



جمهوری اسلامی ایران

شورای عالی حوزه علمیه قم

مرکز مدیریت حوزه علمیه خواهران

مدرسه علمیه الزهراء (سلام الله علیها) شهرستان ارومیه

تحقیق پایانی سطح دو (کارشناسی)

عنوان تحقیق :

بررسی آسیب شناسی مصرف گرای در اسلام و ارائه راهکارها

استاد راهنما :

سرکار خانم جهان پور

استاد داور :

حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای اسم حسینی

پژوهشگر :

روییا حسن زاده

۱۳۹۲

سورة التوبة



جمهوری اسلامی ایران

شورای عالی حوزه علمیه قم

مرکز مدیریت حوزه علمیه خواهران

مدرسه علمیه الزهراء (سلام الله عليها) شهرستان ارومیه

تحقیق پایانی سطح دو (کارشناسی)

عنوان تحقیق :

بررسی آسیب شناسی مصرف گرای در اسلام و ارائه راهکارها

استاد راهنما :

سرکار خانم جهان پور

استاد داور:

حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای اسم حسینی

پژوهشگر :

رویا حسن زاده

۱۳۹۲

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

تحقیق پایانی با موضوع.....

که توسط سرکار خانم:.....

برای دریافت دانشنامه سطح دو (کارشناسی) تدوین شده است، توسط هیأت داوران

موردارزیابی قرار گرفته و در تاریخ / / ۱۳، با کسب

رتبه..... پذیرفته شده است.

استاد راهنما:.....

استاد داور:.....

مدرسه علمیه:.....

شهرستان:.....

امضاء مدیر و مهر مدرسه

تحمیدیه

حمد بی‌پایان و ستایش بی‌شمار شایسته خداوندی است که جهانیان را از ظلمت نیستی به
صحنه نورانی هستی آورد و لباس زیبای وجود بر اندام نارسای آنان پوشانید. آن‌گاه از میان سلسله
کائنات نوع انسان را برگزید و تاج کرامت بر سر آنان نهاد و آن‌ها را نمونه‌اعلای آفرینش قرار داد.

تقدیم به

تقدیم به ساحت مقدس امام زمان

قائم (عج)

صاحب عصر و الزمان

حجت خدا در روی زمین

تقدیر و تشکر

با سپاس و امتنان از مدیریت محترمه سرکار خانم پورحیدر و استاد راهنمای بزرگواری که زحمات زیاد ایشان عامل اصلی پیشبرد این تحقیق بود. هم-چنین از پدر و مادر عزیزم که زحمات بی‌دریغ ایشان همیشه راه‌گشای مشکلاتم بودند و سنگ‌ صبورم همسر مهربانم که فداکاری‌های ایشان باعث دلگرمی من در این راه بود. و برادر بزرگواری جناب آقای احسان مرادی و هم‌چنین دوست عزیزم سرکار خانم فخری کمک‌های زیادی در این امر نمودند. و تک‌نهاد زندگی‌ام، دختر عزیزتر از جانم که صورت زیبایش را می‌بوسم. امید آن دارم که این تحقیق گامی هرچند کوچک در پیشبرد اهداف متعالی اسلام و مسلمین باشد.

چکیده

مصرف‌گرایی، همان‌طور که از عنوان آن پیداست، در وهله نخست مقوله‌ای است آسیب‌شناختی که پیوند تنگاتنگی با مفاهیمی چون؛ تجمل‌گرایی و افراط در خرید کالاهای مصرفی دارد. مصرف به معنای عام و صرف‌نظر از بعد آسیب‌شناختی آن، تابعی است از متغیرهای اجتماعی چون نظام ارزشی، پایگاه طبقاتی و منزلت اجتماعی که بی‌شک این گره‌خوردگی، بی‌ارتباط با نوسانات و فراز و نشیب‌های این متغیرها نخواهد بود. با تغییر نظام ارزشی و نیز تحولاتی که در لایه‌های مختلف طبقاتی به وجود می‌آید. هرچند موضوع مصرف، پدیده‌ای اقتصادی است اما؛ بخشی از عوامل ایجادکننده آن در بخش فرهنگ نهفته است و با توجه به نهادینه‌شدن آن در جامعه یکی از راه‌های اصلی برون‌رفت از آن نیز توجه به موضوعات فرهنگی است. قبل از هر چیز رفتار مصرف‌کننده نوعی رفتار انسانی است.

مصرف‌گرایی به عنوان یک فرهنگ اشتباه جامعه امروز، شامل برخی پیامدها و نتیجه‌ها می‌باشد. پیامدهایی که هم شخص و هم جامعه را فرا می‌گیرد. این نوع پیامدها، بین مشکلاتی که افراد در جامعه دچار آن هستند و اطلاعی ندارند که این مشکل ساخته و پرداخته مصرف بیش از حد آن‌هاست رابطه‌ای مستقیم ایجاد می‌کند. این مشکلات عبارتند از: تورم، اسراف، شکاف طبقاتی و... تحقیق حاضر بعد از تبیین پیامدهای مصرف‌گرایی، راهکارهایی هم‌چون تقوا در مصرف، صرفه‌جویی، قناعت، اصلاح نفس و تنظیم بودجه و ... برای جلوگیری از این معضل اجتماعی عرضه داشته‌است. بنابراین؛ مصرف به خودی خود پدیده‌ای مذموم نیست و اسلام نیز مسلمانان را برای تأمین نیازهای زندگی تشویق می‌کند. اما؛ مصرف‌گرایی و هدف قرار دادن مصرف آثار منفی داشته، هم‌سو با مفاهیمی چون اسراف، شکاف طبقاتی و... بوده و از دید اسلام مذموم شمرده شده‌است.

کلید واژه:

مصرف، مصرف‌گرایی، اسل

فهرست مطالب

مقدمه ۱

بخش اول: کلیات

فصل اول: طرحنامه

۱- تعریف و تبیین موضوع ۵

۲- اهمیت و ضرورت تحقیق ۵

۳- اهداف و فواید تحقیق ۶

۴- پیشینه موضوع تحقیق: ۶

۴-۱- کتاب: ۶

۴-۲- مقاله: ۷

۴-۳- مقاله: ۷

۴-۴- پایان نامه: ۷

۵- سوالهای تحقیق ۷

۶- فرضیه تحقیق: ۸

۷- روش تحقیق: ۸

۸- ساختار تحقیق: ۸

۹- واژگان کلیدی تحقیق ۹

۱۰- محدودیتها، مشکلات و موانع تحقیق: ۱۰

فصل دوم: مفاهیم

۱- تعریف مصرف ۱۲

۲- مفهوم مصرف گرایی ۱۴

۳- ابعاد مصرف گرایی: ۱۵

۴- مفهوم اسراف ۱۸

بخش دوم: علل و عوامل مصرف‌گرایی

فصل اول: عوامل اجتماعی

- ۱- نقش دولت در مصرف‌گرایی: ۲۳
- ۲- نقش نهادها در مصرف‌گرایی ۲۴
- ۳- نقش رسانه در مصرف‌گرایی: ۲۶
- ۳-۱- تبلیغات بازرگانی در رسانه: ۲۷
- ۳-۲- فرهنگ کلی جامعه: ۲۹

فصل دوم: علل و عوامل خانوادگی

- ۱- عوامل درون فردی: ۳۱
- ۱-۱- عقده‌های روانی فرد ۳۱
- ۱-۲- فرهنگ شکل گرفته درون فرد: ۳۲
- ۲- عوامل برون فردی ۳۲
- ۲-۱- خانواده ۳۳
- ۲-۲- افرادی که با آن‌ها در ارتباط هستیم ۳۵

بخش سوم: پیامدهای مصرف‌گرایی

- ۱- تورم ۳۹
- ۱-۱- مصرف‌گرایی علت تورم ۳۹
- ۱-۲- تورم؛ مصرف‌گرا شدن به کالاها ۴۱
- ۲- شکاف طبقاتی ۴۴
- ۳- احساس محرومیت ۴۹
- ۴- فشار هنجاری ۵۰
- ۵- جبران کسری درآمد از راه‌های نابهنجار ۵۱
- ۶- اسراف ۵۳

بخش چهارم: راهکارهای مقابله با مصرف‌گرایی

- ۱- تقوا در مصرف..... ۵۶
- ۲- صرفه‌جویی..... ۵۸
- ۳- قناعت..... ۶۱
- ۴- عزت نفس..... ۶۲
- ۵- اصلاح نفس..... ۶۵
- ۶- آینده‌نگری..... ۶۶
- ۷- تنظیم بودجه..... ۶۷
- ۸- الگوپذیری..... ۶۸
- ۹- همخوان‌سازی خواسته‌ها و انتظارات با واقعیتها..... ۶۹
- نتیجه..... ۷۰
- فهرست منابع و مآخذ..... ۷۲

مقدمه

مصرف‌گرایی در هر جامعه‌ای به شکل بی‌رویه، یک آسیب اجتماعی است که مستلزم شناخت علمی و سپس درمان اساسی است. مصرف‌گرایی امروزه از جنبه‌های منفی و ضد اقتصادی مصرف می‌باشد که با تغییر در الگوی مصرف یک کشور و تمایل به تجملات، ریشه فقر و اهداف تهاجم فرهنگی را در جامعه فراهم می‌آورد. در چنین حالتی است که ترویج فرهنگ غربی و استفاده از کالاهای لوکس و گران قیمت خارجی در کشور به عنوان رسالتی برای متمدن کردن مردم به شمار می‌آید. جهت مبارزه با این آفت خانمان سوز آشنایی و عمل به آموزه‌های صحیح دینی بهترین روش مبارزه با آن است.

مصرف و مصرف‌گرایی، مقوله‌ای چند بعدی است که می‌توان از ابعاد گوناگون به آن نگاه کرد. مصرف‌گرایی افزون بر عوامل و اثرات اقتصادی، اثرات روانی و اجتماعی نیز دارد که لازم است این موارد بررسی شود و در برنامه‌ریزی‌های مورد توجه قرار گیرد. مصرف و شکل و شرایطی که امروزه به خود گرفته است را می‌توان به صورت روندی اجتماعی و فرهنگی که شامل نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است در نظر گرفت نه صرفاً روندی اقتصادی منفعت‌گرانه. بنابراین؛ باید جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار گیرد.

گاه از مصرف نیز به واژه استهلاک نیز تعبیر شده (فرآیندی است که در آن ارزش استفاده، چه به صورت تبدیل آن در فرآیند تولید (مصرف تولیدی) و چه به صورت استفاده ناب و ساده آن در هنگام مالکیت برای ارضاء نیازها (مصرف مصرفی، مصرف نهایی) از بین می‌رود.

مصرف و مصرف‌گرایی در هر جامعه‌ای متأثر از عوامل متعدد از جمله: فرهنگ عمومی، هنجارها و ارزش‌های حاکم است و با توجه به این حیات بشری بر عرصه گیتی وابسته به منابع

موجود کره زمین بوده و با توجه به محدودیت دسترسی به این منابع بحث مصرف و الگوی مصرف آن، اهمیت ویژه‌ای دارد.

به ویژه آن که با گسترش شهرنشینی و افزایش دامنه مصرف گرایی، شاهد روند گسترده لجام گسیخته‌ای در مصرف انسان‌های معاصر هستیم.

نوشتار حاضر، می‌کوشد تا به بررسی اجمالی در معنا و مفهوم مصرف، مصرف گرایی و برخی عوامل مصرف زدگی جوامع و آفات اسراف و تبذیر منابع خدادادی پرداخته و اشاره‌ای هم به موضوع اصلاح الگوی مصرف داشته باشد.

بخش اول

کلیات

فصل اول

طرحنامه

۱- تعریف و تبیین موضوع

مصرف عبارت است از: «ارزش‌های پولی کالاها و خدماتی که به وسیله افراد خریداری و تهیه می‌شود» و مصرف‌گرایی عبارت است از: «اصالت دادن به مصرف و هدف قرار دادن رفاه و دارایی‌های مادی.» برخی مصرف‌گرایی را به معنای برابر دانستن خوشبختی شخصی با خرید دارایی‌های مادی و مصرف گرفته‌اند. اگر انسان‌ها به‌طور بی‌رویه از منابع موجود روی زمین استفاده کنند و هرگز به فکر آینده و افراد نیازمند نباشند امری نامعقول و ناپسند است و هیچ انسان عاقلی چنین امری را قبول نمی‌کند چه رسد به مکتب بزرگ اسلام که همه موارد مهم و حیاتی در آن بیان شده است.

امر مهم مصرف و مبارزه با گناه بزرگ اسراف همیشه مورد تأکید مکتب آسمانی بوده است. ما سعی می‌کنیم ضمن بیان آیات و روایات مهم در این زمینه به بیان راهکارهای مبارزه با اسراف گرایی از نظر اسلام نیز پردازیم. هم‌چنین مصرف بی‌رویه و اسراف کردن در مورد منابع طبیعی همیشه برای زندگی فردی و اجتماعی مشکل ساز بوده و هست و حتی قرآن نیز در مورد آن نهی فرموده و در این رابطه راه‌های صحیحی برای مصرف درست و پرهیز از اسراف از جمله سخنان گوهر بار امامان معصوم (علیهم السلام) و بزرگان وارد شده است که ما به آن خواهیم پرداخت .

۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

قانون تنازع بقاء هیچ گاه نمی‌تواند در جامعه بشری سودمند باشد. بنابراین؛ انسان‌ها بنا بر حس نوع‌دوستی باید همیشه میزان مصرف خود را با توجه به نیازهای سایر افراد بسنجند و مشکل

بزرگ مصرف‌گرایی را در جامعه با توجه به نیازهای همه افراد آن حل کنند. مکتب انسان‌ساز اسلام راهکارهای بنیادی و اساسی مهمی در این زمینه ارائه کرده‌است که بهتر است با شرایط کنونی جامعه مورد استفاده قرار گیرند تا در جهت تعالی و رشد اقتصادی تمام افراد بشر گامی مؤثر و مهم برداشته شود.

۳- اهداف و فوائد تحقیق

شاید مهم‌ترین و تنها راه حل مشکلات اقتصادی جامعه اسلامی ما، استفاده از روش‌های درست مصرف کردن باشد که مانند خیلی از موارد دیگر از آن غافل هستیم ما سعی می‌کنیم در این نوشتار ضمن یادآوری این مطالب در جهت حل مشکلات اقتصادی گامی مؤثر و اساسی برداریم و تا حد امکان راهکارهای مبارزه با اسراف را ارائه دهیم.

۴- پیشینه موضوع تحقیق:

۴-۱- کتاب: (مصرف مدبرانه در اسلام) نوشته سید حسین اسحاقی اثری مهم در این زمینه است که ضمن معرفی راهکارهای صحیح مصرف از نظر اسلامی به بیان راهکارهای مقابله با مصرف‌گرایی هم پرداخته است. ما سعی می‌کنیم این راهکارها را با دید گسترده‌تری بررسی کنیم. کتاب: (الگوی مصرف در آموزه‌های اسلامی) نوشته جواد ایروانی که به رفاه زندگی، عوامل و زمینه اسراف و... اشاره اجمالی دارد که در این نوشتار به‌طور دقیق و اساسی آن را بررسی می‌کنیم تا در حد امکان روش‌های خلاقانه ارائه دهیم.

۴-۲- مقاله: (مصرف گرایی در دنیای جدید و اصول مصرف در اسلام) نوشته دکتر علی

اصغر غلام رضایی که به اصول مصرف در اسلام و سبک زندگی امروزی می پردازد ما سعی می کنیم به این دو امر مهم با دید آسیب شناسی بپردازیم .

۴-۳- مقاله: (مصرف و مصرف گرایی از منظر اسلام و جامعه شناسی اقتصادی) نوشته

شده سید اکبر سیدی نیا با جامعه شناسی اقتصادی جامعه امروزی و راهکارهای صحیح مصرف در اسلام می پردازد. جهت الگو برداری صحیح، نیازمند بسط و گسترش این امر بود که به آن می - پردازیم.

۴-۴- پایان نامه: (مد و مد گرایی در اسلام) نوشته زهرا جنگ آزما از حوزه علمیه حضرت

رقیه (سلام الله علیها) مشهد که به طور خیلی خلاصه به بررسی مد و مد گرایی از نظر اسلامی می - پردازد و بنده سعی می کنم که نه تنها به این مقوله بلکه به سایر موارد مصرف گرایی نیز بپردازم.

۵- سوال های تحقیق

سوال اصلی: عوامل موثر در گرایش به مصرف گرایی چیست؟

سوالات فرعی

۱- الگوهای مهم مصرف در اسلام کدامند؟

۲- پیامدهای مصرف گرایی چیست؟

۳- روش های پیشنهادی مبارزه مصرف گرایی در اسلام را بیان کنید؟

۴- نقش دولت در مصرف گرایی به عنوان عامل اجتماعی چیست؟

۵- نقش زن در مصرف گرایی به عنوان یکی از عوامل خانوادگی چیست؟

۶- فرضیه تحقیق:

فرضیه: مصرف گرایی، پدیده‌ای اجتماعی است که زندگی مادی و معنوی انسان‌ها را در بر می‌گیرد و به نظر می‌رسد بهره‌گیری از روش‌های مصرف که در دین اسلام سفارش شده است موجب رشد اجتماع - از نظر مادی و معنوی - می‌شود.

