همایش علمی مطالعات حقوقی، علوم قضایی و پژوهش های اجتماعی

نهاد برگزار کننده همایش: موسسه قانون یار

((با همکاری و حمایت معنوی دانشگاه رهنورد (استان بلخ، کشور افغانستان)– جهاد دانشگاهی استان تهران))

سردبیر علمی و مسئول برگزاری همایش: دکتر بهنام اسدی شماره مجوز: ۷۸۸۶۴-۱۵۲۱/۳۳۰۱

تاریخ برگزاری همایش: ۱۳خرداد۱۴۰۰ شماره مقاله: ۱۹/۳۳۵۵ رده بندی کنگره: الف ۹۰۳/۷۸۵۵

علل و عوامل عمل به سبک زندگی اسلامی در راه رسیدن به سعادت

دکتر مریم اسلام پناه[1]

دکتر شهلا رضایی

چکیده

اصول اخلاقی و ارزش‌های انسانی در تمامی زمان‌ها و مکان‌ها یکسان و نامتغیر است. فطرت و سرشت آدمی در همهٔ ادوار تاریخ، اصول ثابت اخلاقی داشته و پذیرش انسان‌ها را نسبت به آن‌ها نهادینه کرده است. همانطور که نمی‌توان الگو بودن پیامبر اسلام و سفارش قرآن در این زمینه را مختص به زمان و مکان خاص دانست، پایبندی پیامبر نیز به آن اصول و کیفیت برخوردشان با موانع و عمل به آن‌ها برای همه انسان‌ها الگو است. تحقق سبک زندگی اسلامی یکی از ضرورت‌های اساسی برای رسیدن به تمدن نوین اسلامی است. این امر خود مستلزم توجه جدی اندیشمندان مسلمان به موضوع سبک زندگی و راه‌های وقوع آن در فرد و اجتماع است. یکی از مسائل مهم برای رسیدن به این امر توجه به مبادی و مبانی سبک زندگی اسلامی است؛ زیرا سبک زندگی اسلامی تنها با تحقق این مبانی واقع شده و دوام پیدا خواهد کرد. با بررسی رابطه دو مسأله مهم معنای زندگی و سبک زندگی از دیدگاه عقل و معرفت بشری و ربوبی، نشان می‌دهد که سبک زندگی افراد ریشه در معنای زندگی داشته و به همین جهت وقوع هر نوع سبک زندگی از جمله سبک زندگی اسلامی، نیازمند شکل گیری معنای زندگی متناسب به عنوان پایه و بنیاد آن است.

واژگان کلیدی: *مفهوم سبک زندگی، سبک زندگی اسلامی، رسدین به سعادت، عقاید دینی*

---

[1] نویسنده مسئول

بخش اول: معنا و چیستی زندگی

سبک زندگی در معانی بسیار مثل « محدود کیفیت و » نشستن بسیار گسترده مثل مدل « سبک زندگی تجویزی کاربرد » اسلام دارد. در علومی مثل جامعه شناسی، پزشکی، روان شناسی بالینی، روان پزشکی، مدیریت، روان شناسی... حضور دارد. در خطر افتادن زندگی معنادار در میان دغدغه‌ها و فشارهای زندگی معاصر، موجب شده میلی فزاینده به بحث و سخن گفتن در باب معنای زندگی شکل گیرد. این امر سبب شده است که اندیشمندان علوم گوناگون از قبیل فلسفه دین، فلسفه اخلاق، روانشناسی و... به بحث از این موضوع علاقه نشان دهند. چنانکه تأثیر آن در عرصه‌های مختلف زندگی بشر و به ویژه در قلمرو علوم انسانی شگرف می‌باشد. با این حال علی رغم فراگیری موضوع و مواجهه هر انسان با آن در طول حیات خود، مسأله معنای زندگی در هنگام بحث، بررسی و تدقیق دچار ابهام بوده و موضوع از وضوح کافی برخوردار نیست. [۳]نتیجه چنین وضعیتی این است که سه نظر عمده در باب معنای «معنای زندگی» وجود داشته باشد: معنای زندگی = هدف زندگی معنای زندگی = ارزش زندگی معنای زندگی = فایده زندگی در میان این سه دیدگاه، دیدگاه اول از استحکام، اعتبار و فرا گیری بیشتری برخوردار است؛ زیرا ارزش و فایده یک امر صرفاً در پرتو هدف آن معنا پیدا کرده و هرگونه تبیین ارزشمندی و فایده مندی در بازگشت به بحث هدف معنادار است. با پذیرش این دیدگاه مقصود از معنای زندگی هدف زندگی است. حال با توجه به این که هدفمندی تنها در مجموعه افعال اختیاری انسان معنادار است، لذا معنای زندگی را می‌توان هدف و غایت مجموعه افعال اختیاری انسان و حیطه اختیاری زندگی او محسوب نمود. (فاضلی، ص۱۰۴)

بند اول: تحلیل معنای زندگی

هدف و غایت مجموعه افعال ارادی انسان را به دو نوع هدف متمایز می‌توان تقسیم کرد:

۱- هدف نهایی (هدف اعلی) ۲- اهداف میانی و واسطه‌ای (هدف‌های تکاملی نسبی). هدف نهایی آخرین هدف انسان در زندگی و آخرین چیزی است که انسان می‌خواهد به

