



نقش شبکه های ماهواره ای در تغییر سبک زندگی خانواده و راهکارهای ترویج سبک زندگی اسلامی بر اساس آموزه های اهل بیت (علیه السلام)

ایراندخت فیاض¹، سپیده انصافی مهربانی²، شهره گوزلی اینانلو³

1. دانشیار و عضو هیأت علمی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: iranfayyaz@yahoo.com

2. دانشجوی دکتری، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: www.sepideh.ensafi@yahoo.com

3. فارغ التحصیل مقطع ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: www.shohrehenanlloo@yahoo.com

چکیده

روند رو به رشد و هدفمند محتوای رسانه های فراملی، به ویژه تلویزیون ماهواره ای در حوزه های خبری، فیلم سینمایی، موسیقی، ورزش و تبلیغات نشان دهنده این واقعیت مهم و درخور توجه است که محتوای تلویزیون، به جریان جهانی شدن کمک می کند و در پی دستیابی به "مخاطبان ناهمگون" است. از این رو دست اندرکاران تلویزیون ماهواره ای به یمن افزایش توان فنی و رقمی شدن سیستم ارسال، دیگر در پی "مخاطبان توده ای" نیستند و برای هر فرد، برنامه و محتوایی خاص فراهم می کنند. و این همان شیوه ای است که در طول سالیان تلویزیون های ملی برای جذب سلیقه ای متفاوت دنبال کرده اند. از سوی دیگر ترویج و تبیین سبک زندگی اسلامی بر مبنای آموزه های اهل بیت (ع) می تواند بهترین رویکرد در مقابل تغییر سبک زندگی خانواده ها در جامعه اسلامی توسط شبکه های ماهواره ای است که در این مقاله راهکارهای «گفت و گوهای محبت آمیز»، «صدا کردن با بهترین نام»، «سلام کردن به همدیگر»، «اظهار علاقه و ابراز محبت»، «دلجویی، استقبال، بدرقه»، «همدلی در انتخاب نوع غذا»، «فراهم نمودن مخارج خانواده» و «هدیه دادن به همسر» بعنوان راهکارهای ترویج سبک زندگی اسلامی بر اساس آموزه های اهل بیت (ع) استخراج گردیده است.

واژه های کلیدی: سبک زندگی، شبکه های ماهواره ای، فرهنگ و سبک زندگی غربی، سبک زندگی اسلامی، آموزه های اهل بیت (ع).



Role of satellite channels in changing families' life styles and strategies to enhance Islamic life styles based on the teachings of Ahl al-Bayt (AS)

Irاندokht Fayyaz¹, Sepideh Ensafi Mehrabani², Shohreh Gozali Inanlou³

- 1- Associate professor, Educational Sciences and Psychology Department ,Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
Email: www.iranfayyaz@yahoo.com
- 2- Ph.D. student, Educational Sciences And Psychology Department, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
Email: www.sepideh.ensafi@yahoo.com
- 3- MA Graduate, Educational Sciences and Psychology Department, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
Email: www.shohrehenanlloo@yahoo.com

Abstract

The growing and targeted trend of the content in transnational media, especially satellite television in the field of news, movies, music, sports and advertising indicates this important reality that, television's content helps with the process of globalization and seeks for having access to "heterogeneous audience". Therefore, satellite TV authorities are not looking for "mass audience" and produce specific content and program for each individual owing to the increase of technical power and digital transmission. This is the method, the national televisions have pursued to satisfy different tastes. On the other hand, promoting and explaining the Islamic way of life based on the teachings of Ahl al-Bayt (AS) can be the best approach against the change of family's lifestyle in Islamic society by the satellite networks. In the present research, "kind and intimate dialogue", "calling the best names", "saying hello to each other", "expressions of affection", "comforting, welcoming and farewelling", "communion in selecting the type of food", "provision of the expenses of family" and "presenting gifts to spouse" have been derived as the strategies for enhancing Islamic life style based on the teachings of Ahl al-Bayt (AS).

Keywords: *Life Style, Sattelite Networks, Western Culture and Life Style, Islamic Life Style, Teachings of Ahl al-Bayt (AS).*



مقدمه

رسانه در دنیای امروز، پیوند "فرهنگ" و ارتباطات است. فرهنگ و ارتباطات در روابط، هم زیست و در عمل انفکاک پذیرند. به گفته "کرس" جامعه شناس آلمانی، هر رفتار و عمل فرهنگی رویدادی فرهنگی است و هر کنش ارتباطی رویدادی فرهنگی محسوب می شود (Kress, 1988: 1-3). به نظر "تامیلسون" متفکر و پرفسور انگلیسی جامعه شناسی فرهنگی «دانشگاه ترنت ناتینگهام» ارتباطات فرهنگ ساز است؛ از آن رو که بُعد عمده ارتباطات، پیوستگی فرهنگ ها و ارتباط انسان ها به گونه ای فرهنگی است (Tomlinson, 1999: 18).

بعبارت دقیق تر، «رسانه دروازه ای است که از طریق آن فرهنگ به افراد منتقل می شود گر چه محتوای رسانه یک عنصر فرهنگی به شمار می آید» (Carlsson, 2008: 28). به همین دلیل می توان گفت امروزه دستیابی به درکی کامل و همه جانبه از ارتباط رسانه و فرهنگ، بدون انجام "پژوهش های چند فرهنگی" و "مطالعات بین رشته ای" امکان پذیر نیست چرا که رسانه های گروهی از یک سو انعکاس زندگی روزمره و تعامل با فرهنگ جمعی به حساب می آیند و از سوی دیگر محملی محسوب می شوند که پیامها را میسرسانند و به خلق معانی فرهنگی مبادرت می ورزند.

برخی از متفکران غربی اینچنین رابطه میان اطلاعات در جهان کنونی با مفاهیمی چون آزادی و روشنگری ترسیم می نمایند: "داده ها=اطلاعات=دانش=خرد=حقیقت=آزادی" (تونگ، 1385: 134). اما این انفجار، در عصر جدید با همه فوایدی که دارد، تهی از این خطر نیست که جوامع و آدمیان را به بحران هویت دچار سازد تا چنان شوند که خود ندانند کیستند و در آن واحد دهها "من" برای خود فرض کنند و برای رهایی از ابهامی به دامن ابهامی دیگر بگریزند. این تشویش «هویت»^۱، در زمینه فردی فقط خود را نشان نمی دهد بلکه در کلیه زمینه های سیاسی و فرهنگی و اقتصادی محرز بوده و جان و جامعه را یکسان تحت تاثیر خود قرار می دهد. مفاهیمی چون "دولت"، "اقتصاد ملی"، "امنیت ملی"، "فرهنگ بومی و ملی هر جامعه" تولدی دیگر می یابد و در تاثیر این فناوری اطلاعاتی، به علت ورود هر روزه حجم عظیم خبر و اطلاعات، دستخوش تغییرات و دگرگونی های عظیم قرار می گیرد.

در واقع فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می شود و اضطراب های وی افزایش پیدا می کند. وسایل ارتباطی جدید نه تنها این وضع را متحول کرده اند، بلکه به آن شدت بخشیده اند. امکانات موجود در این وسایل ارتباطی نوین نه تنها فردیت کاربران را تقویت می کند، بلکه موجب تکثر بیشتر می شود، جهان بینی های افراد واگراتر می شوند و گروه های مختلف به برداشت گوناگونی از جهان می رسند. در عصر جهانی وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید بالاخص اینترنت و ماهواره و ... شبیه به یک بازار ارتباطی است و همین امر به تکثیر هویتی و رشد فردیت کمک می کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع تر می کند (Hand, M. and sandy Well, 2002: 202).

تغییر در «سبک زندگی»^۲ یکی از اثرات مهم این هجوم اطلاعاتی است. «سبک زندگی» الگوی نسبتاً ثابت زندگی روزمره سازمان یافته در چارچوب داشتن موقعیت زندگی و منابع قابل دسترسی است (Bogenhold, 2001: 830). در جامعه شناسی «سبک زندگی»، همانا آفرینش و خلق هنرمندانه یک راه و روش خاص با توجه به امکانات در دسترس و پایگاه اقتصادی - اجتماعی و همچنین محدودیت های فردی و اجتماعی تعریف شده است و هنر فرد در کشف و انتخاب مناسب ترین و

1- Identity.
2- Life Style.



