دکتری دانشگاه رازی

۲- استادیار دانشگاه رازی

۳- استادیار دانشگاه رازی



۱. مقدمه و طرح مسأله

ممکن است ادبیات کارآفرینی که از مراکز علمی اروپا و آمریکا برخاسته و نشو و نما یافته است (مقیم، وکیلی، اکبری، ۱۳۹۲: ۱۶)، مباحثی آزاد از ارزش به نظر بیاید، اما واقعیت این نیست، چون کارآفرینی صرفاً حضور در کسب‌وکار برای خود فرد، یا خرید و فروش کالایی به منظور کسب پول نیست. طبق باور برخی اندیشمندان، کارآفرینان در مقایسه با بسیاری از گروه‌های دیگر، تأثیر بیشتری روی جامعه دارند، چون کارآفرینان بر آنچه ما می‌خوریم و می‌پوشیم، جایی که زندگی می‌کنیم، نوع وسیله نقلیه‌ای که استفاده می‌کنیم، و حتی سیستم ارزشی ما تأثیر می‌گذارند؛ زیرا آنها هستند که هر آنچه را افراد جامعه نیاز دارند، تولید می‌کنند و ذائقه‌ها و سلیقه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. (Tsague, 2014) به هر حال، اندیشمندان غربی به منظور درک چرایی پیدایش کسب‌وکارهای نوآورانه (کارآفرینی)، به مطالعه شخصیت پدیدآورندگان این کسب‌وکارها پرداختند (Olivari, 2016: IV) تا از طریق شناخت و ترویج ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، بتوانند به آموزش کارآفرینی کمک کنند. از این رو ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر مبنای شخصیت کارآفرینان غربی در یک رویکرد روانشناسی تئوریزه شد و انتشار یافت.

یکی از این ویژگی‌ها، صفت شخصیتی-انگیزشی (Shane, 2007: 61) «توفیق‌طلبی» است که به اعتقاد صاحب‌نظرانی چون شین، هورنادی و بونکر (Hornaday and Bunker McClelland 3, 1987: 389; Ibid, 1965: 219) از مهم‌ترین صفات کارآفرینان به‌شمار می‌رود. (McClelland 3, 1987: 389; Ibid, 1965: 219) از این رو این پژوهش در صدد پاسخ به این پرسش است که آیا می‌توان این صفت انگیزشی کارآفرینی، یعنی «توفیق‌طلبی» را بر مبنای آیات قرآن توصیف نمود؟

با عنایت به غلبه ایدئولوژی اقتصادی سرمایه‌داری بر بازار جهانی و نیز تأثیرپذیری کارآفرینی از عوامل مذهبی (Carswell & Rolland, 2004: 163 & 284)، و نیز نقش عمیق مذهب در بیشتر اقتصادها (Tracey, 2012: 121, 124)، ضرورت این پژوهش بیشتر روشن می‌شود. همچنان‌که باترا تصریح می‌کند بدون ملاحظه دقیق آموزه‌های کتب مقدس، نمی‌توان یک چشم‌انداز کامل از کارآفرینی داشت، به طوری که هر نگرشی نسبت به کارآفرینی که از این ملاحظات بیگانه باشد، به طور حتم به

مادیات پرستی، فردگرایی و پول پرستی منجر می‌شود. (Butera, 2009: 2) همچنین اخیراً نگاه به کارآفرینی با محوریت کتاب مقدس، در شرق مسیحی، از جمله کشور چین نیز بروز کرده است. استاکلبرگر بیان می‌کند چنین نگرشی می‌تواند کارآفرینان را با ارزش‌هایشان همراه سازد؛ به گونه‌ای که بتوانند درباره مسائل مهمی چون سود، مردم، قدرت و دنیا بر اساس ارزش‌هایشان تصمیم‌گیری کنند. (Stückelberger, et al, 2016: 13-14) این واقعیات ارزش‌گرایانه در جهان کارآفرینی مسیحی، ما را بیش از پیش متوجه می‌کند که نسبت به ویژگی‌ها و صفات انگیزشی کارآفرینی که از خاستگاهی متفاوت برخاسته‌اند، حساسیت داشته و در صدد منطبق‌سازی آنها بر پایه عقاید و حیانی خود باشیم. بر این اساس، هدف پژوهشی این است که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و صفات انگیزشی کارآفرینی یعنی «توفیق‌طلبی»، بر مبنای آموزه‌های قرآنی بازتعریف شود.

۲. پیشینه تحقیق

در پیشینه داخلی، پژوهش‌های بسیاری مرور شد که به موارد مهم‌تر اشاره می‌شود. مقاله‌ای با عنوان «مبانی مؤلفه‌های کار و کارآفرینی در قرآن و روایت» با روش تحلیل اسنادی، این نتیجه را بیان می‌کند که ریسک‌پذیری منطقی، توفیق‌طلبی و عمل صالح، از ویژگی‌های کارآفرین در قرآن است. (امیری و امیری، ۱۳۹۳: ۴۲) همچنین مقاله «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در آئینه قرآن و کلام معصومان علیهم‌السلام» به لحاظ عنوان، بیشترین تشابه را با پژوهش حاضر نشان می‌دهد. با وجود این تشابه، این مقاله نسبت به مبحث ویژگی‌ها و صفات اصلی شخصیت انسان (صفات توانشی، صفات خلقی، و صفات انگیزشی فطری / اکتسابی) ساکت است. به علاوه، روش تحقیق را به تفصیل (Thick Description) و با رعایت شفاف‌سازی بیان نکرده است. این موارد اولاً موجب ابهام در مبانی نظری، و ثانیاً کاهش عمق استدلالی و اقماعی مباحث شده است. در بدنه این مقاله نیز تأکیدی بر استخراج ویژگی‌های شخصیتی صرفاً بر پایه آیات قرآن مشاهده نمی‌شود. مهم‌تر از همه، در بخش نتیجه مقاله بیان شده که «تمامی ویژگی‌های فردی مطرح‌شده در ادبیات غرب، در متون اسلامی به‌وضوح قابل مشاهده و مورد تأکید می‌باشد» (مهارتی و رستمی، ۲۰۱۳: ۱۶)، در حالی که این مدعا همیشه درست نیست؛ همچنان‌که مفهوم «توکل» که خود این مقاله بر آن تأکید دارد، مغایر با صفت



ریسک‌پذیری است، چون کارآفرین با پذیرش ریسک، در واقع به درصدی از شانس و احتمال نیز تکیه می‌کند (LONGMAN, 2016; Cambridge University Press, 2020) و این اتکای به احتمال، منافی مفهوم عمیق توکل است.

در پیشینه خارجی، فیضال و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، برگرفته از قرآن و حدیث»، خاطرنشان می‌کنند برخی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی برگرفته از آیات قرآن عبارت‌اند از تقوا به‌عنوان چارچوب، حلال بودن درآمد به‌عنوان مهم‌ترین اولویت، التزام به ارزش‌های اخلاقی والا، قابلیت اعتماد. (Faizal, Ridhwan, & Kalsom, 2013: 192-194) این مقاله اساساً توجه و تمرکز نسبت به صفت انگیزی توفیق‌طلبی ندارد.

بعد از مرور پژوهش‌های پیشین که تنها به چند مورد مهم از آنها اشاره شد، می‌توان گفت جنبه نوآورانه پژوهش حاضر این است که تلاش داشته تا صرفاً یکی از اساسی‌ترین و پربسامدترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی را که مک‌کللند، رهبر آموزش‌های کارآفرینی، با رویکرد روان‌شناسانه، مطرح و وارد ادبیات کارآفرینی نمود، بر پایه آیات قرآن و با عمق تحلیلی بیشتر و نیز با بهره‌گیری از روش‌شناسی متناسب با مطالعات قرآنی (روش معناشناسی) بازتعریف نماید؛ چیزی که در پژوهش‌های پیشین داخلی و خارجی با وجود ارائه دستاوردهای ارزشمند، کمتر مشاهده شد.