آن دست یابد. اهداف میانی واسطه رسیدن به هدف نهایی و ابزار و وسیله حصول آن هستند. برای تحقق زندگی معنادار، وقوع هر دو نوع هدف و ارتباط پویا و صحیح آن‌ها ضروری است. توضیح مطلب از آن قرار است که کلیه اعمال و افعال اختیاری انسان دارای هدف معین و مشخص هستند؛ هدفی که توجیه گر آن فعل اختیاری و معنابخش آن است. آن هدف نیز خود موجّه نبوده و برای توجیه خود نیازمند هدف بالاتری است؛ و این فرآیند به همین ترتیب ادامه می‌یابد. نتیجه چنین تحلیلی این است که زندگی معنادار به معنای زندگیِ موجّه است؛ زندگی‌ای که در آن هر امری به هدفی بالاتر از خود ارجاع پیدا کرده و به واسطه آن موجّه می گردد. البته سلسله تمام این توجیهات بالاخره به هدفی نهایی ختم شده که «خود موجّه» است و توجیه تمام مجموعه قائم به آن است. (طاهری، ص ۱۰۰)

بند دوم: تعاریف ارائه شده دانشمندان غربی در مورد سبک زندگی

- زیمل می گوید سبک زندگی تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش-های بنیادی خود در فرهنگ عینیی-اش و شناساندن آن به دیگران؛ به سخن دیگر، انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر)، شکل (صورت)های رفتاری-ای را برمی گزیند. زیمل، توان چنین گزینشی را «سلیقه» و این اشکال به هم مرتبط را «سبک زندگی» می-نامد.

- وبلن در جایی، سبک زندگی را الگوی رفتارجمعی می-داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش-های فکری هستند و درجای دیگر، سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری سازوکار روحی، عادات فکری و معرفت او قلمداد می- کند.

- وبر سبک زندگی را از جنس رفتار می-داند که تمایلات آن را هدایت می- کنند و فرصت های زندگی بستر بروز آن را فراهم می آورند.

- کلاکهون سبک زندگی را چنین تعریف می- کند : «مجموعه-ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقا توسعه یافته-ی ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف کنند.

- جرالد لسلی و همکاران او در مورد سبک زندگی می گویند: سبک زندگی رفتارهایی که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط می-باشند و چگونگی نمایش رفتارها توسط فرد است. سبک زندگی هم الگوهای مصرف را شامل می-شود و قدرتی که از این ناحیه کسب می شود.

- بوردیو سبک زندگی را فعالیت-های نظام-مندی می-داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می-شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می-بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می-کنند.

- لیزر در یک-جا سبک زندگی را طرز مشخص یا متمایز زندگی کردن گروهی از مردم معرفی می- کند؛ نظامی که از تأثیر فرهنگ (ارزش-ها، منابع، نمادها و قوانین) بر نیروهای زندگی در گروه شکل می گیرد.

- گیدنز سبک زندگی را مجموعه -ای از رفتارها تعبیر کرده که فرد آن-ها را به کار می-گیرد تا نه فقط نیازهای جامعه خود را برآورد، بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده، دربرابر دیگران نیز مجسم سازد. (هاشمی، ص۳۹)

بخش دوم: بررسی و شناخت سبک زندگی دینی در راه رسیدن به سعادت

سبکی است که الگوهای مطرح در آن از ترجیحات دینی یا مبتنی بر مبانی دینی پدید آمده است. به لحاظ عینی درون هر نوع فرهنگ مبتنی بر مذهب و مکتبی (اعم از شیعه، سنی، مسیحی، بودایی و.) این الگوها وجود دارد. اما چون اسلام همه حوزه-های زندگی را پوشش داده و بر ایشان دستور دارد، لذا کامل-ترین سبک-های زندگی را عرضه می-کند. عباراتی که می-توان سبک زندگی اسلامی را با آن معرفی کرد مانند: «حَیاةً طَیِّبَةً»، «أُسْوَةٌ»، «مَحْیَا» و..

﴿مَنْ عَمِلَ صالِحاً مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثى وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُ حَياةً طَيِّبَةً وَ لَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ ما كانُوا يَعْمَلُونَ﴾؛ «هر کس- از مرد یا زن- کار شایسته کند و مؤمن باشد، قطعاً او را با زندگی پاکیزه‌ای، حیاتِ [حقیقی] بخشیم، و مسلماً به آنان بهتر از آنچه انجام می‌دادند پاداش خواهیم داد.«

﴿لَقَدْ كانَ لَكُمْ فی رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَ الْيَوْمَ الْآخِرَ وَ ذَكَرَ اللَّهَ كَثيراً﴾؛ «قطعاً برای شما در [اقتدا به] رسول خدا سرمشقی نیکوست: برای آن کس که به خدا و روز بازپسین امید دارد و خدا را فراوان یاد می‌کند.

اللَّهُمَّ اجْعَلْ مَحْيَایَ مَحْيَا مُحَمَّدٍ وَ آلِ مُحَمَّدٍ وَ مَمَاتِی مَمَاتَ مُحَمَّدٍ وَ آلِ مُحَمَّدٍ (ص)»؛ «خدایا قرار ده زندگیم را زندگی محمد و آل محمد و مرگم را مرگ محمد و آل محمد(ص)». (زیارت عاشورا)

بند اول: نقش نیت در سبک زندگی اسلامی

سبک زندگی اسلامی نمی-تواند به نیت-ها کاری نداشته و در عین حال که تأکید آن روی رفتار است، به حداقل-های عواطف و شناخت-ها نیز نظر دارد. در واقع در سبک زندگی اسلامی، می-شود رفتارها را به مهره-های متعددی تشبیه کرد که علوم انسانی به خود آن مهره-ها و بدون ارتباط با عوامل دیگر می-پردازند، ولی در سبک زندگی اسلامی نه تنها به خود آن مهره-ها، بلکه به آن-چه که سبب ارتباط آن-ها باهم می-شود و همانند نخ تسبیح در تمام آن-ها وجود دارد، نیز می -پردازد. حتی رفتاری مثل نماز، اگر اعتقاد به خدا و معاد را پشتوانه خود نداشته باشد رفتار اسلامی محسوب نمی- شود.

