

## "مفهوم قناعت و مصرف گرایی چه رابطه ای در فرهنگ دینی و فرهنگ مدرن دارد؟"

دکتر رضا رسولی شریبانی، استاد یار دانشگاه امام خمینی

rasoolyr@yahoo.com

ندا ابطیحی، دانشجوی دکترای دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس

Na\_abtahi@yahoo.com

### چکیده

صرفه‌جویی و به‌عبارت دیگر مدیریت مصرف منابع مبتنی بر آینده‌نگری، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. استفاده از وسایل تأثیرگذار بر ذهن انسان، برای سودمند یافتن کالاهای تولیدشده و در نتیجه اقدام به خرید و مصرف آن، تأثیری بسیار ویران‌گر بر تعادل روانی مردم جوامع مختلف گذاشته و از خودبیگانگی و روان‌پریشی‌های گوناگونی را در لایه‌های بسیار گسترده‌ای از مردم پدید می‌آورد. نیازهای کاذب و غیرضروری انسان‌هاست که آنان را به سوی انواع اسراف‌ها و زیاده‌خواهی‌ها سوق می‌دهد و از آنان انسان‌هایی مصرف‌زده می‌سازد و این در حالی است که «از جمله مباحث اساسی اسلام در اخلاق مصرف، نفی نیازهای کاذب و غیرواقعی است. برخلاف دنیای غرب که رضایتمندی را در مصرف زیاد و اهتمام به آن می‌داند، از دیدگاه اسلامی آنچه موجب رضایتمندی و آسایش خاطر می‌شود، قناعت است. رسانه‌ها می‌توانند به نحوی نامرئی جامعه را به پذیرش و عملی کردن عقاید و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی مورد نظر خود ترغیب کنند به عبارت دیگر از این طریق می‌توان به جامعه‌ای مبتنی بر اندیشه‌های خردمندانه رسید که ابزار ترویج و نشر آن وسایل ارتباط جمعی است. انسان مؤمن علاوه بر تأمین نیازهای خود و خانواده، مقداری از اموالش را در راه خدا انفاق کند، نسبت به پرداخت واجبات مالی مانند خمس و زکات اهتمام ورزد و در به گردش درآوردن ثروت و دارایی خود به نفع عموم مسلمانان همت می‌گمارد. در سبک زندگی دینی، انسان مؤمن با مصرف مال خود برای دیگران به لذتی دست می‌یابد که از لذت صرف این مال برای خود بیشتر است.

**کلمات کلیدی:** مصرف گرایی، قناعت، اسلام، دنیای مدرن، صنعت، رسانه جمعی

## 1- مقدمه

صرفه‌جویی و به‌عبارت دیگر مدیریت مصرف منابع مبتنی بر آینده‌نگری، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است؛ چراکه امروزه حجم جمعیت در سطح جهان گسترش پیدا کرده است. محدودیت منابع در دسترس بشر از یک سو و عدم توزیع متوازن منابع محدود موجود از سوی دیگر (که بخشی از آن، بنابر عوامل طبیعی و جغرافیایی و تقسیمات کشورها در سطوح مختلف زمین بوده و بخشی دیگر منبعث از عدم توازن قدرت کشورها در تسلط و بهره‌برداری از این منابع است)؛ بر مشکل فوق افزوده است. البته باید در نظر داشت که این امر به هیچ‌وجه به‌معنای ناکافی بودن منابع موجود در کره زمین برای ساکنان آن نبوده و نیست. آنچه بشر را از نظر تأمین منابع، با چالش روبرو کرده، اسراف‌کاری و هدر رفتن بسیاری از منابع جهان توسط برخی از ساکنان زمین است. "زروه دو کاسترو" در این باره می‌نویسد: «نیک می‌دانیم که نعمت‌های موجود در کره زمین، برای ساکنان آن کافی است. با این حال می‌بینم، گرسنگی پدیده‌ای جهانی به‌شمار می‌رود و بیشتر ساکنان روی زمین از گرسنگی رنج می‌کشند. گرسنگی را طبیعت به‌ما تحمیل نکرده است؛ بلکه خاستگاه این فاجعه، شرایط فرهنگی جامعه‌های انسانی است.<sup>۱</sup>

استفاده از وسایل تأثیرگذار بر ذهن انسان، برای سودمند یافتن کالاهای تولیدشده و در نتیجه اقدام به خرید و مصرف آن، تأثیری بسیار ویران‌گر بر تعادل روانی مردم جوامع مختلف گذاشته و از خودبیگانگی و روان‌پریشی‌های گوناگونی را در لایه‌های بسیار گسترده‌ای از مردم پدید می‌آورد. این الگوی مصرف اسراف‌کارانه، ریشه در آز و طمع برخی جوامع انسانی دارد و علاوه بر آلودگی‌های زیست‌محیطی، در تأمین زندگی بخش زیادی از بشریت، ایجاد مشکل کرده است. از این‌رو کنکاش و بررسی ابعاد مختلف قناعت و مصرف‌گرایی در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد تا جنبه‌های نا‌آشنای آن با فرهنگ مدرن مصرفی نمایان گردد.

## 2- متدولوژی

### 1-1- مفهوم اسراف

واژه اسراف از ریشه «سرف» و در لغت به معنی «تجاوز کردن و از حد گذشتن در هر کاری است که انسان انجام دهد»<sup>۲</sup> و در اصطلاح نیز به همین معنای عام استعمال می‌شود. یعنی به هر گونه زیاده روی در کمیّت و کیفیت و بیهوده

<sup>۱</sup> - کاسترو، زوزه دو؛ انسان گرسنه، ترجمه منیر جزئی، تهران، جاویدنیا، 1379، ص 65.

