

# نقش و جایگاه زنان در تبیین و ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی

لیلا استیری<sup>۱</sup>

اولین همایش بین‌المللی گام دوم انقلاب؛ الگوی نظام انقلابی تمدن ساز

International Conference on the Second Step of the Revolution

## چکیده

سبک زندگی بر ماهیت و محتوای خاص تعاملات و کنش‌های اشخاص در هر جامعه دلالت دارد و مبین اغراض، نیات، معانی و تفاسیر فرد در جریان عمل روزمره زندگی است که نشان می‌دهد در بطن ارزش‌های موجود در خرده‌نظام فرهنگی چه می‌گذرد؛ بنابراین، دست‌اندرکاران به‌منظور طراحی الگو برای سبک زندگی باید به «شناخت عوامل مؤثر بر سبک زندگی در دنیای امروز» نیز توجه کنند. شیوه زندگی آدمی در هر زمانی متأثر از عوامل گوناگون است. در کشور ما با توجه به رویکرد دینی و ملی، سبک زندگی اسلامی-ایرانی مدنظر است و از جمله عوامل مؤثر در ترویج و تبیین این نوع سبک زندگی، زنان هستند. این پژوهش با بهره‌گیری از چهارچوب مفهومی فرهنگ مصرفی و روش تحلیل محتوا درصدد بررسی نقش و جایگاه زنان در تبیین و ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی است. پژوهش نشان می‌دهد زنان به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در ترویج سبک زندگی هستند که توانمندسازی آنان می‌تواند به ترویج این سبک از زندگی کمک کند.

## کلیدواژه‌ها

سبک زندگی، ایرانی-اسلامی، زنان، الگوی مصرف



## مقدمه

مفهوم سبک زندگی از جمله مفاهیم علوم اجتماعی است که اخیراً بدان بسیار توجه می‌شود. سبک زندگی، مفهوم تازه‌ای نیست. هزاران سال است که انسان‌ها کوشیده‌اند سبک زندگی خود را بشناسند و مدیریت کنند و حتی دولت‌ها در تلاشند بر روی سبک زندگی مردمان خود تأثیر بگذارند. سبک زندگی به معنای شیوه زندگی خاص یک فرد، گروه یا جامعه است.

سبک‌های زندگی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی را دربرمی‌گیرد و می‌تواند به علایق، نظرات، رفتارها و جهت‌گیری رفتاری یک فرد، گروه یا فرهنگ اشاره کند. از آنجا که مشاهده رفتار انسان‌ها، همیشه و همه‌جا ممکن نیست، بسیاری از محققان ترجیح می‌دهند به جای رفتارهای ما، انتخاب‌های ما در زندگی روزمره را به‌عنوان نشانه دست دوم از سبک زندگی بررسی کنند. یکی از مؤلفه‌های مهم در سبک زندگی، شیوه مصرف است. از آنجا که سبک زندگی با رویکرد غربی به دنبال ترویج مصرف‌گرایی در کشورهای اسلامی است، ترویج و تبیین مصرف در رهیافت اسلامی که متأثر از رویکردهای معرفت‌شناسی، انسان‌شناسی و هستی‌شناسی دینی است، از اهمیت خاصی برخوردار است و به عبارتی، اصلاح الگوی مصرف به دلیل فاصله آن با الگوی مطلوب اسلامی، ضرورتی گریزناپذیر دارد.

اصلاح الگوی مصرف به معنای تغییر در سطح مصرف، ترکیب کالای مصرفی و چگونگی مصرف است، به گونه‌ای که به الگوی مطلوب دینی نزدیک‌تر شویم. نزدیک کردن الگوی مصرف با الگوی مطلوب؛ نه سیاست کوتاه‌مدت، بلکه به صورت سیاست استراتژیک است؛ زیرا الگوی مصرف فقط بحث اقتصادی نیست، بلکه امری اجتماعی و فرهنگی نیز هست و این، پیچیدگی مسئله را دوچندان می‌کند. مصرف را با شکل و شرایطی که امروزه به خود گرفته است، می‌توان به صورت روندی اجتماعی و فرهنگی - که شامل نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است - در نظر گرفت، نه یکسره روندی اقتصادی منفعت‌گرایانه؛ بنابراین، باید به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی توجه شود (باکاک، ۱۳۸۱: ۳). با توجه به اینکه برای مصرف به غیر از هزینه‌های اقتصادی، وقت و انرژی و... نیز صرف می‌شود و تبعات روانی و جامعه‌شناختی فراوانی در پی دارد، لازم است پیامدهای الگوی نامناسب مصرف را با توجه به داده‌های به دست آمده از تحقیقات، اصلاح و برای آن برنامه‌ریزی کنیم؛ همان‌طور که در



طول تاریخ، الگوهای مصرف با توجه به تغییر نگرش‌ها و عوامل اجتماعی و فرهنگی تغییر یافته و این عوامل در کنار عوامل مادی و اقتصادی در تغییر الگوی مصرف اثرگذار بوده‌اند (سیدی نیا، ۱۳۸۸: ۱۵۲).

زنان به‌عنوان نیمی از جامعه می‌توانند در فرهنگ مصرفی جامعه بسیار تأثیرگذار باشند؛ به عبارتی، با توجه به اینکه بیشتر فعالیت‌های اقتصادی بانوان در بخش خانواده است؛ بنابراین، زنان با مدیریت صحیح این بخش، نقش مهمی در اصلاح الگوی مصرف و امور اقتصادی جامعه و خانواده بر عهده دارند. زنان نه تنها در خرید لوازم و مواد مصرفی نقش مهمی دارند، بلکه در درست مصرف کردن و همچنین نگهداری موارد مصرفی نیز باید مدیریت داشته باشند. اگر احساس وظیفه و حفظ سرمایه‌های کشور در زنان ایجاد شود، آنان در حفظ منابع ملی نیز تأثیر به‌سزایی خواهند داشت و این امر خودبه‌خود عاملی برای ایجاد الگوی مناسب مصرف برای نسل‌های بعدی خواهد بود؛ بنابراین، در این پژوهش با توجه به اهمیت مسئله، درصدد بررسی رابطه نقش و جایگاه زنان در ارائه عمیق الگوی مصرف با فرهنگ و سبک زندگی اسلامی هستیم. سوالی که در این نوشتار مطرح است، این است که چه رابطه‌ای بین نقش و جایگاه زنان در ارائه الگوی مصرف با فرهنگ و سبک زندگی اسلامی وجود دارد؟ پژوهش نشان می‌دهد توانمندسازی زنان در حوزه اصلاح الگوی مصرف، نقشی تأثیرگذار بر ترویج فرهنگ و سبک زندگی اسلامی دارد.