بند دوم: مبانی اصولی در سبک زندگی اسلامی

سبک زندگی فقط ظاهر افراد را شامل نمی- شود که احیانا زیبایی-هایی نیز داشته باشد. بلکه این ظاهر رفتار وقتی دو ویژگی پیدا می- کند عنوان سبک زندگی بیشتر به آن انطباق پیدا می- کند: ۱- اینکه آن رفتار ظاهری عادت رفتاری انسان بشود و تبدیل به یک رسم یا

عادت فردی شود. ۲- جمعی از انسان ها این ظاهر و روش را برای خودشان انتخاب کرده اند. سبک زندگی یعنی ظاهر رفتار و عادت و جمعی بودن که هر سه با هم تعریفی از سبک زندگی می شود. همانطور که گفتیم و اشاره شد سه رکن مهم وجود دارد برای این-که انسان بتواند خودش و خصوصیات زندگی-اش را معرفی کند. رکن اول، که براساس آن زندگی را بنا می- کنند، موضوع جهان بینی است. جهان بینی هر شخص، تأثیر باورهایش بر زندگی-اش است. جهان بینی را معلومات فرد مشخص نمی-کند. باورها و اعتقاداتش آن را مشخص می- کند. رکن دوم، ایدئولوژی است. ایدئولوژی-ها را می توان به بایدها و نبایدهای اخلاقی و فقهی، اطلاق کرد. رکن سوم، سبک رفتاری و ظاهری است که به آن سبک زندگی می گویند.

بند سوم: سبک زندگی در مطالعات دینی

مطالعه در این حوزه زیاد انجام نگرفته است و تنها در برخی مؤلفه ها مثل: تغذیه، ورزش و فراغت، آن هم به مختصر، به دیدگاه های دینی پرداخته شده است؛ اما هیچ الگویی برای سبک زندگی اسلامی ارائه نشده و نوشته جامع در این زمینه وجود ندارد؛ یعنی نوشته ای وجود ندارد که نخست همه ابعاد را سنجیده و دیگر اینکه انسجام همه ابعاد را با یکدیگر لحاظ کرده باشد. (فاضلی، ص۱۰۳)

مفهوم «سبک زندگی»، از جمله مفاهیم علوم اجتماعی و مردم شناسی است که در دهه اخیر بسیار مورد توجه عالمان علوم اجتماعی و مدیران فرهنگی قرار گرفته است. مفهوم سبک زندگی، در معانی بسیار محدود(همانند کیفیت نشستن) و بسیار گسترده (همانند مدل سبک زندگی تجویزی اسلام) کاربرد داشته و در علومی مانند: جامعه شناسی، روان شناسی، پزشکی و یا مدیریت حضور دارد؛ هم از دریچه «هست ها» به سبک زندگی نگاه می شود و هم از دریچه «بایدها و تجویزها» در تعریف آن نظریه های مختلفی مطرح شده که در ذیل به چند تعریف اشاره می کنیم:

بنا بر نظریه «وبر»، سبک زندگی از جنس رفتار است که تمایلات آن را هدایت می کند و فرصت های زندگی بسته را برای بروز آن فراهم می کنند. به نظر مک کی، سبک زندگی الگویی است که از ارزش ها و باورهای مشترک یک جامعه و گروه برآمده باشد که به شکل رفتارهای مشترک ظاهر می شود. مفهوم سبک زندگی در آرای «وبلن»، به منظور بررسی پدیده مصرف در آمریکا به کار گرفته شد. البته او تعریف دقیقی از این الگو عرضه نکرده است؛ اما این مفهوم را دال بر شیوه زندگی متمایز طبقه مرفه و نمودی از جایگاه طبقاتی آنها قلمداد کرده است. تعریفی که در این پژوهش مورد نظر و انتخاب ما بوده، تعریف دوم است که فصل های این پژوهش طبق آن تدوین شده است. کم و بیش در همه آنها، دو مفهوم را می توان یافت که مورد توجه است و هر دو مفهوم نیز به واژه «سبک» بر می گردد: یکی مفهوم وحدت و دیگری مفهوم تمایز؛ به این معنا که سبک زندگی دلالت بر مجموعه عناصری دارد که به طور نظام مند با هم در ارتباط هستند و یک کلّ را تشکیل می دهند و همین وحدت و نظام واحد، این کلّ را از کلّ های دیگر تمایز می دهد. (مهدوی کنی، ص۴۷)

بخش سوم: نگرش اسلامی به سبک زندگی

۱. زندگی، به تبع کل هستی، هدفمند است. انسان، به الزام مطلوبی نهایی را دنبال می کند و کارهایی را که انجام می دهد، برای دستیابی به آن خواهد بود. ممکن است چیزی که برای کسی هدف نهایی است، برای شخص دیگر نهایی نباشد؛ اما معلوم است شخص دوم نیز در آخر به دنبال رسیدن به یک هدف نهایی دیگر است.(مصباح یزدی، ۱۳۷۶) در بیان هدف نهایی از دیدگاه قرآن، به مفاهیمی همچون: سعادت، فلاح و رستگاری می رسیم که دیگر تعلیل بردار نیستند. مفهوم سعادت و لذّت بسیار به هم نزدیک اند؛ امّا لذّت در موارد لحظه ای و کوتاه مدت نیز به کار می رود؛ در حالی که سعادت، تنها در مورد لذّت های پایدار یا کم و بیش پایدار کاربرد دارد. درباره کسی که غذایی می خورد و از آن لذّت می برد، مفهوم سعادت را به کار نمی برند؛ بلکه می گویند: «از خوردن غذا لذّت