<sup>۲</sup> - راغب اصفهانی، حسین بن محمد، المفردات فی غریب القرآن، تحقیق صفوان عدنان داودی، دمشق - بیروت، دارالعلم، الدارالشامیه، 1412 ق، چاپ اول، ص 407.

گرایی و اتلاف و مانند آن اطلاق می‌شود.<sup>۳</sup> این واژه (با مشتقاتش) در قرآن 21 بار ذکر شده<sup>۴</sup> و در معنای «از حد گذشتن در گناه و نافرمانی»<sup>۵</sup>، از حد گذشتن در «انفاق»<sup>۶</sup>، «زیاده‌روی در خوردن یا مصرف آنچه حلال است»<sup>۷</sup> و امثال آن<sup>۸</sup> بکار رفته است.

البته در اینجا منظور مصرف کم و زیاد مورد نظر نیست بلکه منظور مصرف بیجا و غیر متعارف می‌باشد، به تعبیر دیگر «اسراف» آن است که مال یا نعمت در غیر مورد خودش مصرف شود، هر چند کم باشد ولی اگر در مورد خاص خود صرف شود «اسراف» نیست، هر چند زیاد باشد.

## 2-2- مفهوم اسراف در قرآن

در قرآن کریم واژه «اسراف» و مشتقات آن مکرر به کار رفته است ولی در بیست و سه مورد لفظ «اسراف» استعمال شده که در هر مورد، مفهومی ویژه دارد. در غالب موارد، مقصود از اسراف جنبه‌های اخلاقی، عقیدتی و تجاوز از حدود الهی است.

به آیات زیر توجه کنید:

۱ - کذلک زین للمسرفین ماکانوا یعملون.<sup>۹</sup>

این‌گونه برای اسرافکاران اعمالشان زینت داده شده است.

۲ - ولا تطیعوا امر المسرفین.<sup>۱۰</sup>

اطاعت فرمان مسرفان نکنید.

۳ - ان الله لایهدی من هو مسرف کذاب.<sup>۱۱</sup>

خداوند اسرافکار دروغگو را هدایت نمی‌کند.

۴ - و ان فرعون لعال فی الارض و انه لمن المسرفین.<sup>۱۲</sup>

و به راستی فرعون برتری‌جویی (و طغیان) در زمین روا داشت و او از اسراف‌کاران بود.

<sup>3</sup> - مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه، 1374 ش، چاپ اول، ج 6، ص 149

<sup>4</sup> - عبد الباقی، محمد فواد، المعجم المفهرس لالفاظ القرآن الکریم، قاهره، متبعه دار الکتب المصریه، 1364ق ص 350-349

<sup>5</sup> - این معنا در آیات طه 127، مائده 32، اعراف 81، یونس 12 و 83، انبیا 9، یس 19، زمر 53، غافر 28 و 38، وجود دارد.

<sup>6</sup> - چنانچه در آیه 67 سوره فرقان به این معنا اشاره شده است

<sup>7</sup> - این معنا در آیات اعراف 31، نساء 6، انعام 141 به کار رفته است .

<sup>8</sup> - علاوه بر این موارد استعمال، اسراف به همراه «فی» نیز استعمال گردیده که در این صورت به دو معنا می تواند باشد.

<sup>9</sup> - یونس / ۱۲

<sup>10</sup> - شعراء / ۱۵

<sup>11</sup> - غافر / ۲۸

<sup>12</sup> - یونس / ۸۳

احادیثی از حضرت امام صادق(ع) نقل است که در مورد اسراف به اصحاب می‌فرمایند: کمترین حد اسراف این است که لباسی را که بیرون خانه برای حفظ آبرو می‌پوشی در داخل خانه نیز بپوشی یا باقیمانده آب و غذا را که در ظرف می‌ماند دور بریزی و یا خرما را خورده و هسته آن را دور اندازی<sup>۱۳</sup>. در بعضی از احادیث آمده است که در هنگام وضو گرفتن باید مواظب باشیم که دچار اسراف نشویم و مقدار یک مد (معادل سه چهارم لیتر) آب برای وضو کفایت می‌کند. و نیز در ذیل آیه شریفه ۳۱ سوره اعراف: «کلوا و اشربوا...» احادیثی از حضرت امام صادق(ع) نقل شده است که از آن جمله این حدیث است که «عیاشی از ابان بن تغلب» از آن حضرت نقل می‌کند که مال و ثروت از آن پروردگار است که آن را در نزد مردم به امانت گذاشته است و به آنها اجازه فرموده که در حد اعتدال و میانه‌روی بخورند و بیاشامند و لباس بپوشند، و نکاح کنند، مرکب سواری داشته باشند و مازاد آن را به فقرا و مؤمنین بخشند و بدین‌وسیله اختلافات طبقاتی را از بین ببرند و پراکندگیها را ترمیم کنند و کسی که این‌گونه عمل می‌کند، آنچه را که می‌خورد و می‌آشامد، اعمالش مباح است و نکاح او و استفاده از مرکوبش نیز حلال می‌باشد و کسی که از این حد تجاوز کند بر او حرام است و سپس فرمود که اسراف نکنید که خداوند مسرفان را دوست ندارد.

امام علی علیه‌السلام:<sup>۱۴</sup>

إِعْطَاءُ الْمَالِ فِي غَيْرِ حَقِّهِ تَبْذِيرٌ وَإِسْرَافٌ.

خرج کردن به ناحق مال، حیف و میل و اسراف است.