۷- روش تحقیق:

در این تحقیق از انواع شیوه‌های تحقیق که کتابخانه‌ای، توصیفی و بنیادی است بیش‌تر از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است به همراه شیوه نقل مطالب از کتب که در بعضی از موارد همراه با تحلیل مختصری است. البته؛ ناگفته نماند در نقل مطالب گاهی از شیوه‌های خلاصه‌نویسی و گزینش مطالب هم استفاده گردیده است.

- روش کتابخانه‌ای: تحقیقی است که از طریق بررسی مدارک و اسناد، منابع و متون به دنبال دست‌یابی به اهداف خود است.

- روش توصیفی: تحقیقی است که فقط در سطح توصیف و بطن موضوع انجام می‌شود.

- روش بنیادی: تحقیقی است که به قصد کشف حقایق بیش‌تر انجام می‌شود.

۸- ساختار تحقیق:

بخش اول: کلیات

- فصل اول: طرح نامه

- فصل دوم: مفاهیم

بخش دوم: علل و عوامل مصرف گرایی

فصل اول: علل و عوامل اجتماعی

۱- نقش دولت در مصرف گرایی

۲- نقش نهادها در مصرف گرایی

۳- نقش رسانه در مصرف گرایی

فصل دوم: علل و عوامل خانوادگی

بخش سوم : پیامدهای مصرف گرایی

بخش چهارم :ارائه راهکارها

۹- واژگان کلیدی تحقیق

مصرف در لغت: مصرف (Consumption) در لغت به معنای خرج کردن تغییر شکل تدریجی و ناگهانی کالا و خدمات در دسترس برای رفع یک نیاز با کسب یک مطلوبیت ساده‌ترین مصرف است. مصرف در اصطلاح: مصرف در اصطلاح اقتصادی تعریف‌های گوناگونی برای آن ارایه شده است. «مصرف عبارت است از ارزش‌های پولی کالاها و خدماتی که به وسیله افراد خریداری و تهیه می‌شود».

مصرف‌گرایی در لغت: این واژه بر رسم آئین، راه و روش در زندگی دلالت می‌کند که وجود انسان را فرا گرفته است و تأثیر عمیق بر رفتار و در نهایت خوشبختی انسان می‌گذارد.

مصرف‌گرایی در اصطلاح: مصرف‌گرایی عبارت است از: اصالت دادن به مصرف و هدف قرار

دادن رفاه و دارایی‌های مادی. برخی مصرف‌گرایی را به معنای برابر دانستن خوشبختی شخصی با خرید دارایی‌های مادی و مصرف گرفته‌اند.

۱۰- محدودیت‌ها، مشکلات و موانع تحقیق:

جمع آوری مطالب بسیار گسترده و پراکنده در این مورد خواهان دقت بسیاری بوده که از

جمله مهم‌ترین مشکلات به شمار می‌رود.

دسترسی به کتابخانه‌ها و کتاب‌های مورد بحث مرهون صرف هزینه و وقت زیادی بوده‌است.

فصل دوم

مفاهیم

۱- تعریف مصرف

مصرف در لغت به معنای خرج کردن (consumption)^۱ و در اصطلاح اقتصادی تعاریف بسیاری برای آن ارائه شده است.

مصرف عبارت است از ارزش‌های پولی کالا و خدمات که به وسیله افراد، خریداری و تهیه می‌شود.^۲ این تعریفی است که اخوی در کتاب خود به کار برده است.

به طور کلی، درآمد خالص یک فرد به دو منظور استفاده می‌شود. بخشی از آن، به پس انداز و انباشتن ثروت اختصاص می‌یابد و بخش دیگر صرف تحصیل لذت و رفع نیاز می‌شود.

آن قسمت که اختصاص به لذت می‌یابد با عنوان مصرف یاد می‌شود.^۳

البته؛ فهم مفهوم مصرف، کلیدی است به این معنا که می‌توان با آن قفل فهم جامعه را باز کرد.

مصرف، مفهومی آغشته به ارزش است. یعنی اگر مصرف به مفهوم صحیح آن مورد استفاده قرار گیرد، امری پسندیده است. در غیر این صورت اگر مصرف به مصرف گرایی و اسراف گرایش پیدا کند، امری ناپسند و نکوهیده است.

برای مثال در جهان کنونی، بینش بازار باز (بازار آزاد) به عنوان جامعه خوب مطرح شده است که ادعا می‌شود ثروت کالاها، خدمات و آزادی انتخاب را به مصرف کنندگان عقلانی عرضه می‌کند. در مقابل، برخی بخش منفی و تاریک مصرف را با بهره‌گیری از واژه‌های تحقیرآمیزی

۱- علی اکبر، کلانتری، اسلام و الگوی مصرف، قم، مؤسسه بوستان کتاب، پنجم، ۱۳۸۸.

۲- احمد، اخوی، اقتصاد کلان، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، پنجم، ۱۳۸۰

۳- باقر، قدیری اصل، کلیات علوم اقتصاد، تهران، مرکز نشر سپهر، هفتم، ۱۳۷۹

مانند: مصرف‌گرایی، مادی‌گرایی، فرصت‌طلبی و خودپرستی و... مورد توجه قرار می‌دهند. اما؛ با

این تعاریف باید پرسید: مصرف از کجا شروع شد؟

از اولین روزی که زندگی انسان در زمین شروع شد، می‌توان گفت: اولین نیاز انسان به

پوشاک بود چون قبل از هر چیز باید خود را می‌پوشاند.

برای حفظ عفت و جلوگیری از خطرات احتمالی بعد از پوشاک نیاز به خوراک بود که انسان

با بهره‌گیری از طبیعت آن را فراهم کرد.

در ابتدا، انسان برای مسکن خود، از غارها استفاده می‌کرد اما؛ با گسترش نسل، غارها

جواب‌گو نبودند.

بنابراین؛ نیاز انسان اولیه بسیار محدود بود و طبیعت به طور کامل، او و نیازهایش را ارضاء

می‌کرد و نیاز کم‌تر یعنی مصرف کم‌تر از هر لحاظ (جان، مال، روان و...). با این‌که پیشرفت جوامع،

نیازها افزایش یافت اما؛ باز طبیعت می‌توانست از عهده این نیازها برآید. این پروسه (گردش) ادامه

داشت تا اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰.

با انقلاب صنعتی اروپا، نیاز به مصرف بیش‌تر کالا مشهود بود و می‌توان آغاز مصرف بیش‌تر

را قرن ۱۵ و ۱۶ که ابتدای انقلاب صنعتی بود دانست.

این آغاز ازدیاد مصرف و مصرف‌گرایی در اروپا بود. اما؛ در خاورمیانه، ایرانیان اولین، زیاد

مصرف‌کنندگان هستند.

شاهان ایرانی از همان ابتدا، لباس‌هایی از ابریشم و طلا می‌پوشیدند و در کاخ‌هایی بزرگ و

با عظمت زندگی می‌کردند.

پس مصرف‌گرایی، در ایرانیان ریشه در گذشته آنان دارد. به عنوان مثال می‌توان به نمونه‌ای

از آن اشاره کرد:

بعد از ظهور اسلام، زندگی در کشورهای اسلامی معنایی دوباره گرفت. مسلمانان، با دیدن زندگی پیامبر، سعی کردند شیوه خود را تغییر دهند.

پیامبر (صلی الله علیه و آله و سلم) روزها روزه می گرفت و کار می کرد و شبها عبادت می کرد و به خرمایی قانع بود.

بعد از رحلت پیامبر (صلی الله علیه و آله و سلم) و فتح ایران به دست مسلمانان و آشنایی مسلمانان با فرهنگ ایرانی و با توجه به غنایمی که از ایرانیان بدست آمد، کم کم سیره و روش پیامبر (صلی الله علیه و آله و سلم) در جامعه کم و کمتر شد و بعد از خلفای اربعه، امور مسلمانان به دست معاویه افتاد.

معاویه را می توان اولین اسراف کننده مسلمانان نامید. معاویه با اموالی که در بیت المال و انبارهایی که پر از طلای ایرانیان بود به عیش و نوش می پرداخت. او به وسیله معماران ایرانی، برای خود کاخی ساخت و چون این کاخ، با مرمر سبز ساخته شده بود، آن را کاخ سبز نامید. روزی ابوذر یکی از صحابه های پیامبر جلوی کاخ حاضر شد و فریاد زد: ای معاویه! اگر این کاخ را با مال خود ساخته ای اسراف است و اگر با پول بیت المال، این کاخ فراهم آمده خیانت است.^۱

۲- مفهوم مصرف گرایی

مصرف گرایی، اصالت دادن به مصرف و هدف قرار دادن رفاه و دارایی های مادی است.^۲

۱- مهلا حسینی، مقاله ابوذر غفاری، یک شنبه دهم اردیبهشت ۱۳۹۱.
۲- پریشان، اسراف و میانه روی در قرآن و احکام پیشوایان، ۱۳۸۸/۱۰/۲۵.

اسلام، با تأکید بر لزوم حفظ مال، تأمین نیازهای زندگی، سرمایه‌گذاری اقتصادی، تأمین رفاه خود و افراد تحت تکفل با معیار رعایت اعتدال و میانه‌روی، مسلمانان را به مصرف متعادل دعوت کرده و آن‌ها را از هرگونه اسراف، تبذیر و ... در مصرف منع کرده‌است.

مصرف‌گرایی، آثار متعدد و گوناگون اقتصادی، سیاسی، روانی و به ویژه جامعه‌شناختی را در جامعه به جا می‌گذارد.

از آثار جامعه‌شناختی مصرف می‌توان به تبدیل ثروت به مصرف و ارزش و غلبه آن بر دیگر ارزش‌ها، نمایش ثروت، شکاف طبقاتی و نابرابری اجتماعی، احساس محرومیت و ... اشاره کرد.

با نگاه به کتب آسمانی و احادیث بزرگان؛ این چنین برداشت می‌شود که خداوند متعال حفظ نفس را به بشر واجب می‌گرداند و در این راستا، تأمین نیازمندی‌های خود و خانواده‌اش را بر او واجب می‌نماید. در این بین گروهی از مردم زیاده‌روی می‌کنند که در این راه هیچ مرز و قانونی به جز ارضای هر چه بیش‌تر نیازهای جسمی و غریزی خود نمی‌شناسند.

حال این سؤال به ذهن خطور می‌کند که آیا اسلام به عنوان دین برتر این فرهنگ را می‌پسندد؟ باید گفت خیر. در اسلام کوچک‌ترین بی‌توجهی و مصرف غیر لازم مسئولیت دارد و کسانی که در نعمت‌های الهی تصرف بی‌رویه دارند باید بدانند که خدا رفتار آن‌ها را کنترل می‌کند و زمانی مجبورند به خاطر این مصارف نادرست در پیشگاه خداوند جوابگو باشند.

۳- ابعاد مصرف‌گرایی:

مصرف‌گرایی را می‌توان از ابعاد گوناگون مشاهده کرد، که از جمله آن‌ها بعد اقتصادی، اجتماعی، خانوادگی و ... است. مصرف‌گرایی افزون عوامل و اثرات اقتصادی، اثرات روانی و اجتماعی نیز دارد که لازم است این موارد بررسی شود و در برنامه‌ریزی‌ها مورد توجه قرار گیرد. مصرف،

شکل و شرایطی که امروز به خود گرفته را می‌توان به صورت روندی اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار داد^۱. با توجه به این که برای ازدیاد مصرف به غیر از هزینه‌های اقتصادی، وقت و انرژی و... صرف می‌گردد اما؛ می‌توان از جهت دیگری نیز به مصرف‌گرایی نگاه کرد که دقیق‌تر باشد. می‌توان گفت اصالت دادن به مصرف و هدف قرار دادن رفاه و دارایی‌های مادی یکی از جلوه‌های بارز مصرف‌گرایی است.

امروزه برخی، مصرف‌گرایی را به معنای برابر دانستن خوشبختی‌های شخصی با خرید دارایی‌های مادی و مصرفی دانسته‌اند.

در پروسه (گردش) مصرف‌گرایی، امروزه دنیای غرب از اخلاق تولیدی به اخلاق مصرف روی آورده‌است. به همین دلیل، غرب از جامعه تولید به جامعه مصرف تبدیل شده‌است. بعد از غرب، کشورهای توسعه نیافته نیز براساس تبلیغ و عوامل دیگر به جامعه‌های مصرفی تبدیل شده‌اند. برای تسریع در تبدیل جامعه به جامعه مصرف‌گرا از سایت برگزاری نمایشگاه، فروشگاه‌های بزرگ، ورود و ظهور کالاهای مصرفی فراوان و ارزان قیمت در حجم استفاده شده‌است.

تفاوتی که جامعه مصرفی با پیش از خود داشته این بود که، قبلاً مصرف کالاهای فراوان ویژه طبقات ثروت‌مندان جامعه بود اما؛ در جامعه مصرفی امروز مصرف این کالاها برای مردم عادی نیز رواج پیدا کرده‌است. البته؛ در مصرف کالاها، کالاهای گران قیمت با کیفیت بالا ویژه ثروت-مندان و کالاهای ارزان قیمت و با کیفیت پایین‌تر خاص مردم عادی است.

از دیدگاه فوکو^۲ اعمال افراد به‌طور کلی، برگرفته و برآمده از نظرگاه رایج آن عصر است. به عبارت دیگر ساخت عمل، ساخت اندیشه است.

۱- رابرت، باکاک، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران، نشر وپژوهش، شیراز، ۱۳۸۸
۲- متفکر ورهبر نظریه ساختار گرایی قرن ۲۰، آثار نظم اشیاء، تنظیم جنون، بی‌تا.

برای ساخت اندیشه، نیاز به باور و ارتباط بین ذهن و عین است برای ایجاد این باور و پل ارتباطی، زبان بیش تر نقش دارد. زبان مملو از مفاهیم ارزشی است و نقش به سزایی را در تبلیغات و مشروعیت بخشیدن ایفا می‌کند. و وسایل ارتباط جمعی در کنار زبان از نمادها و نشانه‌ها برای ساختن عمل و در بحث ما، مصرف گرایی استفاده می‌کنند.

از آن جایی که فرآیند مصرف، در واقع همان عمل افراد برای استفاده از کالا یا تولید آن است علاوه بر محسوب شدن به عنوان یک فعالیت اقتصادی، یک مقوله اجتماعی و فرهنگی قلمداد شده و یک مرام و خواست فرهنگی و اجتماعی به شمار می‌رود که حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی را نیز در بر می‌گیرد.

این فرآیند در دوره‌های مختلف انقلاب صنعتی، فرهنگ‌های گوناگون به خود گرفت و در هر دوره بر اساس امکانات تولید صنعتی، فرهنگ مصرف ویژه‌ای شکل گرفت و نظریه‌های اقتصادی مناسب آن پدیدار گردید. تا این که در قرن بیستم، فرهنگ مصرف گرایی مطابق نیاز جامعه سرمایه‌داری، به مصرف بیش تر (که در اثر تولید انبوه بوجود آمده بود) در غرب ظاهر شد و به تدریج، دامنه آن به کشورهای در حال توسعه و جهان سوم گسترش یافت.

مصرف گرایی، به عنوان یک فرآیند اجتماعی به مصرف تکیه کرده و مصرف هر چه بیش تر کالاهای مصرفی، اعم از بادوام و بی‌دوام را مورد تأکید قرار می‌دهد.

در این فرهنگ، افراد در خرید همیشگی کالاها و خدمات جدید درگیر می‌شوند در حالی که هیچ توجهی به نیاز یا عدم نیاز به این کالا و خدمات، قابلیت دوام، مبداء تولید یا پیامدهای زیست محیطی آن‌ها نمی‌کنند. در واقع باید مصرف گرایی یا مصرف زدگی را در از بین بردن یا صرف کردن از طریق به کار بردن و هزینه کردن بیهوده دانست.^۱ جامعه‌ای که این فرهنگ به آن حاکم گردد، همان جامعه مصرفی خواهد بود. در آن جامعه این نظر وجود دارد که مصرف مبتنی بر خواست

۱- حسین اسحاقی، باید و نبایدهای مصرف، قم، دفتر عقل، چاپ اول، ۱۳۸۸.

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.^۱

در چنین جامعه‌ای که شعار خرید بیش‌تر رواج پیدا می‌یابد، مصرف‌گرایی نوعی وجهه اجتماعی و نه به یک نیاز ضروری تبدیل می‌شود، بلکه گاه به عنوان تمایز یک گروه از گروه دیگر یا به عنوان بیان یک منزلت اجتماعی خواهد بود.^۲

۴- مفهوم اسراف

۴-۱- اسراف در لغت به معنای مصدر باب افعال است. از ثلاثی مجرد (صرف) یعنی تجاوز کردن از اندازه و اعتدال است.

در قرآن کریم، این واژه و مشتقات آن با معنای واحد و مصادیق متعدد به کار رفته‌است. از جمله؛ خداوند متعال در آیه نهم سوره مبارکه انبیاء، می‌فرماید: «و اهلکنا المرفین»؛ و «اسراف کنندگان را به هلاکت می‌رسانیم»^۳

از آن‌جا که برخی از ابعاد شخصیت بشری در برخی دیگر تنیده شده‌است و در آن اثر می‌گذارد، انحراف در یک بعد سبب ایجاد انحراف در بعدهای دیگر خواهد بود. همان‌طور که اسراف، تبذیر و تجاوز از حد به تردید و گمان می‌انجامد که در پی آن گمراهی خواهد آمد.

«كَذَٰلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَنِ هُوَ مُسْرِفٌ مُّرْتَابٌ»؛ این‌گونه خداوند هر افراط‌کار شکاکی را بی‌راه

می‌گذارد. ۴.

۱- ماه نامه سیاحت غرب، شماره ۷۰، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۸.

۲- مهدی بهار، مطالعات فرهنگی، اصول و مبانی، تهران، سمت، چاپ اول، ۱۳۸۶

۳- انبیاء(۲۱)، آیه ۹

۴- غافر(۴۰)، آیه ۳۴

(إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ) خدا کسی که افراط کار دروغ گو باشد هدایت نمی

کند ۱.

۴-۲-اسراف در اصطلاح:

اسراف در اصطلاح به چند معنا آمده است:

ضد میانه روی، خوردن چیزی که حلال نیست. چیزی که در غیر اطاعت خدا انفاق شود و لو

کم باشد.^۲

ضد میانه روی و اقتصاد^۳

عادت^۴

از مجموع معانی به کار رفته برای واژه اسراف روشن می گردد که واژه یک معنای عمومی

دارد و آن تجاوز از حد میانه و اعتدال است که ممکن است در هر چیزی به اعتبار کمیت و کیفیت

تصور شود. چنان که راغب اصفهانی گفته است :

«اسراف تجاوز از حد است، در هر فعلی که آدمی انجام دهد. هر چه بیشتر درباره خرج کردن و مصرف به

کار می رود و گاه به اعتبار اندازه و کمیت گفته می شود اسراف شد و گاه به اعتبار چگونگی و کیفیت.»^۵

در تحقیق حاضر معنای ضد میانه روی مورد نظر است.

۱- غافر (۴۰)، آیه ۲۸

۲- ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت، دارصادر، اول، ۱۴۱۰ ق.

۳- علی اکبر قریشی، قاموس قرآن، دارالکتب اسلامی، چاپ حیدری، چاپ سیزدهم، بهار ۱۳۷۸ ه.ش.

۴- مبارک بن ابن اثیر، النهایه فی غریب الحدیث والاثر، قم، موسسه مطبوعاتی اسماعیلیان، ۱۳۶۷ ه.ش، ج ۳.

۵- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات الفاظ قرآن، انتشارات مرتضوی، چاپ دوم، ۱۳۷۶، ص ۴۰۷ و ۴۰۸.

۴-۳- تعریف اسراف در قرآن کریم:

هر چند که واژه اسراف در قرآن و حدیث در همان معنای لغوی به کار رفته‌اند، اما؛ مفهوم و مصداق قرآنی و تفاسیر آن‌ها با توجه به روایات، ویژگی‌های خاص خود را دارد که به یک نمونه اشاره می‌کنیم.

((وَالَّذِينَ إِذَا انْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا))^۱

جالب توجه این‌که اصل نفاق کردن را مسلم می‌گیرد بطوری که نیاز به ذکر نداشته باشد چراکه انفاق یکی از وظایف حتمی هر انسانی است، لذا سخن را روی کیفیت انفاق آنان می‌برد و می‌گوید: انفاقی عادلانه و دور از هر گونه اسراف و سخت‌گیری دارند، نه آن چنان بذل و بخششی کنند که زن و فرزندشان گرسنه بمانند، و نه آن چنان سخت‌گیر باشند که دیگران از مواهب آن‌ها بهره نگیرند.

در تفسیر ((اسراف)) و ((اقتار)) که نقطه مقابل یکدیگرند مفسران سخنان گوناگونی دارند که روح همه به یک امر باز می‌گردد و آن این‌که ((اسراف)) آن است که بیش از حد و در غیر حق و بی‌جا مصرف گردد، و ((اقتار)) آن است که کمتر از حق و مقدار لازم بوده باشد.^۲

از امام صادق (علیه السلام) در این مورد چنین آمده است: ((انما المسرف لن تجعل ثوب صوتک ثوب بذلتک)) اسراف عبارت از آن است که لباس نو درجایی که باید لباس فرسوده بپوشی، بپوشی.^۳

از مجموع آن‌چه بدان اشاره رفت چنین حاصل می‌شود که: اسراف، تجاوز از حد و میانه‌روی و اعتدال است که شامل مال و غیره می‌شود.

۱- سوره فرقان(۲۵)، آیه ۶۷.

۲- ناصر مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، ج ۱۵.

۳- اصول کافی، ، کلینی، ج ۴، ص ۵۲.

بخش دوم:

علل و عوامل مصرف گرایبی

فصل اول

عوامل اجتماعی

آنچه بر الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ بهینه مصرف در کشور دارای اهمیت می‌باشد این است که اصلاح الگوی مصرف نیازمند تبیین استراتژی و تعیین خط‌مشی است که طی آن، این اصل به یک شعار تغییر ماهیت ندهد. در واقع لازمه دستیابی به این مهم در کشور، خیزش و حرکتی عمیق از سوی مسئولان و همه آحاد جامعه می‌باشد. بنابراین؛ می‌بایست همگی این اصل را یک ضرورت دانسته و فعالیت‌های خود را در راستای رسیدن به این اصل مهم برنامه‌ریزی نمایند و برای دستیابی به این امر فرهنگ ساز اقدام نمایند. بنابراین؛ باید دانست که آیا دولت و مسئولین و دیگران به این اصل عمل کرده‌اند یا فقط شعار داده‌اند و عملشان فقط در حد شعار بوده است؟!

۱- نقش دولت در مصرف‌گرایی:

دولت به عنوان بزرگ‌ترین نهاد و تشکل اجرایی کشور، سهم به‌سزایی را در به وجود آمدن مصرف‌گرایی در کشور داراست.

این تشکل که همه اقشار جامعه را زیر مجموعه خود می‌بیند به راحتی می‌تواند در به وجود آمدن فرهنگ مصرف‌گرایی نقش داشته باشد.

اولین اشتباه دولت مردان در بحث مصرف‌گرایی، توجه نکردن به رسانه‌ها در کشور است.

در چند ساله گذشته، دولت‌ها با توجه به مشکلات سیاسی، اقتصادی و... هیچ توجهی به تبلیغات پخش شده، فیلم‌های ساخته شده و برنامه‌های تهیه شده ننموده‌اند و این باعث شده

رسانه به طرف مصرف گرایی کشیده شود. حتی دولت بعضاً از مصرف گرایی در رسانه حمایت کرده است.

شاید این دلیل بر تورم هم باشد. زیرا؛ وقتی تبلیغ باشد تقاضا هم هست و وقتی تقاضا از حد گذشت، تبدیل به تورم خواهد شد.

اما؛ دولت مردان اشتباه‌های دیگری هم در این زمینه داشته‌اند که عبارت است: استفاده مدیران از کالاهای لوکس و پرهزینه، ناتوان بودن در بحث غالب کردن فرهنگ برتر (فرهنگ اسلامی) و فاصله گرفتن از دین و... .

این موارد از جمله مشکلاتی هستند که دولت آن‌ها را به خود می‌بیند. امروزه خود دولت-مردان هم دیگر از مصرف هیچ ترسی ندارند و به راحتی با بیت المال ریخت و پاش می‌کنند. این در حالی است که مردم باهوش ایرانی این اعمال را مشاهده می‌کنند و از آن الگو برداری می‌کنند. اکثر دولت مردان، دیگر در قید و بند احکام اسلامی نیستند و به راحتی مصرف می‌کنند. آن‌ها نه تنها نتوانستند فرهنگ اسلامی را رایج بسازند، بلکه از آن فاصله گرفتند و به فرهنگ غربی روی آوردند که این امر، خطر جدی برای کشور عزیزمان ایران است. زیرا؛ دولت‌مردان که در صدر امور قرار دارند باید الگو و سرمشق سایر افراد جامعه باشند و اگر آن‌ها خود دچار مصرف گرایی شوند چه کسی می‌تواند جامعه را از منجلا بخطرناک مصرف گرایی نجات دهد.^۱

۲- نقش نهادها در مصرف گرایی

یکی از عواملی که در بحث مصرف گرایی مطرح می‌شود، بحث نهادها و سازمان‌ها می‌باشد. نهادها و سازمان‌ها را می‌توان یکی از عوامل مصرف گرایی مردم در اجتماع دانست .

^۱ bashgah.net، ربیع پور، ۱۳۷۷،

افراد جامعه در زندگی خود با نهادها و سازمان های مختلفی سر و کار دارند و روزانه حداقل با چند نهاد ارتباط دارند. این ارتباط باعث دگرگونی خلییات، رفتار و فرهنگ مردم می شود. متأسفانه در چند سال اخیر شاهد بروز مصرف گرایی در سازمان ها و نهادها بوده ایم، که این خود باعث وقوع نوعی ناهنجاری گسترده در سطح بالاتر (در جامعه) می شود.

به طور معمول نهادها برای خدمت به افراد جامعه تأسیس می شود و به همین علت باید بحث فرهنگ مصرف بهینه در تک تک بخش های نهادها اعمال شود تا وضع موجود در سازمان ها الگویی باشد برای افرادی که با این سازمان ها ارتباط دارند.

البته؛ الگوسازی سازمان ها و الگوگیری افراد تنها تأثیر سازمان ها و نهادها بر جامعه نیست. گاهی اوقات سازمان ها خود به طور مستقیم مردم را درگیر مصرف و مصرف گرایی می کنند. برای مثال بانک ها را در نظر بگیرید: بانک ها بدون نیاز به ساختمان های مجلل و بزرگ در سطح شهر بناهایی را خریداری می کنند که خیلی بیش تر از نیاز آن ها می باشد، این یعنی مصرف نادرست. مردم هم که این رفتار مصرف گرایانه را مشاهده می کنند ناخودآگاه به طرف مصرف کشیده می شوند.

بنابراین؛ مشاهده می کنیم که مصرف گرایی می تواند تأثیر مستقیم نهادها و سازمان ها بر مردم نیز باشد.

مصرف گرایی در نهادها می تواند گونه دیگری نیز داشته باشد. به عنوان مثال، کاغذ بازی- های اداری که نهادها پیش روی افراد مراجعه کننده می گذارند.

البته؛ گاهی سازمان ها باعث می شود غریزه راحت طلبی مردم تحریک شود و این امر موجب می شود تا مردم این امکانات را که در سازمان ها مشاهده می کنند در زندگی عادی خود، نیز به کار گیرند. این امکانات که صرفاً جهت راحتی افراد مراجعه کننده و کارکنان سازمان می باشد به تدریج در تمام جامعه رواج پیدا می کند.

بنابراین؛ چون بیش‌تر امکانات جنبه تزئینی داشته و غیر ضروری می‌باشد رواج آن باعث افزایش مصرف گرایی شده و مشاهده می‌شود مصرف گرایی در سازمان‌های جامعه باعث درگیری تمام اقشار جامعه گردیده‌است.

سازمان‌ها باید بدانند به عنوان یک واحد خدماتی، یا تولیدی و ... وظیفه سنگینی در مقابل مصرف گرایی افراد جامعه دارند و اگر به این وظیفه خود عمل نکنند هم خود و هم افراد مرتبط با آن‌ها تاوان سنگین مصرف گرایی را متحمل خواهند شد.

۳- نقش رسانه در مصرف گرایی :

یکی از عوامل که در بحث مصرف گرایی رسانه است. می‌توان گفت ترویج مصرف گرایی از آشکارترین نمونه‌های کارکرد منفی رسانه است که با آموزه‌های دینی در تعارض می‌باشد. حجم گسترده تبلیغات بازرگانی درباره کالاهای گوناگون به ویژه کالاهای غیر ضروری و گاه خدمات و کالاهای لوکس و جلوه دادن آن‌ها به عنوان کالاهای بسیار مهم و ضروری برای زندگی و ایجاد تمایلات شدید در مخاطبان برای تهیه آن از راه نمایش تبلیغات بسیار جذاب از مصداق‌های ترویج مستقیم مصرف گرایی است.

افزون بر آگهی‌های بازرگانی، نمایش ویلاها و آپارتمان‌های بسیار شیک، همراه با دکورها و مبلمان و لوازم خیره کننده در فیلم‌ها و سریال‌ها، از امور منفی و مخربی است که تا مدت‌ها پس از پیروزی انقلاب در برنامه‌های تلویزیونی به نقش‌های منفی متعلق بود.

ولی به تدریج این مسئله نقش‌های خاکستری و سفید را نیز در بر گرفت و گسترش یافت. طبیعی است که تکرار این مسئله توقع مردم را از زندگی مادی بالا می‌برد و نیازهای غیر حقیقی و احساس فقر را به طور کاذب در آنان ایجاد می‌کند. به ویژه وقتی که این تجملات و برخورداریه‌ها

برای صاحبان مشاغل عادی به نمایش در می‌آید، به باور رسانه ملی تبدیل تبلیغ یعنی رقابت بیش‌تر و رقابت بیش‌تر یعنی بهبود کیفیت رسانه عقیده دارند. تبلیغ برای شناساندن کالاها لازم است و شناخت مردم از کالاها موجب افزایش انگیزه مردم و کار و تلاش برای دستیابی به این محصولات می‌شود.

در نتیجه؛ این تلاش سطح تولیدات جامه را ارتقاء و کیفیت‌ها را کاهش و رفاه عمومی را افزایش می‌دهد. آنچه در این میان مهم است تعارض کلی ترویج حرص و مصرف‌گرایی با آموزه‌های دینی است از یک سو اولیاء و شخصیت‌های دینی در جامعه و حتی در خور رسانه در برنامه‌های معارفی خود قناعت در مصرف، انفاق و ساده‌زیستی برای مردم تبلیغ می‌کنند و از سوی دیگر با پخش چنین برنامه‌هایی مردم به حرص، دنیا‌طلبی و مصرف‌گرایی دعوت می‌شوند.

۳-۱- تبلیغات بازرگانی در رسانه :

در نظام سرمایه‌داری اقتصاد محور فعالیت‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهد. مصرف‌گرایی برای تداوم، تحرک و تمرکز مداوم سرمایه، نیاز بنیادی است و تبلیغات رسانه‌ای برای تشویق اقشار گوناگون جامعه به مصرف کالا و محصولات متنوع حتی اگر در حقیقت مورد نیاز آنان نباشد امری حیاتی به شمار می‌رود و با قوت اعمال می‌شود.

در نظام سرمایه‌داری تبلیغات رسانه‌ای به‌ویژه تبلیغات تلویزیونی انگیزه افراد را هدف قرار داده‌است و در پی انتقال این پیام خوشبختی و رفاه حقیقی آنان تنها با خرید و استفاده از کالاهای تبلیغ شده تعریف و تضمین می‌شود. بنابراین؛ فعالیت‌های تبلیغاتی بر محور تحریک و تحریض روانی جامعه سامان یافته‌است و اطلاعات عرضه شده در پیام‌ها، نقش حاشیه‌ای خواهند داشت و عملیات روحی و روانی با هدف تسخیر نظام امیال مخاطبان سامان می‌گیرد. صدا و سیمای جمهوری اسلامی در سال‌های نخست انقلاب به برکت بازگشت عمومی جامعه به معنویات از

پیامدهای این معضل در امان ماند. ولی در سال‌های اخیر، قرار گرفتن در تنگناهای مالی، سازمان را برای تأمین بخشی از بودجه خود به استفاده از درآمد آگهی‌های بازرگانی و تبلیغات مجاز کرد. این رسانه نخست، به کندی و با تردید اما بعد با سرعت و شدت در چارچوب الگوهای غربی، تبلیغات تلویزیونی گام برداشت. به گونه‌ای که بیش‌تر آگهی‌ها به مسائل اقتصادی و پیشنهاد به مصرف کالا منحصر می‌شود. هم‌چنین به جای معرفی و بیان اطلاعات درباره ویژگی‌ها و برتری‌های کالاهای تبلیغ شده عملیات روانی برای تشویق مخاطبان به خرید کالاها در دستور کار قرار گرفته- است.

البته؛ هم زمان با پخش پیام‌های بازرگانی و گسترش تبلیغات مستقیم مصرفی، تبلیغات غیر مستقیم نیز در رسانه تغییر کرد و نشانه‌های تحول در جهت‌گیری آن آشکار شد. تبلیغات غیر مستقیم رسانه به معنای فضای حاکم بر برنامه‌ها و شکل و دکوراسیون تصاویر و مجموع کالا و امکاناتی است که بازیگران در فیلم و سینما از آن استفاده می‌کنند یا به هر بهانه دیگری در برابر چشم‌های مخاطب نمایش داده می‌شود.

در سال‌های نخست انقلاب و حتی در دوره جنگ تحمیلی، فضای کلی برنامه‌های رسانه، ساده و غیر تشریفاتی و با وضعیت عمومی مردم متناسب بود، ولی به تدریج این وضعیت تغییر کرد. بر این اساس وضع ظاهری خانه‌ها و دفترهای کار، مدل خودرو، دکوراسیون آشپزخانه، نوع لوازم خانه همه اقلام مصرفی و خوراکی و پوشاکی که در برنامه‌ها نمایش داده می‌شوند، شیک و مدرن و تجملی شدند. تا آن‌جا که امروزه حتی وضعیت زوج‌های جوانی که به تازگی زندگی مشترک خود را آغاز کرده‌اند، به گونه‌ای است که لوازم گران قیمت بسیاری در اختیار آنان است و تجمل و تشریفات در همه جنبه‌های زندگی آنان دیده می‌شود.