برد.» در سعادت، لذّت نهفته است؛ اما لذّت، همیشه با سعادت همراه نیست. سعادتمند در این جهان، کسی است که لذّت های او از نظر کیفیّت و یا کمّیّت نسبت به درد و رنج هایش برتری و فزونی دارد و در آن، دو ویژگی لحاظ می شود: برتری از جهت کیفیّت، و دوام از جهت کمّیّت. قرآن در مقایسه میان لذّت های دنیوی و اخروی، به منظور دعوت به سوی لذّت کامل تر می گوید: «لذّت آخرت، از لذّت دنیا بهتر و پایدارتر است.»(اعلی، آیه ۱۷) قرآن کریم مردم را به دو دسته «شقی» و «سعید» تقسیم می کند و جایگاه واقعی هرکدام را نشان می دهد.(مصباح یزدی، ۱۳۸۴) برخی می گویند: «هدف زندگی انسان، سعادت است و سعادت، یعنی اینکه هر چه بیشتر و بهتر زندگی کند و از مواهب این دنیا لذّت ببرد.» گاه نیز می گویند: «هدف، لذّت است...»؛ اما در قرآن هیچ یک از این تعبیرها نیامده است. قرآن می فرماید: «إنس و جن، فقط برای عبادت پروردگار آفریده شده اند.»(ذاریات، آیه ۵۶) در هر صورت، در قرآن کریم یک کلمه یا مفهوم به عنوان هدف زندگی انسان نیامده است؛ ولی تأکید شده که انسان، بیهوده آفریده نشده است.(مؤمنون، آیه ۱۱۶) و شناخت نیز به عنوان مقدمه عبادت مطرح است.

۲. اصل در زندگی انسان، زندگی اجتماعی است. با یک نگاه سطحی و سریع به قرآن، می شود فهمید که اسلام، دین زندگی اجتماعی است. شاید بشود گفت که این موضوع، نیاز به توضیح و استدلال دارد. قوانین زندگی همچون: خرید و فروش، ازدواج، خانواده، جنگ و صلح، رابطه اخلاقی افراد با یکدیگر، بسیاری از عبادات، توجه به امور سیاسی و اداره حکومت، احکام ارث، وصیت، دیات و یا قصاص، همگی که در قرآن آمده است، بیشتر اجتماعی است؛ البته مواردی هم مانند عبادات هستند که صد در صد فردی اند. واژه هایی مثل: «قوم»، «ناس»، «امّت»، «قریه» و «اُناس»، هرکدام به خوبی گویای این مطلب اند که اصل در زندگی انسان، زندگی اجتماعی است؛ به سخن دیگر، از دیدگاه اسلام، انسان از انزوا و رهبانیت و زندگی فردی منع شده است؛ اما نباید چنین تلقی شود که انسان

در تکالیف نیز اجتماعی است؛ بلکه برعکس است؛ به دیگر عبارت، فرد فرد انسان ها تکلیف دارند و هر کسی نتیجه اعمال خود را می بیند(مریم، آیه ۵۹) و عمل نکردن دیگران به تکلیف، به هیچ وجه، دلیل و توجیهی برای عمل نکردن ما نمی شود.(نجم، آیه ۳۸ـ۴۰) بسیاری از بزرگان دینی، انبیاء، ائمه و أولیای الهی، در زمان و شرایطی به تکلیف دینی عمل می کردند که هیچکس آن ها را همراهی و تأیید نمی کرد؛ بلکه چه بسا همه با ایشان مخالفت می کردند و می جنگیدند.

بخش چهارم: تأثیر و کاربرد رسانه ها بر تغییر سبک زندگی

محتوایی که هر لحظه در رسانه های اجتماعی منتشر می شود، برخلاف رسانه های سنّتی، بیانگر نظریات یک حزب یا ارگان خاص نیست؛ بلکه بازتاب عقاید و دیدگاه های افراد مختلف از سرتاسر جهان است. یک فرد سیاسی، همان قدر امکان استفاده از رسانه های اجتماعی را دارد که یک فعال محیط زیست، یک کارگر، یک معلم، یک کودک دبستانی و یک بیمار روانی، آن امکان را دارد. فرصت حضور و فعالیت در رسانه های اجتماعی، برای همگان یکسان است و هر فردی می تواند رسانه شخصی خود را داشته باشد. اینکه عده ای از آن استفاده نمی کنند و یا امکان بهره مندی از آن را ندارند و عده ای دیگر نیز افراط می ورزند، بحث دیگری است. افراد در رسانه های اجتماعی، در جایگاه یک خبرنگار، اخبار را مخابره می کنند؛ مانند یک عکاس، عکس هایی را که گرفته اند، بارگذاری می نمایند؛ همانند یک رهبر سیاسی، بیانیه صادر می کنند؛ همچون یک رهبر مذهبی یا یک فیلسوف، مبانی فکری و عقیدتی خود را با دیگران مطرح می نمایند؛ احساسات، دلتنگی ها و شاید عقده های شخصیشان را بدون هیچ هراسی بیان می کنند و در کل، در گفتن و نوشتن و نشر دادن، آزاد هستند و این، امکانی است که در جهان فیزیکی وجود ندارد. بدین ترتیب، لیبرالیسم به شکل کامل در قالب یک زندگی دوم پیاده شده است. از طرف دیگر، خصوصی بودن اینترنت برای هر شخص، به این معناست که افراد به تنهایی و از پشت دستگاه ارتباطی خود وارد دنیای مجازی شده و بر