### 3-بحث

#### 3-1-نیازهای ضروری و تجملات

نیازهای انسان در زندگی‌اش، از تعدد و تنوع بسیاری برخوردار است. اگر به نیازی پاسخ داده شود، در همان راستا نیاز مهمتر و بالاتری ایجاد می‌شود؛ به این معنا که پاسخ‌های انسان به یک نیاز نیز خود از درجات و مراتب بسیاری برخوردار است و به یک معنا می‌توان گفت انسان موجودی سیری ناپذیر است و نیازهایش هرگز پایانی ندارد. حال در نظر بگیرید که بخواهد همه مراتب کمالی را برآورده کند که در این صورت عمرش کفاف نمی‌کند. با این همه برخی از نیازها ضروری‌تر و اساسی‌تر است. شناخت اینها می‌تواند در جهت‌گیری‌های زندگی انسان بسیار تاثیرگذار باشد. در مقاله حاضر دیدگاه امام صادق(ع) درباره مهمترین نیازهای اساسی انسان تبیین شده است. نیازهای انسانی دارای تعدد و تنوع بسیار است؛ زیرا انسان موجودی مرکب از ماده و روح است که چنین ترکیبی دو دسته نیازهای مادی و روحی را برای انسان پدید می‌آورد. از سوی دیگر، نیازهای مادی یا روحی انسان از تعدد بسیار برخوردار است؛ چنان که از نظر کیفیت نیز دارای مراتب و سطوحی است که خود موجب تنوع شدید در خواسته‌ها و نیازهای انسان می‌شود.

محرومیت انسان از حقوق و امکانات طبیعی خدادادی و امکانات مادی بشری، زندگی او را ناقص کرده، به راستی او را در شرایط سخت و موقعیت بدی قرار می‌دهد. در کلامی از امام صادق(ع) سه چیز از نیازهای ضروری انسان برشمرده شده

<sup>۱۳</sup> - میزان‌الحکمه، ۴/۴۴۸.

<sup>۱۴</sup> - نهج البلاغه: الخطبة 126 منتخب میزان‌الحکمه: 270

است: امنیت، عدالت و رفاه.<sup>۱۵</sup> اگر یکی از این نیازهای ضروری در اختیار انسان نباشد، چه پیش خواهد آمد؟ امام علی(ع) بدترین سرزمین را سرزمینی معرفی کرده است که مردم آن، رفاه نداشته باشند.<sup>۱۶</sup>

تجمل در لغت به معنای خود را زینت دادن و آراستن است، و به صورت اسمی به معنای وسایل آرایش و آنچه موجب نشان دادن شأن و شکوه باشد.

این واژه در قرآن کریم نیامده، اما از واژه های هم ریشه با آن یک بار جمال و هفت بار جمیل آمده است.<sup>۱۷</sup>

دنیا زدگی سرآغاز همه زشتی هاست. وقتی مال دوستی به اوج رسید و به مال پرستی گرایید، عامل بسیاری از لغزش ها می شود و انسان ها را از راه کمال باز می دارد. نگاهی به مخالفان انبیاء ما را به این باور می رساند که آنان با به رخ کشیدن ثروت، خود و هواداران شان را برتر می شمردند غافل از این که تنها ملاک برتری در اسلام، تقوا، ساده زیستی و همانا روش و منش پارسایان است؛ همان راهی که امامان معصوم (علیهم السلام) در صحیفه تاریخ اسلام ترسیم کردند. آنان در برابر وسوسه های دنیوی، مردانه ایستادند و هیچ گاه تسلیم زر، زور و تزویر نشدند. آنان با این که می توانستند هم چون دیگران از مواهب دنیا بهره مند شوند، ولی چون در جایگاه رهبری و امامت بودند، حتی از ضروریات زندگی نیز گذشتند تا سرمشقی باشند برای آیندگان. متأسفانه در طول تاریخ کسانی که باید چشم بیدار اسلام و پاسدار ارزش های اخلاقی باشند و سیره معصومین (علیهم السلام) را در پیش گیرند، بی صبرانه به ثروت اندوزی و تجمل گرایی روی آوردند و راه را از بیراهه باز شناختند تا بدان جا که به تدریج، مال دوستی به دنیا گرایی و دنیا گرایی به شهوت رانی و سودجویی و در نهایت، سست شدن ارزش ها انجامیده است.

زیان های تجمل گرایی بسیار است که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم در کوتاه مدت یا دراز مدت در جامعه بر جای خواهد ماند همانند تباهی سرمایه های مادی، زمینه سازی برای گناهان، گسترش فقر در جامعه، تبدیل ارزش به ضد ارزش، کاهش معنویت در جامعه.<sup>۱۸</sup>

### 3-2- مصرف گرایی و عناصر آن

مصرف گرایی به عنوان یک فرایند اجتماعی، بر مصرف مصرفی تکیه کرده و مصرف هرچه بیشتر کالاهای مصرفی، اعم از بادوام و بی دوام را مورد تأکید قرار می دهد. در این فرهنگ، افراد در خرید همیشگی کالاها و خدمات جدید، درگیر می شوند؛ در حالی که هیچ توجهی به نیاز یا عدم نیاز به این کالا و خدمات، قابلیت دوام آنها، مبداء تولید یا پیامدهای زیست محیطی تولید و مصرف آنها، نمی کنند. در واقع باید مصرف گرایی یا مصرف زدگی را «از بین بردن یا صرف کردن از طریق به کار بردن و هزینه کردن بیهوده»<sup>۱۹</sup> دانست.

<sup>15</sup> - تحف العقول، ص 320

<sup>16</sup> - عیون الحکم والمواعظ، ص 294

<sup>17</sup> - محمد بن اسماعیل بخاری جعفری، صحیح البخاری، استانبول ۱۹۸۱/۱۴۰۱.