بدین ترتیب، پیاده کردن تشریفات و تجملات در برنامه‌های رسانه، به امری عادی تبدیل شده و تبلیغ غیر مستقیم برای رشد نظام مصرف کشوری، جنبه‌های گسترده‌تری یافته‌است به-

گونه‌ای که باید اعتراف کرد معنای زندگی و مصرف در صحنه تلویزیون با آنچه در جامعه و در میان مردم عادی رواج دارد، متفاوت است.^۱

۳-۲- فرهنگ کلی جامعه :

با توجه به رشد رسانه‌ها و ارتباط مردم دنیا با یکدیگر، فرهنگ‌ها به هم سرایت می‌کند و فرهنگی که در جامعه‌ها بیش‌تر سرمایه‌گذاری کند فرهنگ غالب است و فرهنگ غرب به سبب سرمایه بیش از حدی که دارد، فرهنگ غالب اغلب کشورهای دنیا است. رسانه‌های غربی، بیش از هر چیز مبلغ ایدئولوژی مصرف هستند. نتیجه این ایدئولوژی سستی و تنبلی اجتماعی است. اقتصاد جدید یعنی تولیدات جدید به ظاهر شادی‌ها و سرخوشی‌هایی را برای مصرف‌کننده به ارمغان آورده‌است ولی؛ در حقیقت ذهن و افکار مصرف‌کننده را تسخیر کرده در تبلیغات جهانی، جهان مصرف به عنوان جهانی آرمانی معرفی می‌شود که همه جا و همیشه حضور دارد و جایگاه طبیعی زندگی اجتماعی و ابزار اساسی برای شکوفایی شخصیتی به شمار می‌رود. در این ایدئولوژی وجود داشتن همان مصرف کردن است، این یعنی فرهنگ اشتباه و غلط در سپتامبر ۱۹۹۹ گروه تجاری (کامیف) شعارهایی را در فرانسه منتشر کرد که عبارت بود: از «می‌خواهم بخرم چون هستم». «می‌خواهم بخرم چون زندگی می‌کنم» و «می‌خواهم بخرم چون فکر می‌کنم».

۱- عوامل مصرف‌گرایی جامعه ایرانی، دکتر محمد خوش‌چهره، روزنامه همشهری، دوشنبه ۱۴ اردیبهشت ۱۳۸۸، کدمطلب ۸۰۶۱۰

فصل دوم

علل و عوامل خانوادگی

در دنیای امروزه با وجود پیشرفت‌های فراوان در همه جهان مصرف و مصرف‌گرایی می‌تواند علل عمده‌ای داشته باشد که هر کدام از این علل دارای زیر مجموعه‌هایی هستند در کل می‌توان مصرف‌گرایی را به عوامل درون فردی و عوامل برون فردی تقسیم کرد.

عوامل درون فردی خود به دو قسمت: عقده‌های روانی فرد و فرهنگ شکل گرفته درونی فرد تقسیم می‌شود.

اما عوامل برون فردی که گسترده‌تر از عوامل درون فردی است شامل: خانواده، افرادی که روزانه فرد با آن‌ها سر و کار دارد، دولت، رسانه، تبلیغات تجاری، فرهنگ کلی جامعه می‌شود.

۱- عوامل درون فردی :

وراثت و شخصیت شکل گرفته هر فرد می‌تواند عامل بروز رفتارهای متفاوت در افراد مختلف باشد شاید بتوان ریشه بسیاری از عوامل مصرف‌گرایی را در زندگی فردی هر کس جستجو کرد. مثلاً شکست‌ها، کمبودها از جمله عوامل ایجاد ناکامی‌ها در زندگی فرد می‌باشد.

۱-۱- عقده‌های روانی فرد

از جمله عوامل درون فردی که می‌تواند در بحث مصرف‌گرایی در میان افراد یک جامعه نقش داشته باشد، وجود برخی عقده‌های روانی در فرد است.

یکی از آن عقده‌ها، عقده‌ای است که بر اثر تنگ دستی‌ها و محرومیت‌هایی که فرد در طول زندگی با آن دست به گریبان بوده بوجود می‌آید و در شخصیت فرد ایجاد اختلال می‌کند. در این صورت، شخص سرخورده برای حفظ شخصیت خود، به ابزارهایی متوسل می‌شود که در آن روان‌شناسی از آن به مکانیسم روانی یا واکنش‌های دفاعی یاد می‌شود. از جمله آن‌ها، تصعید

(عکس العمل) و جبران است در این واکنش روانی فرد، دچار اختلال سعی می‌کند برای سرپوش گذاشتن بر ناکامی‌ها و عقده‌های متراکم خود به عملی دست بزنند که او را در اجتماع مطرح نماید.^۱ یکی از این اعمال، زیاده‌روی در مصرف است. فرد با مصرف کردن می‌خواهد به دیگران بفهماند که دچار هیچ کم و کاستی در زندگی نیست و این گونه خود را غنی پندارد. زیرا؛ به افراد جامعه این گونه تفهیم شده که هر که بیش‌تر خرج کند و مصرف کند از نظر مادی غنی بوده و هیچ کم و کاستی در زندگی ندارد.^۲

۱-۲- فرهنگ شکل گرفته درون فرد :

با بزرگ شدن کودکان جامعه و رشد فکری آن‌ها، بعضی از قانون‌ها و افکار و فرهنگ‌ها ملکه ذهن فرد به بلوغ رسیده می‌شود. طوری که زندگی او را تحت شعاع قرار می‌دهد. بسیاری از اعمال خوب و بد وارد ذهن کودک یا نوجوان در حال رشد می‌شود. یکی از این فرهنگ‌های اشتباه که شاید تا آخر عمر گریبان فرد را بگیرد، مصرف‌گرایی است که متأسفانه بر اثر عوامل برون فردی به وجود می‌آید.

۲- عوامل برون فردی

از جمله عوامل اصلی تأثیرگذار در فرد که باعث مصرف‌گرایی می‌شود می‌توان به خانواده و افرادی که با آن‌ها در ارتباط هستیم اشاره کرد.

۱- عوامل مصرف‌گرایی جامعه ایرانی، دکتر محمد خوش‌چهره، روزنامه همشهری، دوشنبه ۱۴ اردیبهشت ۱۳۸۸، کدمطلب ۸۰۶۱۰

۲- فرامرز، رفیع‌پور، توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷، ص ۲۰۱

۲-۱- خانواده

خانواده به عنوان نظامی که در آن فرد شکل می‌گیرد نقش بسیار تعیین کننده‌ای در شکل‌گیری افکار، فرهنگ‌ها و قانون‌های شخصی هر فرد دارد. یک خانواده می‌تواند عامل پسر رفت و زوال فرد بوده یا عامل پیش‌رفت و شکل‌گیری افکار صحیح در فرد باشد. پس می‌توان گفت: اولین و مهم‌ترین مجموعه‌ای که فرد در آن قرار می‌گیرد و از آن مجموعه الگوبرداری می‌کند خانه و خانواده است.

کودکی را در نظر بگیرید که تازه به دنیا آمده و نیازهای خیلی محدود و کمی دارد و ضمیر ناخودآگاه پاک و معصومی دارد. این کودک کم‌کم با هنجارها و قوانین خانواده خود بزرگ می‌شود و رشد می‌کند و روزانه بسیاری از اعمال، اشکال و افکار روی ضمیر او اثر می‌گذارد. ضمیر این کودک فقط در خانه شکل می‌گیرد و معلمان این کودک حداقل تا هفت سالگی پدر و مادر کودک هستند.

اگر پدر و مادر بخواهند در زندگی روزمره خود انواع مصرف‌های اضافی را برای نیازهایی که نیاز نیستند انجام دهند در کودک چه شکل می‌گیرد.

کودکی که همه چیز را می‌بیند اما همه چیز را نمی‌داند و معنای خوب و بد را انجام دادن یا انجام ندادن عمل توسط والدینش را متوجه می‌شود این کودک بدون هیچ تأمل در دوندگی همان کاری را در آینده انجام خواهد داد که والدینش انجام داده‌اند و همان عمل را دنبال خواهد کرد.^۱

بنابراین؛ خانواده به عنوان اولین اجتماع خود، نقش بسزایی در رشد فرهنگی فرد دارد. خانواده‌های ما به عنوان خانواده‌های اسلامی که از احکام اسلام در زندگی خود بهره می‌برند باید به کودکان و نوجوانان خود تفهیم کنند که مصرف به صرف نیاز و حفظ خود در دنیا است.

۱- نظام سرمایه داری غرب و رواج مصرف‌گرایی، مجله ارمنان، پاییز ۸۸، شماره ۸

نیازهای که به راحتی و بدون نیازهایی که قبلاً به وجود آمده و بعداً به وجود می‌آید قابل رفع شدن است.

نیازهایی که در گذشته آن چنان رفع می‌شد که هیچ کس صدمه و آسیبی از رفع شدن آن نمی‌دید اما؛ اینک گاه رفع نیاز یک فرد جامعه‌ای را به خطر می‌اندازد، وظیفه خانواده این است که فرد را طوری بار بیاورد که هیچ نیازی به مصرف بیش از حد در خود نکند که اگر خانواده این کار را انجام ندهد علاوه بر این که خود متضرر می‌شود جامعه بزرگ‌تر را دچار ضرر کرده و خود فرد را نیز دچار مشکلات آتی می‌کند.

پس انجام ندادن یک مسئولیت چقدر خطر آفرین است. ما باید در خانواده‌ها طوری فرهنگ سازی کنیم که جوانان احساس نیاز به مصرف گرایی نداشته باشند.^۱

مهم‌ترین اتفاق‌هایی که ممکن است در یک خانواده ایرانی رخ دهد عبارت است از:

تولد، عروسی، مرگ یکی از افراد خانواده وقتی به این سه اتفاق می‌نگریم، مشاهده می‌کنیم در هزینه آن‌ها مصرف بیش از حد تبدیل به مشکلی برای خانواده می‌شود. عروسی هر فرزند با وجود شیرینی و لذت برای خانواده‌ها با مصرف گرایی‌های انجام شده تلخ و ناگوار می‌گردد.

مرگ یکی از اعضای خانواده علاوه بر مشکلات روحی و روانی، معنوی با وجود مصرف گرایی ضربه بیش‌تری به خانواده وارد می‌کند. واقعاً باید پرسید چرا؟

در جواب باید گفت: خانواده‌ها از احکام اسلامی دور شده‌اند که دچار این همه مشکلات هستند.

دین اسلام دینی است که بزرگان آن به راحتی صاحب فرزند می‌شوند، ازدواج می‌کردند و رهسپار آخرت می‌شدند. دین اسلام دینی است که در احکام خود اعتدال پیشه کرد تا همه اقشار

۱- قاسم، کرباسیان، جامعه و مصرف گرایی، سایت پژوهشکده باقرالعلوم، بی‌تا.

جامعه بتوانند پاک زندگی کنند. اصلی‌ترین دلیل زوال خانواده‌ها در همین تحریف قانون اسلامی می‌باشد. خانواده‌ها مسئولیت خود را در قبال پرورش معنوی و فکری فرزند و فرد به فرد خانواده فراموش کرده‌اند.

با وجود این خانواده‌ها، چگونه شاهد جامعه‌ای اسلامی باشیم، چگونه شاهد جامعه‌ای باشیم که افراد آن منطقی فکر می‌کنند.

پس اگر جامعه کنونی ما دچار مصرف‌گرایی شده ابتدا باید ریشه‌اش را در خانواده دنبال کنیم و ریشه مصرف‌گرایی را بسوزانیم.

۲-۲- افرادی که با آن‌ها در ارتباط هستیم

هر فرد روزانه با اشخاصی در جامعه سروکار دارد. این افراد با هر فرهنگ و اصلیتی در جامعه حضور دارند و زندگی می‌کنند. هر فردی به سبب غریزه یادگیری خود از اشخاص کنار خود، بعضی فرهنگ‌ها و افکار را یاد گرفته و در زندگی خود این فرهنگ‌ها و افکار را پیاده می‌کند.

یکی از این فرهنگ‌های نادرست، مصرف‌گرایی است وقتی فرد در جامعه‌ای زندگی می‌کند به افراد این جامعه که حریص به مصرف هستند و مصرف‌گرایی را به عنوان یک ارزش قبول دارند فرد ناخودآگاه احساس می‌کند باید با مردم هم رنگ شود. زیرا؛ می‌داند اگر زندگی خود را با مردم وفق ندهد مردم او را طرد خواهند کرد.

همین پذیرش مردم در صورت مصرف‌گرایی و مصرف بیش از حد و عدم پذیرش فرد در غیر مصرف‌گرا شدن سبب می‌شود فرد رفته رفته ناخواسته خود به سمت مصرف‌گرا بودن حرکت کند. پس در یک جامعه می‌توان روابط فرد با افراد دیگر را بسیار مهم شمرد. و از آن طریق، بسیاری

فرهنگ‌های صحیحی را رواج داد ولی این روابط گاهی باعث به وجود آمدن برخی فرهنگ‌های غلط
مانند مصرف‌گرایی می‌شود.^۱

۱- فرامرزی، رفیع‌پور، توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷، ص ۲۰۴

بخش سوم

پیامدهای مصرف گرایی

پیامدهای مصرف گرایی

مصرف گرایی به عنوان یک فرهنگ اشتباه جامعه امروز، شامل برخی پیامدها و نتیجه‌ها می‌باشد. پیامدهایی که هم شخص و هم جامعه را فرا می‌گیرد که نه به سود فرد است و نه جامعه‌ای که فرد در آن زندگی می‌کند.

این پیامدها را از دو جنبه می‌توان مورد بررسی قرار داد؛ ۱- جنبه مادی، ۲- جنبه معنوی با روحی .

بنابراین؛ یک سری از پیامدهای مصرق‌گرایی مادی است و شامل زندگی عادی فرد می‌شود و زندگی معمولی او را در بر می‌گیرد.

این نوع پیامدها رابطه‌ای مستقیم ایجاد می‌کند بین مشکلاتی که افراد در جامعه دچار آن هستند و اطلاعی ندارند که این مشکل ساخته و پرداخته مصرف بیش از حد آنهاست. این مشکلات عبارتند از: تورم، اسراف، شکاف طبقاتی و... البته؛ مشکلات زیادی هستند که مصرف-گرایی در جامعه ایجاد می‌کند. اما؛ شاخص‌ترین پیامدها همان‌هایی است که ذکر آن گذشت. علاوه بر این مشکلات، مصرف گرایی معنویات انسان‌ها را نیز در بر می‌گیرد و به روح متعالی انسان لطمه‌ای بسیار بزرگ می‌زند. روحی که برای تکامل به دنیا تبعید شده بود، حال ضعیف و ضعیف‌تر می‌شود. حتی می‌توان گفت این روح به خواب می‌رود.

در اثر مصرف زیاد و مصرف زدگی جسم و عقل، انسان نسبت به مصرف حریص‌تر می‌شود و از هر فرصت و زمان برای مصرف استفاده می‌کند. حتی اگر زمانی می‌رسد که برخی ارزش‌های دینی را نیز زیر پا می‌گذارد. با این عمل، نفس انسان حریص و حریص‌تر می‌شود و به مرور زمان

مطالبه‌های بیش‌تری از شخص می‌کند، این نفس سرکش سبب می‌شود روح آدمی نیز از حقیقت خود منحرف شده و از هدف دور و دورتر شود. بنابراین؛ می‌توان گفت که مصرف‌گرایی، پدیده‌ای است در جامعه که هم زندگی روحی و هم معنوی انسان‌ها را در بر می‌گیرد.

در این نوشتار فقط تأثیر مصرف‌گرایی بر مادیات فرد مدنظر قرار گرفته شده‌است که شامل موارد زیر می‌باشد:

۱- تورم

تورم یکی از موضوعات مهم کشور ما می‌باشد. در ایران درصد تورم در سال‌های اخیر بسیار زیاد بوده است. به طوری که قیمت‌ها در هر سال بسیار افزایش یافته و قدرت خرید مردم یا ارزش پول به همان نسبت کم شده‌است.

تورم، فرض پدیده‌ای است که در کشور مشکلات اساسی را ایجاد می‌کند. تورم در اقتصاد، عوامل زیادی دارد و چون بحث ما مصرف‌گرایی است فقط به تأثیر مصرف‌گرایی در تورم می‌پردازیم.

۱-۱- مصرف‌گرایی علت تورم

مصرف‌گرایی در جامعه یکی از علل تورم است. زیرا؛ مردم موارد مصرفی خود را از بازار تأمین می‌کنند و همان طور که از اسم بازار بر می‌آید، بازار، وظیفه توزیع محصولات بین مردم را بر عهده دارد و محصولات بر اساس بازار خرید موجود در کشورهای مصرف‌کننده به مصرف‌کالاهای خاص شکل و جهت می‌یابد و بازار در حقیقت به دنبال سود خویش است که این سود، از طریق تأمین نیازهای مصرف‌کننده لحاظ می‌شود. بنابراین؛ هر جنسی در بازار مصرف نداشته باشد عملاً عرضه آن به ضرر عرضه‌کننده و به سود اقلیت تقاضاکننده است.

این عرضه از دو طریق قابل تأمین است : تولیدات و واردات.