خردمندانه ترین راه برای پاسخ به توقعات و تحقق اهداف است. بنابراین در گزینش سبک زندگی، هنر و خرد توأمان نقش می یابند.

از آنجا که هر کنش گری برای پاسخ به نیازها و بیان خود، به کمک امکانات، راهها و روشهای موجود، از اشیاء به شیوه خاصی استفاده می کند، نوع، طرز رفتار و ترجیحات و جهت گیری های خاصی را در زندگی دارد، بنابراین سبک او با شخصیتش ارتباط می یابد. هر فرد بر حسب نقش هایی که در شبکه روابط اجتماعی بر عهده دارد، موقعیت هایی را بدست می آورد، عبارتی، هر فرد به اندازه نقشی که در تولید اجتماعی دارد از ثروت اجتماعی - اعم از: درآمد، تجربه، مهارت، اطلاعات و دانش - برخوردار می شود. موقعیت های همانند، سهم های کمابیش مشابهی از ثروت اجتماعی می برند. این برخورداری از سرمایه اجتماعی به فرد توانایی برخورداری از طرز زندگی یا سبک زندگی خاصی را می دهد.

از نظر دینی، در طول تاریخ برای همه انسان ها این سؤال مطرح بوده است که هدف زندگی چیست و انسان برای چه زندگی می کند و در واقع هدف انسان از زندگی و در زندگی چه باید باشد. آفریدگار این نظام هستی، جهان و انسان را به چه هدفی آفرید. هدف خلقت جهان و انسان چیست. باید توجه داشت، منظور از سؤال یاد شده این نیست که بدانیم غایت این آفرینش چیست، بلکه منظور بررسی هدف و کمال انسان می باشد. به دیگر سخن، ماهیت انسان چیست، تا بررسی گردد سبک زندگی شایسته آدمی در این جهان چه می باشد. یکی از آموزه های مشترک همه ادیان الهی این است که در متون دینی؛ از یک سو، سبک زندگی غیر الهی مذمت و تخطئه شده است و آسیب شناسی درخوری از سبک زندگی آنان، به عمل آمده است. این نکته، هم ناظر به ساحت فردی انسان ها و هم ناظر به ساحت جمعی آدمی است. برخی از آیات قرآن، وضع موجود انسان را مورد مذمت قرار می دهد. مانند سوره عصر، آیه 2؛ احزاب، 72؛ ابراهیم، 34؛ علق، 6؛ معارج، 19 و 20؛ اسراء، 11، 67 و 100؛ حج، 66؛ شوری، 48؛ زخرف، 15. و برخی دیگر از آیات قرآن، بخشی از ساحت جمعی انسان ها را مورد نکوهش قرار می دهد. مانند سوره عنکبوت، آیه 2 و 3؛ انفال، 25؛ ابراهیم، 42؛ اعراف، 94 و 95. از سوی دیگر، در برخی از آیات، سبک زندگی مورد تأیید اسلام نیز بیان شده است، تا انسان ها بدانند، سبک زندگی مطلوب اسلامی چیست و ویژگی ها و آثار آن چه می باشد و رسیدن به آن، ممکن است. غایت آموزه های دینی، رهایی از وضع موجود سبک زندگی غیر اسلامی و رسیدن به «حیات طیبه» می باشد. از این رو، مبدأ نظام آفرینش را به گونه های مختلف بیان کرده و نیز مبدأ آفرینش خود انسان و پایان زندگی دنیوی او را ترسیم نموده و دو نوع سبک زندگی الهی و غیر الهی را بیان کرده و ویژگی ها و آثار هر دو را به شکل واضح آشکار می سازد. در این پژوهش تلاش شده است در راستای رسیدن به سبک زندگی اسلامی و مقابله با سبک زندگی که توسط رسانه و شبکه های ماهواره ای ترویج می گردد، «حیات طیبه» از منظر قرآن و آموزه های ائمه معصومین ادراک و مفهوم آن و زوایای عمیقش در این بستر تبیین و تحلیل و بعنوان راهکار و پیشنهاد مورد توجه مدیران و مسئولان فرهنگی جامعه ایران قرار گیرد.

1. مفهوم سبک زندگی

واژه style در فرهنگ لغت بمعنی «سبک»، «شیوه»، «مد» آمده است. اصطلاح "style" را به معنای «سبک» یعنی انتخاب خریداران براساس سبک آورده شده است (Veal, 2001, :364)؛ در هنر طرز بیان اندیشه هنرآفرین «سبک» (Style) نام گرفته است.



«سبک کل واحدی است که از اندیشه هنر آفرین و تصاویری که او برای بیان اندیشه خود از مواد حسی می‌سازد، پدید می‌آید.» (آریان پور، 1380: 103) واژه "life style" به معنای «سبک زندگی»، «روش‌های متفاوت زندگی» را نشان می‌دهد مثل: تفاوت بین زندگی شهری و زندگی روستایی. این اصطلاح همچنین می‌تواند مقایسه «شیوه‌های زندگی» کشف شده در میان گروه‌های متفاوت را در جامعه نشان دهد مثل: جوان، بیکار، منحرف. اصطلاح سبک زندگی به معنای «طرز زندگی» نیز مفهوم سازی شده است. «طرز زندگی»، معمولاً از طریق ارزش‌ها و «روش‌های مصرف» شناخته می‌شود که ناشی از تمایز فزاینده جوامع سرمایه داری پیشرفته است (Oxforddictionary, 2012:370).

"مایکل سوبل" استاد آمریکایی «دانشگاه مدیسون» که شاید مفصل‌ترین متن درباره تعریف سبک زندگی را نوشته (Sobel, 1981:88) معتقد است که «... تقریباً هیچ توافق تجربی یا مفهومی درباره اینکه چه چیز سازنده سبک زندگی است وجود ندارد» برخی دیگر هم معتقدند که می‌توان این مفهوم را بسته به موضوعی که مطالعه می‌شود، به طرق مختلف تعریف کرد و ارائه تعریفی از آن، نافی بقیه شیوه‌های استفاده از این مفهوم نیست، فقط لازم است تا زمینه‌ای را که در آن از این مفهوم استفاده می‌شود تعریف کرد.» (Ibid: 46).

گویا اولین بار "لیزر" در سال 1963 سبک زندگی را بر اساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کند. به نظر وی «... سبک زندگی دال بر شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی است ... شیوه‌ای که بدان طریق مصرف‌کننده خرید می‌کند. و شیوه‌ای که بدان طریق کالای خریداری شده مصرف می‌شود بازتاب‌کننده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است.» (Anderson & Golden, 1984:2-3).

«گئورگ زیمل»^۱ جامعه‌شناس آلمانی در مقاله «مد»^۲ دلایل تعدد تغییر مد (همچون پوشاک، آشپزی، هنر، معماری و موسیقی) در فرهنگ مدرن را بررسی می‌کند و نتیجه می‌گیرد، مردم سریعتر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند؛ زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. به نظر زیمل، در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می‌گرفتند. از این رو، بسیار همگن بودند؛ اما در جوامع مدرن فرآیند هویت‌یابی فردی شده است. به نظر زیمل در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد (باکاک، 1386: 21).

البته زیمل گسترش مصرف‌گرایی و رواج مُدگرایی در مصرف‌را نیز در سطحی کلان تحلیل می‌کند تمایل افراد به مُد را حاصل کشاکش فرد و جامعه می‌داند. به نظر وی، اگرچه دنیای مدرن منجر به آزادی فرد از اسارت شده، اما 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؛ اما وبر بیش از ویلن و زیمل به سبک زندگی پرداخته است. وبر، در بحث طبقه، ایده مارکس مبتنی بر تمایز طبقات اجتماعی بر مبنای تولید را می‌پذیرد، اما مفهوم مصرف‌را نیز به آن می‌افزاید. اگر بپذیریم که مارکس در قرن 19 جامعه را بر مبنای تولید طبقه بندی کرد، باید گفت که وبر در قرن 20 طبقه را بر مبنای مصرف بخش بندی کرد. در مفهوم گروه‌های منزلتی وبر در هر طبقه نیز می‌توان سبک‌های زندگی متفاوتی را مشاهده کرد. تعریف وبر از سبک زندگی چنین است. «شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن؛ اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت است» (فاضلی، 1387: 28).

3- Georg Simmel.

4- Fashion.