یکسری حساب های کاربری و پروفایل ها مالکیت دارند؛ در حالی که ممکن است فرد در دنیای واقعی، تملک چندانی نداشته باشد. این موضوع، ضمن اینکه بر جذابیت فضای مجازی می افزاید، بر میزان فردگرایی انسان نیز دامن زده و او را خودمحورتر خواهد کرد. گرایش افراد به سوی استفاده از تبلت ها و گوشی های هوشمند، خود به خود زمان حضور آنها در فضای مجازی را افزایش خواهد داد. در طیّ یک بررسی، در کشور آمریکا مشخص شد مردانی که از دستگاه موبایلِ خود به رسانه های اجتماعی وارد می شوند، تقریباً ۱.۵ ساعت در روز بیشتر از مردانی که از رایانه شخصی برای انجام این کار استفاده می کنند، در رسانه ها زمان می گذرانند. برای زنان نیز آمار مشابهی به دست آمده است. (مهدوی کنی، ص۴۷)

شبکه های اجتماعی، تعامل فرزندان با والدین را نیز دگرگون کرده اند. بر اساس تحقیقاتی، رابطه فرزندان و والدین آنها در فیسبوک بررسی شده است؛ در سنین ۱۳ـ۱۷ سالگی، ۶۵ درصد نوجوانان برای والدین خود درخواست دوستی ارسال می کنند؛ در سنین بالاتر، این میزان به ۴۰ درصد کاهش پیدا می کند؛ اما در سنین بالاتر از ۴۰ سال، تمایل فرزندان به انجام این کار مجدداً افزایش یافته، به ۵۰ درصد می رسد. همچنین، در تعاملات بین فرزندان و والدین، دختران بیشتر از پسران بر روی دیوار والدینِ خود آیتم هایی را به اشتراک می گذارند؛ درحالی که پسران ترجیح می دهند دریافت کننده باشند. علاوه بر این، در ارسال کامنت معمولاً این والدین هستند که ارتباط را آغاز می کنند و با افزایش سنّ فرزندان، درصد انجام این کار افزایش پیدا می کند. پژوهش ها نشان می دهد که تأثیر رسانه بر رشد اجتماعی، به عواملی مانند: تعامل با خانواده، همسالان، مدرسه و شبکه های ارتباطی بستگی دارد؛ برای مثال، هنگامی که رابطه کودک با خانواده اش رضایت بخش نباشد، به تلویزیون پناه می برد و درباره آنچه می بیند، به تخیل می پردازد. به گونه ای مشابه، پژوهش های کنونی نشان می دهد که استفاده از رایانه می تواند به درک کودک از خود و جامعه پذیری وی کمک نماید؛ مثلاً استفاده از شبکه رایانه ای در مدارس منجر به آسان سازی تعاملات گروهی، همکاری و شکل گیری دوستی ها شده است. در مکان هایی مانند کلوب های رایانه ای نیز کودکان به مبادله افکار و ایجاد روابط

می پردازند که باعث ایجاد موقعیت اجتماعی برای آنان و به دست آمدن عزّت نفس می شود. (فاضلی، ص۱۴۴) کاربرد رایانه در خانه نیز موقعیت های مخصوص خود را دارد. قرار دادن رایانه در اتاق شخصی، به جای گذاشتن آن در یک مکان عمومی، به انزوای اجتماعی منجر می شود. همچنین، استفاده از اینترنت در خانه به بالا رفتن سطح تنهایی و افسردگی می انجامد؛ هر چند تحقیقات در این زمینه مبهم است. مشخصاً ایمیل ها و اتاق های چت، شیوه ارتباط افراد با یکدیگر را تغییر داده است؛ همان طور که بازی های رایانه ای امروزه، به روشی برای تعامل و گفتگو تبدیل شده است. به نظر جرج گربنر، بینندگانی که ساعات بسیاری را صرف تماشای تلویزیون می کنند (مخاطبان پُرمصرف)، اطلاعات و ایده ها را رده بندی می کنند و تأثیرِ در معرض رسانه بودن، چیزی را تولید می کند که وی آن را «کاشت» می نامد. گربنر تماشاگران تلویزیون را به دو دسته «بینندگان عادی» و «بینندگان پُرمصرف» تقسیم کرد و با مقایسه این دو گروه، دریافت که مخاطبان پُرمصرف تلویزیون علاقه بیشتری به تلویزیون داشته، ساعات بیشتری را به تماشای تلویزیون می پردازند. تلویزیون برای بینندگان پُرمصرف در حکم همه چیز بوده، منبع اصلی همه انواع اطلاعات، اندیشه ها و آگاهی ها برای آنها به شمار می رود. تلویزیون برای این مخاطبان، همه چیز را تحت انحصار خود درآورده است. نتیجه قرار گرفتن در معرض هر نوع پیام های تلویزیونی و تأثیرپذیری از آنها، چیزی است که گربنر نام آن را کاشت نهاده است. در واقع، کاشت به معنای القای یک جهان بینی مشترک، نقش های مشترک و ارزش های مشترک به وسیله تلویزیون است. گربنر، برای دفاع از نظریه کاشت که مبتنی بر مقایسه بینندگان پُرمصرف و عادی تلویزیون است، مدارک و شواهد تحقیقی بسیاری را ارائه کرده است. او با تحلیل تفاوت های زیاد که بین پاسخ هایی که بینندگان پُرمصرف و عادی به سؤالات او می دادند، متوجه شد که پاسخ های بینندگان پُرمصرف، به جهانی که تلویزیون برای آنها ترسیم کرده بود، نزدیک تر بود. بر اساس این نظریه، تلویزیون ذهنیت بینندگان پُرمصرف خود را چنان شکل داده و قالب گیری می کند که از نظر این دسته از بینندگان، جهان، پدیده ای پَست، ناآرام و غیرقابل اعتماد جلوه می کند. (مهدوی کنی، ص۴۷)