واردات هم از دو طریق امکان می‌یابد: قانونی و قاچاق. به همین دلیل هم تولیدکنندگان و هم واردکنندگان با واسطه‌ها که بازار در حقیقت در اختیار واسطه‌هاست برای جلب مشتری و حتی ایجاد نیاز به مصرف دست به تبلیغات مستقیم و گاه غیر مستقیم می‌زنند.

اما؛ آن‌چه در این خصوص مورد اهمیت است این که از استراتژی‌های استعمار و استکبار از دیرباز برای سلطه بر کشورهای نفت خیز از جمله ایران و نه فقط ایران، این بوده که کشورها باید به فروش نفت وابسته باشند، نفت خامی که کشورهای شمال به آن نیاز دارند.^۱

شاخصه اول، وابستگی به فروش نفت خام است. کشورهای نفت خیر نباید تولید ثروتی به جز نفت داشته باشند و در این راستا هر عاملی را که می‌تواند به تولید ثروت کمک کند را تضعیف کردند.

اصولاً یکی از دلایل تحمیل رژیم‌های دست نشانده، پی‌گیری این سیاست در همه جهان است. از جمله فعالیت‌های انجام شده در این راستا تضعیف فرهنگ کار، وجدان کاری، تضعیف فرهنگ کار عمومی و ترویج اعتقاد به شانس به عنوان عامل موفقیت بوده که متأسفانه آثار مخربی به وجود آورده و ما هنوز گرفتار آن هستیم.

شاخصه دوم استراتژی غرب، ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی بوده که به ویژه فرهنگ مصرف کالاهای خارجی تا دلارهای ناشی از فروش نفت خام به جیب آن‌ها بازگردد. در این راستا، سیاست‌های گسترده‌ای را دامن زدند. از جمله؛ تنظیم بنادر ایران برای واردات، تسهیل کارهای اداری برای واردات و ایجاد مشکلات و موانع اداری و قانونی در راه صادرات و نیز کارکنی در تولید و به خصوص کارهای فرهنگی، مستقیم و غیر مستقیم، محسوس و نامحسوس، برای تبدیل مصرف کالاهای خارجی به عنوان نشانه تشخیص اجتماعی سرلوحه کار قرار گرفت.

۱- روزنامه دنیای اقتصاد مرضیه خراسانی، شماره ۱۱۹۳، به تاریخ ۸۵/۱۲/۱۵

متأسفانه در این خصوص نیز هنوز از آثار شوم این مسائل رهایی نیافته‌ایم و با وجود گذشت ۳۳ سال از پیروزی انقلاب اسلامی، مصرف کالاهای خارجی به نشانه تشخیص اجتماعی تبدیل شده است.

مردم مصرف کالاهای خارجی را به کالاهای داخلی ترجیح می‌دهند. نتیجه چنین فرهنگی هم ضعف تولید است که ناشی از ضعف وجدان کاری است و هم بازار مصرف برای کالاهای داخلی، هم چنین عدم جذب سرمایه در جهت تولید و در نتیجه آن عدم ایجاد اشتغال، تضعیف اقتصاد ملی، تضعیف پول ایران در قبال پول کشورهای خارجی می‌شود.

۱-۲- تورم؛ مصرف گرا شدن به کالاها

این مسأله یعنی مصرف زیاد در بازار برای کالاهای خارجی باعث می‌شود سود در واردات و فروش کالاهای خارجی باشد.

این فرآیندها و مشکلات ناشی از آن سبب ایجاد تورم است. در چنین شرایطی، بازار و بازاری که به دنبال سود هستند بیش‌تر به سمت واردات و عرضه کالاهای خارجی گرایش پیدا می‌کنند. چرا که سهولت در صرف سرمایه در مسیر واردات است و این سرمایه گذاران خود را گرفتار تولید پر دردسر در ایران نمی‌کنند.

از سوی دیگر؛ در کشوری نظیر ایران با وجود مرزهای گسترده و هم‌چنین حضور همسایگان با ویژگی خاص مانند پاکستان و افغانستان و بندر آزاد دُبی در خلیج فارس کنترل قاچاق کالا بسیار مشکل است.

بنابراین؛ قاچاق کالاهای خارجی به شدت رایج است که از یک طرف به زیان دولت است و از جهات مختلف به زیان مردم است. چرا که در صورت پایین بودن کیفیت محصول، امکان پی-گیری تولید کننده آن وجود ندارد. اما از سویی هم، این کالا می‌تواند به قسمت ارزان تر از واردات قانونی عرضه شود.

بنابراین؛ بازار به سمت کالاهای بی کیفیت اما؛ ارزان تر خارجی سوق پیدا می کند. همه این کالاهای درجه ۳ چینی که هم مردم از آن زیان می کنند و هم دولت. همه این ها عواملی هستند برای پایین آمدن ضریب اشتغال و افزایش نرخ بیکاری در جامعه و هم بالا رفتن نرخ تورم. پس مشاهده می شود در صورت رغبت نشان دادن مردم برای مصرف و مصرف گرایی بدون مردم به جنس خارجی سبب می شود تقاضا برای خرید یک محصول بالاتر برود و محصول، افزایش قیمت داشته باشد.

این افزایش قیمت که تورم نام دارد لطمه های بسیار سنگینی بر پیکره اقتصاد کشور می زند. اما این بررسی فقط بر روی کالاهای خارجی بوده و هیچ بررسی روی کالاهای داخلی انجام نشد. حال به بررسی عواقب مصرف گرایی به کالاهای داخلی پرداخته می شود.^۱ پس از انقلاب، واحدهای تولیدی فراوانی برای رفع نیازهای اصلی مردم ایجاد شد. هدف این واحدها هم همان گونه که گفته شد صرفاً تأمین نیاز اصلی بود.

با گذشت زمان، واحدهای تولیدی به وجود آمد که هدف آن رفع هیچ نیاز ضروری نبود و جنبه تجملی داشت. این واحدها ابتدا باید مردم را به طرف مصرف سوق می دادند. با پیشرفت جوامع، این کار بسیار سختی نبود و با صرف هزینه اندک امکان این اتفاق وجود داشت. بعد از این که تولید کننده های داخلی نیاز به مصرف جامعه را بالا بردند تقاضای مردم به شدت رشد کرد و به طرز چشم گیری افزایش یافت.

واحدهای تولیدی هم به سبب محدود بودن تولیدشان، تعداد محدودی از کالا را وارد بازار نمودند.

۱- قاسم کرباسیان، جامعه و مصرف گرایی، سایت پژوهشکده باقرالعلوم، بی تا.

با افزایش تقاضا، عرضه کم‌تر و کم‌تر شد و نرخ جنس به صورت گسترده‌ای افزایش یافت. مصرف بیش از حد مردم به این کالاها موجب شد تا تورم کاذبی برای جنسی ایجاد شود که حتی وجود آن برای زندگی ضروری هم نیست.

بنابراین؛ قیمت واقعی یک جنس معلوم نیست بلکه، میزان حریص بودن مصرف‌کننده به یک جنس، قیمت واقعی کالا را مشخص می‌کند.

مصرف بیش از حد یک کالا چه از نوع داخلی و چه از نوع خارجی سبب افزایش کاذب قیمت می‌گردد. افزایش قیمتی که در اقتصاد از آن به عنوان تورم یاد می‌شود.

بررسی این مسائل نشان می‌دهد اگر ما هر چقدر بعد از انقلاب فقط مصرف‌گرا هستیم به همان قدر تورم اقتصاد ما صعودی بوده‌است.

جالب این جاست که با افزایش نرخ تورم، ارزش پول ملی کاسته می‌شود و با کاهش ارزش پول ملی، قدرت خرید مردم کم‌تر می‌شود تا جایی که شاید روزی فرا رسد مردمی که برای کالاهای غیر ضروری هزینه می‌کردند، دیگر توانایی برای خرید لوازم مورد ضروری را پیدا نکنند. پس مصرف‌گرا شدن علاوه بر داشتن رابطه‌ای مستقیم با تورم، رابطه هم با ناتوانی آینده فرد دارد. چنانچه در این چند سال مشاهده شده‌است، خانواده‌هایی که به مصرف بیش از حد روی آورده‌اند با تورمی که خودشان به وجود آورده‌اند به مشکلات جدی برخوردند و بنیان خانواده اشان از هم پاشیده شده‌است.

حال باید با این توضیحات از خانواده‌ها پرسید:

آیا مصرف کردن و مصرف‌گرا شدن به نفع آنهاست؟ آیا مصرف به جز مشکلات اقتصادی و اجتماعی، سودی هم برای جامعه دارد؟ به‌طور قطع جواب خیر است.^۱

۱- دکتر حسین قدیری ایبانه، هفته‌نامه ی مثلث، پنجشنبه ۲۹ تیر، ۱۳۹۱

۲- شکاف طبقاتی

یکی از پیامدها و مشکلات دیگری که مصرف‌گرایی در جامعه ایجاد می‌کند و ما در این نوشتار به بررسی آن می‌پردازیم، شکاف ایجاد شده در طبقات جامعه است. شکافی که در جامعه مشکلات بسیاری ایجاد می‌کند.

در روابط چرخشی مصرف و مصرف‌گرایی در جامعه یک سری داد و ستدهایی انجام می‌شود و یک مبادله پولی یا کالایی بین افراد برقرار می‌شود.

این مبادله اگر با حرص و طمع مصرف‌کننده همراه باشد به ضرر مصرف‌کننده می‌باشد و سبب می‌شود مصرف‌کننده روز به‌روز از دارائی خود برای ستاندن مورد مصرف استفاده کند. بنابراین؛ مصرف‌کننده روز به روز ضعیف و ضعیف‌تر می‌شود و تولیدکننده یا طرف دیگر معامله که همان عرضه‌کننده است با عرضه کالای خود، روز به روز غنی و غنی‌تر می‌شود.

این مبادلات ادامه پیدا می‌کند تا حدی که مصرف‌کننده، دیگر توان مالی برای پرداخت هزینه کالای مصرفی‌اش پیدا نمی‌کند، حتی مصارفی که در زندگی هر فرد ضروری است و باید مصرف شود. بنابراین؛ با مصرف و مصرف‌گرایی عده‌ای غنی و غنی‌تر می‌شوند و عده‌ای فقیر و فقیرتر. این تفاوت و فاصله میان غنی و فقیر خود سبب شکافی در جامعه می‌شود که قدرت جامعه را می‌گیرد و جامعه را به دو دسته تقسیم می‌کند. ثروتمند و فقیر.

بالانشینان یا ثروتمندان کسانی هستند که کالاها را بدون در نظر گرفتن نیاز مردم وارد می‌کنند و در مردم احساس نیاز به کالای تولیدی یا وارداتی خود ایجاد می‌کنند.

پایین نشینان یا فقیران یا متوسطین جامعه هم مردمی هستند که کالای تولید شده یا وارد شده را به استفاده می‌رسانند و دارایی که آن را در قبال انجام کار، کسب کرده‌اند مصرف کالاهایی می‌کنند که اصلاً وجود آن‌ها ضرورتی ندارد.

در این صورت، تمام افراد یک جامعه سرمایه خود را صرف یک کالا یا چندین کالای غیر ضروری می کنند و خود را گرفتار بلای فقر می کنند.

البته؛ این فقط یک جامعه را تحت الشعاع خود قرار می دهد و اگر به بررسی کشورها پرداخته شود به راحتی می توان علت فقر کشورهای در حال توسعه و جهان سوم را دریافت و فهمید که چرا در کشورهای غربی در این چند سال به موفقیت های بزرگی دست یافته اند. در این موضوع، باید ابتدا به بررسی یک کشور بزرگ مانند آمریکا که وجود آن در صنعت و تولید کالا اهمیت فراوانی دارد پرداخت. مسئولین و بزرگان این کشور در ابتدا به احداث تولید کالا پرداختند.^۱

همان گونه که می دانیم بعد از انقلاب صنعتی که کارگاه ها گسترش یافتند و تولیدات افزایش. کشورها نیاز به بازار فروش داشتند جایی که بتوانند اجناس خود را عرضه کنند. در ابتدا، به علت وجود اختلاف فرهنگی بین تولیدکننده با مصرف کننده، کالاها با سرعت کمی به فروش رفت. به همین سبب نیاز به فرهنگی واحد برای فروش اجناس واج داده می شد. رواج این فرهنگ ممکن نبود مگر با رسانه ها و تزریق افکار و اندیشه در فکر مردم و این فرهنگ واحد مستلزم یک تحریک احساسات بود.

غرب توانست این فرهنگ واحد را با رسانه خود و با اندیشه خود به جهان تحمیل کند. فرهنگی که پایه و اساس آن مصرف بود و مصرف گرایی حال که توانسته بود کشورها را با خود هم مسیر و آنها را به مسیری کشاند که سود خود در آن مسیر فراهم می شد به عرضه کالاهای مختلف پرداخت.

کالاهایی که کارآیی نداشتند به جز این که انسان ها را به رفاه نسبی مادی می رساندند و آن ها را سمت سستی در زندگی و تنبلی و تقلای به مصرف بیش تر می کشاندند.

۱- صالح اسکندی، مقاله رواج پدیده مصرف گرایی در ایران، نشریه رسالت، ۱۰/۳/۱۳۸۷

گویا آن‌ها دریافته بودند، انسان میل شدیدی به مصرف در دوران خود دارد و با کمی تحریک این میل جنبشی در آن اتفاق می‌افتد و این، آن را به مصرف وا می‌دارد. این بررسی نشان می‌دهد با عرضه کالاهای غربی و تقاضای مردم کشورهای توسعه یافته کشورهای غربی به ثروت‌های کلان اقتصادی، سیاسی دست یافتند. حال بعد از بررسی کردن این کشورهای ثروتمند باید به بررسی کشورهای ضعیف و مصرف-کننده پرداخت.

کشورهایی که از مصرف خود لطمه‌های فراوانی دیدند. برای مثال کشور خودمان یعنی، کشور ایران را در نظر می‌گیریم که نفت تنها درآمد این کشور است و کشور مصرف‌کننده کلان است.

کشور ما بعد از دوران زندیه و در دوران قاجاریه که هم‌زمان بود با انقلاب صنعتی، دست افراد ناکارآمدی افتاد که بسیاری از فرهنگ‌های غلط اجتماع امروز ما ریشه در همان دوران است. مسئولین ما با آشنا شدن با فرهنگ غرب، خود، زمینه را برای به استعمار کشاندن ایرانیان فراهم آوردند. این مسئولان، بازار ایران را برای اشباع شدن توسط کالای خارجی و غربی آماده کردند و خود نیز به عنوان زمام‌دار امور ملت به مصرف اجناس خارجی پرداختند.^۱ در این وضعیت که همه مردم با اندیشه و فرهنگ غرب آشنا شدند و استفاده از کالاهای تولیدشده را به عنوان یک ارزش اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی قبول و ظرف چندسال مردم، استقبال زیادی از این اجناس به عمل آوردند.

در همین دوران، پول جاری ملت تبدیل شد و مردم در قبال انجام کار به دولت، از دولت ماهیانه مقری دریافت نمودند که همان پول نفتی بود که به فروش می‌رسید.

۱- فردین علی خواه، پیامدهای مصرف‌گرایی، فصلنامه تحقیقاتی فرهنگی، سال اول، شماره ۱، صص ۲۳۱-۲۵۶

همین پول و سرمایه تبدیل شد به اجناس و کالا، کالاهایی که باید به مصرف می‌رسید. این کالاها خریده شد و به مصرف رسید و سرمایه مردم به اقتصاد و کلان غرب واریز شد. مردم ما از آن دوران تاکنون فقط مصرف می‌کنند و سرمایه خود را از دست می‌دهند. در صورتی که غرب تولید می‌کند و سرمایه جذب می‌کند. با این بررسی می‌توان فهمید مصرف‌گر، همیشه متضرر می‌شود و فرهنگی که بنای آن، کار و تولید باشد همیشه پیشرفت خواهد کرد. بنابراین؛ مصرف‌گرایی یک شکاف در جهان، کشورها و جامعه‌ها ایجاد می‌کند. شکافی که نابرابری‌ها را گسترش و عدالت را زیر سؤال می‌برد. شکافی که باعث فقر عده‌ای و سبب تجمع سرمایه عده‌ای دیگر می‌شود.

ما باید قبول کنیم به ازای مصرف‌کننده‌هایمان، در جهان مادی مشخصاً تولیدکننده‌هایی است و همیشه این مصرف‌کننده‌ها هستند که متضرراند. به همین دلیل است که دین اسلام به کار و تولید سفارش زیادی می‌نماید و مصرف‌گرایی و اسراف را بسیار بد و منفور می‌پندارد. خداوند در آیه ۱۵۲ سوره شعراء می‌فرماید:

((الَّذِينَ يُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ)) و همان‌ها که در زمین فساد می‌کنند و هرگز

اصلاح نمی‌کنند.

می‌دانیم اسراف همان تجاوز از حد قانون آفرینش و قانون تشریح است، این نیز روشن است که در یک نظام صحیح هرگونه تجاوز از حد موجب فساد و از هم گسیختگی می‌شود، و ه تعبیر دیگر سرچشمه فساد، اسراف است و نتیجه اسراف فساد. البته باید توجه داشت که اسراف معنایی مانند انفاق و بذل و بخشش بیش از اندازه، یا انتقام‌گیری و قصاص بیش از حد و... دارد.