## تعریف مفاهیم

### سبک زندگی

سبک زندگی، نظام‌واره و سیستم خاص زندگی است که به یک فرد، خانواده یا جامعه با هویت خاص اختصاص دارد. این نظام‌واره، هندسه کلی رفتار بیرونی است و افراد، خانواده‌ها و جوامع را از هم متمایز می‌کند. سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع و منسجم از عملکردهای روزمره یک فرد دانست که نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌کند، بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت مشخص خویش برمی‌گزیند را در برابر دیگران مجسم می‌سازد (شریفی، ۱۳۹۲: ۲۰). سبک زندگی اسلامی یعنی رفتارهای انسانی که متأثر از فرهنگ اسلامی است؛ به تعبیر دیگر می‌توان گفت: «رفتار انسانی از آن جهت که انسانی



است، جدای از فرهنگ نخواهد بود؛ یعنی انسانی بودن با فرهنگی بودن مساوی است» (مصباح یزدی، ۱۳۹۲: ۲۶).

### مصرف

مصرف در اصطلاح اقتصادی عبارت است از: «ارزش پولی کالاها و خدماتی که از سوی افراد خریداری و تهیه می‌شوند» (اخوی، ۱۳۷۶: ۱۵۱). برخی دیگر در تعریف مصرف معتقدند: «ثروت، منبع درآمد است و درآمد خالص منهای استهلاک، به دو منظور استفاده می‌شود؛ بخشی از آن به انباشت ثروت پس‌انداز اختصاص می‌یابد و بخش دیگر صرف تحصیل لذت می‌شود. آن قسمت از درآمد که صرف به دست آوردن لذت می‌شود، مصرف نام دارد» (قدیری اصل، ۱۳۶۶: ۲۸۰)؛ بنابراین، می‌توان گفت مصرف به معنای عام، عبارت است از استفاده از کالا یا خدمات برای تأمین یک نیاز.

### چهارچوب نظری

سبک زندگی به مجموعه رفتارها و الگوهای کنش هر فرد که معطوف به ابعاد هنجاری و معنایی زندگی اجتماعی است، اطلاق می‌شود و نشان‌دهنده کم و کیف نظام باورها و کنش‌های فرد است؛ به عبارتی، سبک زندگی بر ماهیت و محتوای خاص تعاملات و کنش‌های اشخاص در هر جامعه دلالت دارد و مبین اغراض، نیات، معانی و تفاسیر فرد در جریان عمل روزمره و زندگی روزانه است.

مفهوم سبک زندگی به معنی شیوه و روش انجام چیزی، خصوصاً شیوه‌ای که برای فرد، گروهی از مردم، مکان یا دوره‌ای نوعی باشد، اجزا یا انجام اموری که تمایزدهنده فرد یا گروه یا سطح خاصی باشد (وبستر، ۱۹۹۶: ۴۵۲)، طرز نگرش خاص فردی و سلیقه که بیانگر و ممیز راه زندگی است (وبستر، ۲۰۰۴: ۲۱۴) و شیوه انجام چیزی، خصوصاً راهی که نشان‌دهنده تأکید بر طرز نگرش خاص یا مشخص دوره معینی باشد، به کار گرفته شده است (ام. ان. انکارتا، ۲۰۰۴: ۲۳۶).



لیزر (۱۹۶۳) سبک زندگی را براساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کند. به نظر وی سبک زندگی نشان‌دهنده شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی و نشان‌دهنده شیوه‌ای است که مصرف‌کننده در آن خرید می‌کند. شیوه‌ای که کالای خریداری شده مصرف می‌شود، بازتاب‌دهنده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است (خوشنویس، ۱۳۸۹: ۱۰). یاسر من (۱۹۸۳) سبک زندگی را الگویی از مصرف می‌داند که دربردارنده ترجیحات، ذائقه و ارزش‌هاست (ربانی و رستگار، ۱۳۸۷: ۴۵). سبک زندگی به مثابه مجموعه منسجمی از انتخاب‌ها، ترجیحات و رفتارهای مصرف‌گرایانه است. در جریان رواج مصرف‌گرایی و امکان انتخاب و گزینش کالاها، افراد صاحب سبک زندگی شدند. نشانه‌های گسترش سبک زندگی حاصل از جامعه مصرفی را جامعه‌شناسانی چون وبلن، وبر و زیمل در اوایل قرن بیستم به تصویر کشیدند. وبلن و زیمل سبک زندگی طبقه متوسط کلان‌شهر را تصویر کردند. سبکی که در آن مصرف لباس، زیورآلات و انواع کالاهای لوکس نقشی محوری داشت (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰: ۱۸۵).

از دیدگاه تورشتاین وبلن، داشتن سبکی خاص به معنای چیزی بیشتر از علایق خاص فراغت است. داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروهی خاص در جامعه، به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیگر منجر شده است. به نظر وی، ثروت مهم‌ترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن «مصرف تظاهری و نمایشی» است؛ برای نمونه، افراد با نوع پوشش، آرایش و زیورآلات، خود و طبقه خود را از سایرین متمایز می‌کنند (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰: ۱۸۶).

به نظر وبلن طبقه مرفه یا تن‌آسای، ابتدا از طریق کسب مال و ثروت تشکیل شد. ثروت بیشتر، قدرت بیشتری را برای این طبقه به همراه آورده است. داشتن ثروت اگرچه منبع منزلت بوده است، لکن نشان دادن این ثروت، افتخارآمیز است. به نظر وی، فراغت خودنمایانه که از طریق اشتغال فرد به کارهای غیرتولیدی نمایش داده می‌شود، نشان‌دهنده ثروت فرد بود. کار غیرتولیدی نشان می‌داد که فرد برای فراغت و تفریح کار می‌کند و اشتغال به کار مولد به طبقات پایین‌تر اختصاص دارد. فراغت خودنمایانه در اجتماعات کوچک کاربرد داشت؛ ولی در جامعه شهری امکان نمایش ثروت از این طریق میسر نبود. در مرحله شهرنشینی، این مصرف خودنمایانه است که در خدمت نشان دادن ثروت قرار می‌گیرد. وبلن فکر می‌کرد که

طبقات مرفه بدین وسیله به اقتدار هنجاری دست می‌یابند و خود را به الگوی جامعه تبدیل می‌کنند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۲).

وبلن پدیده «مد» را نیز به کمک انگیزش‌های اجتماعی رفتار رقابت‌آمیز تبیین می‌کرد. مد، مختص به طبقه بالایی است که می‌خواهد نشان دهد برای کسب درآمد، مجبور به کارکردن نیست. مد، در سطح جامعه توسعه می‌یابد و از سوی طبقات پایین‌تر تقلید می‌شود. طبقات بالاتر نیز برای حفظ موقعیت اجتماعی خود، صور جدیدتری از الگوهای مصرف می‌آفرینند. «به‌روز بودن» معیاری است که طبقه مرفه برای بازتولید جایگاه مرفه مسلط خود تعریف می‌کند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۲).