از زاویه ای دیگر، گسترش سبک زندگی فردی به جای شیوه زندگی بر مبنای طبقه را می توان با قدرت پیدا کردن خویشتن فرد مدرن هم توضیح داد. به بیان گیدنز، بازاندیشی یکی از مؤلفه های دنیای مدرن است. بدین معنا که دنیای مدرن یافته های حاصل از نظام های انتزاعی را مرتباً در سازماندهی مجدد خود به کار می برد. بازاندیشی عصر مدرن پویایی و تحرک بی سابقه ای به آن داده، به نحوی که در هیچ یک از فرهنگ های ماقبل مدرن وجود نداشته است. یکی از پیامدهای بازاندیشی در خویشتن، پیدایش سبک زندگی است. در فرهنگ های پیشا مدرن هم شاهد وجود انتخاب هایی برای افراد هستیم؛ اما گزینه های گوناگون به هم شباهت دارند و دامنه و تعداد آنها چنان محدود است که سبب می شود تنها سبک مشخصی برای زندگی در هر فرهنگی تعریف شده باشد و همه افراد متعلق به فرهنگ های یکسان به سبک تقریباً مشابهی زندگی کنند.

در اینجا نکته مهم، تطابق همه افراد با ارزش های همسان منبث از فرهنگ واحد است و نه امکان انتخاب هایی که گاهی پیدا می شوند. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۸۲) اما دنیای مدرن سبک های بسیار متنوع و متفاوتی را پیش روی هر فرد می گذارد و او ناگزیر می شود تا از میان آنها برای هر عمل خود به گزینش بپردازد. حتی اگر کسی بخواهد مطابق با فرهنگ سنتی زندگی کند، ناخواسته دست به گزینشی خاص می زند. بنابراین، در عصر مدرن، هر فرد به ناچار دارای نوعی سبک زندگی است که سبک ویژه خود او به شمار می رود. بدیهی است، این گزینش ها تأثیر عمیقی بر هویت فرد خواهد داشت و هویت او را ویژه و منحصر به فرد خواهد کرد. بنابراین، سبک زندگی هر فرد سهم بسزایی در ساختن روایت زندگی او خواهد داشت. اما نکته مورد نظر این است که هر فرد برای انتخاب سبک زندگی خود کاملاً آزاد نیست و اسیر قید و بندهایی خواهد بود. همیشه انتخاب سبک زندگی صرفاً توسط فرد صورت نمی گیرد، بلکه گاهی این گروه های اجتماعی یا فشارهای اقتصادی اند که فرد را ناچار به گزینش می کنند.

در این پژوهش تعریف فاضلی (۱۳۸۷) را مبنا قرار می دهیم «سبک زندگی مجموعه رفتاری در حوزه مصرف فرهنگی و مادی زندگی اجتماعی است که در عرصه عمل محقق شده و قابل مشاهده است».

2.1- جهانی شدن و سبک زندگی

در عصر حاضر، با توجه به پیشرفت های چشم گیری که در زمینه های مختلف تکنولوژی ارتباطات و نیز بالا رفتن فهم بشر از مقوله حیات رخ داده، گرایش به سوی فرهنگ جهانی و ترویج سبک زندگی مشترک در میان انبای بشر افزایش یافته است (درجری، ۱۳۸۰: ۲).

از بعد فرهنگی، جهانی شدن بیشتر ناظر به فشردگی زمان و مکان و پیدایش شرایط جدید برای جامعه جهانی و جهانی شدن فرهنگ است. تمرکز این بعد از جهانی شدن بر تأثیراتی است که فرهنگ جهانی بر هویت ها و فرهنگ های ملی و محلی بر جای می گذارد و احياناً موجب شکل گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی می شود که هر گونه محدودیت فرهنگی زندگی اجتماعی را تعدیل می کند یا از میان بر می دارد و فرهنگی جهانی را شکل می دهد.

درباره این بُعد از جهانی شدن نظرات متفاوتی وجود دارد. «طرفداران می گویند این برنامه باعث افزایش تنوع فرهنگی می شود؛ در حالی که مخالفان آن را نوعی امپریالیسم فرهنگی کهن می دانند که در شکل جدید ظاهر شده است» (امیری، اسفند ۱۳۷۹: ۳-۴). هویت جهانی، گروه های قومی و محلی و ملیت ها (احیا و بازسازی مجدد خود)، ارتباطات، مصرف گرایی از جمله شاخص های بعد فرهنگی آن به شمار می آیند.



آنچه در این مقاله مورد تأکید قرار خواهد گرفت «جهانی شدن» فرهنگ، اقتصاد و سیاست دنیای غرب پس از رنسانس و به ویژه روند ویژه ای که پس از پایان جنگ جهانی دوم و بعد از سال 1945 میلادی در سراسر جهان تا به اکنون آغاز شده است می باشد و عموماً محققان و جامعه شناسانی که در این حوزه کار کردند این واژه (Globalization) را به این فرآیند نام گذاری کرده و در مورد به نظریه پردازی پرداخته اند.

«فیدل کاسترو» رهبر مارکسیست - سوسیالیست کوبا که از منتقدان جهانی شدن است می گوید: «درست است که ما همگی سوار بر یک کشتی هستیم، اما کشورهای غنی شمال در کابین های مجهز و شیک کشتی با غذاهای مطبوع اسکان دارد، ولی کشورهای در حال توسعه را به این کابین ها راهی نیست.» (اخوان زنجانی، 1383: 9).

شاید عبارت کاسترو کمی جانبدارانه و غلو آمیز باشد اما مؤید دو نکته اساسی است؛ اول جهانی شدن در معنای کنونی و مورد استعمال آن در مفاهیم اساسی اقتصادی کنونی ریشه در سرمایه داری دارد و بیانی جز رشد کاپیتالیسم در همه کشورها نیست و دوم در توسعه، گسترش و القای آن، نقش اساسی با کشورهای غنی، «شمال» و غربی است و یک فرد عضو در جهان سوم هرچه قدر هم طرفدار این فرآیند بوده و راه نجات کشور خود را در پیوستگی و همراهی با این قطار جهانی بداند، نمی تواند حداقل دچار حسرت و حسادت نشده و آرزوی آن را نداشته باشد که روزی به مانند کشورهای برتر و مسلط در صحنه جهانی، کشور خود در این عرصه نقش داشته و بتواند به مانند آنها در توسعه و پیشرفت جایگاهی مناسب در جهان داشته باشد؛ آرزویی که در اکثر مواقع به این امر تعبیر می شود که حداقل از قطار توسعه و پیشرفت فن آوری و اقتصاد عقب نمانده و تبدیل به کشور مشابه - ولو در اندازه ها و معیارهای بسیار کمتر - به سرزمین های حامل نظام سرمایه داری نشود.

«میکی ماوس»، «سوپر من»، «اسپایدر من»، «بَت من» و ... به جای «رستم»، «سهراب»، «اسفندیار»، «اولیس»، «اسطوره های فرهنگ آسیای شرقی و خاور دور» و ... قرار گرفته و فرزندان همه سرزمین ها با یک قهرمان می گریند، می خندند، شاد می شوند، غمگین می شوند و آرزوی آن را می پرورند که ای کاش به جای او بوده و یا آن اسطوره در سرزمین آن ها وجود داشت. «فرهنگ انبوه سازی عصر مدرنیته جای خود را به فرهنگ متنوع و متکثر عصر فراصنعتی می دهد. اولین نتیجه آن بحران هویت برای فرد و جامعه است. کاهش کنترل دولت بر اطلاعات و فرهنگ سازی از یک سو، و بحران هویت از سوی دیگر، از یکدیگر ارتزاق می کنند و در یک رابطه دیالکتیکی می توانند دگرگونی ها و بی ثباتی هایی را موجب شوند. مسئله کاهش کنترل دولت ملی بر ارتباطات از بالاترین اولویت برخوردار است. بررسی اثرات آن بر فرهنگ متضمن قرار دادن آن در بستر تاریخ مدرنیته می باشد منطق هویت سازی مدرنیته همراه با منطق فرهنگی اقتصاد سرمایه داری به پیدایش جوامع تک فرهنگی می انجامد. فرهنگ های بومی و محلی نابود می شوند و به تولید انسان های انبوه منجر می گردد. فرد حالت جعبه سیاهی را در مقابل دولت پیدا می کند و همانطور که مکتب محرک - پاسخ های روانشناسی عنوان می کند، کنش و واکنش ها بدون مؤثر واقع شدن عوامل درونی انجام می گیرد. بدین وسیله فرد فاقد خواست ها یا هویت ها می شود و شاید به طور دقیق تر همه از هویت یکسانی برخوردار می شوند. بعبارت دیگر انبوه سازی ترکیبی است از زور و ارتباطات یک جانبه که منافع خاص و یک جانبه ای را تأمین می کند.»