۳. روش تحقیق

این پژوهش به‌طور عمده با روش معناشناسی به انجام رسید. مطالعه علمی در این دانش، توصیف پدیده‌های زبانی در چارچوب یک نظام بدون پیش‌انگاری است. (صفوی، ۱۳۹۷: ۲۷) این روش برای درک معانی کتب مقدس، به‌ویژه قرآن کاربرد دارد. (ایزوتسو، ۱۳۶۱: ۲۲). اصل اساسی این روش، متن‌گرایی (Contextualism) یا «استمداد از متن برای فهم معنا» است. (همو، ۱۳۷۸: ۷۲) «استمداد از متن»، روش معروف «قرآن به قرآن» علامه طباطبایی در *المیزان* را تداعی می‌کند. از این رو جامعه متنی مورد مطالعه، کل تفسیر *المیزان* (نسخه ۴۰ جلدی) انتخاب شد که علاوه بر اعتبار و جامعیت قابل قبول، روش تفسیری به‌کار گرفته شده در آن، با روش معناشناسی و هدف این پژوهش تناسب دارد.

بر این اساس، کل متن عربی قرآن با توجه به معنا، به منظور ممانعت از سوگیری نظری (پیش‌انگاری)، یک بار قبل از مرور ادبیات کارآفرینی مطالعه شد و پس از مرور ادبیات کارآفرینی نیز با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و راهبردهای معناشناسانه و تفسیری، مجدداً کل متن عربی قرآن همراه با حساسیت نظری مطالعه شد و متناظر با آیات، متن کامل تفسیر المیزان با حساسیت نظری مطالعه گردید و به‌طور اقتضایی، به پنج ترجمه دیگر قرآن نیز مراجعه شد و پس از حصول «اشباع نظری در اطلاعات»، اقدام به تحلیل و استنتاج گردید.

از آنجا که این پژوهش به لحاظ ماهیت، کیفی است، به‌منظور ارتقای اعتبار، از تکنیک‌ها و راهبردهای متناسب، همچون «رعایت تناسب روش با مسأله پژوهش» (Indication)، «درگیری طولانی مدت محقق با متن مورد مطالعه»، «عمق تحلیلی»، «بازاندیشی و خودانتقادی محقق» (مجتهد شبستری، ۱۳۸۱)، «داورخوانی و گفت‌وگو با متخصصین» (پنج استاد علوم دینی و قرآنی) و «شفاف‌سازی مطالب و توصیف ضخیم» (Thick Description) (Uwe, 2009: 401,405؛ محمدپور، ۱۳۹۲) استفاده شد.

۴. تبیین ابعاد مسأله و مبانی نظری

مطرح‌شدن کارآفرینی به‌عنوان یک قلمرو مطالعاتی در عرصه دانشگاهی را به شومپتر (Schumpeter Joseph) (۱۹۳۴) نسبت می‌دهند که کارآفرینی را به‌عنوان موتور اصلی توسعه اقتصادی از طریق «تخریب خلاق» (Creative destruction) مطرح کرد. (مقیمی، وکیلی و اکبری، ۱۳۹۲: ۵-۱۱) اما پیش از آن، ریچارد کانتیلون (Richard Cantillon) برای نخستین‌بار در قرن هجدهم، اصطلاح انترپرنیور (Entrepreneur) به‌معنای کارآفرین را وضع و آن را کسی تعریف کرد که راه‌های استفاده از منابع را می‌بیند و ریسک را در سطوح مختلف تحمل می‌کند و کسب‌وکارهای مخاطره‌پذیر را بر اساس عدم اطمینان نسبت به موفقیت و سودآوری بر عهده می‌گیرد. به‌طور کلی، معنای مورد نظر او خوداشتغالی (Self-employed) بود. در عین حال هبرت و لینک در کتاب «تاریخچه کارآفرینی» می‌گویند: «این واژه ریشه فرانسوی دارد که در قرن هجدهم استفاده رایج اما غیردقیقی داشته است». ایشان تعریف موجود در فرهنگ لغت سواری (Savary's Dictionnaire Universel de Commerce 1723) را بازگو می‌کنند: «کارآفرین کسی است که یک پروژه را به عهده می‌گیرد؛ یک تولیدکننده یا صاحب



کارخانه؛ یک سازنده یا معماری که ارباب و مالک هم هست.» (Hebert & Link, 2009: i, 1, 5) با وجود این مباحث، تعریفی که امروزه از مقبولیت گسترده‌تری برخوردار است، توسط شین، صاحب‌نظر برجسته کارآفرینی، ارائه شده است. طبق نظر او، کارآفرینی فعالیتی است که شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت می‌شود؛ به این منظور که کالاها و خدمات جدید، شیوه‌های سازماندهی، بازارها، فرایندها و مواد خامی عرضه شوند که پیش از این وجود نداشته‌اند. (Shane, 2007: 4-6)

کارآفرینی به دلیل ماهیت میان‌رشته‌ای خود، وامدار شاخه‌های علمی متعددی است. به همین علت در ادبیات کارآفرینی، چهار رویکرد عمده شامل رهیافت اقتصادی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و سازمانی شناسایی شده‌اند. (مقیم، وکیلی، اکبری، ۱۳۹۲: ۹۳) در دیدگاه روان‌شناسی (Psychological approach) که توسط مک‌کلند (McClelland) (1961) و کولینز و مور (Collins and Moore) (1964) بنیان‌گذاری شد، با محور قرار دادن فرد، به چرایی اقدام به کارآفرینی پرداخته می‌شود. به دیگر سخن، علل اقدام کارآفرینانه فرد، علاقه اساسی پژوهشگران در این رویکرد است و این باور وجود دارد که رفتار کارآفرینانه به‌طور کلی به انگیزه‌ها و ارزش‌های شخصی وابسته است؛ اگرچه این انگیزه‌ها نیز به‌نوبه خود به مشخصات محیطی وابسته‌اند. (STEVENSON & JARILLO, 1990: 18-21)

رویکرد روان‌شناسی مترادف رویکرد صفات یا ویژگی‌ها (Trait Approach) است که بر شخصیت (Personality) کارآفرین تمرکز دارد و برخی از آن با نام خصیصه‌ها یا ویژگی‌های شخصی (Approach Psychological) یاد می‌کنند. (مقیم، وکیلی، اکبری، ۱۳۹۲: ۹۲ و ۱۶۷-۱۶۹) بنابراین نظریه صفات یا ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان (Traits Theory) زیرمجموعه رویکرد روان‌شناسانه است که در دهه‌های هفتاد و هشتاد قرن بیستم، رویکرد غالب در پژوهش‌ها بود. (Veciana J. M, 2007: 42)

مطالعه نظریات مختلف شخصیت نشان می‌دهد گوردون ویلارد آلپورت (Gordon Willard Allport)، مطالعه «شخصیت» را به بخشی مقبول در روان‌شناسی تبدیل کرد. مطالعه «ویژگی‌ها یا صفات‌های شخصیتی» (personality traits) از علایق درازمدت و همیشگی آلپورت بود (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۵۸ و ۲۶۴) و همو نظریه توسعه شخصیت را فرمول‌بندی کرد که مفهوم «ویژگی یا صفت» (Trait) در آن نقش برجسته و مهم دارد. (Schultz & Schultz, 2009: 242) صفت یا ویژگی‌های شخصی به آغاز و هدایت رفتار می‌انجامد. (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۶۶)

اساساً اینکه شخصیت و رفتار انسان نتیجه مجموعه‌ای از صفت‌های مختلف است، از قدیم وجود داشته، اما در زمان معاصر دو گروه برای آن اهمیت قائل شده و آن را توسعه داده‌اند. (شاملو، ۱۳۸۸: ۱۶۹) در گروه اول گوردون آلپورت بود که نظریه شخصیتی را بر مفهوم صفت یا آمادگی‌های شخصی استوار کرد. در گروه دوم نیز ریموند بی. کتل (Raymond B. Cattell) و هانس آیزنک (Hans Eysenck)، که معتقد بودند صفات یا آمادگی‌های شخصی نسبتاً دائمی، متغیرهای مهمی برای شناختن رفتار هستند. (فیست و فیست، ۱۳۹۱: ۴۴۲) البته کتل بیش از دیگران، موضوع صفات را واحد اصلی بررسی شخصیت می‌داند. (شاملو، ۱۳۸۸: ۱۷۳) آلپورت صفت‌ها را به‌عنوان پیش‌آمادگی‌هایی برای دادن پاسخ یکسان به انواع مختلفی از محرک‌ها تعریف کرد. به عبارت دیگر، صفت، شیوه پایدار و باثبات واکنش نسبت به جنبه‌های محرک در محیط ماست. آلپورت ویژگی‌های صفت‌ها را به‌صورت زیر خلاصه کرد:

۱- تعیین‌کننده یا علت رفتارند و مسیر آن را هدایت می‌کنند و برای به‌وجود آوردن رفتار با محیط تعامل می‌کنند. (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۶۴) به عبارت دیگر، صفت، انگیزه ایجاد رفتار است. (شاملو، ۱۳۸۸: ۱۷۱)

۲- هر صفتی را می‌تواند در فردی خاص مشاهده کرد، یا آنکه توزیع آن را در جماعات انسانی مورد پژوهش قرار داد. (همان) این ویژگی به پژوهشگران کارآفرینی با رویکرد روان‌شناسانه این امکان را می‌دهد تا به دنبال صفات شخصیتی مشترک در میان کارآفرینان باشند.

۳- از یکدیگر جدا نیستند و ممکن است با یکدیگر همپوشی و همبستگی داشته باشد.

۴- برحسب موقعیت تغییر [شدت و ضعف] می‌کند. (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۶۵)

به باور کتل نیز صفت‌ها، واحدهای بنیادی ساختار شخصیت فرد هستند. یک راه برای طبقه‌بندی صفت‌ها، تقسیم آنها به صفت‌های زیر است: (همان، ۲۹۴)

۱. توانشی (Ability traits): هوش نمونه‌ای از صفت توانشی است. (همان) صفات توانشی استعداد و قابلیت و توانایی فرد را برای رسیدن به هدفی نشان می‌دهند. (شاملو، ۱۳۸۸: ۱۷۴)



۲. خُلق و خو (Temperament traits): شامل چگونگی و درجه تلاش، تهور، بی‌قیدی یا زودرنجی یک شخص است. این صفات‌ها شیوه‌ای را که یک شخص عمل می‌کند، یعنی سبک رفتار او را تحت تأثیر قرار می‌دهند. (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۹۵)

۳. انگیزشی یا پویشی (Motivation (dynamic) traits): فرد را به سوی هدف به حرکت درمی‌آورند (شاملو، ۱۳۸۸: ۱۷۴) و به انگیزش‌ها و علایق یا نیروهای کشاننده رفتار انسان مربوط‌اند؛ مثل علاقه به کسب دانش یا تملک اشیاء.

در نظریه کتل، دو نوع صفت انگیزشی وجود دارند:

۱- صفات انگیزشی فطری که با نام‌های آمادگی‌های ذاتی (Ergs) یا انگیزه‌های فطری نیز خوانده می‌شود. منبع انرژی تمامی رفتارهاست و از سرشت فرد سرچشمه می‌گیرد، مبنای انگیزش است و به سوی هدف‌های خاصی جهت‌گیری شده است، به همین دلیل یک ساختار دائمی است و شدت و ضعف پیدا می‌کند، اما به‌طور کلی ناپدید نمی‌شود.

۲- صفات انگیزشی اکتسابی (فیست و فیست، ۱۳۹۱: ۴۵۹) که انگیزه‌های اکتسابی نیز خوانده می‌شود. از عوامل اجتماعی و بیرونی ناشی می‌شوند و توسط محیط شکل می‌گیرد. این صفات الگویی از نگرش‌هاست که فرد آنها را آموخته، یعنی از یادگیری حاصل می‌شوند و به همین علت می‌توانند یادگیری‌زدایی و ناپدید شوند. (شولتز، ۱۳۹۲: ۲۸۹ و ۲۹۵)

بر این اساس، توفیق‌طلبی جزء صفات انگیزشی است و همان‌طور که گفته شد، این پژوهش در صدد توصیف و بازتعریف این صفت انگیزشی کارآفرینی بر پایه آیات قرآن است.

۵. یافته‌ها

۵-۱. صفات انگیزشی فطری در قرآن

قرآن اصل «منفعت‌جویی» را در تمام طول زندگی انسان صادق می‌داند؛ همچنان‌که یکی از صفاتی که انسان را به اراده و عمل وامی‌دارد، حُبّ و علاقه به هر چیز خوب، به‌ویژه مال است که آیه «وَإِنَّهُ لِحُبِّ الْخَيْرِ لَشَدِيدٌ» (عادیات: ۸) آن را بیان می‌کند. «خیر» در اینجا به معنای مال است. (طباطبایی، ۱۳۶۱: ۳۵۸/۴۰) البته بعید نیست خیر تنها مال نباشد، بلکه مطلق خیر باشد. در این صورت آیه می‌فرماید «حُبُّ خیر» صفت فطری

انسان است و به همین جهت، وقتی مال دنیا را خیر می‌پندارد، قهراً دلش شیفته آن می‌شود. (همان، ۳۵۹)

در آیه زیر، این صفت تحت عنوان «هلوع» تعریف شده است: «إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعاً إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعاً وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعاً» (معارج: ۱۹-۲۱). «هلوع» صفتی به معنای شدت حرص است؛ بر این اساس که دو آیه بعد «هلوع» را (با یک تعریف بافتی) تفسیر می‌کنند. هلوع باعث می‌شود فرد هنگام برخورد با ناملايمات مثل ناداری (به نقل از تفسیر قمی)، بسیار جزع کند و وقتی به مال و وسعت دارایی می‌رسد، از بخشش به دیگران خودداری نماید. پس هلوع یعنی زیاده‌جویی و افزون‌خواهی. این «هلوع و حرص شدید به خیر» که انسان سرشته به آن و از نتایج حُب ذات، است صفتی است کمالی که اگر نبود، انسان به دنبال کمال و جلب خیر و دفع شر بر نمی‌آمد.

این صفت همچون نیرویی قوی تحت اراده انسان و در خدمت اوست، همچنان‌که حرص مؤمن اگر از دیگران بیشتر نباشد، کمتر نیست، اما آن را در اموری همچون تحصیل علم و مال برای خدمت به خلق صرف می‌کند و در عین حال، می‌توان این نیرو را به طمع‌ورزی در مال تبدیل کرد، همچنان‌که طبق شأن نزول آیات زیر، ولیدبن مغیره، ثروتمندترین مرد قریش، باوجود داشتن مال فروان (همان، ۱۴۱/۳۹ و ۲۹۱)، طمع زیاد شدن داشت: «وَجَعَلْتُ لَهُ مَالاً مَمْدُوداً... وَ مَهَّدْتُ لَهُ تَمْهِيداً ثُمَّ يَطْمَعُ أَنْ أَزِيدَ» (مدثر: ۱۲-۱۵). کلمه «تمهید» به معنای تهیه است که به‌طور مجاز، برای گستردگی مال و جاه و روبه‌راه بودن زندگی استعمال می‌شود. (همان، ۲۷۸)

آیه زیر نیز صفت دیگری را که عامل انگیزش انسان است، بیان می‌کند: «خُلِقَ الْإِنْسَانُ مِنْ عَجَلٍ سَأَرِيكُمْ آيَاتِي فَلَا تَسْتَعْجِلُونِ» (انبیاء: ۳۷). این آیه کنایه است از زیادی عجله انسان؛ آن‌قدر که گویی اصلاً آدمی از عجله خلق شده است. (همان، ۱۲۹/۲۸) البته آیه در عین بیان اینکه عجله در نهاد انسان هست، امر می‌کند به «عجله نکردن» و این حاکی است که عجله می‌تواند تحت کنترل اراده انسان قرار بگیرد.

