



شاخص های رفتار مصرفی در سبک زندگی اسلامی

غلام رضا شفق*

* استر جامعه شناسی (Shafaq1355@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۲/۱۱

تاریخ تأیید: ۹۵/۴/۳

چکیده

در دنیای معاصر همه مردم براساس سبک زندگی خاص جامعه خود زندگی می‌کنند، مصرف یکی از عرصه‌های بسیار اساسی و بنیادی سبک زندگی می‌باشد. معنای مصرف در قدیم استفاده از کالاهای اقتصادی برای رفع نیازهای مادی اعضای جامعه بود. ولی در این مقاله ضمن حفظ این معنا، تفسیر متفاوتی جامعه‌شناسان از مصرف را بررسی کرده‌ایم. براساس معنای مورد نظر جامعه‌شناسان استفاده از امور فرهنگی یا اقتصادی که بر هویت و شخصیت مردم تأثیرگذار است، مصرف نامیده می‌شود، در تفسیر جدید هدف از مصرف تنها رفع نیازهای مادی نمی‌باشد، بلکه تمام چیزهای که برای تثبیت "هویت اجتماعی" استفاده می‌شود، مصرف نامیده می‌شود. از آنجایی که چنین تفسیری از مصرف نسبتاً جدید است شاخصهای این نظام مصرفی را بصورت ملموس‌تر بر شمردیم تا مصادیق آنرا در خارج نشان دهیم. تا هریک از مسلمانان بتواند محکی در اختیار داشته باشند که چه قسم مصارفی بر شخصیت و هویت اعضای جامعه اسلامی تأثیرگذار است و از میان انواع مصارف، بهترین نوع آنرا انتخاب کنند. سعی کردیم شاخصهای تأثیرگذار بر تمایزات و شاخصهای تأثیرگذار بر اشتراکات انسانها را به صورت جداگانه ذکر کنیم، چرا که هویت مدرن مرکب از اشتراکات و تمایزات است. خلاصه سعی کردیم شاخصهای مصارف قابل قبول در سبک زندگی اسلامی را نشان دهیم.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، مصرف، هویت، اشتراکات، تمایزات.

«سبک زندگی» (Life Style) اساس و راهنمای زندگی اجتماعی است. سبک زندگی عبارت است از مجموعه نظام‌مند از الگوها و رفتارها، در عرصه‌های گوناگون زندگی روزمره که فرد یا گروه بر مبنای پاره‌ای از تمایلات و ترجیح‌هایش (سلیقه) و در تعامل با شرایط محیطی خود ابداع یا انتخاب کند.

یکی از عرصه‌های مهم سبک زندگی مصرف می‌باشد، چرا که در دنیای مدرن مصرف تعیین کننده شخصیت، منش و رفتار اعضای جامعه است، پس باید الگوی کاملاً معین برای مصرف وجود داشته باشد تا جامعه سازنده و سالم داشته باشیم. اما متأسفانه الگوی مشخصی برای نحوه مصرف مطابق آیین، باورها و رسومات جامعه افغانستان وجود ندارد. هرچند هیچ جامعه‌ای بدون سبک نیست اما به مرور زمان باید این سبک‌ها اصلاح شود، در آن تغییرات پدید بیاید و تناقضات رفتار با عقیده حل شود تا اعضای جامعه بدانند در هر موقعیتی چگونه عمل کنند. چرا که سبک به معنای قاعده رفتار است اما به مرور زمان ممکن است این قاعده رفتار دچار ابهام شود، مثلاً قاعده رفتار با باورهای اصیل جامعه که این قواعد از آنها مشتق شده تفاوت پیدا کنند، در این صورت مردم نمی‌دانند که به باور اصیل پایبند بمانند یا به قاعده رفتار رایج در جامعه عمل کنند. دلایل دیگری برای ابهام در قاعده رفتار وجود دارد از جمله ممکن است در برخی موارد قاعده رفتار مشخصی وجود نداشته باشد، یا قاعده رفتار قابل تطبیق نباشد یا قواعد رفتاری متناقض وجود داشته باشد. در همه این موارد مردم نمی‌دانند دقیقاً چگونه عمل کنند؛ چرا که مردم افغانستان به آموزه‌های دینی، سنن و عنات ملی پایبند هستند در عین حال دقیقاً نمی‌دانند از چه قسم سبک زندگی در مصرف پیروی کنند.