این دگرگونی ارتباطاتی در 3 مرحله رخ می دهد؛ «انقلاب ارتباطاتی و تحت فشار قرار گرفتن فرهنگ ها و هویت ها»، «از جاکندگی و چند فرهنگی شدن» و بالاخره «شکل گیری فرهنگ جهانی» و شبکه های ماهواره ای با تحت تاثیر قرار دادن سبک زندگی، سر سلسله داران نفوذ فرهنگ جهانی غربی در کشورهای غربی هستند.



2. سبک زندگی اهل بیت (علیه السلام)

از اصطلاح سبک زندگی اهل بیت (ع)، سه مفهوم به ذهن متبادر می‌شود:

الف: سبک زندگی شخصی معصومان (ع) که الگوی یک زندگی است.

ب: سیره پژوهی اهل بیت (ع) در حوزه حیات مادی و جهت معنوی آن از نظر جایگاه امامت و ولایت.

ج: مطالعات سبک زندگی با معیارها، ملاک‌ها و مبانی حیات طیبه اهل بیت (ع).

سبک زندگی پدیده‌ای اجتماعی است که در واحدهای فردی به ظهور می‌رسد. سبک زندگی، چیزی به مثابه سلیقه اجتماعی

است و بدون اشتراک جمعی نمی‌توان محملی برای سبک زندگی با معنای اصطلاحی آن پیدا کرد. انسان منزوی یا منفرد از

جامعه هم، زندگی می‌کند اما این زندگی، سبک‌پذیر یا سبک‌ساز یا قابل سبک‌شناسی نیست. اکنون نوبت به این پرسش می‌رسد

که آیا یک امام معصوم می‌تواند سبک زندگی داشته باشد؟ پاسخ منفی است چرا که مؤلفه‌های سبک زندگی، بیشتر اجتماعی

هستند تا فردی. با این حساب، گزینه «الف»، تخصصاً غلط است؛ چرا که زندگی یک نفر، حتی اگر معصوم باشد، سبک ندارد

مگر آنکه به نسبت اجتماعی سنجیده شود که این هم نسبتی معصومانه نخواهد بود.

نکته بعدی نسبت گفتار و کردار و تقریر معصوم با مؤلفه‌های سبک‌شناسی است. پرسش دقیق این است که مطالعه زندگی

فردی و اجتماعی و ولایی اهل بیت (ع)، آیا مطالعه سبک‌شناسی زندگی است؟ روشن است که این مطالعه، سیره‌پژوهی و

سیره‌شناسی است، نه سبک‌شناسی و سبک‌پردازی. اما چرا؟

می‌دانیم که در مقوله سبک زندگی نمی‌توان به زمان‌بندی شخصی اکتفا کرد؛ چرا که اجتماع و جامعه، ما را در تنظیم برنامه‌ها

مقید و محدود می‌کند. غربی‌ها در زمان کار یا تحصیل، به شدت و جدیت، فعالیت می‌کنند و بیشترین بازدهی را دارند و سبک

زندگی و نظامات حاکم بر آنان اجازه فرار یا کم‌کاری نمی‌دهد. بخش استراحت هم که طبیعی است به خواب و کارهای جانبی

مانند بهداشت می‌گذرد. بخش دیگر تفریح است که مهم‌ترین بخش و هدف از زندگی آنان است. این مدیریت زمان در سبک

زندگی غربی است.

اما آیا اهل بیت (ع)، تقسیم ساعات زندگی خود را به جامعه تسری داده بودند یا خود متأثر از زمان‌بندی اجتماعی بودند و

در همان قالب به مدیریت زمان شخصی خود می‌پرداختند؟ چگونه می‌توان از این زمان‌بندی، سبک زندگی، استخراج کرد؟ اگر

دانستیم ائمه طاهریں (ع) چند ساعت کار می‌کردند آیا سبک زندگی آن حضرات را به دست آورده‌ایم؟ نسبت سیره با سبک

زندگی چیست؟ پاسخ اجمالی این است که مطالعه سیره زندگی اهل بیت (ع) به تنهایی، سبک زندگی نیست و تلازمی میان این

دو وجود ندارد. در نتیجه گزینه «ب» هم نمی‌تواند درست باشد و سیره پژوهی آن حضرات، از نظر امامت و ولایت و جایگاهی

که در شرع مقدس دارند، تلازمی با مبحث سبک زندگی ندارد.

اما اگر یک مطالعه و پژوهش سبک‌شناسی زندگی با لحاظ اجتماعی بودن آن داشته باشیم و سیره اهل بیت (ع) را نیز بکاویم،

به نتایج سودمندی خواهیم رسید. در گزینه سوم، معیارها، ملاک‌ها و مبانی حیات طیبه اهل بیت (ع)، مدنظر است. در این

رویکرد، ما از زندگی یک معصوم، توقع استخراج سبک نخواهیم داشت. نوع زندگی معصومان، فارغ از مؤلفه‌های دیگر را نیز

سبک زندگی نام نخواهیم نهاد. رویکرد ما نسبت به اهل بیت (ع)، به دست آوردن بایدها و نبایدهایی است که می‌تواند متغیرها و

مؤلفه‌های سبک زندگی را تعیین کند. چنین موضوعاتی، هم در قول هم در فعل و هم در تقریر معصومان، وجود دارد و

استخراج آن در گرو روش استنباط و استدلال و استخراج است.



اینکه صداقت خوب است، ربا حرام است، نماز جمعه واجب است، مسواک زدن بسیار مؤکد است، زکات فطره واجب است و موارد مشابه، موضوعیتی در مبحث سبک زندگی ندارد! ما باید به اینجا برسیم که چگونه می‌توان از منبع وحی و رسالت و امامت، برای مطالعات سبک زندگی استفاده و استناد کنیم. اگر مفهوم سبک زندگی به درستی، فهم شود، در مراجعه به قرآن و سنت، پرسش‌های درستی مطرح می‌کنیم و پاسخ‌های دقیقی دریافت خواهیم کرد.

برای توضیح، نیازمند مثال هستیم. چرا اصلاح صورت (ریش تراشی) و پوشیدن کراوات، در غرب یکی از اولیات سبک زندگی غربی است و دیگر مردمان جهان هم آن را می‌پسندند؟ اگر یک مرد غربی بدون اصلاح و با پیراهن یقه‌دار بی‌کراوات به اداره برود، همگان او را فردی بی‌نزاکت خواهند دانست. اگر قرار باشد ریش‌داشتن را در جامعه اسلامی، رواج دهیم راه معقول این است که ظواهر و لباس را در سبک زندگی اسلامی، طراحی و تبلیغ کنیم.

یکی دیگر از آموزه‌های مکتبی قرآن و روایات، مدیریت زمان و اختصاص دادن بخشی از شبانه روز به عبادت است اما کسی که مجبور است صبح تا پایان عصر، کار کند و برای رفتن به سرکار باید مدت زیادی در ترافیک سنگین بگذراند و در بازگشت به خانه نیز متحمل تضييع وقت می‌شود آیا می‌تواند ساعتی از شبانه روز را به عبادت، اختصاص دهد؟

اگر قرار باشد معضل دروغ را در سبک زندگی اصلاح کنیم، روشن است که ما یک مسئله اخلاقی مطرح نمی‌کنیم. ما نمی‌خواهیم به شاگردانمان درس اخلاق بدهیم که دروغ بد است و گناه دارد. ما می‌خواهیم به سبکی زندگی کنیم که دروغ نگوئیم. نمی‌شود یک فرد مؤمن که می‌داند دروغ از گناهان کبیره است، ناچار شود مدرک تحصیلی بگیرد که به آن پایه درس نخوانده است و حقوقی دریافت کند که به همان اندازه کار نکرده است و برای اداره زندگی خود از پرداخت مالیات فرار کند و زمان و مال مردم را بعثت ترافیک و بروکراسی اداری تلف کند! همه اینها نشان از شیوع دروغ در جامعه است.