آیه بعدی نشان می‌دهد این عجله در نهاد انسان باعث «حُب و علاقه‌مندی به عاجله» می‌شود: «كَلَّا بَلْ تُحِبُّونَ الْعَاجِلَةَ» (قیامه: ۲۰). این آیه که خطاب به همه مردم است (همان، ۳۲۶/۳۹)، یعنی همه شما صفت «حب عاجله» را در نفس دارید. «عاجله» چیزی است که فوری و سریع فرا می‌رسد و می‌گذرد؛ لذا عرب معاصر به قطار سریع‌السیر «عاجله» می‌گوید. (آذرنوش، ۱۳۸۷) به دنیا هم به این جهت «عاجله»



می‌گویند که نسبت به آخرت، سریع‌تر می‌رسد و می‌گذرد. پس مراد از کلمه «عاجله»، زندگی نقد دنیاست (طباطبایی، ۱۳۶۱: ۳۸۴/۳۹) و «حُبُّ عاجله» همان نقدطلبی است که نتیجه عجول بودن انسان است.

آیه بعدی ثمره عجول بودن را بیان می‌کند: «وَيَدْعُ الْإِنْسَانُ بِالشَّرِّ دُعَاءَهُ بِالْخَيْرِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا» (اسراء: ۱۱). «دعا» به معنای طلب و خواستن است. آیه می‌فرماید انسان به محض اینکه چیزی را مطابق میلش ببیند، با شتابزدگی به طلبش می‌رود و صبر و حوصله به خرج نمی‌دهد و درباره جنبه‌های صلاح و فساد خود نمی‌اندیشد تا راه خیر برایش هویدا گردد، آن‌گاه به طلب برخیزد. لذا گاهی آن چیز، شری از آب درمی‌آید که مایه خسارت و زحمتش می‌شود و گاهی هم خیری است که از آن منتفع می‌شود. (همان، ۸۸/۲۵) پس منظور از عجول بودن، علاقه آدمی است به اینکه آنچه میل دارد، به‌زودی تحقق یابد. (همان، ۹۰)

صفت دیگری که همواره در نهاد انسان حاضر است و رفتارهای مربوط به مادیات را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ «شَح» است: «وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسَ الشُّحَّ» (نساء: ۱۲۸). راغب اصفهانی در کتاب مفردات می‌گوید: «شَح» به معنای بخل توأم با حرص است. (همان، ۶۸/۳۸) بنابراین با عنایت به بافت آیه که به مسائل مالی بین زوجین نیز اشاره دارد، شَح به معنای مال‌دوستی است که هم از بخشش ممانعت می‌کند، و هم انسان را به‌سوی فزونی‌ها تحریک می‌کند.

به هر حال، همه صفات پیش‌گفته جزء ذات انسان و برای انگیزش کمالی او لازم بوده و می‌توانند به‌صورت صفاتی چون توفیق‌طلبی بروز کنند. این صفات فطری در اصل وجود، میان همه انسان‌ها مشترک هستند و معمولاً از آنها به‌عنوان پایه‌های زیستی یاد می‌شود و در درجه اول، جهت‌گیری مثبت یا منفی ندارند، اما تحت تأثیر عوامل متعدد درونی و بیرونی، ممکن است این صفات جهت‌دار شده و شدت و ضعف پیدا کنند؛ تا جایی که صفات متضادی را به‌صورت اکتسابی و ارادی در میان افراد مختلف ایجاد می‌کند. مثلاً همه انسان‌ها توفیق را خواهان‌اند، اما ممکن است یک فرد موفقیت را در حد مادیات بخواهد و دیگری موفقیت را بر اساس شاخصه‌های مادی و معنوی تعریف کند. (کاوایانی، ۱۳۹۸: ۹۲) در ادامه به این مبحث پرداخته می‌شود.

۵-۲. صفت انگیزشی «توفیق طلبی» در قرآن

همچنان که اشاره شد، توفیق طلبی یکی از مهم ترین ویژگی های کارآفرینان است و این مطلب مورد تأیید قریب به اتفاق صاحب نظران می باشد. (McClelland 3, 1987: 233; McClelland & Alschuler, 1971; Beattie, 2016: 15; Tazeen, et al, 2019: 9) امروزه نیز پژوهش ها، همبستگی به نسبت قوی را میان توفیق طلبی و پایداری کارآفرینانه نشان می دهند. (Sabiu & Abdullah, 2018)

نیاز به موفقیت یا انگیزه موفقیت (Need achievement–Achievement motive) عبارت است از الگوی تفکرات و احساسات مربوط به برنامه ریزی و تلاش برای برخی از انواع برتری. (McClelland & Alschuler, 1971: 44 (Excellence)) البته این برتری ها از نظر مک کلند، برای کارآفرینان بیشتر جنبه مالی و شغلی دارد (شولتز، ۱۳۹۲: ۵۶۵)، اما منحصر در برتری های مالی نبوده و در آیات قرآن قابل بررسی هستند.

با استناد به صفات انگیزشی ذاتی پیش گفته (شدت حُب خیر، هُلع، حُب عاجله، و ...) و نیز با توجه به آیه ۳۲ نساء، می توان دریافت که عشق به برتری، یکتایی و کمال، جزء فطرت انسان است (طباطبایی، ۱۳۶۱: ۲/۲۴۵؛ ۸/۱۷۵) و همین ویژگی ذاتی، انگیزه و انرژی و امید لازم برای کار و فعالیت در جهت نیل به افتخارها، پیروزی ها و امتیازها را در انسان پدید می آورد. (همان، ۸/۱۷۷) مفهوم توفیق طلبی هم مصداقی از همین صفات ذاتی انسان است که در قرآن به آنها اشاره شده، از این رو می توان این مفهوم را بر پایه آیات قرآن بازتعریف کرد.

پیش از هر چیز، توفیق یعنی ایجاد توافق و سازگاری میان اسباب برای تحقق یک امر، و در حقیقت این اسباب هستند که متصف به توفیق می شوند؛ یعنی این اسباب اند که توفیق به طور مستقیم به آنها تعلق می گیرد و اینکه انسان به توفیق توصیف می شود، از قبیل «توصیف به حال متعلق» است. آیه «مَا تُوفِّقِي إِلَّا بِاللَّهِ» (هود: ۸۸) به صراحت توفیق را از خدا می داند؛ زیرا علم و قدرت خدادادی انسان نارساست و بر همه اسباب لازم، اشراف و تسلط نمی یابد، لذا خداست که اسباب را به نحوی منظم و یا موانع را رفع می کند تا عملی شایسته از انسان صادر و نتیجه خاصی حاصل شود. حدیثی از امام رضا علیه السلام نیز این مطلب را تأیید می کند. (همان، ۲۰/۲۷۷) بنابراین سازگارشدن اسباب برای دستیابی به برتری از جانب خداوند متعال است. اکنون باید بررسی کرد که برتری



از نگاه قرآن چیست؟ قرآن با سه واژه عزت، خیر و فضل، انواع و مصادیق برتری را معرفی می‌کند که به ترتیب بیان می‌شوند.

انواع و مصادیق برتری

اصل معنای عزت، صلابت است (همان، ۳۵/۳۳)، از این رو عزت به معنای هر کار مشکل و باصعوبت یا هر نوع غلبه و تسلط (همان، ۲۴۸/۵) و شکست‌ناپذیری است. (همان، ۱۱۶) در کتاب مفردات نیز عزت حالتی در انسان تعریف شده که نمی‌گذارد مغلوب کسی شود و شکست بخورد. (همان، ۱۸/۲۳)

اصل معنای خیر (ریشه اختیار) انتخاب هنگام مقایسه دو چیز است. پس آنچه مراد و مقصود ما باشد، همان خیر است - گرچه خیر حقیقی آن است که ذاتاً مطلوب باشد - (همان، ۲۵۰/۵) و از آنجا که مال، مقصود و منتخب نوع انسان است، لذا در آیه ۸ عادیات و آیات دیگری مانند ۱۸۰ و ۲۱۵ بقره و ۳۲ ص، خیر به معنای مال بسیار آمده، اما منحصر در مال نیست و به‌طور کلی، هر چیزی برای زندگی انسان نافع باشد، خیر محسوب می‌شود (همان، ۳۲۴/۳۴)، تا جایی که به اعمال پسندیده مالی مانند انفاق نیز خیرات گفته می‌شود. (همان، ۳۰۳/۶)

فضل، مقدار بیش از حد وسط است که در چیزهای پسندیده استعمال می‌شود. راغب می‌گوید هر عطیه و بخششی را که بر شخص مُعطی واجب نباشد و بدان احتیاج هم نداشته باشد، فضل گویند، چنان‌که در جملات «وَأَسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ، ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ، وَاللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ، قُلْ بِفَضْلِ اللَّهِ، لَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ» به همین معنا استعمال شده است. (همان، ۱۱۶/۶ و ۱۱۸؛ ۱۳۶/۱۹ و ۱۳۷) واژه فضل مصادیق نسبتاً مشترکی با خیر دارد.