بخش پنجم: تهدیدهای پیش روی رسانه و فضای مجازی در ترویج سبک زندگی اسلامی

۱.یکی از پیامدهای منفی رسانه ها فضای مجازی، تحت فشار قرار گرفتن دین و اعتقادات مذهبی، به ویژه در رفتار و سبک زندگی بر اساس آموزه های اسلامی است. در رسانه ها، سبک زندگی اسلامی، تحت فشار سکولاریزم و نسبیت گرایی واقع می شود که این پیامدها، اصول و ارزش های مطلق دینی را در شکل دهی سبک زندگی مطلوب تحدید می کنند.

۲.در اثر تأثیر رسانه ها و فضای مجازی، زندگی، بیش از پیش تابع تمایل مصرف گرایی شده است. مصرف گرایی و مُدپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی شدن غربی افزایش یافته، تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی بر مبنای آموزه های اسلام را عمیقاً تضعیف کرده است که این امر، بسیاری از مؤلفه های سبک زندگی اسلامی را به چالش کشیده و آن را تهدید می کند. (اسماعیل یصحانی، ۱۳۸۱، ص ۵۳ ـ ۶۹)

۳.رسانه ها و فضای مجازی در صدد هستند تا با سیطره یک فرهنگ، مسئله پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرند و یک فرهنگ را با مؤلفه هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می برد، بر همه افکار، فرهنگ ها و تمدن ها حاکم سازند. جهانی شدن سیاست، فرهنگ و اقتصاد، برخی ارزش ها و آموزه هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش های دینی و تصورات فرد مسلمان از سبک زندگی اسلامی است. (سجادی، ۱۳۸۱، ص ۴۷ ـ ۵۹)

۴.سطحی نگری در عرصه رسانه ها، متون و تصاویر، به دنیای بیرونی فراتر از دال ها اشاره ندارد. ایماژ، سطوح، ظاهر و حضور همه جایی در تفکر دوران اخیر است و ظاهر و نمود به باطن و جوهر تبدیل می شود. (نوذری، ۱۳۷۹۷) ازاین رو، در رسانه های نوین به محتوای دینی بهایی داده نشده و بر ظواهر دین تأکید می شود. در نتیجه، به ابعاد درونی دین که به ترویج سبک زندگی اسلامی منجر می شود، اشاره نشده و به سطوح و ظواهر دین و تربیت

دینی بسنده می کنند که سبب می شود افراد در برابر تهاجمات فرهنگی بیگانگان، به زودی از پا درآیند و گرفتار «از خودبیگانگی فرهنگی» شوند؛ زیرا نمی توانند به ارزش آنچه خود در اختیار دارند، پی ببرند. (سادات، ۱۳۸۰)

۵.متزلزل شدن ارزش ها در اثر نبودن فضایی مناسب برای ظهور عقاید، زمینه برخورد بین فرهنگ ها و تمدن ها پدیدار می گردد که بیشترین تأثیر را بر ارزش های دینی و اخلاقی دارد؛ به طوری که در این عرصه، کشورهای جهان سوم به دلیل عدم تجهیز به امکانات مناسب، دچار تهاجم فرهنگی شده و داشته های خود را مانند سبک زندگی اسلامی، از دست خواهند داد. (جوادی یگانه، ۱۳۸۶)

بخش ششم: فرصت های موجود رسانه و فضای مجازی در ترویج سبک زندگی اسلامی

۱.گفتمان دینی: از دیدگاه پست مدرن ها، گفتمان، محور شناخت و حتی وسیله ای برای تولید دانش است. (طاهری، ۱۳۸۲) رسانه با توجه به ویژگی گفتمان و در اختیار داشتن فرارسانه هایی چون: رایانه، اینترنت، ماهواره ها و سایر رسانه های دیجیتالی نوین در فرایند تربیت دینی، به نهادینه کردن و ترویج سبک زندگی اسلامی منجر می شود. (پارسایی، ص۱۶۲)

۲.الگوآفرینی دینی: در رسانه های غربی افرادی چون آرنولد و استالونه، نماد خشونت و ایثارگری در فیلم های هالیوودی هستند و یا سامورایی ها در فیلم های ژاپنی که از طریق خشونت طلبی، مصرف گرایی و سکس، به ارائه تصویری از انسان ایده آل غربی که خود را فدای دیگران می کنند، می پردازد. رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود، نه تنها از ارائه خشونت طلبی و مصرف گرایی جلوگیری می کند، بلکه آن را نفی می کند. رسانه اسلامی با خلق کتاب ها، فیلم ها و بازی های رایانه ای، به خلق اسطوره تربیت دینی پرداخته، با تبعیت از سیره ائمه اطهار(ع) و ارائه تصویری از سبک زندگی آنها، به ارائه الگو می پردازد. (ازکیا، ص۱۵۵)