در سبک زندگی «مبانی و ملاک‌ها»، «ارزش‌ها و باید‌ها» و «هماهنگی و فراگیری» سه اصل مهم است. از این رو، ریش‌تراشی در جامعه غربی، سبک شده است اما ریش گذاشتن در جامعه اسلامی، این‌گونه نیست. مشکل این است که مبانی دینی، وارد مباحث سبک زندگی نشده و از آن مهم‌تر، ارزش اجتماعی نیافته است و پس از آن نیز فراگیری ندارد.

اگر به دنبال سبک زندگی اسلامی یا حیات طیبه هستیم باید بدانیم چگونه مبانی آن را از قرآن و سنت استخراج کنیم، چگونه به ارزش اجتماعی تبدیل کنیم و چگونه فراگیر سازیم چون هر رفتاری تا بر اساس مبانی نباشد، ارزش تلقی نشود و تا زمانی که فراگیری نداشته باشد، سبک نیست.

اگر قرار است مسواک بزیم باید بدانیم که هم بهداشت شخصی را مراقبت کرده‌ایم و هم راه قرآن (دهان) را پاکیزه نگه‌داشته‌ایم و هم هنگام شرکت در نماز جمعه که یکی از موضوعات شرعی مؤثر در سبک زندگی است با لبخندی زیباتر حاضر خواهیم شد؛ یعنی رابطه انسان با خود، با خدای خود و دیگر مؤمنان، در این ارزش سبک زندگی لحاظ شده است.

3. راهکارهای ترویج سبک زندگی اسلامی بر اساس آموزه‌های اهل بیت (علیه السلام)

در برابر ترویج زندگی غربی توسط رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای می‌توان از آموزه‌های اهل بیت استفاده نمود. در این

بخش به برخی از این راهکارهای عملی اشاره می‌گردد:

- گفت و گوهای محبت آمیز



یکی از راه های استحکام بنیان خانواده توجه به ارتباط کلامی است. سخنان عاطفی و بهره گیری از کلمات دلنشین و خطاب های شایسته و محبت آمیز مخاطب را جذب می کند. خواسته یا ناخواسته از گوینده راضی شده و در دلش نوعی احساس محبت سبب به او ایجاد می شود. اگر در خانواده ای مرد یا زن با عبارات زیبا و دلپذیر همسرش را صدا کند، علاوه بر اینکه به فرزندان چگونه سخن گفتن را می آموزد، در قلب او جایگاه ویژه ای خواهد یافت. امیرمؤمنان(ع) می فرمایند: «أَجْمَلُوا فِي الْخِطَابِ تَسْمَعُوا جَمِيلَ الْجَوَابِ؛ زیبا سخن بگویند تا سخن زیبا بشنویند» (آمدی، غررالحکم، 1380: 436).

خطاب های ملاحظت آمیز و دلربا روح و جسم را نوازش داده، همسر را تحت تأثیر قرار می دهد. بعضی از عبارات، آن قدر قشنگ و دوست داشتنی است که هرگز تا آخر عمر فراموش نمی شوند. رسول گرامی اسلام با توجه به این نکته فرمود: «قَوْلُ الرَّجُلِ لِلْمَرْأَةِ إِنِّي أُحِبُّكَ لَا يَذْهَبُ مِنْ قَلْبِهَا أَبَدًا؛ مردی که به زنش بگوید: من تو را دوست دارم، اثر این سخن هرگز از دل زن بیرون نمی رود.» (کلینی، الکافی، 1388 ه.ق، ج 5: 569). اساسا مرد و زن مسلمان باید زبان خویش را به سخن نیک عادت دهند، زیرا انسان فطرتا از عبارت های جذاب و مهر افزا استقبال می کند و نسبت به انسان های نیکو سخن، در دل خویش حساس محبت می نماید. امام علی(ع) در گفتار نغز و حکیمانه خویش فرمودند: «عَوْدَ لِسَانِكَ لِيْنَ الْكَلَامِ وَ بَدَلَ السَّلَامِ، يَكْتُرُ مَحْبُوكَ وَ يَقْلُ مَبْغُضُوكَ؛ زبانت را به سخنان ملایم و لطیف و سلام کردن به دیگران عادت بده تا دوستانت زیاد و دشمنانت کم شوند» (آمدی، غررالحکم، 1380: 435). البته سخن گفتن محبت آمیز بویژه در میان زن و شوهر باید با ادب خاصی همراه باشد. چرا که به زبان آوردن کلمات مهر انگیز و عاطفه آمیز که محترمانه در محیط خانواده ادا می شود با عبارات سبک و شخصیت شکن کاملا متفاوت است، بویژه در میان فرزندان و بیگانگان شدیداً مذموم بوده و تأثیر منفی در دیگران خواهد داشت. از سوی دیگر از گفتار زشت در روایات نهی شده است. بعضی از کلمات مستهجن و نامناسب بویژه آن که زمان و مکان هم در آن رعایت نشده باشد، در دیگران ایجاد خشم و تنفر می کند. مولای متقیان در سخن دیگری به این گفتارهای زشت و مستهجن اشاره کرده و می فرمایند: «ایاک و مستهجن الکلام فانه یوغر القلب؛ از گفتن سخنان مستهجن و ناپسند پرهیز که دل را پُر از خشم و کینه می کند» (آمدی، غررالحکم، 1380: 214).

• صدا کردن با بهترین نام

صدا کردن همسر با نامی که بیشتر دوست دارد، در ایجاد انس و الفت در میان زوجین تأثیر به سزایی خواهد داشت. پیامبر گرامی اسلام توصیه فرموده است که برای افزایش مهر و صفا در میان مسلمانان، همدیگر را با نام زیبا و محترمانه صدا بزنند: «ثَلَاثَ يَضْفِينِ وَدَ الْمَرْءَ لِأَخِيهِ الْمُسْلِمِ يَلْقَاهُ بِالْبَشْرِ إِذَا لَقِيَهِ وَ يَوْسَعُ لَهُ فِي الْمَجْلِسِ إِذَا جَلَسَ إِلَيْهِ وَ يَدْعُوهُ بِأَحْسَنِ الْأَسْمَاءِ إِلَيْهِ؛ سه چیز دوستی و محبت بین دو مسلمان را افزایش داده و صفا و صمیمیت را در میان آن ها تقویت می کند:

1. هنگام ملاقات، با خوش رویی و چهره ای گشاده برخورد کند.
2. اگر می خواهد در کنار او بنشیند برایش جا باز کند.
3. به بهترین نامی که دوست دارد او را صدا بزند» (کلینی، الکافی، 1388 ه.ق، ج 2: 643).

• سلام کردن به همدیگر

طبق آموزه های اسلام، سلام کردن با صدای رسا و واضح و با آهنگی عاطفی و جذاب موجب تقویت روابط بین زن و شوهر خواهد شد. سلام با لحنی عاطفی، کینه ها را از بین برده، روحیه ها را تقویت کرده و دل ها را به هم نزدیک می نماید.



سلام دادن به جمع خانواده و بویژه زن و شوهر به یکدیگر، نشاط آور و فرح بخش است. امام صادق(ع) فرمود: «یسلم الرجل اذا دخل علی اهله؛ وقتی شوهر به خانه وارد می شود باید به اعضای خانواده (بویژه همسرش) سلام کند» (مجلسی، 1403 ه.ق، ج 75: 247).

• اظهار علاقه و ابراز محبت

زوج جوانی که با هم پیمان زناشویی می بندند، معمولاً بر مبنای علاقه درونی و عشق پاکی است که به یکدیگر دارند. اما آنچه که در اسلام تاکید شده و بنیان خانواده را تقویت می کند و محبت و الفت را میان زوج جوان افزایش می دهد اظهار و ابراز آن است. امام صادق(ع) می فرماید: «إِذَا أَحَبَّتَ رَجُلًا فَأَخْبِرْهُ بِذَلِكَ؛ فَإِنَّهُ أَثْبَتُ لِلْمَوَدَّةِ بَيْنَكُمَا؛ هرگاه شخصی را دوست داشتی، دوستی خود را به او اعلام کن، زیرا این عمل انس و الفت را بین شما پایدارتر می کند» (کلینی، الکافی، 1388 ه.ق، ج 2: 644).