<sup>18</sup> - تحف العقول: ص ۳۲۶

<sup>19</sup> - اسحاقی، حسین؛ بایدها و نبایدهای مصرف، قم، دفتر عقل، چاپ اول، 1388.

جامعه‌ای که این فرهنگ بر آن حاکم گردد، همان جامعه مصرفی خواهد شد؛ که در آن، بنا به نظر بودریار، «مصرف مبتنی بر خواست، مطرح می‌شود؛ نه صرفاً مبتنی بر نیاز؛ یعنی مصرف با میل آمیخته می‌شود و سلیقه و میل افراد در جامعه، بر نوع آن تأثیر می‌گذارد.»<sup>20</sup>

در چنین جامعه‌ای که شعار خرید و مصرف بیشتر رواج می‌یابد، مصرف‌گرایی، به نوعی وجهه اجتماعی و نه به یک نیاز ضروری تبدیل می‌شود؛ بلکه گاه به‌عنوان «تمایز یک گروه از گروه دیگر یا به‌عنوان بیان یک منزلت اجتماعی» خواهد بود.<sup>21</sup>

در ریشه‌یابی بروز و گسترش فرهنگ مصرف‌زدگی در یک جامعه، عوامل درون‌فردی و برون‌فردی گوناگونی می‌توانند دخیل باشند؛ که با شناخت آنها می‌توان به راهکارهای مناسب، جهت اصلاح الگوی مصرف یک جامعه، دست یازید. برخی از این عوامل، که لازم است در نهادینه کردن الگوی صحیح مصرف مورد توجه قرار داد، عبارتند از:

1. عقده‌های روانی افراد؛ از جمله عوامل درون‌فردی، که می‌تواند در حدوث مصرف‌گرایی در میان افراد یک جامعه نقش داشته باشد، وجود برخی عقده‌های روانی در افراد است. یکی از این عقده‌های روانی، عقده‌ای است که بر اثر تنگ‌دستی‌ها و محرومیت‌هایی که فرد در طول زندگی با آن دست به‌گریبان بوده، به‌وجود می‌آید و در شخصیت فرد، ایجاد اختلال می‌کند.
2. فرهنگ منزلت‌سازی با مصرف؛ در دنیای جدید، کالاها و اشیاء از شکل سنتی خود (که به‌عنوان ابزاری برای رفع نیازها به‌کار می‌رفتند)، خارج شده‌اند و مصرف کالا و خدمات، دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای زیستی نیستند؛ بلکه کالاها و مصرف آنها به‌عنوان نماد و نشانه‌ای بر منزلت و شخصیت اجتماعی و به‌مثابه ابزاری جهت نشان دادن منزلت اجتماعی مورد توجه مصرف‌کننده قرار می‌گیرند.
3. تبلیغات تجاری؛ بی‌شک تبلیغات تجاری با هدف معرفی کالا و خدمات از ضرورت‌های عصر حاضر به‌شمار می‌روند.

### 3-3- تولید، مصرف و اشتغال در اسلام

با مطالعه در رفتارهای اقتصادی پیشوایان معصوم(ع) می‌توان به اصول کلی در زمینه تولید دست یافت. آنها نه تنها خود علاقه زیادی به کارهای تولیدی و اقتصادی داشتند، بلکه با استفاده از فرصت‌های مناسب برای شکوفایی نیروهای درونی و استعدادهای نهفته افراد زمینه‌سازی می‌نموده و از این طریق انگیزه تولید و کسب درآمد را در آنها تقویت می‌کردند.

تأکید آن بزرگواران بر تولید بیانگر آن است که اسلام، اقتصاد بر محور تولید مخصوصاً کشاورزی را بر سایر موارد ترجیح می‌دهد. بررسی زندگی امام علی(ع) نشان می‌دهد که آن حضرت در دوران 25 سال فاصله از امور حکومتی، بیشتر وقتش را به باغداری و کشاورزی و کارهایی مربوط به آن نظیر حفر چاه و قنات می‌گذراندند.

<sup>20</sup> - ماهنامه سیاحت غرب شماره 70، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، 1388.

<sup>21</sup> - بهار، مه‌ری، مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی، تهران، سمت، چاپ اول، 1386.

اخبار و روایات متعدد تاریخی نشان می‌دهد که مهمترین و اصلی‌ترین منبع مالی امام موسی کاظم(ع) کشاورزی بوده است. علی بن ابی حمزه می‌گوید: امام کاظم(ع) را دیدم که در زمین کشاورزی خود کار می‌کرد و عرق می‌ریخت. عرض کردم: قربانت گردم! پس کارگران کجا هستند؟ فرمود: ای علی! بهتر از من و پدرم در این زمین با بیل کار می‌کردند. عرض کردم: آنان را معرفی نما! حضرت فرمود: رسول خدا(ص)، امیرالمؤمنین(ع) و پدرانم همه با دست خود کار می‌کردند. کشاورزی شغل پیامبران خدا و جانشینان آنان و مردان شایسته است.<sup>۲۲</sup>