از نظر این نوشتار، مصرف یک امر اجتماعی است و بیشتر از آنکه به فرد بستگی داشته باشد به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند بستگی دارد. همچنین مصرف یک امر هویتی است، از یک سو مصرف نتیجه شخصیت انسانها است، یعنی برای اینکه بدانی شخصیت انسان چگونه است، کافی است نوع مصرف او را دقیقاً بدانی، پس مصرف نشانه ذهنیت و نگرش انسان است. از سوی دیگر مصرف بر شکلگیری شخصیت انسان تأثیر دارد. و مصرف نوع شخصیت، منش، سلوک و رفتار مصرف کننده را تعیین می‌کند. برخی از اندیشمندان (مثال بودریار) به اندازه‌ای بر این بعد تأکید کرده‌اند که طبق نظر آنها مردم براساس هویت از پیش موجود مصرف نمی‌کنند بلکه هویت خود را از طریق

مصرف می‌سازند. (باکاک، ۱۳۸۱: ۱۰۱) ما در این مقاله تأثیر مصرف بر شخصیت را بررسی خواهیم کرد. در مقابل این نگاه یک نوع نگاه دیگر وجود دارد که بر پیوند نیاز با مصرف تأکید می‌کند. طبق نگاه دوم، نیازهای مثل تأمین امرار معاش در سطح خرد و پیشرفت اقتصادی در سطح کلان از مهمترین نیازها به حساب می‌آید. و نیاز اقتصادی محور اصلی این نوع نگاه را تشکیل می‌دهد. از نظر ما نگاه اول جامعتر است، چرا که طبق نگاه اول مصرف دارای چهار بعد نیازهای فردی، نیازهای زیبایی شناختی-فرهنگی، تثبیت موقعیت اجتماعی و نیاز به کاربردن اشیای نمادین است. منابع ارزشمند و نیازها نیز اقسام و انواع گوناگون دارند. تنها بخشی از نیازهای انسان مادی است، بخشی دیگر از آن غیر مادی است. مثل نیاز به کسب احترام اجتماعی، بدست آوردن تأیید اجتماعی، در نظر گرفتن انتظارات جمعی و... محور مباحث این مقاله نگاه اول به مصرف است. به نظر می‌رسد ادبیات دینی نیز بر دو بعد مادی و غیر مادی مصرف بسیار تأکید دارد، به همین دلیل در دستگاه مفهومی اسلام راجع به مصرف، اصطلاحات و مفاهیم خاصی با دلالت‌های ارزشی و نمادین ذکر شده است. قرآن کریم به جای مال و کالا از کلماتی مثل «الرزق»، «الطبیات» و... استفاده می‌کند. این کلمات بار ارزشی و فرهنگی دارد، چرا که پاکی و ناپاکی را معیارهای ارزشی و فرهنگی جامعه تعیین می‌کند. این قبیل مفاهیم نشان می‌دهد که مصرف نه تنها نیاز مادی را بر طرف نمی‌کند بلکه کیفیت مصرف و ارائه نوعی شخصیت مصرفی در جامعه بر نحوه شکل‌گیری ملکات و عادت‌واره‌های فرد تأثیر گذار است. بر همین اساس کالاهای ناهمخوان با فرهنگ اسلامی، که از آن به عنوان «کالاهای حرام» یاد شده است، به عنوان کالا تلقی نمی‌شود؛ یعنی مصرف در اسلام تنها بعد شخصی ندارد بلکه ابعاد اجتماعی و الهی نیز دارد. بحث اصلی ما این است که شاخصها و نشانه‌های این قبیل مصرف در اسلام چه می‌باشد؟

شاخصها

منظور از شاخصها نشانه‌هایی است که می‌توانیم به کمک آنها مصارف تأثیرگذار بر شخصیت انسان را معین کنیم و در ضمن مصارف صحیح را از مصارف غیر صحیح متمایز سازیم، در اینجا شاخصهای کلانی معرفی می‌کنیم، که کلیت رفتار صحیح مصرفی و اثر آنرا بر شخصیت انسان بسنجیم.