البته ابراز محبت از طرف خانم ها نسبت به شوهرشان از ویژگی خاصی برخوردار است. امام صادق(ع) در روایتی به خانم های مسلمان توصیه می کند که نه تنها به شوهران خود اظهار محبت نمایند، بلکه اظهار علاقه آنان، همراه با دلربایی باشد «ولا غنی بالزوجة فیما بینها و بین زوجها الموافق لها عن ثلاث خصال... و اظهار العشق له بالخلافة والهيئة الحسنة لها فی عینه؛ زن برای موفقیت در زندگی مشترک با همسر خویش از مراعات سه چیز ناگزیر است... [که از جمله آن ها] اظهار عشق و محبت به همراه طنز و دلربایی و جلوه گری برای شوهر محبوب خویش است» (مجلسی، 1403 ه.ق، ج 75: 235).

• دلجویی، استقبال، بدرقه

خانواده کانون آرامش و راحتی بخش انسان است. مردی که در بیرون منزل با انواع مشکلات درگیر است و با نامایمات فراوانی برخورد می کند و گاهی در راه کسب حلال و تهیه معیشت خانواده خود سخنان ناروا شنیده و لطمه های روحی را متحمل می شود؛ دوست دارد هنگام برگشت به خانه کسی از او دلجوئی کند، حرف دلش را بشنود و با سخنان آرامبخش خود مرهم دردهای انباشته دل او باشد. دلش می خواهد هنگامی که در منزل را باز می کند، کسی با چهره ای گشاده و لبی خندان و لحنی عاطفی از او استقبال نموده و آنچه را که در دست دارد با تکریم و رضایت مندی از او تحویل بگیرد و این فرد جز همسر صالح و مهربان او فرد دیگری نخواهد بود. در اینصورت چنین زنی از دوستان خدا بوده و پاداش بزرگی خواهد داشت. این همسر مهربان با عمل خود شوهر خود را راضی نموده، پاداش معنوی کسب کرده و رضایت و خشنودی پروردگار متعال را بجان خریده است.

مردی به محضر رسول خدا صلی الله علیه وآله آمده و عرضه داشت: «ان لی زوجة اذا دخلت تلتقنی و اذا خرجت شیعتنی و اذا راتنی مهموما قالت لی: ما یهمک؟ ان کنت تهتم لرزقک فقد تکفل لک به غیرک و ان کنت تهتم لامر آخرتک فزادک الله هما فقال رسول الله صلی الله علیه وآله: ان لله عمالا و هذه من عماله، لها نصف اجر الشهدید؛ (یا رسول الله! من همسری دارم که هرگاه وارد خانه شوم به استقبالم می آید و چون می خواهم از منزل بیرون روم مرا بدرقه می کند. هرگاه مرا اندوهگین ببیند می گوید: چه چیز تو را اندوهگین کرده؟ اگر برای مخارج زندگی ات ناراحتی، مطمئن باش که دیگری (خداوند) عهده دار آن است (و با داشتن چنین ضامن معتبری که روزی تو را تضمین کرده، تو نباید اندوهگین باشی) و اگر برای آخرت [و گرفتاری های قبر و قیامت] غصه می خوری، خداوند اندوهت را زیاد کند. (و باید چنین باشی) رسول خدا صلی الله علیه وآله فرمود: خداوند [در



روی زمین] کارگزارانی دارد و این زن یکی از آن‌ها است. برای او نصف پاداش شهید می‌باشد» (حر عاملی، وسائل الشیعه، 1387 ج 20: 32).

علی(ع) در مورد بانوی بانوان و همسر نمونه تاریخ می‌فرماید: «فوالله ما اغضبتها و لا اكرهتها من بعد ذلك علی امر حتی قبضها الله عزوجل الیه و لا اغضبتنی و لا عصت لی امرأ، و لقد كنت انظر الیها فتكشف عنی الغموم و الاحزان بنظری الیها؛ به خدا سوگند بعد از ازدواج با فاطمه علیها السلام بر او خشمگین نشدم و او را به کاری مجبور نکردم تا زمانی که خداوند متعال او را گرفت. و او مرا ناراحت نکرد و هیچگاه با من مخالفت نمود، و به او نگاه می‌کردم و با نگاه کردنم به او تمام غم و اندوه‌های دلم برطرف می‌شد» (خوارزمی، مناقب خوارزمی، 1411 ه.ق: 354).

«حضرت فاطمه علیها السلام در خانه علی(ع) با عشق و صفا و صمیمیت زندگی کرد و در آخرین لحظات زندگی به شوهر وفادار خویش صادقانه اظهار داشت: «یابن عم ما عهدتني كاذبة ولا خائنة ولا خالفتك منذ عاشرتنی؛ ای عموزاده! هیچ گاه دروغ و خیانتی در زندگی از من ندیدی و از وقتی که با من زندگی مشترک آغاز نمودی، هرگز با دستورات تو مخالفت نکردم.» علی نیز در جواب او فرمود: «معاذالله انت اعلم بالله و ابر و اتقی و اكرم و اشد خوفا من الله من ان اوبخك بمخالفتی؛ پناه به خدا. ای دختر پیامبر! تو نسبت به خدا داناتر و نیکوتر و پرهیزکارتر و بزرگوarter و هراسناک تر از آنی که بخواهم در مورد مخالفت با خود، تو را سرزنش و توبیخ نمایم.

ابو طلحه انصاری از اصحاب بزرگ پیامبر صلی الله علیه وآله بود. او پسری داشت که بسیار مورد علاقه وی بود، اتفاقاً این طفل مریض شد. مادرش ام سلیم از زنان با شخصیت صدر اسلام بود، و چون به محبت و علاقه بیش از حد ابو طلحه به پسر آگاه بود، هنگامی که فهمید بچه از دست خواهد رفت، ابو طلحه را نزد رسول خدا صلی الله علیه وآله فرستاد و بعد از بیرون رفتن شوهر از منزل، بچه از دنیا رفت. ام سلیم او را در جامه ای پیچیده در کنار اطاق گذاشت و فوراً غذای مطبوعی برای شوهر تهیه کرد و خودش را برای پذیرایی شوهر با عطر و وسایل آرایش آراست.

وقتی ابو طلحه بازگشت و حال فرزند خویش را پرسید، او جواب داد: خوابیده است. سؤال کرد: غذایی هست؟ ام سلیم خوراکی را که تدارک دیده بود آورد... و سپس در حالی که مرد آرامش خود را باز یافته بود، ام سلیم به وی گفت: ای ابو طلحه! چندی پیش امانتی از شخصی نزد ما بود، حال اگر ما آن را به صاحبش بازگردانیم ناراحت می‌شوی؟ مرد گفت: چرا باید ناراحت بشوم؟ نه! زن گفت: پسر تو نزد ما یک امانت خدایی بود، خداوند امروز او را از ما گرفت.

ابو طلحه بدون تغییر حالت گفت: در اینصورت من به صبر و شکیبایی (از تو که مادرش هستی) سزاوارترم! آنگاه دو رکعت نماز خوانده و دوباره به حضور پیامبر اکرم صلی الله علیه وآله رسید و ماجرا را بازگو نمود. پیامبر گرامی اسلام ضمن سخنانی فرمود: «الحمد لله الذي جعل في امتي مثل صابرة بنی اسرائیل؛ سپاس خدای را که در امت من نیز مانند زن صابره و شکیبای بنی اسرائیل قرار داد.» (مجلسی، 1403 ه.ق، ج 79: 15). در اثر دعای پیامبر، خداوند به آن زوج با ایمان و خوشبخت فرزندی عنایت کرد که او را عبدالله نامیدند. ابو طلحه صاحب نه پسر شد که همه قاری قرآن بودند.