به گفته علامه طباطبائی در المیزان عالم هستی یک پارچه نظم و صلاح است و حتی با تضادی که احیاناً در میان اجزای آن دیده می‌شود تالیف و التیام و هماهنگی فراوان دارد. این نظام به سوی اهداف صالحی در جریان است، و برای هر یک از اجزای خود، خط سیری تعیین می‌کند،

حال اگر یکی از این اجزاء از مدار خود خارج شود و راه فساد را در پیش گیرد، میان آن و سایر اجزای این جهان درگیری ایجاد می‌شود، اگر توانسند این جزء نامنظم اسراف‌کار را به مدار اصلیش بازگردانند چه بهتر، والا نابودش می‌کنند، تا نظام به خط سیر خود ادامه دهد!

انسان که یکی از اجزای این عالم هستی است از این قانون عمومی مستثنی نیست، اگر بر اساس فطرت، بر مدار خود حرکت کند و هماهنگ نظام هستی باشد به هدف سعادت‌بخش که برای او مقدر شده است می‌رسد، اما اگر از حد خود تجاوز کند و قدم در جاده ((فساد در ارض)) بگذارد، نخست خداوند او را گوشمالی داده، و با حوادث سخت و دردناک او را هشدار می‌دهد، چنان‌که در آیه ۴۱ سوره روم می‌خوانیم ((ظهر الفساد فی البر و البحر بما کسبت ایدی الناس لیذیقهم بعض الذی عملوا العلمهم یرجعون)) فساد بر صفحه دریا و صحرا بر اثر اعمال مردم آشکار گشت خدا می‌خواهد نتیجه سوء پاره‌ای از اعمال مردم را به آن‌ها بچشانند شاید باز گردانند.

اما اگر این هم موثر نیفتاد و فساد در اعماق جان او ریشه دوانید، خداوند با عذاب (استیصال) صفحه زمین را از لوث وجود چنین کسانی پاکسازی می‌کند. و از این جا روشن می‌شود که چرا در آیات فوق، خداوند (اسراف) را با (فساد در ارض) و عدم اصلاح هماهنگ ذکر کرده است.

این عوامل باعث می‌شود که دین اسلام مصرف را محکوم کند. از جهتی باید در نظر داشت شکاف ایجاد شده در بین طبقات جامعه، خود زمینه‌ساز مشکلات بیش‌تری در جامعه هستند. شکاف طبقاتی به هر اندازه که مشکل بزرگی باشد، مشکلات ایجاد شده از شکاف طبقات بزرگ‌تر است.

شکاف طبقاتی سبب عقده‌های روانی، مشکلات اقتصادی برای طبقات پایین، مشکلات فرهنگی برای کل طبقات، عقب افتادگی کل جامعه، نصف شدن قدرت جامعه و از دست رفتن وحدانیت جامعه و بسیاری از مشکلات دیگر می‌شود.^۱

در جامعه‌ای که به سبب مصرف‌گرایی، مشکلات فراوانی که گفته شده وجود دارد و جامعه به دو قسمت ثروتمند و فقیر تقسیم شد عملاً وحدت معنایی ندارد و وحدت از بین می‌رود. مردمی که به هم بدبین هستند و در هر شرایط با هم رقابت دارند، رقابت در هر زمینه مصرفی، پس در این جامعه فاتحه وحدت خوانده شده‌است.

بنابراین؛ رویکرد مصرفی به هر موضوعی مطمئناً به نفع هیچ کدام از اقشار جامعه نیست. چه قشری که ضرر می‌کند، چه قشری که سرمایه جذب می‌کند و مشکلات جامعه، دامن‌گیر کل جامعه می‌شود.^۲

۳- احساس محرومیت

تأثیر نمایش ثروت و تبلیغات باعث احساس نیاز شدید به کالاهای مصرفی می‌شود و همه در پی بدست آوردن کالاهای گوناگون و غیر ضرور هستند. در کشورهای توسعه نیافته که کشور با تورم دست به گریبان است، قدرت خرید مردم کاهش می‌یابد اما نیاز به کالاهای مصرفی در سایه تبلیغات و عوامل دیگر تشدید می‌یابد و این نوعی به انحطاط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌انجامد. برای پیشگیری از چنین وضعیتی، کشورهای سرمایه‌داری تبلیغات را کنترل کرده و آن را به اندازه قدرت خرید مردم رواج می‌دهند. در وضعیت مصرف‌گرایی که همه به آن گرفتار

۱- پیامدهای مصرف‌گرایی، ابادری و چاووشان، از طبقه اجتماعی تاسبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، صص ۳-۲۷

۲- علی خضریان و قاسم کرباسیان، اسلام و پدیده مصرف‌گرایی، ۱۳۸۹، www.kenhanews.ir

می‌شوند مردم به دنبال کسی خدمات و کالاها هستند که به ارزش تبدیل شدند و در این مسیر خود را با هم‌ردیفان و طبقه مرفه مقایسه می‌کنند و در صورتی که کمتر از آنها داشته باشند، احساس محرومیت و ناعدالتی می‌کنند.^۱

۴- فشار هنجاری

یکی از تبعات مصرف‌گرایی این است که وقتی پدیده‌ای به هنجارها تبدیل می‌شود و مورد پذیرش عموم مردم قرار می‌گیرد یک فشار هنجاری در جامعه و خانواده‌ها گسترش می‌یابد. در این حالت مردم خود را با هم‌دیگر مقایسه می‌کنند و می‌کوشند در نیازها و رفع آنها با دیگران همسان باشند و رفتار یکدیگر را زیر نظر دارند و رفتار غیرجمعی را ناهنجار می‌پندارند. مردم اکثر جوامع وحدت قومی دارند و جامعه آنان سنتی بوده و دارای سابقه تاریخی است. در این جوامع خصلت‌ها و هنجارهای سنتی حفظ می‌شود و هنجارها در این جوامع عام، همه‌گیر و پایدار است. در جوامعی که هنجارها همه‌گیر است و از طرفی مصرف‌گرایی و دارا بودن تبدیل به ارزش و هنجار شده است تمام مردم در پی کسب آن هستند و اگر کسی نتواند آن را برآورده سازد زیر فشار هنجاری خواهد بود. در این صورت ثروت و دارا بودن با ارزش و افتخار، و فقر و نداشتن ما به آبروریزی و شرمندگی است. سه عامل نیاز به احترام، احساس مردم و هم‌شکلی یا فشار هنجاری در این میان دخیل هستند. نیاز به احترام و حفظ آبرو باعث رعایت و ملاحظات نسبت به دیگران می‌شود. یعنی اگر در مقایسه با دیگران چیزی را نداشته باشد، احساس شرمندگی و خجالت می‌کند. به این عامل، احساس محرومیت، عقب‌افتادگی و بی‌عدالتی کمک می‌کند. مردم در پی هم‌شکلی هر چه بیش‌تر با دیگران هستند و برای این منظور خود را با دیگران مقایسه می‌کنند و در حقیقت متأثر از فشار

۱- فرامرز رفیع پور، توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، ص ۸۹، ۱۳۷۷.

هنجاری هستند. برخی از افراد طبقه متوسط و پایین در اثر عواملی که پیش از این ذکر شد، رفتارهای متظاهرانه دارند، چون توان خرید در آنها نیست به اجناس بدلی یا قرض روی می‌آورند و از این طریق کسب احترام می‌کنند، برخی نیز تظاهر به داشتن چیزی می‌کند که ندارند^۱. انسانی که دارای شخصیت هدایت‌شونده از برون است در برابر محیط اثرپذیر است و خود را به سرعت با تغییرات محیط تطبیق می‌دهد. این ویژگی مورد توجه نظریه‌پردازان و برنامه‌ریزان نظام سرمایه‌داری است و از این ویژگی در ترویج مصرف‌گرایی استفاده می‌کنند. این ویژگی که با سازگاری و قدرت انطباق‌پذیری با محیط همراه است، فرد را به طور کامل آماده پذیرش فشارهای گروه‌های هم‌تراز یا هم‌تایان می‌کند. استفاده از این فشارها در بازاریابی و تبلیغات، به طور کامل از روش‌های جدید اقناع و ترغیب شمرده شده و میزان مصرف کالا را به صورت فزاینده افزایش می‌دهد. شایان ذکر است که موارد پیش‌گفته رابطه دوسویه با مصرف‌گرایی دارند یعنی این موارد از اثرات مصرف‌گرایی هستند و خود نیز به مصرف‌گرایی دامن می‌زنند و روند پیشرفت مصرف‌گرایی را تسریع می‌بخشند.

۵- جبران کسری درآمد از راه‌های نابهنجار

درآمد هر شخصی به فعالیت و موقعیت شغلی وی وابسته است و در برابر میزان کار یا خدمت مشخص، درآمد معینی را کسب می‌کند. در پروسه مصرف‌گرایی، وقتی که نیازآفرینی در پی نمایش ثروت در افراد پدید آمد و احساس محرومیت بر آنان حاکم شد، فشارهای هنجاری و اجتماعی نیز مزید بر علت می‌شود تا فرد مصرف‌گرایی را ارزش و ضرورت زندگی خود بداند. در این فرایند شخص نمی‌خواهد یا نمی‌تواند مصرف خود را کاهش دهد و متناسب با درآمد خود

۱- فرامرز، رفیع پور، همان، ص ۲۱۴

مصرف کند به ویژه که به باورهای ارزشی و دینی که قناعت و مصرف بهینه را سفارش می‌کنند، پایبند نباشد. برای همین شخص در پی افزایش درآمد خود با راه‌های گوناگون است. وی برای رسیدن به این هدف از راه‌های مشروع اما دارای تبعات اجتماعی مانند: اشتغال دوم و گاه در شهرهای بزرگ شغل سوم، اضافه‌کاری، کار کردن اهالی خانواده اعم از زن و بچه، وام گرفتن، کمک گرفتن از اقوام و فروش وسایل استفاده می‌کند. این راه‌ها اثرات بسیار منفی بر نهاد خانواده و کارکردهای آن از جمله تربیت کودکان که سرمایه‌های انسانی کشور هستند، می‌گذارد. گاهی نیز افراد که در مشاغل غیر دولتی هستند برای بالا بردن درآمد، مزد یا قیمت کالاها و خدمات خود را متناسب و گاه با سوء استفاده از موقعیت فراتر از تورم و افزایش قیمت‌ها بالا می‌برند. این راهکار مشکلاتی را برای کسانی مانند کارمندان و کارگران که درآمد کافی ندارند و درآمدشان در برابر تورم تغییر چندانی نمی‌کند، اثر می‌گذارد. حال اگر افرادی که نتوانند از راه‌های پیش گفته درآمد خود را افزایش دهند و پایبند به اصول اخلاقی نباشند، به اصطلاح با کاهش کنترل درونی و بیرونی به دنبال کسب درآمد به هر شکل ممکن می‌روند و راه‌های نامشروع را برای بالا بردن درآمد و تأمین نیازهای خود انتخاب می‌کنند مانند: استفاده از اموال دولتی، قاچاق، اختلاس، رشوه‌گیری، تن‌فروشی، احتکار، گران‌فروشی و دزدی. البته کسانی که به اخلاق و موازین دینی و اسلامی پایبند بوده و کنترل درونی و بیرونی خود را از دست نداده‌اند به راه‌های غیرمشروع و نابهنجار رو نمی‌آورند. در اصل می‌توان ریشه‌های مصرف بی‌رویه و مصرف‌گرایی مفرط را در رذایل اخلاقی و نداشتن ایمان و تقوا جست‌وجو کرد.

۶- اسراف

یکی از پیامدهایی که مصرف‌گرایی به دنبال دارد اسراف است. اسراف مصدر باب افعال است. از ثلاثی مجرد (صرف) یعنی تجاوز کردن از اندازه و اعتدال است. در قرآن کریم نیز اسراف و مشتقات آن با معنای واحد و مصادیق متعدد به کار رفته است. در قرآن کریم در چندین آیه از اسراف و مصرف صحبت به میان آمده است.

«وَأَهْلَكْنَا الْمُسْرِفِينَ»؛ «و اسراف کنندگان را به هلاکت می‌رسانیم.»^۱

زیرا؛ برخی از ابعاد شخصیت بشری در برخی دیگر تنیده شده است و در آن اثر می‌گذارد، انحراف در یک بعد سبب ایجاد انحراف در بعدهای دیگر خواهد بود، همان‌طور که اسراف، تبذیر و تجاوز از حد به تردید و گمان می‌انجامد که در پی آن گمراهی خواهد آمد.

«كَذَٰلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ مُّرْتَابٌ»؛ این‌گونه خداوند هرافراط کار شکاکی را بی‌راه

می‌گذارد.^۲

«إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ»؛ «خدا کسی که افراط کار دروغ گو باشد هدایت

نمی‌کند.»^۳

اسراف تجاوز از حد، در خصوصیات نفسانی و صفات اخلاقی است که سبب سلب تعادل انسان در معنویات و شخصیت باطنی او می‌شود و یا در افعال خارجی است که از مهم‌ترین آن‌ها، مسائل متعلق به داشتن و مصرف کردن است.

۱- سوره انبیاء (۲۱)، آیه ۹

۲- سوره غافر (۴۰)، آیه ۳۴

۳- سوره غافر (۴۰)، آیه ۲۸

باید دانست که قسمت دوم (افعال خارجی) نیز منشأ نفسانی دارد؛ چرا که اصل حاکم بر طبیعت آدمی و هویت وجودی او، در وجههٔ مادی و معنوی، اصل میانه روی و اعتدال است و اسراف خروج از حد و مرز فطرت و چارچوب انسانی است.

بنابراین؛ شخص مسرف، انسان معتدلی نیست، بلکه فردی متجاوز است. به عبارت دیگر، اسراف با واقعیت وجودی انسان در تضاد است.

همان گونه که تجاوز از حد در خصوصیات نفسی و روحی، سبب از بین رفتن تعادل انسان و توازن شخصیت او می شود. گذشتن از حد در قضایای اقتصادی و در مالک شدن و مصرف کردن لوازم معشیت و زندگی مادی نیز سبب از بین رفتن تعادل رفتاری و واقعیت راستین انسان می - شود.

بخش چهارم

راهکارهای مقابله با مصرف‌گرایی

۱- تقوا در مصرف

تقوا به معنای پرهیزگاری و خودداری نفس و برگرفته از کلمه وقایه، در کاربردهای قرآنی از چنان گستره معنایی برخوردار می‌باشد که برخی بر این عقیده هستند که بسیاری از مفاهیم کلیدی در حوزه‌های اعتقادی و رفتاری را می‌توان از طریق این واژه بیان کرد. به این معنا که در کاربردهای قرآنی و فرهنگ آن، تقوا به مفهومی گسترده‌تر و فراگیرتر از آن است که بتوان با تک واژگانی چون پرهیزگاری آن را بیان کرد. از این رو؛ هنگامی که از تقوا در مصرف سخن به میان می‌آید، به معنای رعایت و حفظ حدود و ثغوری است که خداوند برای بهره‌مندی شخص از نعمت‌ها و رزق الهی بیان کرده‌است تا به این وسیله خود را از خشم و غضب الهی که نماد و مظهر آن دوزخ و عذاب‌های آن است حفظ کرده و نگه دارد.

خداوند در آیات ۱۷۹ تا ۱۸۳ سوره شعراء ((فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا * وَمَا اسئَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ

أَجْرَىٰ أَلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ * أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ * وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ * وَلَا

تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَتَّبِعُوا فِي الْأَرْضِ مَفْسِدِينَ)) به مسأله تقوا در حوزه اقتصادی می‌پردازد

و از مردم می‌خواهد تا از کم فروشی اجتناب کنند. زیرا؛ کم‌فروشی موجب می‌شود تا امنیت

اقتصادی در مبادله از دست رود و جامعه از رشد اقتصادی و شکوفایی تمدنی باز ماند.

تأکید بر تقوای الهی در حوزه اقتصادی از آن رو صورت می‌گیرد که انسان، با تقوای الهی نه تنها

می‌تواند به بهره‌مندی بهتر از امکانات و نعمت‌ها دست یابد بلکه تقوای الهی در حوزه اقتصادی

موجب می‌شود تا شخص و جامعه از روزی‌های پیش بینی نشده و امکانات برتر و فوق‌العاده‌ای بهره‌مند شود.^۱

به سخن دیگر، هر جامعه‌ای که احتمال دستیابی به رشد و شکوفایی اقتصادی و تمدنی را براساس حساب و کتاب‌های منطقی نمی‌دهد می‌تواند با بهره‌مندی از شیوه تقوای الهی در حوزه اقتصادی به رشد و شکوفایی برسد که بیرون از تفکر و برنامه‌ها و توانایی‌های عادی بشر است.^۲

تقوا عامل مهم در شکوفایی امر تعاون و همکاری میان مردم جامعه و تقسیم انفال و دیگر امکانات و توانمندی‌های جامعه و اصلاح امور جامعه^۳ می‌شود و بدین ترتیب رشد اقتصادی و تمدنی می‌تواند در جامعه سالم و متقی تحقق یابد. زیرا؛ همدلی ایمانی و همکاری میان مؤمنان و تقسیم درست ثروت و امکانات، شرایطی را فراهم می‌آورد که جامعه بتواند درست تولید و توزیع و مصرف کند و همگان در شرایط مساوی به سوی کمال حرکت کند.