۱- متمایز سازی مسلمانان از غیر مسلمانان

هویت یک امر اساسی در زندگی امروزی می‌باشد. ولی حفظ هویت در صورتی امکان‌پذیر است که تمایزات حفظ شود، چرا که در علوم امروزی گفته شده است که معنای هویت حفظ اشتراکات و تمایزات است. مصرف هم در حفظ تمایزات تأثیرگذار است. از جمله تمایزات، حفظ تمایز مسلمان از غیر مسلمانان است؛ چرا که مصرف مؤمن حاکی از تعلقات ایمانی اوست. پس مصرف متمایز تجسم قدرت، اقتدار و هیبت جامعه است.

هدف اسلام این است که نظام منسجمی طراحی سازد که دارای ویژگی‌های خاص و برجسته باشد. اسلام راهکارهای متعددی سنجیده که مختصات ویژه نظام اسلامی را تقویت کند. یکی از مهمترین راهکارهای آن حفظ تمایزات "نظام مصرفی جامعه ایمانی از جامعه غیر ایمانی" می‌باشد به همین جهت قرآن کریم اصل حفظ تمایزات را به مسلمانان یادآوری کرده است. و فرموده است: در برابر مؤمنان فروتنند و در برابر کافران سرکش. (مائده، ۵۴).

یعنی، قومی که بر مؤمنان رحم آورند و نسبت بکافران سختگیر باشند. در ذیل آیه حدیثی از ابن عباس آمده: اینها مردمی هستند که برای اهل ایمان مانند پسر نسبت به پدر و بنده نسبت بمولی و برای اهل کفر، مانند درندگان نسبت به شکار خود هستند.

محمد پیامبر خدا، و کسانی که با او هستند بر کافران سختگیرند و با یکدیگر مهربان. (فتح، ۲۹)

علی علیه السلام فرمود: خداوند متعال به یکی از پیامبران خویش وحی فرستاد، که به قوم و امت خود بگو: لباس دشمنان مرا نپوشید، بر مرکب دشمنان من سوار نشوید، غذای دشمنان مرا نخورید، و در مکانهای دشمنان من وارد نشوید، که از دشمنان من محسوب می‌گردید، همان طور که آنان دشمنان من هستند. (مجلسی، ۷۸: ۹۳) حضرت امیر المومنین (ع) می‌فرماید: کسی که خود را شبیه قومی کند، نزدیک است که از آنان بشمار آید. در حدیثی مشابه دیگری می‌فرماید: کسی که مشابه قومی گردد از آنان به شمار می‌رود (نعمان بن محمد مغربی، ۱۳۸۵: ۵۱۳)

یعنی مصرف کالاهای غیر مومنین یک عمل صرفاً اقتصادی و یک کنش ساده مبادلاتی نمی‌باشد. بلکه پیامد هویتی دارد و بنیادهای نظام اعتقادی انسان را دچار مشکلات عدیده می‌گرداند. حدیث تصریح می‌کند، چنانچه فرد مؤمن مصرف کننده مصرف اموال دشمنان اسلام باشد به دشمن اسلام مبدل می‌شود.

اسلام در بحث گروه‌های ایمانی در مقابل غیر ایمانی، بر تمایزات کلان‌تر تأکید کرده و یک نحوه «غیریت‌سازی» و در شمار دیگران قرار نگرفتن را لازمه گروه‌بندی ایمانی دانسته است. اما سطح غیریت‌سازی را به سطح گروه‌بندی ارزشی و فرهنگی منتقل کرده است که بر محور بحث "هویت مؤمنانه" مطرح می‌شود که هدف آن "حفظ گروه‌بندی مؤمنین" در مقابل غیر مؤمنین است. همسان‌پنداری و همسان‌انگاری مرزهای گروه را غیر شفاف می‌کند و در دراز مدت وجود گروه و ضرورت عضویت در آن را زیر سؤال می‌برد و اعضای گروه را در شمار گروه‌های رقیب قرار می‌دهد.