اسلام، آیین کاملی است که هم به دنیای پیروانش توجه دارد و هم به آخرت آنان اهتمام می‌ورزد چنان‌که از مسلمانان می‌خواهد نه دنیاخواهی آنان سبب غفلت‌شان از آخرت شود و نه توجه به آخرت، آنان را از دنیا باز دارد. بر این اساس، اسلام از یک‌سو راه مصرف را برای انسان‌ها باز می‌گذارد تا دنیایشان سامان یابد و از سوی دیگر، کاملاً مراقب است که مسئله مصرف از جاده اعتدال و شرع خارج نشود. از آنجا که مصرف برای پاسخگویی به نیازهای طبیعی و غریزی انسان اجتناب‌ناپذیر است، در اسلام درباره توصیه به مصرف آموزه‌های زیادی وجود ندارد. اما گاهی مصرف شکل طبیعی خود را از دست می‌دهد و به جای آنکه به عنوان یک پدیده حیاتی، در خدمت انسان باشد، انسان را به خدمت خود درمی‌آورد و به این ترتیب، وسیله به هدف تبدیل می‌شود و مصرف بیش از حد زمینه‌ساز انواع لغزش‌ها، اسراف‌ها، فخرفروشی‌ها تباهی‌ها و ناهنجاری‌ها می‌شود. از این‌رو، بخشی از آیات قرآنی به فرهنگ‌سازی درباره مصرف و آموزش درست مصرف کردن اختصاص یافته است. آیات و روایاتی که در آنها به میانه‌روی در مصرف، پرهیز از اسراف و تبذیر، پرهیز از هدر دادن اموال، پرهیز از راکد گذاشتن اموال و... اشاره شده است، همه در پی فرهنگ‌سازی برای مصرف هستند.<sup>۲۳</sup>

اشتغال امری است که به افراد جامعه بلند طبیعی، آزادگی، استقلال و سربلندی می‌بخشد و در معارف بلند دینی علاوه بر این که از عنصر کار بعنوان یک امری برای گذران زندگی و تامین معیشت مادی یاد کرده شود بلکه به اثرات اخلاقی و روانی کار هم و نقش آن در ساختمان و ساختار شخصیت یک مسلمان نیز توجه خاص شده است.

به این روایت توجه کنید که امام صادق(علیه السلام) به یکی از شیعیان در خصوص اثرات روحی و روانی و سربلندی کار و اشتغال چگونه توصیه می‌فرماید: معلی بن خنیس می‌گوید: انی ابو عبدالله (علیه السلام) و قد تاخرت عن السوق فقال: اغذ الی عزک<sup>۲۴</sup> امام صادق (علیه السلام) دریافتند که من دیر به بازار می‌روم فرمودند: اول روز به سوی سربلندی و عزت خود برو.

هر کس که در جامعه بخواهد محترم و مفید باشد باید کار کند و این کار را باید نهادهای موظف و مسوول جامعه برای او ایجاد کنند و زمینه را برای ورود افراد جامعه به متن کار فراهم کنند و فرد هم باید با شرکت فعالانه در اجتماع و با تلاش و کوشش و بروز شخصیت واقعی خود، خود را شکل دهد و برای رسیدن به موقعیت برتر همواره با بدست آوردن احترام و منزلت تلاش کند.

<sup>22</sup> - بحارالانوار، مجلسی، ج 48، ص 115.

<sup>23</sup> - ایروانی، جواد، (1384). اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث. مشهد: انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ص 312

<sup>24</sup> - وسایل الشیعه ج 12 ص 3 حدیث 2

رسول گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله و سلم) فرمودند: طوبی لمن اسلم و کان عیشه کفافاً و قواه شداداً<sup>۲۵</sup> خوشبخت و زندگی پاکیزه کسی دارد که آئین اسلام را پذیرفته باشد و به قدر معاش خود درآمد دارد و قوای بدنش نیرومند است.

امیر مومنان علی (علیه السلام) فرمودند: من اقتصر علی بلغه الکفاف فقد انتظم الراحة<sup>۲۶</sup> هر کس به درآمدی که به کفاف زندگیش رسا باشد اکتفا کند از پریشان فکری رهیده و بدینوسیله آسایش خاطر خود را مرتب ساخته است. امام موسی بن جعفر (علیه السلام) فرمودند: طوبی لمن آمن و کان عیشه کفافاً<sup>۲۷</sup> انسان با آرامش و دارای زندگی پاکیزه کسی است که ایمان آورده باشد و برای گذران زندگی خود درآمد کافی داشته باشد.

### 3-4- بر خورداری از محصولات صنعت

محصولات صنعتی ماهیتی از محصولات مصرفی می باشند. انگیزه خرید برای محصولات مصرفی، مصرف نهایی و شخصی محصولات توسط مصرف کنندگان است. ضمن این که به دلیل تفاوت‌های اساسی بین بازارهای صنعتی و مصرفی، فعالیتها و عملیات بازاریابی نیز در این دو بازار با هم متفاوت است و هر یک از اینها، روشها و الگوهای خاص خود را دارد. در بازار صنعتی عواملی چون کیفیت، شهرت و اعتبار تولیدکننده، خدمات بعد از فروش، انعطاف‌پذیری کاربری‌های محصول، تحویل به موقع، کمکهای فنی و رسیدگی به شکایتهای مشتریان تأثیر زیادی بر تصمیم خرید مصرف کنندگان صنعتی می‌گذارد. استراتژی قیمت‌گذاری محصولات مبحث جدیدی در مدیریت است که توجه خاص مدیران شرکتها را به خود جلب می‌کند.

با تأملی در دو واژه مصرف و مصرف‌زدگی، مشخص می‌شود که آنچه این دو را از یکدیگر جدا می‌کند، آن است که اساس مصرف بر پایه نیازهای حقیقی و طبیعی انسان‌هاست، در حالی که مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی، در نیازهای کاذب و زیاده‌خواهی‌های انسان ریشه دارند. در حقیقت، این نیازهای کاذب و غیرضروری انسان‌هاست که آنان را به سوی انواع اسراف‌ها و زیاده‌خواهی‌ها سوق می‌دهد و از آنان انسان‌هایی مصرف‌زده می‌سازد و این در حالی است که «از جمله مباحث اساسی اسلام در اخلاق مصرف، نفی نیازهای کاذب و غیرواقعی است که خود، از تمایزات اساسی میان مکتب اقتصادی اسلام و نظام سرمایه‌داری به شمار می‌رود. از دیدگاه اسلام، نیازهای مادی آدمی، باید در حد متعارف تأمین شوند اما مصرف بیهوده و کاذب به هیچ روی تأیید نمی‌شود»<sup>۲۸</sup>.