در آیات متعدد مانند «يَتَّبِعُونَ فَضْلاً مِنْ رَبِّهِمْ» (مائده: ۲)، «فَأَنْقَلَبُوا بِنِعْمَةٍ مِنَ اللَّهِ وَفَضْلٍ» (آل عمران: ۱۷۴) و ۷۳ نساء، فضل به معنای مال یا چیزی مربوط به مال، مانند سود مال آمده. (همان، ۲۵۰/۹؛ ۲۷۴/۸) در آیه «أُولُوا الْفَضْلِ مِنْكُمْ وَالسَّعَةِ» (نور: ۲۲) نیز به معنای توانگری و برتری مالی است. (همان، ۱۴۰/۲۹)

در آیه ۳ هود نیز فضل به معنای فزونی و برتری در صفات و کارهای انسان آمده که موجب زیادی موهبت‌ها می‌شود. (همان، ۲۲۹/۱۹) مؤید این مطلب، آیه «وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا بِرَادَى رِزْقِهِمْ عَلَى مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ» (نحل: ۷۱)،

است که در آن گذشته از اینکه فضل برای رزق به کار رفته - رزق به معنای دارایی و آن چیزی است که مایه بقای زندگی است-، عبارت «فما الذین... ملکتم ایمانهم» قرینه است برای اینکه مراد از فضل، برتری کیفی و بدین معناست که بعضی در دارایی خود، حریت و استقلال دارند و بدین ترتیب، فرادستِ افرادی زیردست قرار می‌گیرند و این یکی از نعمت‌های الهی است؛ چون تسلط طبقه‌ای بر طبقه‌ای دیگر یکی از مصالح اجتماع بشر است؛ زیرا طبقه مسلط به خاطر نیرومندی‌اش امور طبقه زیردست را تدبیر نموده، زندگی او را تکمیل می‌کند. (همان، ۱۸۴/۲۴)

و به‌طور کلی فضل در آیه «فَقَالَ الْمَلَأُ... مَا تَرَى لَكُمْ عَلَيْنَا مِنْ فَضْلٍ» (هود: ۲۷) به معنای مطلق برتری است؛ اعم از برتری در متاع دنیوی یا امور غیبی، مثل علم غیب یا تأیید به وسیله نیروی غیبی؛ چون فضل به صورت نکره در سیاق نفی، عموم را می‌رساند. (همان، ۱۹/۲۰) مؤید گستردگی دامنه فضل، آیه «فَضَّلْنَا بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ» (اسراء: ۲۱) می‌باشد که در آن، فضل شامل برتری‌های دنیایی است؛ از جمله مال و دارایی، جاه و منزلت اجتماعی، قدرت و آوازه، ریاست و سروری و مقبولیت بین مردم. (همان، ۱۲۳/۲۵) و در آیه «لَقَدْ آتَيْنَا دَاوُدَ وَ سُلَيْمَانَ عِلْمًا وَ قَالََا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي فَضَّلْنَا عَلَي كَثِيرٍ» (نمل: ۱۵)، مراد از فضل، می‌تواند برتری در علم باشد که سیاق آیه هم آن را تأیید می‌کند. (همان، ۲۶۰/۳۰)

در آیه ۵۸ یونس، فضل به معنای نعمت‌های معنوی، همچون شفای دردهای پنهان و هدایت آمده (همان، ۱۳۶/۱۹) و فراتر از این، در آیه «ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ» (جمعه: ۴)، منظور از فضل، بعثت رسول مکرم اسلام ﷺ است. (همان، ۱۸۰/۳۸)

در برخی آیات همچون ۱۵ نمل نیز منظور از فضل، برتری‌های خاص انبیاست؛ مانند تسخیر کوه‌ها و مرغان و نرم شدن آهن برای داوود و ملکی که خدا به او ارزانی داشت، و تسخیر جن، حیوانات وحشی، مرغان، باد، و دانستن زبان حیوانات برای سلیمان و اعطای سلطنت به ایشان. این برتری‌ها از مطلق آمدن کلمه «فضلنا» استفاده می‌شود. (همان، ۲۶۰/۳۰) مؤید این مطلب، آیه «وَرَثَ سُلَيْمَانُ دَاوُدَ وَ قَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عَلَّمْنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ وَ أَوْتَيْنَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ إِنْ هَذَا لَهُوَ الْفَضْلُ الْمُبِينُ» (نمل: ۱۶) می‌باشد که برتری در همه چیز را شامل می‌شود.

نکته اینکه طبق آیه «قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي أَ أَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَ مَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ» (نمل: ۴۰)، اعطای این برتری‌های دنیوی تا بالاترین سطح خود به منظور آزمایش



است، و طبق آیه «إِنَّ رَبَّكَ لَذُو فَضْلٍ عَلَى النَّاسِ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا يَشْكُرُونَ» (نمل: ۷۳)، وظیفه شخص برتر شکرگزاری است. همچنین با استفاده از تفسیر آیه «تِلْكَ الدَّارُ الْآخِرَةُ نَجْعَلُهَا لِلَّذِينَ لَا يُرِيدُونَ عُلُوًّا فِي الْأَرْضِ» (قصص: ۸۳)، این برتری‌ها نباید برای گردن‌فرازی و برتری‌جویی بر بندگان خداوند باشد. (همان، ۱۳۰/۳۱)

علل نیل به برتری‌ها

برای تبیین علت برتری‌ها نخست باید توجه داشت که آمدن «توکل» بلافاصله بعد از «انحصار توفیق به خداوند» در آیه «مَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ» (هود: ۸۸)، نشان می‌دهد که اولاً سازگار شدن اسباب جهت نیل به هدف، متوقف بر خواست خداوند است، ثانیاً برای این منظور باید به قدرت او توکل کرد. همچنین همه انواع برتری از جمله عزت، خیر و فضل، تحت مالکیت و اختیار خداوند است:

۱- «إِنَّ الْعِزَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا» (نساء: ۱۳۹، یونس: ۶۵): وقتی خدا مالک حقیقی و علی‌اطلاق باشد، قهراً مالک عزت‌های دنیایی نیز هست، لذا هر عزت و غلبه‌ای که تصور شود، از اوست. (طباطبایی، ۱۳۶۱: ۲۱/۲۳) حال که چنین است، آیه «مَنْ كَانَ يُرِيدِ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا» (فاطر: ۱۰) می‌فرماید هر کس عزت می‌خواهد، باید از پروردگار بخواهد (همان، ۳۳۶/۳۳) و اوست که هر کس را بخواهد، عزت می‌بخشد: «تُعَزُّ مَنْ تَشَاءُ» (آل‌عمران: ۲۶)، اما به‌رغم وجود چنین حقیقتی، برخی از افراد نمی‌دانند که عزت از جانب خدا به انسان داده می‌شود: «لِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَٰكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ» (منافقون: ۸).