• همدلی در انتخاب نوع غذا

همهانگی و همدلی در انتخاب نوع غذا از جمله عواملی است که ارتباط زن و شوهر را تقویت کرده و بنیان خانواده را استحکام می‌بخشد. اگر زوجین در مساله غذا و خوراک تفاهم داشته باشند و شرایط همدیگر را مراعات کنند، بسیاری از مشکلات و اختلافات خانواده‌ها حل می‌شود. اگر مرد غذایی را دوست دارد و انتظار دارد که در منزلش تهیه شود، می‌تواند



علاوه بر اینکه لوازم مورد نیاز را تهیه می‌کند، همسر خویش را از آن آگاه سازد. ولی اگر برای او فرقی نمی‌کند که معمولاً هم شوهران مسلمان و متعهد چنین‌اند و در مورد غذای روزانه خویش سخت‌گیری و موشکافی نمی‌کنند، در اینصورت از غذای تهیه شده استفاده کرده و با کمال متانت و بزرگواری از همسر هنرمند خویش قدردانی و تشکر می‌نماید و با بهانه‌های مختلف زحمات وی را نادیده نمی‌گیرد. رسول اکرم صلی الله علیه و آله فرمود: «الْمُؤْمِنُ يَأْكُلُ بِشَهْوَةٍ عِيَالِهِ، وَ الْمُؤْمِنَةُ يَأْكُلُ أَهْلَهُ بِشَهْوَةٍ؛ انسان با ایمان، مطابق میل و خواسته عیالش غذا می‌خورد و خانواده انسان منافق، مطابق میل و خواسته وی غذا می‌خورد» در سیره و روش پیامبر صلی الله علیه و آله آمده است که آن حضرت هیچگاه در مورد انتخاب نوع غذا سختگیری نمی‌کرد و با خانواده اش همراه می‌شد: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ يَأْكُلُ كُلَّ الْأَصْنَافِ مِنَ الطَّعَامِ وَ كَانَ يَأْكُلُ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَهُ مَعَ أَهْلِهِ وَ خَدَمِهِ إِذَا أَكَلُوا؛ رسول خدا صلی الله علیه و آله از هر نوع غذا می‌خورد و غذایی که خداوند آن را برایش حلال نموده است به همراه خانواده و خدمتگزارش تناول می‌کرد» (طبرسی، مکارم الاخلاق، 1386: 26).

آنچه در این مورد لازم است مورد توجه بانوان مسلمان قرار گیرد این است که تهیه خوراک لذیذ و پختن غذاهای خوشمزه در جلب رضایت شوهر و تمایل قلبی وی به سوی همسرش تاثیر بسزایی دارد. کدبانوی شایسته با هنرنمایی خویش، در آفریدن دست‌پخت‌های لذیذ و نشاط آور، بذریه محبت را در قلب شوهر خویش کاشته، و صفا و صمیمیت را به کانون پُر مهر خانواده به ارمغان می‌آورد.

امام صادق (ع) هنگامی که می‌خواهد زن خوب و شایسته را معرفی نماید، به دو ویژگی مهم که از هنرمندی و شایستگی‌های زنان پسندیده نشأت می‌گیرد اشاره کرده و می‌فرماید: «خَيْرُ نِسَائِكُمُ الطَّيْبَةُ الرَّيْحُ الطَّيْبَةُ الطَّبِيخُ؛ بهترین زنان شما زنی است که خوشبو بوده و در آشپزی، خوش دست پخت باشد» پیامبر خدا صلی الله علیه و آله فرمود: «خَيْرُ نِسَائِكُمُ الطَّيْبَةُ الطَّعَامُ؛ بهترین زنان شما زنی است که غذای پاکیزه و دلپسند درست کند» (کلینی، الکافی، 1388 ه.ق، ج 5: 325).

• فراهم نمودن مخارج خانواده

مهم‌تر از فراهم نمودن سفره‌های پاکیزه و غذاهای لذت‌بخش که از هنرهای اساسی بانوان مسلمان بوده و به پاکیزگی و آرایش ظاهری مربوط می‌شود، تهیه آذوقه و خوراک حلال از سوی مرد است که بعنوان مدیر خانواده، مسئولیت فراهم کردن خوراک اعضای خانواده به عهده اوست. در این مورد اگر مردان با ایمان وظیفه خویش را در مورد به دست آوردن روزی حلال و پاکیزه به خوبی انجام دهند مقام بس بلندی را در پیشگاه خداوند متعال کسب خواهند نمود. آنان روز قیامت رو سفید و با چهره‌ای گشاده و نورانی همچون ماه شب چهارده به محشر وارد خواهند شد.

امام باقر (ع) می‌فرماید: «مَنْ طَلَبَ الرِّزْقَ فِي الدُّنْيَا اسْتِغْفَافًا عَنِ النَّاسِ وَ تَوْسِيْعًا عَلَى أَهْلِهِ وَ تَعَطُّفًا عَلَى جَارِهِ لَقِيَ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ وَجْهُهُ مِثْلُ الْقَمَرِ لَيْلَةَ الْبَدْرِ؛ هرکس در دنیا به دنبال روزی حلال برود به قصد اینکه نیازمند و محتاج دیگران نباشد و مخارج زن و فرزندش را تامین نماید و به همسایه‌ها [و هم نوعان مستمند خود] یاری رساند، چنین فردی در روز قیامت با سیمایی [نورانی] مانند ماه شب چهارده با خداوند ملاقات خواهد کرد». (کلینی، الکافی، 1388 ه.ق، ج 5: 78).

و امام صادق (ع) نیز می‌فرماید: «الكَادُّ عَلَى عِيَالِهِ مِنْ حَلَالِ كَالْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ؛ مرد تلاش‌گری که برای تهیه روزی حلال و مشروع برای خانواده اش می‌کوشد، مانند مجاهدی است که در راه خدا جهاد می‌کند» (حر عاملی، وسائل الشیعه، 1387 ج 1: 67). امام رضا (ع) نیز فرمودند: «الَّذِي يَطْلُبُ مِنْ فَضْلِ يَكْفُ بِهِ عِيَالَهُ أَكْبَرُ مِنَ الْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ؛ کسیکه از فضل



و عنایت پروردگار به دنبال روزی حلال می رود به اندازه ای که مخارج خانواده خود را تامین کند، از رزمنده ای که در راه خداوند متعال جهاد می کند پاداش افزونتری دارد» (کلینی، الکافی، 1388 ه. ق، ج 5: 88).

• هدیه دادن به همسر

احترام به شخصیت افراد، در وجود آنان عشق و محبت می آفریند. هدیه دادن نوعی احترام به طرف مقابل محسوب می شود و انسانی که هدیه را می گیرد بی اختیار و از روی فطرت خدادادی خویش، مهر و محبت هدیه دهنده را در دل خود جای می دهد. این نکته در روابط زناشویی از اهمیت خاصی برخوردار است و عامل مهمی در ایجاد انس و الفت و هم گرایی نسبت به زن و مرد به شمار می رود تا آن جا که پاداش هدیه دادن مرد به همسر خویش مانند نیکی به نیازمندان است. پیامبر عظیم الشان اسلام در این مورد می فرماید: «من دخل السوق فاشترى تحفه فحملها على عياله كان كحامل صدقة الى قوم محايي؛ مردی که وارد بازار شود و تحفه ای برای خانواده اش بخرد، اجر و پاداش او برابر با کسی است که نیازهای نیازمندان را برآورد» (حر عاملی، وسائل الشیعه، 1387 ج 21: 514).

هدیه، دل ها را پُر از صفا و صمیمیت کرده و غبار کدورت را از دل ها پاک می کند. بویژه آن که اهدای تحفه در مناسبت های خاصی باشد که خاطرات خوش آن روز با شادمانی اهدای تحفه عجین گردیده و تاثیر نشاط آور آن را چندین برابر نموده و در خاطره ها، ماندگار و همیشگی می سازد. به همین خاطر برای روزهای نشاط و سرور و عیدها، دستورات مخصوصی از طرف پیشوایان دینی در مورد رفاه و آسایش و توسعه اقتصادی خانواده به ما رسیده است.

امام صادق (ع) در ضمن شمارش وظایف مرد نسبت به همسرش در خانه می فرماید: «ولا يكون فاكهة عامّة إلا اطعم عياله منها ولا يدع أن يكون لعيد عندهم فضل في الطعام أن ينيّلهم في ذلك شيء مما ينيّلهم في سائر الأيام؛ هر میوه ای که همه مردم از آن می خورند، باید به خانواده اش بخوراند و خوراکی هایی که مخصوص ایام عید است و در غیر ایام عید به آن ها نمی رساند، در روزهای شادی و عید به آنان برساند» (حر عاملی، وسائل الشیعه، 1387 ج 21: 513).