مصرف طبیعت و آنچه در شریعت اسلامی حلال شمرده می‌شود، نامحدود نیست و باید اصل اعتدال و اجتناب از افراط و تفریط در آن رعایت شود. خروج از این اصل، پیروی از شیطان معرفی شده است. «ای مردم! از آنچه در زمین است، حلال و پاکیزه بخورید و از گام‌های شیطان پیروی نکنید»<sup>۲۹</sup>. اهمیت اعتدال در مدیریت زندگی فردی و اجتماعی به اندازه‌ای است که امیرالمؤمنین علی(ع) می‌فرماید: «هرگاه خداوند بخواهد به بنده‌ای خیری برساند، میانه‌روی و تدبیر نیکو را به او می‌آموزد و او را از بی‌تدبیری و اسراف دور می‌کند»<sup>۳۰</sup>، زیرا خداوند میانه‌روی را دوست و اسراف را دشمن

<sup>25</sup> - بحار الانوار جلد 15 ص 263

<sup>26</sup> - نهج البلاغه کلمات قصار 363

<sup>27</sup> - بحار الانوار همان منبع ص 236

<sup>28</sup> - ایروانی، جواد. (1384). اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث. مشهد: انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ص 312

<sup>29</sup> - سوره بقره، 60

<sup>30</sup> - دشتی، محمد. (مترجم). (1379). نهج البلاغه. قم: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین(ع)، ص 241



می‌دارد. همچنین در جای دیگر، نتیجه قهری رعایت نکردن اعتدال در مصرف چنین بیان شده است که افراد یا جامعه‌ای، امور مالی و اقتصادی خود را درست (با اعتدال و میانه‌روی) اداره نکند، گرفتار فقر و سختی می‌شود.<sup>31</sup>

### 3-5- معیارهای قناعت

یکی دیگر از اصول مصرف در نظام اقتصادی اسلام، اصل قناعت است، قناعت، به معنای راضی بودن و قانع بودن به حاصل سعی و تلاش و پرهیز از حسادت و رقابت و چشم و هم‌چشمی نسبت به مال و دارایی دیگران است. برخی از کارکردهای اصل قناعت، عبارت از احساس رضایت و آرامش، دوری از غم و اندوه و اعتدال در رفتار اقتصادی است. امام علی(ع) می‌فرماید: قناعت و استفاده به میزان نیاز، موجب توانمندی و دولت‌مندی است.<sup>32</sup> و گواراترین زندگی، زندگی‌ای است که در آن قناعت باشد، زندگی‌ای که در آن قناعت باشد، ثمره‌اش کم شدن غم و اندوه است و در مقابل، زندگی‌ای که از قناعت بهره‌ای نبوده است، آسایش را از دست می‌دهد.<sup>33</sup>

برخلاف دنیای غرب که رضایتمندی را در مصرف زیاد و اهتمام به آن می‌داند، از دیدگاه اسلامی آنچه موجب رضایتمندی و آسایش خاطر می‌شود، قناعت است.<sup>34</sup> و صفای زندگی به آن وابسته است زیرا اگر کسی از تقدیر الهی راضی و به آن قانع باشد، به بی‌نیازی واقعی می‌رسد و هیچ‌چیز به اندازه راضی بودن از روزی، احساس فقر و نیازمندی را از میان نمی‌برد. شخص مؤمن و قانع، هرگز از آنچه ندارد محزون نمی‌شود.<sup>35</sup>

### 3-6- نقش رسانه‌ها در مصرف‌گرایی و قناعت

در دنیای جدید، رسانه‌ها علاوه بر کارکرد سرگرم‌کنندگی، نقشی اساسی در چگونگی و مفهوم‌سازی مخاطبان از واقعیت‌های اجتماعی دارند. مصرف، یکی از مفاهیمی است که رسانه‌ها نقشی بی‌بدیل در خلق و آفرینش آن ایفا می‌کنند. امروزه رسانه‌ها با معرفی انواع کالاها، کاربردها و زمینه‌های استفاده از آنها و با بهره‌گیری از انواع شیوه‌های تبلیغی، نوعی خلاقیت در زمینه مصرف ایجاد می‌کنند؛ از این‌رو می‌توان راز و رمز اصلاح هر رفتار مصرفی را در لایه‌های معنایی برنامه‌ها که به صورتی در هم تنیده در رسانه‌ها ارائه می‌شوند، جستجو کرد. در کشور ما آمیختگی رسانه‌ها بخصوص رسانه ملی، با اصول و آموزه‌های اسلامی سبب شده است سعی شود برخلاف سایر کشورها که با تبلیغات اغواگرانه، مخاطبان را به خرید محصولات جدید و مدل‌های تازه ترغیب می‌کنند تا عواطف آنان بر تعقل و تفکرشان غلبه پیدا کند، تأکید بر آموزه‌هایی مانند اعتدال، قناعت و ساده‌زیستی باشد که در الگوی مصرف اسلامی از اصول اساسی هستند. بنابراین پرسش اصلی در این زمینه این است که آیا رسانه ملی با استفاده از ابزارها و قالب‌های رسانه‌ای مختلف می‌تواند اصول مصرف اسلامی را در معرض اذهان مخاطبان خود قرار دهد؟ با توجه به نظر اندیشه‌ورزان علم ارتباطات می‌توان پاسخ این پرسش را مثبت دانست. کلووس<sup>36</sup> معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند به نحوی نامرئی جامعه را به پذیرش و عملی کردن عقاید و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی مورد نظر خود ترغیب کنند به عبارت دیگر از این طریق می‌توان به جامعه‌ای مبتنی بر اندیشه‌های خردمندانه رسید که ابزار ترویج و نشر آن وسایل