خداوند در آیه ۱۰۹ سوره توبه ((اَفَمَنْ اَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلٰى شَفَا جُرْفٍ هَارٍ فَاَنْهَارٍ بِهٖ فِى نَارٍ جَهَنَّمَ

وَ اللّٰهُ لَآ يَهْدِى الْقَوْمَ الظَّالِمِيْنَ)) بیان می‌کند که چگونه مراعات تقوا می‌تواند موجبات پی‌ریزی و تأسیس مؤسسات دینی که مردم را به سوی کمال هدایت می‌کند، شد.

هرچند که آیه در ارتباط با مسأله مسجد و بناهای دینی است ولی می‌توان با توجه به معیار این که مراد از آن بناهایی است که شرایط بهبود بخشی انسان و دستیابی به کمال را در وی فراهم می‌آورد، می‌توان گفت که تقوا عامل مهمی در پی‌ریزی هر بنای با شکوه تمدنی و کمالی در هر جامعه‌ای است. این بنا می‌تواند بنای فرهنگی یا دینی و یا بنای ساختار نظام سیاسی و

۱- طلاق (۶۵)، آیات ۳ و ۲.

۲- طلاق (۶۵)، آیات ۲ و ۳

۳- مائده (۵)، آیه ۲ و انفال (۸)، آیه ۱ و حجرات (۴۹)، آیه ۱۰

اجتماعی و یا اقتصادی باشد. چنان که تقوای الهی امام خمینی (رحمه الله علیه)، بنای عظیم و مستحکم انقلاب اسلامی و جمهوری اسلامی را گذاشت و مردم را از برکات آن بهره‌مند ساخت.

خداوند در آیات ۴، ۸۸، ۹۳ سوره مائده و نیز ۶۹ سوره انفال بر ضرورت رعایت تقوا در بهره‌گیری از امکانات و روزی‌های خدادادی تأکید می‌کند و از انسان‌ها می‌خواهد که همواره در مصرف امکانات و نعمت‌های الهی تقوا را مراعات کنند تا شخص و جامعه به سلامتی دست یابد و راه رشد و شکوفایی تمدنی را طی کند. زیرا؛ شخص و جامعه با این شیوه می‌تواند امید داشته باشد به مسئولیت خویش به عنوان مأمور خداوند در استعمار و آبادانی زمین عمل کرده‌است.^۱

از نظر قرآن، راه‌هایی از بی‌تقوایی در مصرف آن است که از اسراف و تبذیر خودداری شود و انسان زیاده‌روی و ریخت و پاش را به عنوان رفتاری زشت و نابهنجار ترک کند.

۲- صرفه‌جویی

از آن جایی که انسان به سبب برخی محدودیت‌ها به ویژه در حوزه علم و دانش نمی‌تواند به همه کمالات امور و روش‌های دست‌یابی به آن آگاه باشد، نیازمند برخی از دانش‌های بیرونی است که از راه وحی به او الهام می‌شود و از آن آگاه می‌گردد. این دانش‌ها که از آن به دین اسلام یاد می‌شود از زمان آدم (علیه السلام) تا حضرت خاتم (صلی الله علیه وآله وسلم) به انسان از راه وحی منتقل شده‌است. انسان‌ها می‌توانند و بلکه می‌بایست با بهره‌گیری از این دانش‌ها در مسیری حرکت کنند تا خود و دیگر موجوداتی که تحت ربوبیت خلافت الهی آن‌ها قرار دارند به کمال شایسته و بایسته خویش برسند. بنابراین؛ هرگونه تصرف و تغییری می‌بایست براساس این حکمت

۱- هود(۱۱)، آیه ۶۱

و فلسفه آفرینش انجام گیرد و هر حرکتی برخلاف آن، حرکتی ضدکمالی و ضد تقوای الهی شمرده می‌شود و آثار و نتایج بد و زیان‌باری در دنیا و آخرت به شکل تکوینی و تشریحی بر آن بار می‌شود. در دستورالعمل‌ها و راهنمایی‌هایی که از سوی خداوند درباره چگونگی مصرف و بهره‌گیری از نعمت‌ها و روزی‌های خداوندی، از سوی خداوند به شکل وحی در دین اسلام تبیین شده، بر پرهیز از هرگونه اسراف یا همان مصرف گرا شدن است، تأکید بسیار شده است. که صرفه جویی یکی از راه‌های مبارزه با مصرف گرایی است.

صرفه جویی به معنای درست و مناسب مصرف کردن است. این مسئله برای ایجاد تعادل میان درآمد و هزینه بسیار مهم و اساسی است و در حوزه اقتصاد خانواده نیز می‌تواند تأثیرگذار و سرنوشت ساز باشد. با این همه صرفه جویی علاوه بر این که در حوزه اقتصاد شخصی معنا و مفهوم می‌یابد، در حوزه اقتصاد عمومی هم معنا دارد. بر این اساس است که امام خمینی (رحمه الله علیه) مصرف زیاد و بیش از نیاز در آب و برق را نه تنها نادرست و حرام می‌دانند بلکه آن را ضمان آور و شخص مسرف را نسبت به جامعه مدیون می‌شمارند.^۱

تا سال‌ها پیش خیلی از افراد فکر می‌کردند صرفه جویی یعنی این که از هر چیزی به مقدار کم استفاده کنند و شاید دلیل تبلیغات بعدی تلویزیون پیرامون این قضیه همین طرز تفکر بوده باشد؛ تبلیغاتی که مرتب تأکید می‌کرد صرفه جویی کم مصرف کردن نیست بلکه درست مصرف کردن است. به عنوان مثال فردی را تصور کنید که برای کم کردن میزان مصرف برق خانه اش لامپ‌های اضافه را خاموش می‌کند و از قضا بیشتر لامپ‌های اتاق مطالعه اش را هم در این صرفه جویی سهیم می‌کند؛ روزها می‌گذرد و مطالعه سخت‌تر می‌شود. چشمان شخص دیگر کمتر یاری اش می‌کنند و حالا بعد از اندی تعرفه برق خانه حدود هزار تومان کاهش یافته اما؛ این شخص به زودی

۱- واحد طرح و برنامه ریزی رادیو معارف، در آمدی بر اصلاح الگوی مصرف، اردیبهشت ۱۳۸۸.

باید برای تهیه عینک، ویزیت چشم پزشک را هم تقبل کند. مضاف بر این که چیزی را از دست داده که با هیچ قیمتی قابل برگشت نیست. این مثال ساده نمونه بارز کم مصرف کردن به جای درست مصرف کردن است که متأسفانه هنوز هم بسیاری از افراد جامعه به این مفهوم صحیح دست نیافته‌اند. از طرفی کم مصرف کردن معنایی اقتصادی ندارد. زیرا؛ هدف از تولید یک شی، مصرف آن است و مصرف هم زمانی اتفاق می افتد که انسان به آن نیاز داشته باشد. بنابراین؛ شاید بتوان تعریفی بهتر از صرفه جویی ارائه کرد. در این صورت می توان گفت صرفه جویی یعنی مصرف کالایی در حد برآوردن نیازهای اساسی شخص به آن کالا.

نگاه قرآن به مسائل اقتصادی هم نگاهی در راستای بهره‌وری مناسب و درست از امکانات و وسایلی است که خداوند به طور مستقیم یا غیر مستقیم در اختیار بشر قرار داده است.

در اسلام همواره سخن از اقتصاد است. اقتصاد که از واژه قصد گرفته شده به معنای میانه روی و اعتدال است. از این‌رو؛ بنیاد امور در حوزه تولید و توزیع و مصرف کالا در بینش و نگرش قرآنی میانه‌روی است. هر گونه رفتارهای بیرون از این چارچوب از نظر قرآن نه تنها نادرست و نا به هنجار است بلکه گناه و گناه جرم قانونی تلقی می‌شود. البته؛ در برخی موارد کم مصرفی هم تذکراتی داده شده که چرا حلال خدا را بر خود حرام می کنند؟

از نظر اسلام، سلامت اقتصادی و پرهیز از فسادانگیزی در حوزه اقتصادی و تصحیح روابط اقتصادی جامعه، هم پای مسائل اعتقادی و عبادی در صدر برنامه های پیامبران قرار دارد، این امر نمی تواند جز با صرفه جویی و بهینه سازی مصرف همراه باشد. زیرا؛ اقتصاد در هر حال بستری برای تکامل بشری است و به عنوان هدف ابزاری یا میانی مطرح می باشد که باید آدمی با بهترین شیوه مصرف و استفاده درست و مناسب، خود را در جایی قرار دهد که بتواند رشد و کمال خویش را ادامه دهد.

۳- قناعت

«قناعت» در لغت به معنای تنازل است تا آنجا که فرد زندگی خود را با امکاناتی که در دست دارد، منطبق سازد. در کتاب‌های لغت، خرسندی، بسنده کردن به قسمت، بسنده کردن به مقدار نیاز، صرفه‌جویی، خشنودی به آن چه از روزی و معاش قسمت می‌شود. رضا دادن به سهم خویش^۱، در اکتفا به مقدار ناچیز از وسایل زندگی در حدّ ضرورت، راضی شدن به مقدار کم از بخش^۲ از معانی قناعت ذکر شده‌است.

آن چه از مجموعه تعریف‌ها به دست می‌آید این است که فرد قانع در بعد شناختی، معتقد است هر چه از سوی خدا به او برسد، فضل اوست. در بعد عاطفی به همه محدودیت‌ها و مقدرات رضایت می‌دهد و در بعد رفتاری، بر وفق محدودیت‌ها عمل می‌کند و با آن کنار می‌آید. گستره قناعت وسیع است و شامل لباس، مسکن، خوردن، آشامیدن، خواب و... می‌شود.

یکی از صفاتی که تضمین کننده آرامش و سازگاری در زندگی اجتماعی است و فقدان آن آرامش را از زندگی می‌رباید، قناعت در افراد خانواده است.

در این زمینه، کتاب‌های اخلاقی از جمله «محجّه البیضاء» فیض کاشانی، «جامع السعادات» ملامهدی نراقی و «معراج السعاده» ملا احمد نراقی و سایر کتاب‌های اخلاقی هم‌چون «کیمیای سعادت» به بحث قناعت اشاره کرده‌اند. قناعت از عوامل مهم برای همزیستی مسالمت آمیز و آرامش در زندگی، به حساب می‌آید.

اهمیت قناعت در زندگی به حدی است که امام زین العابدین (علیه السلام) در پاسخ به فردی که از ایشان جویای برترین اعمال شده بود، فرمودند: «هو ان یقنع بالقوت...»؛ برترین عمل

۱- محمد رضا، حکیمی، الحیاء، ترجمه احمد آرام، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۶.

۲- محمد بن مکرّم، ابن منظور، لسان العرب، بیروت، دار صادر، ۱۴۱۶ ق.

۳- تامپسون چارلز و دیگران، مشاوره با کودکان، ترجمه جواد طهوریان، تهران، رشد، ۱۳۸۴

۴- حر عاملی، محمد بن حسن، وسایل الشیعه، قم موسسه آل البیت، ۱۴۰۹ ق.

این است که انسان به آن چه در دست او است، قناعت باشد. قناعت آن قدر مهم است که موجب سعادت انسان به حساب آمده است این صفت، علاوه بر آن که از صفات ممتاز اخلاقی محسوب شده و به حسن رابطه فرد با مولای خود منجر می‌شود، در استحکام بنیاد خانواده نیز از اهمیت خاصی برخوردار است.

۴- عزت نفس

حرمت نفس یکی از بهترین نشانه‌های سعادت و خوش‌بختی است. هر چه فرد از حرمت نفس خویش فاصله می‌گیرد و به گونه‌ای خود پنداره منفی پیدا می‌کند از سعادت فاصله می‌گیرد. از مهم‌ترین عواملی که بر رفتار اجتماعی ما تأثیر می‌گذارد، احساس کفایت و عزت نفس است. هر یک از ما تصویری از خود دارد که به آن خود پنداره می‌گویند. آن ترکیبی از شناخت‌ها و احساساتی است که فرد نسبت به خود دارد. البته «عزت نفس» با مفهوم «خود» مساوی نیست. مفهوم «خود» مجموعه‌ای از عقاید فرد در باره خود است که بیشتر بر مبنای توصیف است تا این که بر مبنای قضاوت باشد؛ چرا که ممکن است بعضی از بخش‌های مقوم خود، خوب یا بد تلقی نشود. وقتی ویژگی‌هایی که فرد دارد با ارزش مثبت و منفی مورد قضاوت قرار نگیرد، خود را از عزت نفس جدا می‌سازد. پس نگاه به خود، در صورتی که با قضاوت همراه باشد، عزت نفس مطرح می‌شود.

اگر این قضاوت مثبت باشد، به عزت نفس فرد می‌افزاید. چنان که منفی باشد، عزت نفس او را کاهش می‌دهد. به عنوان مثال، پسر بچه‌ای که زیاد دعوا می‌کند، چنان که این حالت را به عنوان توانایی خود ارزیابی کند و برای آن ارزش مثبت قائل باشد، عزت نفس او افزایش می‌یابد. ولی چنان که از این حالت خود ناخرسند باشد و آن را حالت بدی ارزیابی کند، عزت نفس او

کاهش خواهد یافت.^۱ خود پنداشت از نظر مفهوم، گسترده‌تر از عزّت نفس است و به شناخت‌هایی که فرد از خودش دارد، اشاره می‌کند.^۲

عزّت نفس با مشارکت فرد در تعاملات خانواده ارتباط دارد. هر یک از افراد خانواده، وقتی دچار استرس می‌شوند، توانایی آن‌ها در برقراری ارتباط آشکار با یکدیگر، دادن پسخوراند و دریافت آن و حل مشکلات به عزّت نفس جمعی خانواده بستگی دارد. افراد خانواده در مواقع بحرانی یا استرس‌زا ممکن است ارتباط با یکدیگر را متوقف سازند تا بدین طریق عزّت نفس خویش را حفظ کنند.^۳

جایی که به توان خود اعتماد داریم و حس می‌کنیم می‌توانیم از پس مشکلات برآییم و آن‌ها را حل کنیم، از عزّت نفس برخورداریم. هرگاه فکر می‌کنیم می‌توانیم مسائل را تحلیل کنیم و با دید باز با آن‌ها رو به رو شویم، عزّت نفس داریم.

وقتی فکر می‌کنیم با استانداردهایی که دیگران به ارزیابی افراد می‌پردازند، نزدیک هستیم، خود پنداره مثبت داریم و به خود امتیاز خوبی می‌دهیم. وقتی می‌بینیم خداوند منان درباره ارزش انسان بهشت را مطرح می‌کند و می‌فرماید: «ان الله اشترى من المؤمنین انفسهم و اموالهم بان لهم الجنة»؛ «به درستی که خداوند جان و مال مؤمنان را با بهشت خریداری می‌کند».^۴ عزّت نفس خود را می‌یابیم. جایی که دیگران به ما بهاء می‌دهند و ارزش خاصی برای ما قائل هستند، احساس

۱- پاول هنری ماسن و دیگران، رشد و شخصیت کودک، ترجمه مهشید پارسایی، تهران، نشرمرکز، چاپ چهارم، ۱۳۷۲ ص ۴۱۳.

۲- سیدمجتبی هاشمی رکاوندی، مقدمه‌ای بر روان‌شناسی زن، ص ۱۳۷.

۳- چارلز. تامپسون و دیگران، مشاوره با کودکان، ترجمه جواد طهوریان، ص ۴۱۰.

۴- توبه(۹)، آیه ۱۱۱.

عزت نفس می‌کنیم. حضرت علی(علیه السلام) می‌فرماید: «من کرمتم علیه نفسه لم یهنها بالمعصیه»؛ کسی که نزد خود عزت و کرامت داشته باشد، با معصیت نفس خود را پست نمی‌کند.^۱

عزت و نفوذ ناپذیری اثر ارزشمند قناعت است. فردی که به آن چه دارد، قانع نیست، همواره در صدد است که کمبودهای مادی خود را بر طرف سازد و چون تأمین این نیازها در موارد زیادی مستلزم در خواست از دیگران است و از سوی دیگر، این کمبودها بی‌انتهای می‌باشد، نیل به آن چه که فرد در اختیار ندارد، مستلزم ابراز نیاز مداوم به دیگران است. این همان چیزی است که عزت و نفوذ ناپذیری فرد را به شدت به خطر می‌اندازد. از این رو؛ در روایات بسیاری قناعت موجب عزت دانسته شده است. عن امیرالمؤمنین(علیه السلام): «من تجلبب الصبر والقناعة عز و نبل»؛ هر کس لباس صبر و قناعت بر تن کند، عزیز و با فضیلت می‌شود.^۲ در روایت دیگری حضرت می‌فرمایند: «القناعة تؤدی الی العز؛ قناعت به عزت منتهی می‌شود.»^۳ بعضی از روایات حتی از این مرحله نیز فراتر رفته و قناعت را پایدارترین نوع عزت برشمرده‌اند: «القناعة ابقى عز»؛ پایدارترین عزت قناعت است.^۴

از این رو؛ وقتی به امام باقر(علیه السلام) گفته شد: «عظیم‌ترین انسان‌ها کیست؟ حضرت فرمودند: «مَنْ لَمْ يَبَالِ الدُّنْيَا فِي يَدِ مَنْ كَانَتْ»؛ کسی که توجه نداشته باشد به این که دنیا در دست کیست.»^۵

۱- عبدالواحد محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۲۳۱
 ۲- عبدالواحد محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۲۸۴
 ۳- عبدالواحد محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۳۹۲
 ۴- عبدالواحد محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۳۹۲
 ۵- تاج‌الدین شعیری، جامع الاخبار، ص ۱۰۹

روشن است که عزت مهم‌ترین سرمایه زندگی مشترک است. با وجود آن، می‌توان بسیاری از کمبودهای زندگی را نادیده گرفت و زمینه آرامش و سازگاری خانوادگی را فراهم ساخت.