"تقلید همه جانبه جامعه ایمانی از غیر ایمانی" اصل وجود گروه ایمانی را به خطر می‌اندازد. پس تقلید از امور مصرفی غیر مؤمنین صحیح نیست، بلکه باید مؤمنین از محصولات متناسب با هویت ایمانی‌اش مصرف کنند که مستلزم جامعه خلاق، ابداع‌گر، مستقل و پرتلاش است. این نگاه در عین حال که اصل ارتباط، مبادله و معامله عادلانه را نفی نمی‌کند؛ اما ارتباط از موضع قدرت را پیشنهاد می‌کند. در مقابل جامعه‌ای که مرزهای هویتش را حفظ نکند، جامعه دنباله‌رو و پیرو خواهد بود. به همین دلیل شهید مطهری می‌نویسد یکی از توطئه‌های غیر مسلمانان بر علیه کشورهای اسلامی این است که این رابطه را برعکس کند. «آیات کریمه قرآن ما را متوجه می‌کنند که دشمنان اسلام در هر زمان سعی دارند ولاء منفی را تبدیل به اثباتی و ولاء اثباتی را تبدیل به منفی نمایند؛ یعنی همه سعی‌شان این است که روابط مسلمین با غیر مسلمین روابط صمیمانه، و روابط خود مسلمانان به بهانه‌های مختلف- از آن جمله اختلافات فرقه‌ای- روابط خصمانه باشد. در عصر خود ما به وسیله اجانب در این راه فعالیت‌های فراوان صورت می‌گیرد، بودجه‌های کلان مصرف می‌گردد.» (مطهری، ۳: ۲۶۶)

براساس همین منطق، پیشوایان دینی تلاش داشتند یکرنگی داخلی مسلمانان را تقویت و تمایزات با غیر مسلمانان را حفظ کنند. چنانچه در مجمع آمده است که در اثر فرهنگ سازی پیشوایان دین، تمایزات به حدی جدی شده بود که هرگونه ارتباط با غیر مؤمنین محدود شده بود. «مؤمنین، حتی از لباس مشرکین دوری می‌جستند که بلباس آنان نچسبد، و نیز بدنهای خود را از بدنهای آنان دور می‌گرفتند که ببدن آنان تماس پیدا نکند، و مهربانی آنان در بین یکدیگر بجایی رسیده بود که هیچ مؤمنی برادر دینی خود را نمی‌دید مگر آنکه با او رویوسی کرده و دست می‌داد.

تمایز بیرونی یک نگاه قومدارانه نیست؛ چرا که برخورداری‌های متمایز در سطح

کلان‌تر، عامل اساسی ایجاد پیوندها و همبستگی اجتماعی بر مبنای تقسیم کار اجتماعی است. پس حفظ تمایزات همانگونه که برای جامعه ایمانی مفید است، برای کل بشریت نیز کارکرد دارد. پس تمایزات عامل حفظ و تداوم داد و ستد صحیح است و وجود آن یک ضرورت اجتناب ناپذیر است. اگر بخواهیم مثالی از جوامع متمایز داشته باشیم مسائل اقتصادی را می‌توانیم مثال بزیم، در امور اقتصادی تمایزات به این معنا است که کشورهای اسلامی در ساختن کالاهای به قسمی تخصص داشته باشند که کالاهای خاص و متفاوت از دیگران را به بشریت عرضه کنند و در تأمین نیازهای مادی دنیا نقش برجسته و خاص داشته باشند. در ذیل بعضی تبلورهای عینی تمایزات سبک زندگی اسلامی را به عنوان نمونه ذکر می‌کنیم.