۲- طبق آیه «بِيَدِكَ الْخَيْرُ إِنَّكَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ» (آل‌عمران: ۲۶)، همه خوبی‌ها در دست قدرت پروردگار است، لذا بلافاصله می‌فرماید: «علی کل شیء قدير»؛ یعنی قادر است خیر را به هر کسی و به هر میزانی بدهد. این جمله جنبه حصری دارد و تمام خیرها را منحصر در خداوند متعال می‌نماید؛ زیرا کلمه «الخیر» با لام استغراق ذکر شده و خبر نیز مقدم شده است. (همان، ۲۵۲/۵)

۳- آیه «أَنَّ الْفَضْلَ بِيَدِ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ» (حدید: ۲۹) نیز معنایی مشابه با آیه ۲۶ آل‌عمران را درباره فضل بیان می‌کند؛ یعنی فضل نیز در دست خداوند است و به هر کس که بخواهد، می‌دهد. می‌توان گفت این جمله نیز به دلیل وجود ادات تأکید (أَنَّ) و نیز لام استغراق در «الفضل»، مفید عمومیت است.

البته مطالب بالا به این معنا نیست که دست یافتن افراد به انواع برتری به صورت معجزه اتفاق می‌افتد، از این رو نحوه حصول برتری و تبیین آن با استفاده از آیات زیر تکمیل می‌شود.

نخست و به‌طور کلی، هر نوع برتری از عمل ناشی می‌شود: «لِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِمَّا عَمِلُوا» (انعام: ۱۳۲، احقاف: ۱۹). این آیه می‌فرماید اختلاف اعمال باعث اختلاف درجات و برتری می‌شود (همان، ۲۲۸/۱۴) و منشأ درجات و برتری‌ها و نیز درکات و پستی‌ها، اعمال است. (همان، ۱۷/۳۶) بر این اساس، انسان برای به‌دست آوردن برتری‌های اجتماعی که او را مجذوب می‌کند، اولاً باید به عمل و اکتساب خود متوسل شود، ثانیاً آن را از خدا مسألت کند. آیه «لَا تَسْمَنُوا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِلرَّجَالِ نَصِيبٌ مِمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِمَّا اكْتَسَبْنَ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا» (نساء: ۳۲) گواه این مطالب است.

«اکتساب» در اینجا یعنی حیازت و اختصاص برای خود؛ چه با عمل اختیاری، مثل شغل و صنعت، و چه با ویژگی و صفتی مثل ذکوریت و انوئیت که موجب تفاوت در نصیب می‌شود. (همان، ۱۷۴/۸) و معنای آیه این است که برتری و مزیت‌های برجسته مالی و غیرمالی را که خداوند به بعضی داده، آرزو نکنید، زیرا آنان این برتری را به سبب موقعیت اجتماعی یا کار و کوشش در تجارت و یا کار دیگرشان به‌دست آورده‌اند. در حقیقت خدای تعالی مردم را به صرف‌نظر کردن از برتری دنیوی دیگران امر فرموده، در حالی که پیش‌تر بیان شد عشق به برتری از فطریات انسان است، لذا با عبارت «و اسألو»، چشم تمنای آنان را به سمت خدا جلب نموده و به ایشان امر می‌کند که از دست مردم دیده بریده و فقط از وی برتری تمنا کنند؛ زیرا او می‌تواند به آنها بیش از آنچه در دست دیگران می‌بینند و آرزو می‌کنند، بدهد. در غیر این صورت، این تمنا و آرزو می‌تواند تبدیل به حسادت و موجب پریشانی شود. (همان، ۱۷۳ و ۱۷۵)

روایتی از امام محمد باقر علیه السلام در کتاب کافی و تفسیر قمی همین مطلب را تأیید می‌کند: «نزد خدا فراتر از روزی‌های قسمت‌شده نیز روزی‌های فراوان هست و خود خدا می‌فرماید از برتری‌هایی که نزد خداست، طلب کنید.» در صحیح ترمذی و الدر المنثور نیز از رسول اکرم صلی الله علیه و آله و سلم نقل شده: «از فضل خدا بخواهید، زیرا خداوند دوست دارد که از او خواسته شود.» (طباطبایی، ۱۳۹۴: ۳۴۸/۴) همچنان‌که در آیه «يُزَجَّجِي لَكُمْ الْفُلْكَ فِي الْبَحْرِ لِيَتَّبِعُوا مِنْ فَضْلِهِ» (اسراء: ۶۶) می‌فرماید پروردگارتان کشتی را در



دریا برای شما به حرکت درمی‌آورد تا رزق و فضلش را طلب کنید. (همو، ۱۳۶۱: ۲۶۰/۲۵)

همچنین در آیه ۳ هود مراد از جمله «يُؤْتِ كُلَّ ذِي فَضْلٍ فَضْلَهُ»، مزایایی است که در قبال برتری‌های اختصاصی افراد به آنها داده می‌شود؛ یعنی هر کس از جهت دنیوی بیشتر کار کند، او را به مزیتی مقتضی اختصاص خواهد داد، نه آنکه مساوات قائل شود و درجاتی که میان اعمال و مساعی اجتماعی است، باطل سازد؛ طوری که تفاوتی بین فعال و پرکار و تنبل و بیکاره نباشد. (همان، ۲۳۰/۱۹)

در مجموع، نکات موجود در آیه ۳۲ نساء (لا تَتَمَنَّوْا - نَصِيبٌ مِّمَّا - وَاسْأَلُوا اللَّهَ - بَكَل شَيْءٍ عَلِيمًا) مشعر است به اینکه ممکن است در نتیجه تفاوت عمل و صفات شخصی و نیز به اقتضای علم خداوند، انسان به همه برتری مورد نظر خود نائل نشود؛ همچنان که آیه «أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى» (نجم: ۲۴) همین معنا را می‌رساند. در این آیه «أَمْ» منقطعه است و استفهام در جمله، انکاری است و سیاق گفتار، نفی است؛ یعنی می‌فرماید صرف اینکه انسان آرزویی در سر بپروراند، مالک آن آرزو نمی‌شود و آیه بعد «فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَى» (نجم: ۲۵) با بیان علت این مطلب می‌فرماید: چون دنیا و آخرت تنها و تنها از آن خدای سبحان است (همان، ۷۸/۳۷)، لذا برتری دنیایی هم از خدا خواهد بود.

غایت یا هدف نهایی برتری و توفیق‌طلبی‌ها

تا اینجا سخن از توفیق و برتری این جهانی بود. اما هنگامی که مبحث آخرت طرح می‌شود، مقیاس برتری و درجات بسیار متعالی‌تر می‌شود. در حقیقت اینکه انسان در مسیر حیات چه غایت یا هدفی را برای خود تعریف می‌کند، تعیین‌کننده حد و مرز یا شدت و ضعف صفات انگیزشی است. این به آن معناست که غایت‌های فرامادی می‌توانند صفات فطری انسان را به شکل بهینه‌ای در یک مسیر مشخص کنترل، تقویت یا تضعیف نمایند. بر همین اساس است که در آیه ۲۱ اسراء «انظُرْ كَيْفَ فَضَّلْنَا بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ» که در آن بحث از انواع برتری‌ها بود، بلافاصله بعد از بیان برتری‌های دنیوی می‌فرماید: «لِلْآخِرَةِ أَكْبَرُ دَرَجَاتٍ وَأَكْبَرُ تَفْضِيلًا»؛ یعنی هم خود آخرت بزرگ‌تر از دنیاست، و هم [درجات و] برتری‌های بزرگ‌تر از برتری‌های دنیاست. (همان، ۱۲۳/۲۵) و آیه «مَنْ يَأْتِهِ مُؤْمِنًا قَدْ عَمِلَ الصَّالِحَاتِ فَأُولَئِكَ لَهُمُ الدَّرَجَاتُ الْعُلَى» (طه: ۷۵) می‌فرماید راه طی کردن این درجات عالی نیز انجام صالحات مؤمنانه است. به گفته راغب، درجه در این

آیه به معنای منزلتی است که در آن صعود هم هست؛ مانند درجات نردبام، و در مقابل آن درکه است که به معنای منزلت رو به پایین است. (همان، ۲۸۲/۲۷) بر این اساس، وقتی برتری طلبی جهت گیری آخرتی داشته باشد، توصیه قرآن به صورت تشویق به سرعت و حتی سبقت ظاهر می شود: «أُولَئِكَ يُسَارِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَ هُمْ لَهَا سَابِقُونَ» (مؤمنون: ۶۱)، و «السَّابِقُونَ السَّابِقُونَ» (واقعه: ۱۰). این آیات به مسارعه و مسابقه در اعمال خیر و انجام صالحات امر می فرمایند. (همان، ۲۳۹/۳۷)