بی‌نیازی و عزت انسان در احساس اوست. چه بسیار افرادی که با همه سرمایه‌ای که دارند، روحیه‌گدایی بر آن‌ها حاکم است. فیض کاشانی از وجود پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله وسلم) نقل می‌کند که حضرت فرمود: «بی‌نیازی به فراوانی ثروت نیست، بلکه به روحیه بی‌نیازی است».^۱ رهایی از اسارت نفس به قناعت وابسته است. کسی که قناعت پیشه نسازد، به اسارت نفس گرفتار می‌شود و عزت خود را از دست می‌دهد. علی (علیه السلام) می‌فرماید: «الحریص عبد المطامع»؛ حریص بنده هواهای نفسانی است.^۲

۵- اصلاح نفس

علاوه بر آثاری که به آن اشاره شد، این صفت از مهم‌ترین عوامل خودسازی قلمداد می‌شود. صفت ناپسند حرص، که سرچشمه بسیاری از رذایل اخلاقی است، با قناعت درمان می‌شود. ریشه-کن کردن حرص نقطه آغازی برای آراسته شدن به مکارم اخلاق خواهد بود. بر این اساس، امیر المؤمنین (علیه السلام) قناعت را عامل مقابله با حرص شمرده و فرموده‌اند: «إنتقم من حرصک بالقتل کما تنقم من عدوگ بالقصاص»؛ از حرص خود با قناعت انتقام بگیر همان گونه که از دشمن خود با قصاص انتقام می‌گیری.^۳

۱- محمد فیض کاشانی، تفسیر صافی، ج ۴، قم: دفتر نشر نوید اسلام، ۱۳۸۶، ص ۳۷۵

۲- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۳۹۱

۳- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۳۹۱

در جایی دیگر، از قناعت به عنوان بیش‌ترین یاری دهنده فرد در جهت اصلاح نفس یاد کرده‌اند: «أعون شیء علی صلاح النفس القناعة»؛ کمک کارترین عامل بر اصلاح نفس قناعت است.^۱

مسلم است فردی که توفیق خودسازی پیدا کرده و از نفس صالحی برخوردار گشته است، از توانایی ایجاد آرامش در جامعه و به حداقل رساندن تنش‌ها و ناسازگاری‌ها برخوردار خواهد بود.

۶- آینده نگری

یکی از عواملی که موجب می‌شود تا فرد بتواند با دشواری‌های اقتصادی حاکم بر زندگی کنار آید و بر آن‌ها غلبه کند، این است که امید به آینده بهتر را در خود زنده نگه دارد. او باید بداند که مشکلات همیشگی نیست و با مقاومت می‌توان بر آن‌ها فایق آمد و دوران سخت را پشت سر نهاد. هم‌چنان که خداوند متعال می‌فرماید: (ان مع العسر یسرا) مسلماً با سختی آسانی است.^۲ در قرآن کریم نیز خداوند متعال، حکمت نقل داستان‌های پیامبران را برای رسول اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم) این‌گونه معرفی و به او اطمینان می‌دهد که سختی‌ها همیشگی نیست. «ما سرگذشت انبیاء را برای تو بازگو کردیم تا قلب تو آرام (و اراده تو قوی) گردد».^۳

بنابراین؛ با این‌که نمی‌توان تجارب منفی گذشته را نفی کرد، اما همواره امیدی به آینده بهتر به ما فرصت می‌دهد تا با استفاده از تجارب یادگیری و مهارت‌های مقابله‌ای خود، اشتباهات

۱- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، همان، ص ۳۹۱.

۲- انشراح(۹۴)، آیه ۶.

۳- هود(۱۱)، آیه ۱۲۰.

گذشته خود را جبران کنیم و رضایت بیش‌تری کسب نماییم . انتظار آینده، امید و خوش بینی را درباره فرصت‌های جدید برای اعمال تسلط و کفایت به ما القاء می‌کند.^۱

۷- تنظیم بودجه

تنظیم بودجه عبارت است از: یک نقشه مشخص و یک برنامه منظم که به شما کمک می‌کند تا از درآمد خود حداکثر استفاده را ببرید. بودجه‌ای که از روی عقل و تدبیر تنظیم شده باشد، شما را به هدف و آرزوهای خود در زندگی می‌رساند. وقتی انسان از روی نقشه و حساب خرج کرد و مخارج هر ماه را آخر همان ماه از نظر گذراند، خواهد دید که برای هر چیز چه مبلغ پول داده و اگر بعضی مخارج در نظر شما زاید باشد، آن را حذف می‌کند تا اعتبارش به مصرف چیزهای مهم و لازم برسد. اگر صورت حساب خرج ماهیانه را با دقت مرور نماید، این امر بهترین و صمیمی‌ترین دوست و مستشار اقتصادی بوده است و بی‌شک راهنمای خرج و پس انداز فرد خواهد بود.

عالمان علم اقتصاد معتقدند که طرح و تنظیم بودجه همیشه باید با حضور و همکاری همه اعضای خانواده باشد. هم‌چنین هر چند وقت یک بار جلسه‌ای تشکیل دهد و در خصوص اوضاع اقتصادی و نقشه‌هایی که برای بهبود وضع خانواده در دست است، با بچه‌ها صحبت کند. روح همکاری را در آنان تقویت کند. در این صورت، آنان روی بیش‌تر توقعات خود قلم می‌کشند و از این که از بعضی چیزها محروم شده‌اند، عصبانی و بداخلاق نمی‌شوند.^۲

۱- کریس. ال. کلینکه، همان، ج ۲، ص ۲۲۲.

۲- کارنگی، دوروتی با همکاری دیل کارنگی، آیین همسررداری، ترجمه مهستی شهلائی، ص ۲۶۴.

امام باقر(علیه السلام) نیز در خصوص اهمیت برنامه‌ریزی در زندگی، آن را یکی از سه عامل نیل به کمال دانسته و فرموده‌اند: «تمامی کمال در سه چیز است که یکی از آن‌ها برنامه‌ریزی در باره معیشت است.»^۱

امام صادق(علیه السلام) نیز رفق و لطافت در برنامه‌ریزی اقتصادی را بهتر از توسعه مالی دانسته، فرموده‌اند: «رفق و لطافت در برنامه‌ریزی اقتصادی بهتر از توسعه مالی است.»^۲ دلیل این امر نیز روشن است. هم‌چنان که السی استاپلتون، که یکی از بزرگ‌ترین متخصصان علم اقتصاد است و چندی مستشار اقتصادی تجارت‌خانه‌های بزرگ بوده‌است، عقیده دارد که غالب مردم وقتی پولشان زیادتر شد، خرجشان را بالا می‌برند و در نتیجه، باز با بی‌پولی و کمبود دست به گریبان هستند.^۳

۸- الگوپذیری

در نظر داشتن الگوها و سرمشق‌هایی که قناعت را سرلوحه زندگی خویش و با وجود توانایی برای برخورداری از زندگی مرفّه، نیل به ارزش‌های معنوی را در الویت قرار داده و از امکانات بسیاری که در اختیار داشته، به مقدار ضرورت اکتفا کرده و بقیه را به نیازمندان بخشیده‌اند، مهارت دیگری است که روحیه قناعت را تقویت و در اوج سختی‌های معیشتی، فرد را از ناشکیبایی باز می‌دارد. امام علی(علیه السلام) در نامه‌ای به عثمان بن حنیف انصاری، فرماندار بصره که در مهمانی یکی از ثروتمندان بصره شرکت کرده بود، فرمودند: «آگاه باش! هر مأمومی امام و پیشوایی دارد که باید به او اقتدا کند و از نور دانش او بهره گیرد.

۱- محمد بن یعقوب کلینی، الکافی، ج ۱، ص ۳۲.

۲- محمد بن یعقوب کلینی، الکافی، ج ۲، ص ۱۱۹.

۳- کارنگی، دوروتی با همکاری دیل کارنگی، ص ۲۵۷.

بدان امام شما به همین دو جامه کهنه و از غذاها به دو قرص نان اکتفا کرده‌است. آگاه باش! شما توانایی آن را ندارید که چنین باشید، اما مرا با ورع، تلاش، عفت، پاکی و پیمودن راه صحیح یاری دهید.^۱

با پیروی از این الگوها می‌توان راهی را برای قناعت پیدا کرد تا زمینه سازگاری در زندگی را بیش‌تر فراهم نمود.

۹- همخوان سازی خواسته‌ها و انتظارات با واقعیت‌ها

از آفت‌هایی که هر خانواده‌ای را تهدید می‌کند، رشد خواسته‌ها و انتظارات اعضای خانواده از یکدیگر است، به گونه‌ای که این گونه توقعات به مرزی غیرمنطقی می‌رسد. با مطرح شدن آن‌ها، آرامش زندگی به هم می‌ریزد. همسران جوان غالباً از این جنبه آسیب می‌بینند که مرز منطقی و غیر منطقی بودن انتظاراتشان از یکدیگر مشخص نیست و احساساتشان در این رهگذر جریحه‌دار می‌شود. نقطه بحران در زندگی زمانی فرا می‌رسد که انتظارات غیرمنطقی و تأمین نشده بر روی هم انباشته شود، مقاومت افراد در زندگی به تدریج کم‌تر شود و در یک لحظه غیرقابل پیش‌بینی، درگیری به وجود آید. خانواده‌ای که قناعت پیشه باشد. با تنظیم و تدوین انتظارات و توقعات و همخوان سازی آن با واقعیت‌ها، راه را بر ورود هر عامل تفرقه و تزلزل در زندگی سد می‌کند و خواسته‌ها را در قالب بایسته‌ها و شایسته‌ها می‌ریزد و روح تفاهم و همدلی را به زندگی تزریق می‌کند. این مهم زمانی رخ می‌دهد که افراد خانواده از حقوق و وظایف، هم‌چنین از فضایل خود به خوبی آگاه باشند.

۱- نهج البلاغه، نامه ۴۵

نتیجه

مصرف‌گرایی در بستر جامعه و فرهنگ عمومی شکل می‌گیرد و عوامل غیراقتصادی مانند: خانواده، جامعه، به‌خصوص رسانه و دولت نیز در شکل‌گیری آن دخیل هستند که لازم است به آن‌ها نیز توجه شود.

مفهوم مصرف‌گرایی در ادبیات دینی با مفاهیم اسراف و تبذیر مطابقت دارد و این مفاهیم، افعال ناپسند و حرام هستند. بنابراین؛ مصرف بی‌رویه و هدف قراردادن مصرف، جایز نیست؛ اسلام با مصرف کردن مخالف نیست و مسلمانان را به میانه‌روی و اعتدال در مصرف و کوشش برای تأمین وسایل زندگی در طول سال ترغیب می‌کند؛ بنابراین، مصرف به خودی خود و در حد کفاف و بدون اسراف و تبذیر ممدوح بوده و مورد تأیید اسلام است.

مصرف‌گرایی آفت سبک زندگی اسلامی است و در مقابل اسلام برای الگوی مصرف نسخه متفاوتی پیچیده‌است. اسلام معتقد است با قناعت و رضایت به تقدیر الهی در کنار تلاش، پرهیز از اسراف، تکیه بر ارزش‌های بنیادی و ترویج روحیه ایثار و انفاق می‌توان زندگی به دور از مصرف‌گرایی و تجملات داشت. مصرف‌گرایی (اسراف) در مقابل مصرف بهینه قرار دارد و یکی از آسیب‌های جدی رشد و توسعه منابع ملی به شمار می‌رود.

داشتن مدیریت مدبرانه و عاقلانه مصرف که مورد تأکید مقام معظم رهبری نیز می‌باشد یکی از ضروریات اولیه این امر به حساب می‌آید. مسئولان و متولیان امر با پرهیز از شعارزدگی نباید به برگزاری چند همایش، سخنرانی و چاپ مقاله و کارهایی از این قبیل خود را گرم کنند. بنابراین؛ وجود مدیریت صحیح و عاقلانه در سطح کلان در جهت هدایت و تدوین و انتخاب یک استراتژی راهبردی، طبق نقشه راهی که مقام معظم رهبری ترسیم نمودند، زمینه تحقق این طرح

ملی و آینده ساز که حقیقتاً پیشرفت کشور و توسعه عدالت در گرو آن است از ضروریات اجتناب ناپذیر می باشد.

هدف اصلی اسلام، قسط و رهنمود ساختن انسان، برای تحقق بخشیدن به عدالت اجتماعی تمام عوامل مؤثر و موجد آن را خاطر نشان ساخته و از عواملی که مزاحم رسیدن به عدل هستند نهی می نماید، تا جامعه با امکانات کافی بتواند مسیر خویش را بپیماید .

فهرست منابع و مأخذ

* قرآن

* نهج البلاغه

- ۱- آمدی، عبدالواحد محمد بن تیمی، غررالحکم و درالکلم، قم، دفتر تبلیغات، ۱۳۶۶.
- ۲- ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت، دارصادر، ۱۴۱۶ ق.
- ۳- ابن اثیر، مبارک، النهایه فی غریب الحدیث والاثر، قم، موسسه مطبوعاتی اسماعیلیان، ج ۳، ۱۳۶۷ ه. ش.
- ۴- اسحاقی، حسین، باید و نبایدهای مصرف، قم، دفتر عقل، چاپ اول، ۱۳۸۸.
- ۵- اخوی، احمد، اقتصاد کلان، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، پنجم، ۱۳۸۰.
- ۶- بونارو، هاری، سلامت روح، ترجمه محمد حجازی، تهران، ابن سینا، ۱۳۵۲.
- ۷- بهار، مهدی، مطالعات فرهنگی، اصول و مبانی، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۶.
- ۸- باکاک، رابرت، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران، نشر پژوهش، شیراز ۱۳۸۸.
- ۹- تامپسون چارلز و دیگران، مشاوره با کودکان، ترجمه جواد طهوریان، تهران، رشد، ۱۳۸۴.
- ۱۰- جانسون رابرت، احساس رضایت، ترجمه شهره عبداللهی، تهران، پیک بهار، ۱۳۸۰.
- ۱۱- حکیمی، محمد رضا، الحیاه، ترجمه احمد آرام، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۶.
- ۱۲- الحر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، قم، موسسه آل بیت، ۱۴۰۹ ق.
- ۱۳- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات الفاظ قرآن، انتشارات مرتضوی، چاپ دوم، ۱۳۷۶.
- ۱۴- رفیع پور، فرامرز، توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷.
- ۱۵- فیض کاشانی، محمد، تفسیر صافی، جلد ۴، قم: دفتر نشر نوید اسلام، ۱۳۸۶.
- ۱۶- قدیری اصل، باقر، کلیات علوم اقتصاد، تهران، مرکز نشر سپهر، هفتم، ۱۳۷۹.

- ۱۷- قریشی، علی اکبر، قاموس قرآن، دارالکتب اسلامی، چاپ حیدری، چاپ سیزدهم، بهار ۱۳۷۸.ش.
- ۱۸- کلینی، محمدبن یعقوب، الکافی، جلد ۱ و ۲، بیروت، دارالکتب، ۱۳۸۸ ه .
- ۱۹- کلانتری، علی اکبر، اسلام والگوی مصرف، قم، موسسه بوستان کتاب، پنجم، ۱۳۸۸.
- ۲۰- کرباسیان، قاسم، جامعه و مصرف‌گرایی، سایت پژوهشکده باقر العلوم، بی‌تا.
- ۲۱- مکارم شیرازی، ناصر، چاپ شانزدهم، تهران، انتشارات دارالکتب اسلامی، ۱۳۷۸.ش.
- ۲۲- متفکرو رهبر نظریه ساختار‌گرایی، قرن ۲۰، آثار نظم‌اشیاء، تنظیم جنون، بی‌تا.
- ۲۳- هنری ماسن، پاول، رشد و شخصیت کودک، ترجمه مهشید پارسایی، تهران، نشر مرکز، چاپ چهارم، ۱۳۷۲.
- ۲۴- ماه نامه سیاحت غرب، شماره ۷۰، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۸.
- ۲۵- اباذری، مهدی، "نظام سرمایه داری غرب و رواج مصرف‌گرایی"، مجله ارمان، پاییز ۸۸، شماره ۸.
- ۲۶- اباذری و چاوشان، "پیامدهای مصرف‌گرایی، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی"، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- ۲۷- اسکندری، صالح، "مقاله رواج پدیده مصرف‌گرایی"، نشریه رسالت، ۱۳۸۷/۱۰/۳.
- ۲۸- خراسانی، مرضیه، روزنامه دنیای اقتصاد، "مصرف و مصرف‌گرایی"، شماره ۱۱۹۳، ۱۳۸۵/۱۲/۱۵.
- ۲۹- خوش‌چهره، محمد، "عوامل مصرف‌گرایی جامعه ایرانی"، روزنامه همشهری، دوشنبه ۱۴ اردیبهشت ۱۳۸۸.
- ۳۰- علی‌خواه، فردین، "پیامدهای مصرف‌گرایی"، فصلنامه تحقیقاتی فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- ۳۱- قدیری ابیانه، حسین، هفته نامه مثلث، پنج‌شنبه ۲۹ تیر، ۱۳۹۱.