۱/۱. استفاده نکردن از اسامی بیگانه برای نامگذاری

در منطق دین، تعیین اسم نیکو از حقوق فرزندان بر والدین به حساب می‌آید. مردی به رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله عرض کرد: حق این فرزند بر من چیست؟ پیامبر فرمودند: اسم خوب برایش انتخاب کنی، به خوبی او را تربیت نمایی و به کاری مناسب و پسندیده بگماری. (کلینی، ۶:۴۸)

در بعضی متون دینی اسامی خوب و نیکو بیشتر توضیح داده شده و مصداق اسم نیکو استفاده از اسامی پیشوایان و بزرگان دینی و مذهبی بیان شده است. طبق متون دینی استفاده از این اسامی کاربرد نمادین و کارکرد هویتی دارد. برخورداری از این اسامی نشانه تعلق خاطر به طیف و گروهی خاصی از انسانها و داخل شدن در هویت دینی و ایمانی می‌باشد. شیوع این اسامی نشانه و نماد قدرت، هیبت و شوکت هویت دینی می‌باشد. به همین جهت در متون دینی تشویق و ترغیب‌های فراوان به استفاده از اسامی معصومین به عمل آمده است. در احادیث متعدد از پیامبر اکرم (ص) حکایت شده که ایشان فرمود: خانه، مجلس و گروهی که فردی با نام «محمد» در آن باشد، مبارک و سرشار از برکات است.

یا پیامبر اکرم (ص) می‌فرمایند «هرگاه نام فردی را «محمد» قرار دادید، کارهایش را زشت بشمارید (سوء ظن نداشته باشید) خواسته‌ی او را رد نکنید و در مجالس خود او را جای دهید.» (مجلسی، ۱۰۴:۱۲۸) یعنی استفاده از اسامی بزرگان باید زمینه‌ساز اجتماع و جامعه سالمتر، مهربانتر و محترمانه‌تر باشد، تا در نهایت به شکلگیری هویت واحد و منسجم در جامعه اسلامی منجر شود. هویتی که دارای نقاط متمایز و ویژه باشد و این تمایزها نقاط قوتی را پی‌ریزی کند که براساس آن روحیه مسلمانان را تقویت کند تا با دیگران از موضع قدرت تعامل کنند. مجموعه تمایزات چنین هدف کلانی را دنبال می‌کند. تعیین اسامی خاص و ویژه جامعه اسلامی از مصادیق عینی تمایزات جامعه اسلامی به شمار می‌رود.

از امام باقر (ع) حکایت شده: «شیطان از نام «محمد» و «علی» متنفر و گریزان است و از شنیدن نام دشمنان ما اهل بیت خوشحال و مغرور می‌شود.» (عاملی، ۱۴۰۹، ۲۱: ۳۹۳) یعنی اسامی بزرگان اسلامی مرزهای هویتی ایجاد می‌کند و نوعی غیریت‌سازی با غیر خودی‌ها بوجود می‌آورد. پس باید از اسامی بیگانه در حد امکان پرهیز کنیم و در استفاده از اسامی خودی اهمیت خاصی داشته باشیم. به گونه‌ای که مشاهده لیست اسامی جامعه اسلامی حکایت‌گر و نشان‌دهنده باورها، ارزشها و هنجارهای اسلامی باشد که نتیجه آن شکل‌گیری گروه‌های ایمانی در چهارچوب‌های مشخص و متمایز باشد.