دو پدیده دیگر که وبلن آن‌ها را به کمک نظریه خود تبیین می‌کند، عبارتند از: تجمل‌گرایی زنان و برخی فعالیت‌های ثروتمندان. در نظر وبلن، در زمانه او مردان آمریکایی قدرت و ثروت خود را از طریق زنانشان نمایش می‌دادند. این ایده وبلن، بازتولید پدرسالاری در قالب‌های زیرکانه‌تر است. زنان هم از طریق اقتباس الگوی مصرفی و هم ترتیب دادن منزل و خانه‌ای که احترام دیگران برای قدرت و ثروت شوهر را برانگیزد، پدرسالاری موروثی را بازتولید می‌کنند. وبلن، سبک زندگی را پدیده‌ای گروهی می‌داند، چیزی که محصول تعلق طبقاتی بوده و ماهیت مستقلی نیز ندارد و نمودی از وجود طبقاتی است.

به‌هرحال، وبلن تنها جامعه‌شناس کلاسیکی است که به تحلیل پدیده مصرف پرداخته و به همین دلیل در مباحث مربوط به مصرف و سبک زندگی جایگاه خاصی دارد. به نظر وبلن مصرف چشمگیر، تن‌آسانی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلند پایگی، وسایلی هستند که انسان‌ها با آن‌ها می‌کوشند تا در چشم همسایگان‌شان برتر جلوه کنند و در ضمن، برای خودشان نیز ارزش بیشتری قائل شوند؛ چراکه مصرف چشمگیر کالاهای گران‌قیمت، وسیله کسب آبرومندی برای نجیب‌زادگان تن‌آسان است (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۲: ۱۸۶).

وبلن در جایی سبک زندگی فرد را الگوی رفتار جمعی می‌داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند. او در جای دیگر، سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت او قلمداد می‌کند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۲). زمیل، سبک زندگی را تجسم تلاش انسان می‌داند برای یافتن ارزش‌های بنیادی



یا به تعبیری، فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران؛ به عبارت دیگر، انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر)، شکل‌ها (و صورت‌های) رفتاری را برمی‌گزیند. زیمل توان چنین‌گزینشی را سلیقه و این اشکال به هم مرتبط را سبک زندگی می‌نامد. او در جایی معتقد است سبک زندگی، عینیت‌بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته‌شده اجتماعی است، نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی است که دیگری این یکتایی را درک کند (فتحی و مختارپور، ۱۳۹۳: ۱۰۹).

زیمل در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید نموده است. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سویی برای افراد هویت‌بخش بوده و از سویی دیگر، متمایزکننده است. زیمل در مقاله مد، دلایل متعدد تغییر مد در فرهنگ مدرن را بررسی نموده و نتیجه می‌گیرد که مردم سریع‌تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند؛ زیرا می‌خواهند به هویت‌های شخصی متمایز خود شکل دهند. به نظر زیمل، در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می‌گرفتند؛ از این‌رو، بسیار همگن بودند؛ اما در جوامع مدرن، فرایند هویتی فردی شده است. به نظر وی در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد، برای خود بسازد. بر این مبنایا، اگرچه دنیای مدرن منجر به آزادی فرد از اسارت شده؛ ولی خود، محدودیت‌هایی را برای فرد ایجاد کرده است، به نحوی که افراد برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مد پناه می‌برند تا به واسطه آن، هویت خود را تعریف کنند (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۲: ۱۸۶ - ۱۸۷).

زیمل در عین پذیرش تمایز میان صورت‌ها (رفتار محتمل در چهارچوب فرهنگی عینی) و معنا (فردیت برتر)، صورت‌های برگزیده و نحوه چینی آنها را که همانا سبک باشد، در ارتباط با معنا می‌بیند. تعریف زیمل از سبک زندگی عبارت است از: «سبک زندگی، کل به هم پیوسته صورت‌هایی است که افراد یک جامعه مطابق انگیزه‌های درونی و سلاطین خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان شخصیت ذهنی و زیست محیط عینی و انسانی‌شان به انجام می‌رسانند، برای زندگی خود برمی‌گزینند» (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۳).

به اعتقاد زیمل، فرد از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای منزلت و مد است، می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند. این‌گونه مصرف کردن،



راهی برای «اثبات خود» و حفظ اقتدار فردی است. در نظر زیمیل، مد علاوه بر آنکه منبعث از فشارهای ساختاری کلان‌شهر است، نماد تمایز طبقاتی نیز هست. در اینجا توجه زیمیل به کارکرد دوگانه مد آشکار است. مد از یک جهت اعلام تمایل برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است؛ اما از لحاظ دیگر، جنبه طبقاتی دارد و سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی-طبقاتی است. مد بدین لحاظ احساس با دیگران بودن را در فرد تقویت می‌کند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۳-۱۴).

زیمیل به دلیل اینکه انگیزه درونی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری الگوهای مصرف را بررسی کرده، در جامعه‌شناسی پیشرو است. او به بررسی تأثیر تغییرات اجتماعی-ظهور کلان‌شهر- بر الگوهای مصرف پرداخت. میراث این خط سیر فکری زیمیل را می‌توان در مجموعه تحلیل‌هایی دنبال کرد که شهر مدرن را جایی برای خرید کردن، کلوب رفتن و در یک کلام، مصرف می‌دانند (رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲: ۱۴). در کل، زیمیل در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید دارد. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی، از سویی برای فرد هویت‌بخش بوده و از سوی دیگر، متمایزکننده است (خواجه نوری، ۱۳۹۰، ب: ۲۸).

## روش پژوهش

برای انجام این پژوهش، با توجه به ماهیت موضوع پژوهش و پرسش تحقیق، از روش تحلیل محتوای کیفی مبتنی بر پارادایم «تفسیرگرایی» و «شیوه استقرایی» بهره برده شده است. این تحقیق از نظر نوع هدف، کاربردی است؛ چراکه به دنبال بررسی و ارائه راهکارهای کاربردی برای بهره‌گیری از مدیریت زنان به منظور تبیین و ترویج الگوی مصرف با تأکید بر الگوی اسلامی-ایرانی است.

در این مقاله با توجه به ماهیت موضوع، نحوه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی-تحقیقی است. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز و پاسخگویی به سوالات از روش مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق در بخش مطالعات کتابخانه‌ای، عبارت است از کلیه کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و اسناد در دسترس.





## تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

اصالت یافتن انسان در اندیشه اومانستی، موجب شکل‌گیری زندگی شده است و این، حدود سبک زندگی را شکل می‌دهد. در تمدن غربی شکل‌گیری جامعه مدرن، نظام طبقاتی، الگوی مصرف و نظایر آن نقطه پیدایش موضوع و مفهوم سبک زندگی غربی است. نگاه غربی به انسان، نگاهی انسان‌محور و بشرسالار است و بی‌گمان، این نگاه با خود اجزایی را به همراه دارد که سبک‌ساز زندگی غربی است.

نگاه اومانستی در غرب، باعث گرایش به مصرف‌گرایی و تنوع‌طلبی شدید شده است، به گونه‌ای که مصرف انبوه، باعث تولید انبوه می‌شود و تولید انبوه راهکاری است برای حداکثرسازی سود. تولیدکنندگان برای دستیابی به سود بیشتر از طریق اشاعه نیازهای کاذب، تبلیغات گسترده به وسیله ارتباط جمعی و حراج‌های پی‌درپی، به ترویج مصرف‌گرایی دست زدند و این مصرف‌گرایی و مدگرایی سبک زندگی غربی را جهت داده است.

مقام معظم رهبری<sup>(مدظله)</sup> در زمینه سبک زندگی غربی می‌فرماید: «فرهنگ غربی، فرهنگ مهاجم است. هر جا وارد شود، هویت‌زدایی می‌کند. هویت ملت را از بین می‌برد.» از این رو، تأکید معظم له بر تبیین و ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی است؛ چراکه در این سبک از زندگی، کنش و رفتار، مطابق با آموزه‌های الهی و اسلامی است.

آنچه که در یافته‌های پژوهش به آن رسیدیم، نقش تأثیرگذار زنان بر تبیین و ترویج الگوی مصرف مبتنی بر سبک زندگی اسلامی-ایرانی است. به منظور تحقق این امر، توانمندسازی زنان در حوزه شناخت شیوه مصرف و چگونگی اصلاح مصرف اهمیت دارد. مهم‌ترین عاملی که زنان را در بستر خانواده به سمت مصرف بی‌رویه سوق می‌دهد، مدگرایی و تجمل‌گرایی است. تجمل‌گرایی عامل عمده‌ی زیاد مصرف کردن و عامل بازدارنده‌ی مهمی در درست مصرف کردن است. از دیگر عوامل مصرف نامناسب، احساس محرومیت مبنی بر چشم و هم‌چشمی است. در جامعه مصرفی، ساخت‌های اجتماعی را باید بر اساس هویتی که افراد از سبک‌های مختلف زندگی و طرز تلقی‌ها و شیوه‌های رفتار و سلیقه‌ها نسبت به هر چیزی کسب می‌کنند، فهمید. با توجه به اینکه اسراف در میان خانواده‌ها ریشه دوانده است، برای مقابله با آن باید با مدیریت زمان و در بلندمدت به برنامه‌ریزی پرداخت تا در درجه اول زنان با درست و به‌جا هزینه کردن درآمد خانه و جلوگیری از هزینه‌های گزاف و

بیهوده، موجب افزایش بهره‌وری در خانه شوند و در نهایت به جایگاه مدیریتی خود در جامعه و تأثیر خود بر رفتار دیگر اعضای خانواده، برای حفظ منافع ملی پی ببرند و با برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه ایفای نقش کنند.

### سبک زندگی غربی و الگوی مصرف

با اصالت یافتن انسان در اندیشه اومانیستی غرب، حق انسان موجب شکل‌گیری حدود زندگی شده و این حدود، سبک زندگی را شکل می‌دهد؛ به این ترتیب، سبک زندگی، یک دین می‌شود. در زندگی بورژوازی، سبک زندگی به مثابه دین است؛ اما در اسلام، دین به مثابه سبک زندگی است. سبک زندگی بورژوازی به تنوع و تکثر دین برآمده و به آن می‌انجامد. مسلمانان جوان، بیشترین تأثیر را از دنیای متجدد از رهگذر آن چیزی می‌پذیرند که می‌توان آن را شیوه زندگی جدید نامید (نصر، ۱۳۸۲: ۳۳۰). در حقیقت، سبک زندگی در پایان راه تمدن‌سازی غربی مطرح شد و نتیجه تمدن غربی و مدرنیته متأخر بود. بر این مبنا، شکل‌گیری جامعه مدرن، نظام طبقاتی، الگوی مصرف و نظایر آن در غرب، نقطه پیدایش موضوع و مفهوم سبک زندگی غربی است (خانی، ۱۳۹۳: ۳۰-۲۹).

مدرنیته که غربی‌ها از آن با عنوان یک سبک زندگی یاد می‌کنند، روش تازه‌ای را در این سیصدسال اخیر پیاده کرده است که در تمامی موارد، مانند خوراک، پوشاک، روابط انسان‌ها، روابط جنسی و تمام حرکات انسان‌ها نمایان است و هرروز ممکن است این الگوها تغییر پیدا کنند. نتیجه اینکه در غرب، انسان، خود قانون‌گذار است و برای زندگی خویش چارچوب تعیین می‌کند. اینکه چگونه لباس بپوشد و بخورد؟ خوب و بد چیست؟ براساس پدیده‌ای به نام مد، یک توضیح‌المسائل ارائه می‌کند. سبک زندگی غربی، برحسب ظاهر، آزادی کامل فردی از قیدوبند سنت‌ها و اصولی است که طی زنجیره‌ای طولانی، از نسلی به نسل بعد رسیده. این شیوه جدید زندگی، حتی با آن عده از الگوهای زندگی جامعه غربی نیز سازگاری ندارد که طی چند قرن گذشته معمول بوده و نشان‌دهنده از هم گسیختن این جامعه است؛ از هم گسیختگی سریع جامعه غرب و دور شدن شتابان آن از وضعیتی که تاکنون داشته است (نصر، ۱۳۸۲: ۳۳۲).



جهان‌بینی مادی و غیرالهی چنان بر غرب مسلط است و بر آن سیطره افکنده که رفتارهای افراد، تحت نظارت این جهان‌بینی شکل گرفته‌اند. جهان‌بینی که براساس نگرش نفی خدا و قیامت شکل گرفته است. شیوه زندگی جدید، بیانگر گریز جدی از هنجارها و معیارهای دنیای متجددی است که تاکنون برقرار بوده و درعین حال، تالی منطقی همان هنجارها است (نصر، ۱۳۸۲: ۳۳۲). در تفکر اومانیستی (انسان‌محوری) انسان به جای خدا می‌نشیند، منزلت ویژه‌ای برای او قائل می‌شوند و اصالت به رشد و شکوفایی او تعلق می‌گیرد (رجبی، ۱۳۸۱: ۲۸).