۳.تمثیل و کنایه: با توجه به سرمایه گذاری های کشورهای غربی بر رسانه ها و فضای مجازی، نه از راه مستقیم، بلکه از طریق غیرمستقیم، جامعه اسلامی را تهدید کرده، وانمود می کنند که برنامه ارائه شده برنامه ای مناسب است؛ ولی در لفافه به پیاده سازی برنامه خود می پردازند. رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل گونه اهداف خود، منظور خویش را به بیننده منتقل می کند؛ چرا که بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته می شود، واکنش نشان داده و در برابر آن مقاومت می کند؛ ولی در روش تمثیل وار، رسانه پیام های تربیتی و دینی خود را به صورت غیرصریح بیان می کند و از این طریق، به «آموزش پنهان» می پردازد. رسانه اسلامی منظور خود را با استفاده از فرامین دینی و معنوی سازی رسانه ای، علم روان شناسی، علم ارتباطات و ترفندهای رسانه ای به فراگیرنده القاء می کند؛ بدون آنکه منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند. (حسنی، ۱۳۸۵)

۴.سرگرمی و تفریح :علم آموزی و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه ها و فضاهای مجازی است. ازاین رو، رسانه اسلامی با ارائه داستان ها، پخش فیلم و یا سخنرانی، از داستان های قرآنی و زندگانی ائمه اطهار(ع) در ارتباط با سبک زندگی اسلامی، به روشی که کودک و یا نوجوان دوست دارد، استفاده می کند و بدون هیچ مقاومتی، به ارائه پیام خود می پردازد. بر عکس رسانه های غربی که با ارائه برنامه های ضدّ ارزشی و تبلیغ مصرف گرایی، قصد بی هویت کردن بیننده را دارند، رسانه اسلامی با ارائه برنامه های مفید و شاد به معرفی و ترویج سبک زندگی اسلامی مبادرت می ورزد و بیننده را در صورت خستگی از مطالعه یا کار روزانه، از امکانات تفریحی قابل دسترس در رسانه بهره مند می سازد و به «آموزش پنهان» فراگیر می پردازد. (پورطهماسبی، ۱۳۸۷)

۵.مسجد مجازی: زیستن در دنیای مجازی، تمام زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می دهد. رسانه اسلامی با بمباران اطلاعاتی در زمینه تربیت اخلاقی و دینی افراد جامعه، بدون اینکه نیازی به حضور فیزیکی فرد باشد، تعالیم دینی و ارزشی مساجد، از جمله مؤلفه های سبک زندگی اسلامی را به او می آموزد. (ازکیا، ۱۳۸۲)

نتیجه گیری

در دنیای مدرن سبک‌های زندگی متفاوتی وجود دارد که سهم هر یک از افراد را در مناسبات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... برای رسیدن به اهداف مورد نظر آنان، مشخص می‌کند. از این رو همه افراد جامعه تلاش می‌کنند که سبکی از زندگی داشته باشند تا در برخوردار از منافع فردی و جمعی در مبادلات اجتماعی عقب نمانند. زیرا کم و کیف سبک زندگی و میزان ونحوه تعاملات اجتماعی و نوع معانی کنشی که ردو بدل می‌شود از اهمیت زیادی در بین افراد جامعه برخوردار است [۲۲]سبک زندگی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها وسلیقه‌هایی است که بیشتر مواقع در میان یک جمع ظهور می‌کند و شماری از افراد، صاحب یک نوع سبک زندگی مشترک می‌شوند. البته لازم به ذکر است رفتارهای انسان تعیین شخصیت او است بنابراین وی در انتخاب رفتار و سبک زندگی مختار است، اما رها نیست در واقع تعریف و فهم از حقیقت انسان و جهان تعیین کننده سبک زندگی است؛ اگر تمام لحظات زندگی انسان، رفتارها و احساسات وی بر اساس آرمان‌ها و اصول اسلام پایه ریزی شود سبک زندگی، اسلامی می‌شود. سبک زندگی نشان دهنده میزان نفوذ یک نظام، فرهنگ و تمدن در متن جامعه است و تمام تمدن‌ها و نظام‌های فکری برای حفظ بقای خود تلاش می‌کنند تا یک سبک زندگی مشخصی به مردم ارائه دهند، زیرا تا یک نظام به سبک زندگی تبدیل نشود آرمان هایش اجرا نخواهد شد و اگر جامعه‌ای سبک زندگی یک نظام را نپذیرد به این معنا است که مبانی فکری و ارزش‌های آن نظام را قبول ندارد. پس فهمیدیم سبک زندگی اسلامی به معنای چشم پوشی از لذات و نعمات نیست بلکه در این روش زندگی رنگ خدایی می‌گیرد؛ انسان‌ها قادر به زندگی ساختگی نیستند و اگر اینگونه باشد زندگی آن‌ها دوامی ندارد همانگونه که یک نقاش به صورت طبیعی نگاه خاصی به دنیای اطراف خود دارد و با ظرافت به زیبایی‌های طبیعت می‌نگرد و همچنین یک شاعر که برای شاعرانه زیستن هیچ تلاشی جز زیستن انجام نمی‌دهد بنابراین سبک زندگی نشان دهنده میزان حضور ارزش‌های جامعه در رفتارها است.

منابع و مآخذ

۱–ازکیا، مصطفی و سکینه حسینی رودبارکی (۱۳۸۶)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال دهم، ش ۳۷.