نتیجه گیری

پیدایش سیستم های جدید اطلاعات، عاملی محوری در پیدایش عصر اطلاعات است. «تحولات اجتماعی اغلب موجب تغییر ارزش های اجتماعی راهنما می شوند، بویژه روابط اجتماعی را تغییر می دهند و پیدایش گروه ها و ملت های جدید را سرعت می بخشند به بیان دیگر الگوهای جدید اجتماعی در اثر پیدایش و توسعه سیستم های جدید ارتباطات حاصل می شوند. تحولات مربوط به توسعه شبکه های تلویزیون ماهواره ای در دنیای امروز چنان سریع رخ داد که بسیاری از محققان علوم ارتباطات فرصت نیافتند به بررسی دقیق آن بپردازند. حضور متنوع و متعدد کانال های تلویزیون ماهواره ای اروپا و امریکا در کشورهای در حال توسعه و استقبال مخاطبان از برنامه های ماهواره ای تنها نتیجه ضعف مناسبات رسانه ای این کشورها نیست بلکه ناشی از استفاده از جذابیت های مادی فرهنگ غربی برای جذب مخاطب است.

«مارشال مک لوهان» با بکارگیری واژه «دهکده جهانی» و «الوین تاظر» با نام گذاری «موج سوم» بعنوان عصر اطلاعات و انقلاب ارتباطات پرده از این واقعیت بر می دارند که اکنون یک فرهنگ خواهان تسلط و حاکمیت بر جهان است و فرهنگ و تمدنی بر جهان حاکم می شود که تکنولوژی و فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی را در دست داشته و توانایی ایجاد یک فرهنگ



جهانی را دارد. در این فرهنگ جهانی قرار است همه نقش داشته باشند اما کسی نقش اصلی و بنیانی را بازی می‌کند که، دارای قدرت و تکنولوژی و سرمایه است. در این میان آنچه بسیار دستخوش تغییر می‌گردد، سبک زندگی است.

بطورکلی، در بررسی تعاریف موجود درباره سبک زندگی با دو رویکرد اصلی مواجه می‌شویم: گروهی که سبک زندگی را مجموعه رفتارهای عملی و آنچه در زندگی اجتماعی افراد به صورت عینیت یافته مشاهده می‌شود، می‌دانند و گروه دوم ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز در زمره سبک زندگی می‌دانند. در این پژوهش تعریف فاضلی (1387) را مبنا قرار می‌دهیم «سبک زندگی مجموعه رفتاری در حوزه مصرف فرهنگی و مادی زندگی اجتماعی است که در عرصه عمل محقق شده و قابل مشاهده است». در تعریف یاد شده سه نکته قابل توجه است: گرچه ارزش‌ها و نگرش‌ها در به وجود آمدن سبک زندگی مؤثرند اما جزئی از آن محسوب نمی‌شوند، بلکه سبک زندگی همان بخش از زندگی است که عملاً تحقق می‌یابد. در واقع طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره انجام می‌دهند.

یعنی اینکه ارزش‌ها و نگرش‌های مشابه به سبک زندگی یکسان نمی‌انجامد و داشتن سبک زندگی همسان به معنای ارزش‌ها و نگرش‌های مشابه نیست. همچنین سبک زندگی باید زائیده انتخاب‌گری افراد باشد زیرا سبک زندگی شامل آن دسته رفتارهایی که مردم حق انتخاب جایگزین برای آنها ندارند، نمی‌شود.

سبک زندگی نسبت مستقیمی با مصرف دارد زیرا مصرف در خدمت تعریف کردن چستی‌کنش‌گران می‌باشد. هر مکتب و مذهبی، سبک زندگی برای بشریت ارائه می‌دهد و مدعی است، جامعه مطلوب و زندگی سالم در نتیجه پیروی از روش زندگی است که آنان ارائه می‌نمایند. حقیقت این است وقتی سخن از سبک زندگی اسلامی و حیات طیبه به میان می‌آید، دو امر به ذهن تداعی می‌کند. به دیگر سخن گزاره حاکی از سبک زندگی اسلامی و حیات طیبه، متضمن دو گزاره دیگر هم هست:

الف) وضع موجود جوامع بشری دچار آسیب‌ها و آفت زده سبک زندگی غیر اسلامی است.

ب) چستی و چگونگی سبک زندگی اسلامی و حیات طیبه و دیگری امکان حصول به این سبک زندگی است.

در این مقاله راهکارهای «گفت و گوهای محبت‌آمیز»، «صدا کردن با بهترین نام»، «سلام کردن به همدیگر»، «اظهار علاقه و ابراز محبت»، «دلجویی، استقبال، بدرقه»، «همدلی در انتخاب نوع غذا»، «فراهم نمودن مخارج خانواده» و «هدیه دادن به همسر» بعنوان راهکارهای ترویج سبک زندگی اسلامی بر اساس آموزه‌های اهل بیت (ع) پیشنهاد می‌گردد.



فهرست منابع

منابع فارسی

- قرآن کریم (1384). ترجمه بهاء‌الدین خرمشاهی، چاپ چهارم، تهران: انتشارات نیلوفر و دوستان.
- اخوان زنجانی، داریوش (1383). جهانی شدن و سیاست خارجی. تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
- امیری، مهدی (1379). ابعاد و پیامدهای جهانی شدن فرهنگ. مجله کیهان فرهنگی، سال هفدهم، شماره 173.
- آمدی، عبدالواحد (1380). غررالحکم و دررالکلم. ترجمه محمد علی انصاری، ویرایش و تصحیح مهدی انصاری قمی، تهران: ناشر امام عصر.
- باکاک، ر. (۱۳۸۱). مصرف. ترجمه: خسرو صبوری، تهران: انتشارات شیرازه.
- تونگ، دوبرا (1385). روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک در کتاب ابو، بوسا. امپریالیسم سایبر. ترجمه: دکتر پرویز علوی. انتشارات ثانیه.
- الحر العاملی، محمد بن الحسن (1387). وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه. به تصحیح و تحقیق و محمدرضا ضمیری. قم: موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان.
- الحرانی، ابومحمد الحسن بن علی بن الحسین بن شعبه (1394.ق). تحف العقول عن آل الرسول. قم: مکتبه بصیرتی.
- خوارزمی، موفق بن احمد (1411.ق). المناقب، قم: جامعه مدرسین.
- درجزی، فریبرز (1380). فرهنگ، ارتباطات، جهانی شدن. مجله آبادی.
- طبرسی، ابوعلی فضل بن حسن (شیخ طبرسی)، (1386). مکارم الاخلاق. ترجمه: محمد حسین رحیمیان، قم: انتشارات مومنین.
- فاضلی، نعمت‌الله (1387). مدرن، یا امروزی شدن فرهنگ ایران: رویکردی انسان شناختی و مطالعات فرهنگی. نشر: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- کلینی، محمد بن یعقوب (1388.ق). الکافی. تحقیق علی اکبر غفاری. تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- گیدنز، آنتونی (1378). تجدد و تشخیص. جامعه و هویت شخصی در عصر تجدد. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مجلسی، محمد باقر (1403 ق). بحارالانوار. چاپ دوم. موسسه الوفا بیروت.
- نهج البلاغه (1389). ترجمه: محمد دشتی. تهران: انتشارات اتقان.

منابع لاتین

- Anderson .W. Thomas, Jr. and Linda L. Golden (1984) , Lifestyle and Psychographics: A Critical Review and Recommendation. in Advances in Consumer Research Volume 11 .
- Bogenhold D. (2001), Social inequality and the sociology of life style - Material and cultural aspects of social stratification', American Journal of Economics and Sociology .
- Carlsson, U.; Tayie, Samy; Jacquinot-Delaunay, Genevieve & Tornero, José
- Mannuel Pérez (Eds.) (2008) Empowerment through Education: An Intercultural Dialogue, Sweden: Goteborg University.



- Hand,M. and sandy Well(2002) E- topia as Cosmopolis or Citadel on the Democratizing and De-Democratizing logics of the Internet or, Towerd a Critique of the New Technological Fetishism” , Theory, Culture and Society,No.1-2.
- Kress, G. (ed.), (1988) Communication and Culture, Kensington: University of New South Wales Press.
- Sobel, Michael E.(1981). Lifestyle and social structure: Concepts, definitions, analyses. Academic Press (New York).
- Tomlinson, J.(1999). Globalization and Culture, University of Chicago Press .
- Veal, anthony.j,(1993). The concept of lifestyle: a review ”, in Leisure Studies, Volume 12, Issue 4 October 1993.