نگاه غرب به انسان، نگاهی انسان‌محور و بشرسالار است و بی‌گمان، این نگاه با خود اجزایی را به همراه دارد که سبک‌ساز زندگی غربی است. در این نگاه، هدف از زندگی انسان کسب لذات مادی است و این انسان باید بتواند از زندگی مادی و دنیوی خود بیشترین لذت را ببرد. سود و منفعت نقش مهمی در زندگی وی دارد که برحسب آن نمی‌شود، انسان گرسنه باشد و غذایش را به دیگری ببخشد. حب دنیا داشته باشد و خود را به مردن دهد. کارهایی از قبیل انفاق و ایثار و... حماقت است. کارهایی که به سود دیگران است، معنی ندارد، مگر اینکه بیش از سودی که به دیگری می‌رسد، به خود شخص برسد. مطلوب نهایی این انسان، زندگی اقتصادی و در سایه آن، کسب رفاه و سود بیشتر است؛ بنابراین اقتصاد، دانش پایه می‌شود و تنظیمات عرصه‌های دیگر از جمله خانواده، نظام تعلیم و تربیت، سیاست و... باید بر مبنای اهداف اقتصادی انجام شوند. به طبع مفهوم و معنای تشکیل خانواده حول این محور شکل می‌گیرد. خانواده هم در دانشکده اقتصاد تحلیل اقتصادی می‌شود و زن و مرد مانند دو شریک کاری هستند که برای بیشتر شدن منافع مادی خود تلاش می‌کنند و ممکن است در جایی به این نتیجه برسند که به‌صرفه نیست با هم باشند و یا صاحب فرزند شوند و حتی مباحث کنترل جمعیت نیز در همین فضا مطرح می‌شود و زیرمجموعه اقتصاد قرار می‌گیرد. در زمینه نظام تعلیم و تربیت هم تحصیل زمانی ارزشمند است که به کسب سود بیشتر منجر شود. سیاست هم باید در خدمت منافع مادی قرار گیرد (رفیعی، ۱۳۹۱).

همین نگاه سودجویانه و منفعت‌طلبانه باعث شده که غرب به مصرف‌گرایی و تنوع‌طلبی شدید روی بیاورد. به گونه‌ای که مصرف‌انبوه، باعث تولید انبوه می‌شود و تولید انبوه راهکاری است برای حداکثرسازی سود. تولیدکنندگان برای دستیابی به سود بیشتر از طریق اشاعه



نیازهای کاذب، تبلیغات گسترده به وسیله وسایل ارتباط جمعی و حراج‌های پی‌درپی به ترویج مصرف‌گرایی دست زدند و انسان غربی بدون داشتن نیاز واقعی، سرگرم خرید شد و این مصرف‌گرایی و مدگرایی به سبک زندگی آنان جهت داد.

مقام معظم رهبری<sup>(مدظله)</sup> در زمینه سبک زندگی غربی می‌فرماید: «فرهنگ غربی، فرهنگ مهاجم است. هر جا وارد شود، هویت زدایی می‌کند. هویت ملت‌ها را از بین می‌برد. فرهنگ غربی ذهن‌ها را، فکرها را مادی می‌کند و مادی پرورش می‌دهد. هدف زندگی، پول و ثروت می‌شود. آرمان‌های بلند، آرمان‌های معنوی و تعالی روحی از ذهن‌ها زدوده می‌شود، ویژگی فرهنگ غربی این است. از دیگر ویژگی‌های فرهنگ غربی عادی‌سازی گناه است. گناهان جنسی را عادت می‌کنند. امروزه این وضعیت در خود غرب به فصاحت کشیده شده. اول انگلیس، پس از آن هم در برخی از کشورهای دیگر و آمریکا، این گناه بزرگ هم جنس‌بازی ارزش شده است! به فلان سیاست‌مدار اعتراض می‌کنند که چرا او با هم‌جنس‌بازی مخالف است یا با هم‌جنس‌بازها مخالف است! این فرهنگ غربی است. همچنین است فروپاشی خانواده، گسترش مشروبات الکلی، گسترش مواد مخدر و...»

### سبک زندگی اسلامی

برای یافتن بهترین نوع سبک زندگی، الگویی لازم است که همه مؤلفه‌های شناختی و رفتاری انسان را به بهترین شکل در نظر بگیرد. از جهت دیگر، با یافته‌های مسلم علمی مخالف نباشد. دنیا و آخرت را در کنار هم ببیند و از هیچ‌یک از ابعاد مادی و معنوی انسان غافل نشود. می‌توان ادعا کرد که سبک زندگی اسلامی این‌گونه است (کاوایانی، ۱۳۹۱).

اسلام، دینی است که همه ابعاد زندگی را پوشش می‌دهد. دینی است که برای تمام مقاطع زندگی و در تمام شرایط برنامه دارد، به گونه‌ای که در گام نخست با ارائه جهان‌بینی و ایدئولوژی ویژه‌ای، زیربنای شکل‌دهی به زیست‌دین‌دارانه را می‌سازد و در مرحله بعد با ارائه آداب، دستورکارهای ویژه‌ای برای همه ابعاد زندگی انسان دارد. در حقیقت، به دنبال شکل‌دهی به نوع خاصی از زیست انسانی است. «دستورالعمل‌های اخلاقی، حقوقی و فقهی دین، در واقع به منظور عرضه الگویی از زیست دینی و خداپسندانه است. شیوه‌نامه که در حوزه پوشش، خوراک، آرایش، خانواده، همسایگان، هم‌کیشان و غیرهم‌کیشان و تعاملات



و ارتباطات بین الادیانی و بین المذاهبی در دین مطرح شده است، همگی برای ساختن سبک زندگی دینی است» (شرفی، ۱۳۹۲: ۳۳). از آنجا که اسلام در تمام حوزه‌های زندگی انسان، دستوراتی را عرضه کرده است، اگر انسان در زندگی خویش همواره این دستورات را مدنظر داشته باشد و تمام ابعاد زندگی‌اش را براساس آن‌ها پی‌ریزی کند، درواقع مطابق با سبک زندگی اسلامی عمل کرده است.