«مسارعه» مصدر فعل «یسارعون و سارعوا» به معنای سرعت داشتن (انیس و منتصر، ۱۹۷۲: ۴۲۷/۱) و کثرت بخشیدن به سرعت است. (طباطبایی، ۱۳۶۱: ۵۳/۱۱) کلمه «مسابقه» نیز مصدر «سابقون و سابقوا» و به معنای غلبه جویی در رسیدن به هدف است؛ طوری که هر یک از دوطرف مسابقه حرکت خود را نسبت به حریفش سرعت بیشتری بدهد. پس در معنای مسابقه، چیزی زیادتر از معنای مسارعه هست، چون مسارعت تنها به معنای کوشش در سرعت دادن به حرکت است، ولی مسابقه هم این معنا را می رساند، و هم این را می فهماند که سرعت دادن باید طوری باشد که زیادتر از سرعت حریف شود. بنابراین عبارت «سابقوا» در آیه «سَابِقُوا إِلَى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ وَ جَنَّةٍ» (حدید: ۲۱)، تکلیفی زاید بر تکلیفی را می رساند که آیه «سَارِعُوا إِلَى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ وَ جَنَّةٍ» (آل عمران: ۱۳۳) افاده می کند. (همان ۳۴۵/۳۷) با وجود این همه امر به سرعت، سبقت و تنافس (رقابت)، قرآن با تأکید فراوان از اینکه برتری طلبی انسان به سوی تکاثر برود، نهی می کند.

نتیجه گیری

یافته ها حاکی از آن است که انسان خواهان این است که داشته های خود را با «بسیاری در مقدار، گستردگی در نوع، و شتاب در زمان»، بیشینه کند و این گرایش سه بُعدی، مهم ترین صفت انگیزشی ذاتی انسان برای فعالیت های کارآفرینانه نیز هست. بیشه سازی این سه بُعد، همچون تند دویدن که به خودی خود ضامن هیچ رشدی نیست، اهمیت جهت گیری مبتنی بر قرآن (معنویت گرایی و اخلاق) را حکایت می کند و در همین جاست که کارآفرین مسلمان باید خود را از سایر انواع کارآفرینان متمایز کند، چون در اصل این صفت انگیزشی با دیگران تفاوتی ندارد.

بر این اساس، آنچه به لحاظ عملیاتی و کاربردی اهمیت دارد، آن است که این صفت انگیزشی چگونه در جامعه اسلامی و به ویژه در کارآفرینان جهت داده شود و متعاقباً چه



صفات اکتسابی را در آنها ایجاد کند. همچنان‌که مک‌کلند بیان کرد، از میان سه انگیزه اساسی انسان (موفقیت، قدرت، تعلق)، جامعه غرب توانست از طریق برخی آموزش‌ها و نیز اصلاحات مذهبی، توفیق‌طلبی یا انگیزه موفقیت را در برخی افراد خاص یعنی کارآفرینان، به‌سوی رشد اقتصادی، جهت‌دهی و تقویت نماید. (McClelland D. C, 1961: 47, 53) وی معتقد بود با این اقدامات غرب، «سخت‌کوشی و تلاش برای برتری» در عرصه اقتصادی، به یک معیار مبدل و به نسل‌های بعد آموزش داده می‌شد. (شولتز، ۱۳۹۲: ۵۶۳) این امر تا جایی پیش رفت که مک‌کلند و ویتتر، توفیق‌طلبی ناظر به اقتصاد را مهم‌ترین صفت انگیزشی کارآفرینان و آن را برای فعالیت‌های کارآفرینانه کافی دانستند (Smith, 1973: 65) و این در حالی بود که موفقیت‌های بزرگ اقتصادی در یک فرهنگ خاص، توسط تمایلات قوی حداقل برخی افراد به موفقیت اقتصادی پدید می‌آید. (McClelland D. C, 1961: 36) بنابراین بسیار مهم است که این صفت اساسی در کارآفرینان به‌عنوان موتور اصلی توسعه اقتصادی، به‌ویژه در کشور اسلامی، چگونه توصیف و بازتعریف شود. توفیق‌طلبی در حقیقت مصداقی از برتری‌جویی انسان است. بر اساس آیات قرآن، می‌توان گفت به‌طور کلی علاقه به برتری و کمال، منشأ همه تحرکات، از جمله فعالیت‌های کارآفرینانه است و قرآن انواع برتری، مانند به انجام رساندن کارهای دشوار، پیروزی در رقابت‌ها، فزونی مال، برتری کیفی در کارها و اقدامات، برتری در جایگاه اجتماعی، یعنی فرادستی و ریاست، مقبولیت، قدرت، شهرت و ... را به رسمیت شناخته است، اما در عین حال در جهت نیل به هر یک، چند نکته اساسی را متذکر می‌شود.

نخست اینکه کارآفرین برتری مورد نظر خود را باید از طریق بهره‌گیری از صفات شخصیتی و افزایش اقدامات و اکتسابات خود به‌دست آورد.

دوم و مهم‌تر اینکه کارآفرین مسلمان باید باور قاطع و راسخ داشته باشد که هر برتری‌یافتنی مشروط به همراه شدن همه اسباب لازم توسط پروردگار (به‌صورت قضا و قدر الهی) است، از این‌رو علاوه بر به‌کارگیری اسباب تحت اختیار خود، باید همراهی اسبابی را که تحت اشراف علمی و تسلط او قرار ندارند، از خداوند متعال مسألت نموده و به قدرت او توکل کند و به تدبیر او اعتماد و به دستاورد رضایت داشته باشد. به دیگر سخن، برتری‌طلبی در قالب توفیق‌طلبی، فضیلت‌جویی یا غلبه‌یابی در قرآن به‌عنوان یک ویژگی انسانی معرفی شده است، اما قرآن با تأکید فراوان یادآور می‌شود

که انسان استقلال‌ی در برتری‌های حاصل از این صفات انگیزشی ندارد و البته التزام عملی به این نگرش را عامل ضعیف شدن او نمی‌داند.

سوم، برای جلوگیری از بروز پریشانی روان خود، تمنای برتری‌های دست‌نیافتنی یا بسیار دشوار دیگران را نداشته باشد، چون برتری اقتصادی تنها برای برخی از افراد، جزء ذات اجتماع است. از این رو ضمن یادگیری از الگوی موفقیت کارآفرینان برتر در جهت رشد کسب‌وکار، باید دانست که بر پایه آموزه‌های قرآنی، «ثروتمندترین کارآفرین بودن» نسخه‌ای قابل تعمیم نیست.

چهارم، کارآفرین مسلمان باید تمام فعالیت‌های خود در تولید، مخارج و مصارف را مصداقی برای عمل صالح قرار دهد که در این صورت نه تنها پسندیده است که به فعالیت‌های کارآفرینانه سرعت ببخشد، که حتی بر دیگران سبقت بجوید. به دیگر سخن، هر نوع برتری‌طلبی در فعالیت‌های کارآفرینانه که عهده‌دار مهم‌ترین امر اجتماع، یعنی جهت‌دهی و تأمین نیازهای جامعه است، چنانچه جهت‌گیری متألّهانه داشته باشد، باید در آن سرعت، رقابت و سبقت به خرج داد.