۲–بشارت، محمد علی و محمد علی شالچی (۱۳۸۶) سبکهای دلبستگی و مقابله با تنیدگی. فصلنامه روانشناسان ایرانی،سال ۳ شماره ۱۱

۳–پارسایی، جواد(۱۳۹۵) آسیب شناسی توسعه تکنولوژیک و آثار آن در سبک زندگی ، پژوهشکده باقر العلوم ، به تاریخ ۱۱ آذر ۹۵

۴–حسینی سهده ،سید مجتبی و فتحی آشتیانی، علی(۱۳۸۹) بررسی رابطه بین رضایتمندی زناشویی و مدت زمان ازدواج در میان دانش پژوهان مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، فصل نامه علمی پژوهشی روانشناسی و دین ، سال سوم، شماره چهلرم

۵–خطیب، حسین و ساجدی ، ابوالفضل،(۱۳۹۲) مروری بر شاخص های سبک زندگی اسلامی، ماهنامه معرفت سال بیست و دوم، شماره ۱۸۵

۶–جوانبخت، فاطمه ، پهلوان، منصور ، طارمی راد ،حسن (۱۳۹۷) نقش اندیشه‌ورزی در سبک زندگی اسلامی از منظر نهج‌البلاغه، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش های نهج البلاغه سال هفدهم شماره ۵۶

۷–درب اصفهانی، فریده و همکاران (۱۳۹۷) همبستگی بین سبک زندگی اسلامی با رضایت از زندگی و سلامت روان، کاشان، انتشارات دانشگاه علوم انسانی کاشان.

۸–شریفی، عنایت الله؛ لطفی، مهرعلی (۱۳۹۲) سبک زندگی خانوادگی در قرآن و سنت پیشوایان معصوم (ع)، پژوهش نامه علمی ترویجی معارف قرآنی ، شماره ۱۴.

۹–شوشتری زاده، شهناز ،(۱۳۸۲) بررسی تاثیر آموزش رفتار های سلامتی بر تغیر روش زندگی مبتلایان به بیماری عروق کرونز قلب مراجعه کننده به بیمارستان های منتخب شهر

اصفهان در سال ۱۳۸۲(پایان نامه کارشناسی ارشد) اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

۱۰–مختاری ، مریم. فریدی، اصغر و عیسایی خوش، کورش (۱۳۹۶) عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با سبک زندگی اسلامی در بین دانش‌آموزان شهر شیراز، دوفصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات ، سال بیست و چهارم ، شماره اول (پیاپی ۵۱)

۱۱–طاهری، حبیب الله (۱۳۸۸) نقش باورهای دینی در رفع نگرانی ها، قم، انتشارات زائر

ریچاردپی هالجین سوزان کراس ویتبورن(۱۳۸۴) آسیب شناسی روانی، مترجم ، یحیی سید محمدی ، تهران ، انتشارات روان

۱۲–سپاه منصور ، مژگان، (۱۳۸۶)بررسی مهارتهای میان فردی و سبک دلبستگی، تهران، انتشارات دانشگاه.

۱۳–هاشمی، سمیه ، (۱۳۸۶) ،«بررسی تاثیر تعارض بر رضایت زناشویی» ، پایان کارشناسی روانشناسی ، دانشگاه آزاد ، واحد تهران مرکزی

۱۴–سلیمانیان، علی‌اکبر (۱۳۷۲)، بررسی تفکرات غیر منطقی بر رضایتمندی زناشویی. پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت معلم.

۱۵–دهخدا، علی اکبر ، (۱۳۳۹) لغت نامه (زیر نظر دکتر محمد معین) تهران ، چاپ سیروس.

۱۶–مهدوی کنی ، محمد سعید، (۱۳۸۷) مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی، مجله تحقیقات فرهنگی، سال اول ،شماره ۱.

۱۷–فاضلی، محمد (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق

۱۸–مهدوی‌کنی، محمدسعید (۱۳۸۶) دین و سبک زندگی، تهران: دانشگاه امام صادق.

موسسه قانون یار

با همکاری مراکز علمی و دانشگاه های داخلی و خارج از کشور همچون
مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و نمایه مقالات در سایت sid.ir
(دانشگاه بین المللی رهنورد/بلخ/افغانستان)
(موسسه بین المللی ici world of journals/ورشو/لهستان)
(انجمن علمی بین المللی citefactor/فینیکس/آریزونا)
برگزار می کند:

همایش ملی
مطالعات حقوقی، علوم قضایی
پژوهش های اجتماعی

۱۳ خرداد ۱۴۰۰ -تهران

داوری زود هنگام مقالات

استان تهران-موسسه قانون یار

محورهای همایش:

* مقالات در گرایش های حقوق خصوصی، حقوق جزا حقوق عمومی، حقوق بین الملل، حقوق قضایی، فقهی و ....
* مقالات در گرایش های علوم ثبتی و علوم اقتصادی و بانکی
* مقالات در گرایش ها و موضوعات علوم اجتماعی و علوم تربیتی

روش های ارسال مقالات به همایش:

* ارسال فایل Word مقاله (به همراه شماره تماس) به ایمیل Phdsara@yahoo.com
* ارسال فایل Word مقاله به واتس آپ یا تگرام شماره ۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲

به ده مقاله برتر و برگزیده همایش، ده تندیس به همراه تقدیرنامه مخصوص اعطا می گردد.
به مقالات ارسالی و پذیرفته شده پژوهشگران، گواهی نامه معتبر اعطا می گردد.
تمامی مقالات همایش در پایگاه ها و سایت های ملی و بین المللی نمایه و درج می گردند.
داوری مقالات حداکثر سه روز می باشد و گواهی نامه در کمتر از یک هفته صادر می شود.

جهت تقویت رزومه SID داوطلبان آزمون دکتری اساتید دانشگاه، قضات، وکلا

دبیرخانه: تهران، میدان انقلاب، خیابان اردیبهشت، پلاک ۱۹۲
واحد پذیرش مقالات: ۵۲۶ و ۶۶۹۷۹۵۱۹ - ۰۲۱
واحد صدور گواهی نامه: ۸۴ و ۴۴۴۱۷۶۴ - ۰۲۱
مشاور و راهنمای ارسال مقالات: ۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲ ۰۹۱۹۶۷۴۸۶۲۵

www.Ghanonyar.ir www.Olomensani.ir