در تعریف سبک زندگی اسلامی باید گفت: این سبک، کنش و رفتار مطابق با آموزه‌های الهی و اسلامی است، به گونه‌ای که منش اسلامی در وجود فرد به‌عنوان نظام معنایی پایدار شود و در همه وجوه رفتار و کردار مسلمانان نمود یابد. سبک زندگی اسلامی از آن لحاظ که سبک است، به رفتار و اعمال می‌پردازد و با شناخت‌ها و معارف و عواطف، رابطه مستقیم ندارد؛ لکن از آن جهت که اسلامی است، نمی‌تواند بی‌ارتباط با عواطف و شناخت‌ها باشد. در این سبک عمق اعتقادات، عواطف و نگرش فرد سنجیده می‌شود و تنها رفتارهای فرد ارزیابی نمی‌شود؛ به تعبیر دیگر، در سبک زندگی از سایر دیدگاه‌ها تنها به رفتار توجه می‌شود و فکر و نیت انجام رفتار بررسی نمی‌شود؛ اما سبک زندگی اسلامی نمی‌تواند به نیت‌ها بی‌تفاوت باشد. درحالی‌که پافشاری آن روی رفتار است، بر نیت افراد، عواطف و معارفی که پشتوانه رفتار قرار می‌گیرند نیز توجه می‌کند. درواقع، در سبک زندگی اسلامی، رفتارها را می‌توان به مهره‌های متعددی تشبیه کرد که سبک زندگی اسلامی نه تنها به خود آن مهره‌ها، بلکه به آنچه سبب ارتباط آن‌ها با هم می‌شود و همانند نخ تسبیح در تمام آن‌ها وجود دارد نیز توجه می‌کند، حتی رفتاری مثل نماز، اگر اعتقاد به خدا و معاد را پشتوانه خود نداشته باشد، رفتاری اسلامی محسوب نمی‌شود، چنانکه بسیاری از رفتارهای مرتاضان و صوفیان، اسلامی نیست (کاویانی، ۱۳۹۱: ۷).

مهم‌ترین نوآوری در تعریف سبک زندگی اسلامی این است که به آموزه‌های اسلامی و کلیت اسلام نگاه شده است. در حقیقت، می‌توان گفت: «سبک زندگی اسلامی سنجش رفتارهایی است که افزون بر آنکه نباید با فقه و شریعت مخالف باشد، باید از منظومه فکری، خدانشناسی، هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی اسلام برآید» (موسوی گیلانی، ۱۳۹۲: ۱۳۱).

## سطوح سبک زندگی اسلامی

سبک زندگی اسلامی مفهومی است که در سه سطح بررسی می‌شوند. این سطوح عبارتند از: بیش، کنش و گرایش. «سطح اول، بیش: منظور همان شناخت، معرفت، باورها و اعتقادات و مبانی فکری شخص است که سبب ظهور، رفتار و کنش در فرد می‌شود؛ سطح دوم، کنش: کنش نیز شامل اعمال، رفتار و کردار و گفتار است؛ به تعبیری دیگر، هرچیزی که در حیطه عمل قرار گیرد، کنش نام دارد و حاصل از بیش فرد است؛ سطح سوم، گرایش: انسان با انجام برخی کارها و ترک برخی از اعمال، به مرور زمان به آن‌ها گرایش پیدا می‌کند و از آنجا که کنش‌های او حاصل از بیش اوست، به آن‌ها تمایل و گرایش پیدا کرده، به نحوی که تغییر در آن کنش‌ها برایش سخت و یا ناممکن است و نارضایتی وی را در پی دارد. از میان این سه سطح، مهم‌ترین و اساسی‌ترین مرحله، مرحله اول؛ یعنی بیش است، به گونه‌ای که اگر بتوانیم بیش و اعتقادی را در فردی ایجاد کنیم، به‌طور ناخودآگاه آن کنش و رفتاری از خود بروز می‌دهد که حاصل از بیش اوست. از همین رو است که آیات فراوانی در قرآن کریم سعی در تغییر بیش‌ها و اعتقادات نادرست به بیش‌های صحیح دارد» (غضنفری و همکاران، بی تا: ۴).

## رویکرد اسلام به مصرف

در قرآن، واژه‌هایی مانند انفاق، اسراف، اتراف، تبذیر و حلال طیب، بر نگرش قرآن و اسلام به مسئله مصرف دلالت دارد. مصرف، یک نیاز طبیعی است و گریزی از آن در زندگی دنیایی نیست؛ ولی آنچه از منظر اسلام اهمیت دارد، مدیریت مصرف است. خداوند متعال می‌فرماید: (وَ كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ) (اعراف: ۳۱)؛ «بخورید و بیاشامید؛ اما زیاده‌روی نکنید. همانا خداوند اسراف‌کنندگان را دوست نمی‌دارد».

واژه «اسراف»، کلمه بسیار جامعی است که هرگونه زیاده‌روی در کمیت و کیفیت و بیهوده‌گرایی و اتلاف و مانند آن را شامل می‌شود و این، روش قرآن است که به هنگام تشویق برای استفاده از مواهب آفرینش، فوراً جلوی سوءاستفاده را گرفته، به اعتدال توصیه می‌کند (مکارم شیرازی و دیگران، ج ۶: ۱۴۶). از آنجا که یک مصرف‌کننده مسلمان تلاش می‌نماید برای پیدا کردن مسیر صحیح و معقول در زندگی - که ضامن سعادت و خوشبختی دنیا و آخرت او باشد - از وحی الهی (قرآن کریم) و سیره معصومان الگو برداری کند و با رعایت تقوای



الهی و پایبندی به حدود شرعی، به کارهایش ارزش بدهد؛ از این رو، در اتخاذ الگوی صحیح مصرف، رعایت حدود و مقررات الهی را در درجه اول اهمیت قرار می‌دهد. اسلام، برخلاف نظام سرمایه‌داری که در آن تولید و مصرف با هدف به حداکثر رساندن سود و مطلوبیت مادی کاملاً آزاد است، برای حفظ مصالح فرد و جامعه، برای تولید و همچنین مصرف، حدود و موازینی قرار داده است. این حدود و قوانین در شریعت انسانی تبیین شده است؛ اما باید گفت یک اصل بر همه این حدود حاکم است. اصل اولیه در مسئله مصرف‌گرایی، از منظر دینی، اعتدال و میانه‌روی است. این اصل، برآمده از سیره و سنت پیامبر گرامی صلی‌الله‌علیه‌وآله است. در خبر آمده است: «امام حسین علیه‌السلام فرمود: از پدرم امیرالمؤمنین علیه‌السلام درباره سیره رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله در خارج از منزل پرسیدم. فرمود: رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله در همه امور معتدل و میانه‌رو بود؛ گاهی افراط و گاهی تفریط نمی‌کرد» (مجلسی، ج ۱۶: ۱۵۱).

سیره رسول گرامی اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله در رفع نیازهای مادی و فرهنگی خویش، رعایت اعتدال و میانه‌روی بود. در سیره حضرت نقل شده که ایشان هرگز سیر غذا نخورد و شکم پرستی ننمود و در طول زندگی خویش، بسیار ساده و کم‌خرج بود. اولین چیزی که در سیره پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله به چشم می‌خورد، این است که مردی بود سبک‌خرج، لباس و خوراکش و همچنین در نشست و برخاست و مسافرت، بسیار ساده بود.