<sup>31</sup> - حر عاملی، محمدبن حسن، (1377). وسایل الشیعه (تصحیح محمد مهریزی و محمدحسین درایتی). قم: الهادی، ج 1، ص 126

<sup>32</sup> - نهج البلاغه، ترجمه دشتی، 1379، حکمت 239

<sup>33</sup> - شیخ صدوق (1386)، الخصال (تصحیح علی‌اکبر غفاری)، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه، ج 1، ص 69، ح 104

<sup>34</sup> - تیممی آمدی، عبدالواحد بن محمد، (1384)، غررالحکم و دررالکلم (ترجمه محمدعلی انصاری قمی)، چاپ دوم، قم: امام عصر (عج)، ص 85

<sup>35</sup> - نهج البلاغه، ترجمه دشتی، 1379، حکمت 349

<sup>36</sup> - Cloos

ارتباط جمعی است<sup>۳۷</sup>. برخی از کارشناسان ارتباطات نیز فلسفه وجود وسایل ارتباط جمعی را القاء، تعمیم یا تکامل فرهنگی دانسته‌اند.

### 3-7- ارتباط مصرف‌گرایی و معنویت

در جامعه اسلامی، پیروی از سبک زندگی مؤمنانه با تأکید بر نوع‌دوستی و خیرخواهی برای تمام مردم، بویژه مسلمانان توصیه شده است. به این معنا که مسلمانان در استفاده از نعمت‌های حلال نمی‌توانند تنها به خود مشغول شوند و از وضعیت سایر مؤمنان غفلت کنند چنان‌که پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: «مؤمن نیست کسی که سیر باشد و برادرش گرسنه و مؤمن نیست کسی که پوشیده باشد و برادرش عریان»<sup>۳۸</sup>

خداوند بحث انفاق و احسان به دیگران را در غیر اعمال عبادی مانند خمس و زکات بیان داشته و در توصیف مؤمنان و نمازگزاران می‌فرماید: «و کسانی که در اموالشان حق معینی برای مسکینان و محرومان قرار می‌دهند»<sup>۳۹</sup>. مال و ثروت، مایه قوام جامعه است و تبادل کالا و خدمات از طریق آن انجام می‌گیرد از این‌رو، نباید آن را انباشت و راکد نگه داشت. چنان‌که امام صادق (ع) می‌فرماید: این اموال زیاد را خداوند به شما داده است تا در راهی که او خواسته به کار برید و نداده است که آن را انباشته کنید.<sup>۴۰</sup>

اسلام ضمن نکوهش کسانی که استفاده از نعمت را بر خود حرام کرده‌اند<sup>۴۱</sup> انسان را با دعوت به میانه‌روی و اعتدال، از تجمل‌پرستی و گرایش به کسانی که زندگی تجملی دارند، نهی کرده است. پیامبر اسلام (ص)، آن هنگام که اشراف مکه، شرط ایمان و همراهی با ایشان را فاصله گرفتن از ضعف و فقر و فراهم کردن زندگی اشرافی برای پیامبر دانستند، این نوع زندگی را از موانع پذیرش حق و بهره‌مندی از هدایت الهی شمردند<sup>۴۲</sup>. زندگی تجلی، علاوه بر اینکه جامعه را دچار بحران اقتصادی می‌کند، دارای آثار فرهنگی نامطلوبی است که از آن جمله می‌توان به متزلزل شدن آرامش روحی، زیاده‌طلبی و تعرض به حقوق دیگران، آسیب دین ارزش‌ها، تبدیل ارزش‌ها به ارزش‌ها، ایجاد فاصله طبقاتی و تنزل شخصیت، منزلت و اهداف انسانی اشاره کرد<sup>۴۳</sup>.

انسان مؤمن موظف است علاوه بر تأمین نیازهای خود و خانواده، مقداری از اموالش را در راه خدا انفاق کند، نسبت به پرداخت واجبات مالی مانند خمس و زکات اهتمام ورزد و در به گردش درآوردن ثروت و دارایی خود به نفع عموم مسلمانان همت گمارد. در سبک زندگی دینی، انسان مؤمن با مصرف مال خود برای دیگران به لذتی دست می‌یابد که از لذت صرف این مال برای خود بیشتر است. در فرهنگ اسلامی، این مصرف کردن برای دیگری انفاق نام گرفته است. در عین حال، مؤمنان علاوه بر آنکه در کمک به دیگران انفاق می‌کنند، موظف به گشاده‌دستی معتدل برای خانواده و نزدیکان خود نیز هستند.