در حالی که در برخی موارد شاهد فاصله گرفتن از چنین آموزه‌هایی در جامعه کارآفرینان مسلمان هستیم، اخیراً رویکردها و دستاوردهایی مشابه با پژوهش حاضر در جامعه کارآفرینان مسیحی شاهد هستیم؛ همچنان‌که داگلاس و تکشرا با استناد به انجیل به تبیین مباحث کارآفرینی پرداخته‌اند. (Douglas & Teixeira, 2017: 55) کالن و همکارانش نیز در پژوهشی با عنوان «وجه تمایزات کارآفرین مسیحی»، مواردی را به مشخصه‌های عمومی کارآفرینی اضافه نموده‌اند که از جمله آنها، «نگرش مبتنی بر کتاب مقدس مسیحیت» و «اجرای کسب‌وکار تحت هدایت روح القدس» (Holy Spirit) است. (Cullen, Calitz, & Boshoff, 2013) باترا نیز بر اساس کتاب مقدس مسیحیت، مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی را که به تأکید وی، دانشگاه‌های مسیحی باید در دانشجویان توسعه بدهند، ارائه کرد که عبارت‌اند از توکل بر خدا، ریسک‌پذیری معقول، سخت‌کوشی، نوآوری و تفکر مثبت. (Butera, 2009: 2-4) از این رو است که برخی پژوهشگران (اوتادی و صفری، ۱۳۹۸)، طراحی مدل جامع ایرانی-اسلامی را برای تبیین اقدام کارآفرینانه پیشنهاد کردند.



فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. امیری، مهدی؛ امیری، زهره (۱۳۹۳)، «مبانی مؤلفه‌های کار و کارآفرینی در قرآن و روایت»، مشکوة شماره ۱۲۴، ص ۴۲-۵۹.
۳. انیس، ابراهیم؛ منتصر، عبدالحلیم (۱۹۷۲)، المعجم الوسیط. طهران-ایران: ناصر خسرو.
۴. اوتادی، محمد؛ صفری، سعید (۱۳۹۸)، «بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شاهد)»، توسعه کارآفرینی، شماره ۱۲، ص ۵۰۰-۵۲۰.
۵. ایزوتسو، توشیهیکو (۱۳۶۱)، خدا و انسان در قرآن، ترجمه احمد آرام، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۶. ایزوتسو، توشیهیکو (۱۳۷۸)، مفاهیم اخلاقی-دینی در قرآن مجید، ترجمه فریدون بدره‌ای، تهران: نشر فرزاد.
۷. آذرنوش، آذرنوش (۱۳۸۷)، فرهنگ معاصر عربی-فارسی بر اساس فرهنگ هانسور، تهران: نشر نی.
۸. شاملو، سعید (۱۳۸۸) مکتب‌ها و نظریه‌ها در روان‌شناسی شخصیت، تهران: انتشارات رشد.
۹. شولتز، دوان (۱۳۹۲)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه یوسف کریمی، فرهاد جمهری، سیامک نقشبندی، بهزاد گودرزی، هادی حیرایی، محمد نیکخو، تهران: ارسباران.
۱۰. صفوی، کورش (۱۳۹۷)، درآمدی بر معناشناسی، تهران: سوره مهر.
۱۱. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۶۱)، المیزان فی تفسیر القرآن، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم: مؤسسه مطبوعات دارالعلم و کانون انتشارات محمدی.
۱۲. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۹۴)، المیزان فی تفسیر القرآن، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.
۱۳. فیست، جس؛ فیست، گریگوری. جی (۱۳۹۱)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه سید محمدی، تهران: روان.
۱۴. کاویانی، محمد (۱۳۹۸)، روان‌شناسی در قرآن مفاهیم و آموزه‌ها، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۵. مجتهد شبستری، محمد (۱۳۸۱)، هرمنوتیک، کتاب و سنت، تهران: طرح نو.
۱۶. محمدپور، احمد (۱۳۹۲)، روش تحقیق کیفی ضدروش مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی، تهران: جامعه‌شناسان.
۱۷. مقیمی، محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی (۱۳۹۲)، نظریه‌های کارآفرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۸. مهارتی، یعقوب؛ رستمی، محمدحسن (۲۰۱۳)، «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در آینه قرآن و کلام معصومان (علیهم‌السلام)»، همایش علمی پژوهشی کار و کارآفرینی در فرهنگ رضوی، دانشگاه فردوسی مشهد.
19. Beattie, S. (2016), "Which Entrepreneurial Traits are the Most Critical in Determining Success?" *Otago Management Graduate Review*, 14, pp.13-20.
20. Butera, E. (2009), "Teaching entrepreneurship in christian perspective", *40th International Faith and Learning Seminar*, Thailand: Asia-Pacific International University.

21. Cambridge Dictionary (2020, October), Retrieved from Cambridge University Press: <https://dictionary.cambridge.org>
22. Carswell, P., & Rolland, D. (2004), "The role of religion in entrepreneurship participation and perception", *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 1 (3/4), pp. 280-286.
23. Carswell, P. & Rolland, D. (2007), "Religion and entrepreneurship in New Zealand", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1 (2), pp.162-174.
24. Cullen, M., Calitz, A. & Boshoff, L. (2013), Characteristics of the Christian Entrepreneur: An Exploratory Study, Retrieved from researchgate.net.
25. Douglas, W. & Teixeira, R. (2017), *The 25 Biblical Laws of Success: Powerful principles to transform your career and business*, Printed in the United States of America: Baker Book.
26. Faizal, P, R., Ridhwan, A. & Kalsom, A. W. (2013), "The Entrepreneurs Characteristic from al-Quran and al-Hadis", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4 (4), (August) pp.191-196.
27. Hébert, R, F. & Link, A. N. (2009), *A History of Entrepreneurship*, New York: Routledge.
28. LONGMAN Advanced American Dictionary (2016), Third version
29. McClelland, D. C. (1961), *The Achieving Society*, Canada: D, Van Nostrand.
30. McClelland, D, C. (1987), "Characteristics of Successful Entrepreneurs", *The Journal or Creative Behavior*, 21 (3) (September), pp. 219-233.
31. McClelland, D, C. (1965), "N achievement and entrepreneurship a longitudinal study", *Journal of Personality and Social Psychology*, 1 (4), pp. 389-392.
32. McClelland, D, C. & Alschuler, A. S. (1971), *Achievement Motivation Development Project Final Report*, Harvard University.
33. Olivari, J. (2016), *Entrepreneurial Traits and Innovation Evidence from Chile (DISSERTATION)*, Maastricht: Universitaire Pers Maastricht.
34. Sabiu, I, T. & Abdullah, A. (2018), "An empirical analysis of the need for achievement motivation in predicting entrepreneurial persistence in Bumiputra entrepreneurs in Terengganu, Malaysia", *International Journal of Business and Globalisation*, 20 (2), (January), pp. 190-202.
35. Schultz, D, P. & Schultz, S. E. (2009), *Theories of Personality* (NINTH EDITION ed.), Michele Sordi.
36. Shane, S. A. (2007), *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*, Cheltenham, UK: Edward Elgar.
37. Smith, C. A. (1973), "BOOK REVIEW: Motivating Economic Achieoenaent: David C, McClelland and David G, Winter", (1969), *Behavioral Science*, 18, pp. 64-67.
38. STEVENSON, H. H. & JARILLO, J. C. (1990), "A PARADIGM OF ENTREPRENEURSHIP: ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT", *Strategic Management Journal*, 11, (Summer), pp. 17-27.
39. Stüchelberger, C., Cui, W., Lessidrenska, T., Wang, D., Liu, Y. & Zhang, Y. (2016), *Entrepreneurs with Christian Values Training Handbook for 12 Modules*, Geneva: Kingdom business college & Globethics.net.

40. Tazeen, I., Rizwan, R. A. (2019), "Streimikiene, D., Riaz, H, S., Parmar, V. & Vveinhardt, J, Assessment of Entrepreneurial Traits and Small-Firm Performance with Entrepreneurial Orientation as a Mediating Factor", *Sustainability*, 11, (September), pp. 1-23.
41. Tracey, P. (2012), "Religion and Organization: A Critical Review of Current Trends and Future Directions", *The Academy of Management Annals*, 6 (1), (June) pp. 87-134.
42. Tsague, P. (2014), *Principles of biblical entrepreneurship*, nehemiahproject.org.
43. Uwe, F. (2009), *AN INTRODUCTION TO QUALITATIVE RESEARCH FOURTH EDITION*, SAGE Publications Asia-Pacific Pte Ltd.
44. Veciana, J. M. (2007), "Entrepreneurship as a Scientific Research Programme", (January), pp. 23-71, Doi: 10.1007/978-3-540-48543-8-2.