## زنان و شاخص‌های تأثیر‌گرا در مدیریت مصرف

### شاگرد بودن

تأمین معاش به عهده مرد است و گاه به دلایل گوناگون، کمبودها و نارسایی‌هایی از این نظر در زندگی وجود دارد. اینکه زن در ضمن همراهی با شوهر برای بهبود وضع زندگی، روحیه قناعت و سپاسگزاری از آنچه در زندگی حاصل شده، داشته باشد، در تشکیل خانواده‌ای صمیمی و مستحکم بسیار مؤثر خواهد بود.

### مدیریت اقتصادی زن

تأمین و اداره اقتصادی خانواده، همچون پرداخت هزینه خوراک زن و فرزندان (نفقه)، جامه و نیازهایی مانند مسکن، درمان و بهداشت، نیازهای رفاهی و روحی همه بر عهده پدر خانواده



است. این هزینه را اسلام به دو دسته ضروریات و نیازهای درجه دو تقسیم می‌کند که بخش اول، جزء حقوق مسلم قانونی زن و فرزند و اعضای خانواده است و ترك آن علاوه بر غضب خداوند، دارای ضمانت اجرای قانونی و قضایی است. بخش دوم را حقوق دانان مسلمان، مستحبات می‌نامند که همچون تفریحات سالم، مسافرت و... اگرچه ترك آن ضمانت اجرایی قضایی ندارد؛ ولی کاملاً ترجیح دارد. به‌هرصورت، مرد برای آنکه بتواند این هزینه‌ها را بپردازد، باید دارای کار و درآمد باشد (نوابی نژاد، ۱۳۸۰: ۱۰۱).

پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله می‌فرماید: «الکاد علی عیاله کالمجاهد فی سبیل الله (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۱۷: ۶۴)؛ آن کسی که برای رفع نیاز اهل و عیال و تأمین معاش خانواده تلاش می‌کند، همانند مجاهد در راه خداست». زنان در گذشته و حال نقش ویژه‌ای در تولید و افزایش درآمد و بهبود اقتصاد خانواده داشته و دارند؛ ولی از مهم‌ترین سیاست‌گذاری‌ها در محیط خانه و خانواده، سیاست‌گذاری در نحوه توزیع و مصرف درآمد خانواده است. امروزه زنان، به‌ویژه در شهرها، در مورد توزیع و نحوه هزینه درآمد خانواده، نقش عمده‌تری را به عهده دارند؛ زیرا در موارد زیادی مردان، این مسئولیت را به زنان واگذار کرده‌اند (نوابی نژاد، ۱۳۸۰: ۳۴).

رعایت اعتدال در اقتصاد خانواده و خودداری از اسراف و تبذیر، مهم‌ترین سیاست خانواده است. در روایات اسلامی آمده از ویژگی‌های مهم همسر مطلوب آن است که از اموال همسر خود به نحو شایسته‌ای مراقبت کند. امام رضا علیه‌السلام در این باره فرموده‌اند: «ما افاد عبد فائده خیراً من زوجه صالحه اذا رآها سرته و اذا غاب عنها حفظته فی نفسها و مالها (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۲۰: ۱۹)؛ برای بنده فایده‌ای بهتر از این نیست که دارای همسری باشد که هرگاه او را می‌بیند، مسرورش سازد و در غیاب او، از خود و مال همسرش مراقبت کند». «بانوی اسلامی در خانه امین اموال و حافظ حیثیت و شرف شوهر است. سعی دارد در غیاب او آبرویش را حفظ کند و مال و دارایی خانواده را از اتلاف و دستبردها و مصرف‌های بیهوده مصون دارد» (قائمی، ۱۳۸۶: ۱۱).

### قناعت

قناعت از صفات ممتاز اخلاقی است و وجود زنانی قانع و حق‌شناس در خانواده سبب استحکام بنیاد خانواده می‌شود. قناعت در لغت به معنی تنازل است، تا آنجا که فرد حیات





خود را با امکاناتی که در اختیار دارد، منطبق سازد. از مصداق‌های آن، رضایت دادن به چیزی است که به او می‌رسد (مصطفوی، ۱۴۰۲، ق، ج ۹: ۳۲۷). در علم اخلاق نیز ملکه قناعت، ضد «حرص» و حالتی نفسانی شمرده شده است که سبب می‌شود آدمی به قدر نیاز و ضرورت اکتفا کند و خود را برای افزودن مال به رنج و زحمت نیندازد (نراقی، ۱۳۶۴: ۳۹۷).

در اهمیت قناعت ذکر همین نکته کافی است که امام زین‌العابدین علیه‌السلام در پاسخ فردی که از ایشان جوایب برترین اعمال شده بود، فرمودند: «هو یقنع بالقوت...» (نوری، ۱۴۰۸، ق، ج ۱۵: ۲۳۲)؛ برترین عمل این است که به آنچه در دست تو است، قانع باشی. زنان با بهره‌مندی از این فضیلت و مدیریت کردن در اقتصاد خانواده آثار گران‌قدری در خانواده به ارمغان می‌آورند، از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

در بعد خانوادگی، اکتفا کردن به امکانات موجود، بسیاری از نگرانی‌ها را از زندگی مشترک دور می‌کند. فعالیت‌های طاقت‌فرسا، نگرانی از کمبودها، اظهار نیاز به دیگران و... با قناعت از خانواده دور می‌شود و زندگی گوارایی را به ارمغان می‌آورد. در روایت، زندگی با قناعت را گواراترین زندگی به شمار آورده‌اند. از حضرت علی علیه‌السلام نقل شده است: «القناعة اهنأ العیش (آمدی، ۱۴۱۳ ق: ۱۰۳)؛ گواراترین زندگی، قناعت است». در روایتی دیگر، قناعت مصداق حیات طیبه دانسته شده است. «سئل علی علیه‌السلام عن قوله تعالی فلنجینه حیاه طیبه فقال: هی القناعة (آمدی، ۱۴۱۳ ق: ۳۹۳)؛ از امیرالمؤمنین علیه‌السلام درباره سخن خداوند متعال که فرمود: ما به او حیات طیبه عطا می‌کنیم، پرسیده شد. حضرت فرمودند: حیات طیبه، قناعت است».