<sup>37</sup> - معتمدزاد، کاظم، (1371). وسایل ارتباط جمعی 0 جلد 1، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ص 10

<sup>38</sup> - حکیمی، محمد؛ حکیمی، علی، (1386). الحیاه (ترجمه آرمان احمد). چاپ نهم. قم: ج 5، ص 114

<sup>39</sup> - سوره معارج، 24 و 25

<sup>40</sup> - کلینی، ثقة الاسلام، (1375). اصول کافی (ترجمه و شرح فارسی شیخ محمدباقر کمره‌ای). قم: اسوه، ج 4، ص 32

<sup>41</sup> - سوره اعراف، 32

<sup>42</sup> - سوره کهف، 28

<sup>43</sup> - حاجی صادقی، عبدالله، (1388). اصول الگوی مصرف اسلامی. قم: پژوهشکده تبلیغات اسلامی، ص 99

## نتایج

آنچه بشر را از نظر تأمین منابع، با چالش روبرو کرده، اسراف کاری و هدر رفتن بسیاری از منابع جهان توسط برخی از ساکنان زمین است. نیازهای انسان در زندگی اش، از تعدد و تنوع بسیاری برخوردار است. اگر به نیازی پاسخ داده شود، در همان راستا نیاز مهمتر و بالاتری ایجاد می‌شود؛ به این معنا که پاسخ‌های انسان به یک نیاز نیز خود از درجات و مراتب بسیاری برخوردار است و به یک معنا می‌توان گفت انسان موجودی سیری ناپذیر است. در ریشه‌یابی بروز و گسترش فرهنگ مصرف‌زدگی در یک جامعه، عوامل درون‌فردی و برون‌فردی گوناگونی می‌توانند دخیل باشند؛ که با شناخت آنها می‌توان به راهکارهای مناسب، جهت اصلاح الگوی مصرف یک جامعه، دست یازید. هر کس که در جامعه بخواهد محترم و مفید باشد باید کار کند و این کار را باید نهادهای موظف و مسوول جامعه برای او ایجاد کنند و زمینه را برای ورود افراد جامعه به متن کار فراهم کنند و فرد هم باید با شرکت فعالانه در اجتماع و با تلاش و کوشش و بروز شخصیت واقعی خود، خود را شکل دهد. محصولات صنعتی ماهیتی از محصولات مصرفی می‌باشند. انگیزه خرید برای محصولات مصرفی، مصرف‌نهایی و شخصی محصولات توسط مصرف‌کنندگان است. در حقیقت، این نیازهای کاذب و غیرضروری انسان‌هاست که آنان را به سوی انواع اسراف‌ها و زیاده‌خواهی‌ها سوق می‌دهد و از آنان انسان‌هایی مصرف‌زده می‌سازد و این در حالی است که «از جمله مباحث اساسی اسلام در اخلاق مصرف، نفی نیازهای کاذب و غیرواقعی است. برخلاف دنیای غرب که رضایتمندی را در مصرف زیاد و اهتمام به آن می‌داند، از دیدگاه اسلامی آنچه موجب رضایتمندی و آسایش خاطر می‌شود، قناعت است. در کشور ما آمیختگی رسانه‌ها بخصوص رسانه ملی، با اصول و آموزه‌های اسلامی سبب شده است سعی شود برخلاف سایر کشورها که با تبلیغات اغواگرایانه، مخاطبان را به خرید محصولات جدید و مدل‌های تازه ترغیب می‌کنند تا عواطف آنان بر تعقل و تفکرشان غلبه پیدا کند، تأکید بر آموزه‌هایی مانند اعتدال، قناعت و ساده‌زیستی باشد که در الگوی مصرف اسلامی از اصول اساسی هستند. انسان مؤمن موظف است علاوه بر تأمین نیازهای خود و خانواده، مقداری از اموالش را در راه خدا انفاق کند، نسبت به پرداخت واجبات مالی مانند خمس و زکات اهتمام ورزد و در به گردش درآوردن ثروت و دارایی خود به نفع عموم مسلمانان همت گمارد. در سبک زندگی دینی، انسان مؤمن با مصرف مال خود برای دیگران به لذتی دست می‌یابد که از لذت صرف این مال برای خود بیشتر است.

## منابع

1. کاسترو، ژوزئه دو؛ انسان گرسنه، ترجمه منیر جزنی، تهران، جاویدنیا، 1379
2. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، المفردات فی غریب القرآن، تحقیق صفوان عدنان داودی، دمشق- بیروت، دارالعلم، الدارالشامیه، 1412 ق، چاپ اول
3. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه، 1374 ش، چاپ اول، ج 6
4. عبد الباقي، محمد فواد، المعجم المفهرس لالفاظ القرآن الکریم، قاهره، متبعه دار الکتب المصریه، 1364 ق
5. محمد بن اسماعیل بخاری جعفی، صحیح البخاری، استانبول ۱۴۰۱/۱۹۸۱.
6. اسحاقی، حسین؛ بایدها و نبایدهای مصرف، قم، دفتر عقل، چاپ اول، 1388
7. ماهنامه سیاحت غرب شماره 70، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، 1388
8. بهار، مهتری، مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی، تهران، سمت، چاپ اول، 1386
9. مجلسی، بحارالانوار، ج 48، ص 115.
10. ایروانی، جواد. (1384). اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث. مشهد: انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی
11. دشتی، محمد. (مترجم). (1379). نهج البلاغه. قم: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین(ع)
12. حر عاملی، محمد بن حسن. (1377). وسایل الشیعه (تصحیح محمد مهریزی و محمد حسین درایتی). قم: الهادی، ج 1
13. شیخ صدوق (1386). الخصال (تصحیح علی اکبر غفاری). قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه، ج 1
14. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد. (1384). غرر الحکم و درر الکلم (ترجمه محمد علی انصاری قمی). چاپ دوم، قم: امام عصر (عج)
15. معتمدنژاد، کاظم. (1371). وسایل ارتباط جمعی 0 جلد (1)، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
16. حکیمی، محمد؛ حکیمی، علی. (1386). الحیاه (ترجمه آرمان احمد). چاپ نهم. قم: ج 5
17. کلینی، ثقه الاسلام. (1375). اصول کافی (ترجمه و شرح فارسی شیخ محمدباقر کمره‌ای). قم: اسوه، ج 4
18. حاجی صادقی، عبدالله. (1388). اصول الگوی مصرف اسلامی. قم: پژوهشکده تبلیغات اسلامی