مدیریت زنان در بهبود وضع اقتصادی خانواده و بسنده کردن به امکانات موجود و سروسامان دادن به وضعیت اقتصادی خانواده، زمینه بروز هرگونه ناراحتی درباره معیشت را از همسر دور می‌کند و محیطی آرامی برای خانواده به همراه می‌آورد. مقابل قناعت، میانه‌روی و اعتدال اقتصادی، ولخرجی و اسراف است که هم ناسپاسی به نعمت‌های خداست، هم زمینه‌ساز بروز فقر و تنگدستی و هم هدر دادن امکانات است. تجمل‌گرایی بیش از آنکه راحتی بیاورد، ناراحتی می‌آفریند و به جای آرامش، زندگی‌ها را دستخوش آشفتگی‌ها و زلزله‌های ویرانگر می‌سازد.

## نتیجه گیری

سبک زندگی اسلامی-ایرانی و سیره حضرت زهرا(س) به عنوان الگوی زنان مسلمان در زمینه قناعت و عدم زیاده خواهی و فشار بر همسر برای رفع نیازهای غیرضروری، به طور واضح وظیفه زنان جامعه را در این زمینه مشخص می کند. در واقع، در مدل ارائه شده از سوی اسلام، از یک سو به مرد که نان آور خانواده است، دائماً به گشاده دستی و کسب رفاه برای اعضای خانواده توصیه شده است و از سوی دیگر، به سایر اعضای خانواده، به ویژه زن، توصیه می کند که تعادل و میانه روی در مصرف را رویه خویش سازند، از زیاده خواهی در امور غیرضروری و چشم و هم چشمی و تجمل گرایی بپرهیزند و با پدر خانواده همکاری کنند.

توجه به این گونه روایات نشان می دهد که مصرف و نگرش الهی حدودی دارد که انسان را در رشد و تعالی فردی و جمعی یاری می دهد و اگر از حدود آن کاسته شود و یا بر آن افزوده شود، نظام معیشت آسیب می بیند. امساک در هزینه کردن و محروم کردن دیگران از نعمت های الهی، بخل است و زیاده روی در هزینه کردن، اسراف شمرده می شود؛ بنابراین، مصرف از هر دو سو محدودیت دارد و تجاوز از آن نکوهیده است و تنها به اعتدال و میانه روی در آن سفارش شده است. در این میان، نقش زنان در ترویج و تبیین الگوی مصرف در سبک زندگی اسلامی-ایرانی بسیار تأثیرگذار است و عدم توجه به نقش زنان در این زمینه عواقب فراوانی به همراه دارد.

یکی از مسائلی که در اثر این عدم توجه دامن گیر بسیاری از خانواده ها شده، روی آوردن زنان به تجمل گرایی است که تبعات فراوانی در ابعاد فردی، اجتماعی و خانوادگی به همراه خواهد داشت؛ لذا، تغییر در نگرش و دانش زنان از طریق آموزش و اطلاع رسانی منجر به تغییر در رفتار فردی و گروهی در جامعه خواهد شد؛ به عبارتی بهتر، زنان با برخورداری از جدیدترین اطلاعات و دانش در رابطه با موضوعات مختلف زندگی و با استفاده از آن ها و آموزش به دیگر اعضای خانواده و همچنین دقت و نظارت در انجام صحیح آن ها، می توانند روش های نوین و بهینه را جایگزین باورهای غلط و غیراقتصادی اعضای خانواده کنند و سطح فرهنگی و اجتماعی خانواده را بیش از پیش افزایش دهند. در این پژوهش پیشنهاد می شود نهادهای تصمیم گیر به منظور تبیین الگوی مصرف در سبک زندگی اسلامی-ایرانی، از زنان به عنوان ظرفیتی مهم و تأثیرگذار بهره گیرند.



## منابع

- بودریار، ژان (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی*. ترجمه پیروز ایزدی. تهران: ثالث.
- خانی، حسین (۱۳۹۳). «تطبیق مفهوم‌شناسی (شیوه زندگی) در تمدن غربی و تمدن اسلامی». *فصلنامه فرهنگ مردم ایران*. ش ۳۷.
- خواجه نوری، بیژن و دیگران (۱۳۹۰). «سبک زندگی و مدیریت بدن». *فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی زنان*. سال دوم، ش ۴.
- خوشنویس، ناهید (۱۳۸۹). «رسانه و سبک زندگی». *ماهنامه روابط عمومی ایران*.
- ربانی خوراسگانی، رسول و یاسر رستگار (۱۳۸۷). «جوان، سبک زندگی مصرفی». *ماهنامه مهندسی فرهنگی*.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). «جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی». *ماهنامه مهندسی فرهنگی*. سال سوم.
- رستمی و اردشیرزاده (۱۳۹۲). «نگاهی به سبک زندگی». *فصلنامه علوم اجتماعی مطالعات سبک زندگی*.
- رفیعی، عطالله (۱۳۹۱). «مقایسه سبک زندگی اسلامی و غربی از منظر انسان‌شناسی». *نشریه خراسان*. گروه اندیشه.
- سیدی نیا، اکبر (۱۳۸۸). «مصرف و مصرف‌گرایی از منظر اسلام و جامعه‌شناسی اقتصادی». *فصلنامه اقتصاد اسلامی*. سال نهم، ش ۳۴.
- شریفی، احمدحسین (۱۳۹۲). *سبک زندگی اسلامی ایرانی*. تهران: آفتاب توسعه.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۹۲). *همیشه بهار*. قم: معارف.
- غضنفری، علی، فاطمه صیدانلو و مهدیه عقیقی (بی‌تا). «ارتباط سبک زندگی اسلامی با حیات طیبه از منظر قرآن کریم». وب‌سایت دکتر علی غضنفری.
- فتحی، سروش و مهدی مختارپور (۱۳۹۳). «بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه علوم و تحقیقات)». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. سال ششم، ش ۲.
- قدیری اصل، باقر (۱۳۷۹). *عملیات علم اقتصاد*. تهران: مرکز نشر سپهر.
- کاویانی، محمد (۱۳۹۱). *سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

- کاویانی، محمد و سعیدرضا علی‌عسگری (۱۳۹۷). سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن. نشر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۴). بحار الأنوار. تهران: انتشارات اسلامیه.
- مصباح یزدی، محمدتقی. سایت سبک زندگی اسلامی.
- نصر، سیدحسین (۱۳۸۲). جوان مسلمان و دنیای متجدد. ترجمه مرتضی اسعدی. تهران: انتشارات طرح نو.
- نیازی، محسن و محمد نصرآبادی (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین دینداری و سبک زندگی شهروندان». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی.
- ویلن، تورستاین (۱۳۸۶). نظریه طبقه تن‌آسا. ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی.

- Featherstone, M. (1991). Consumer culture and postmodernism. London: SagePublications.
- Giddens, A. (1991). Modernity and self-identity. Cambridge, England: Polity Press
- Msn Encarta Dic [www.msn.com](http://www.msn.com)(2004)
- Webster online Dic (1996)