۱/۲. اهتمام نداشتن به برپایی مناسبت‌های بیگانگان

در صورتی که استفاده مناسب و بهینه از مناسبت‌ها صورت بگیرد، آنها در تقویت و تحکیم مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی نقش اساسی دارد؛ مناسبت‌های اسلامی دارای زمانها و مکانهای ویژه می‌باشد و کاملاً خاص جامعه ایمانی و اسلامی است تمام این مناسبت‌ها با دیگر ارکان نظام اسلامی مرتبط است و به نحوی تقویت کننده همدیگر می‌باشد. در بسیاری از این مناسبت‌ها اعمال عادی و روزمره تعطیل است؛ و به جای آن شعایر و اعمال خاصی در این مناسبت‌ها انجام می‌شود، اعمالی که با آن مناسبت‌ها متناسب باشد و با فضای کلی جامعه اسلامی سازگاری داشته باشد؛ مثلاً عید فطر در آخر ماه مبارک رمضان واقع شده است. اعمالی که در روز عید فطر انجام می‌شود، با توجه به یک ماه عبادت سخت و اجتناب از خوردن و نوشیدن در طول روز با معنا است. سایر مناسبت‌های اسلامی نیز جایگاه و کارکرد ویژه‌ای دارد که با فضای کلی جامعه اسلامی سازگاری دارد. اصل مناسبت‌های اسلامی و اعمالی که در آن انجام می‌شود، تعارضی با دیگر اجزای نظام اسلامی ندارد. اگر تأملاتی هم باشد درباره کیفیت برگزاری آنها است. چنانچه کشور اسلامی در مناسبت‌های مسیحی و یهودی و... تعطیل باشد، تناسبی با فرهنگ و نظام اجتماعی اسلام نخواهد داشت و تعطیلی آن نیز بی‌معنا خواهد بود. بعضی از جشن‌های غیر مسلمانان با شعایر و حتی اصول پذیرفته شده مسلمانان همخوانی ندارند. علاوه بر اینکه نوعی تبعیت و دنباله‌روی از غیر مسلمین و بیگانگان است؛ مثلاً جشن روز عشق یا به اصطلاح والرن‌تایم یک مناسبت غربی است اما تناسبی با اصول و مبادی اسلام ندارد و اسلام عشق را در ساحت‌های دیگر و بصورت بسیار بنیادی و عمیق‌تر دنبال می‌کند و این قبیل عشق‌ها را قبول ندارد. حتی این قبیل عشق‌ها بنیاد خانواده مورد نظر اسلام را تخریب می‌کند.

۱/۳. عدم استفاده از نمادهای منزلی بیگانگان

غیر مسلمانان دارای فرهنگ و آداب و رسوم خاصی است. بطور طبیعی فرهنگ آنها مملو از نماد و نشانه‌ها است. ما نمی‌توانیم همه نمادها را در اینجا ذکر کنیم و تنها به عنوان نمونه چند مورد را یادآور می‌شویم.

عدم استفاده از صلیب: روایاتی که در مورد تصلیب [یعنی کشیدن نقش صلیب بر جامعه یا هر چیز دیگر] وارد شده است، استفاده از این نماد را ممنوع کرده است. مرحوم علامه در تذکره الفقهاء می‌گوید: کشیدن نشان صلیب بر روی لباس مکروه است؛ زیرا عایشه گفته است: رسول خدا (ص) هیچ شیئی را در خانه که نقش صلیب در آن بود رها نمی‌کرد، مگر اینکه آن را می‌برید. زیرا آن تشبه به مسیحیان است. در حدیثی از عایشه آمده است: عادت پیامبر اکرم (ص) چنین بود که هرگاه جامه‌ای را می‌دید که بر روی آن نقش صلیب وجود دارد، آن قسمتی را که صلیب در آن بود، می‌برید (أحمد بن فارس، ۱۴۰۴، ۳: ۳۰۲) و در حدیثی آمده است:

از نماز با «ثوب مصلب» یعنی لباسی که نقش امثال صلیب در آن است، نهی شده است. در حدیثی از عایشه آمده است که راوی می‌گوید: روپوشی به او دادم. وقتی نقش صلیبی در آن دید، گفت: آنرا از من دور کنید. از ام سلمه نقل است: از جامعه‌ای که نقش صلیب بر روی آن بود اکراه داشت (زبیدی، ۱۴۱۴، ۲: ۳۳۷).

استفاده نکردن کراوات: در عرصه پوشش یکی از چیزهای که طبق نظر بعضی‌ها نماد مسیحیت به حساب می‌آید، کراوات است. دلیل آن هم شکلگیری کراوات به عنوان یک نماد دینی مسیحی بوده است. البته بعضی ریشه اسلامی برای آن قائل است. ولی در بحث نماد ریشه‌های دور تاریخی و امثال آن سودمند به نظر نمی‌رسد. باید توجه کرد که عرف استفاده‌کننده چه برداشتی از آن دارد. اگر عرفا نماد غیر مسلمانان باشد، و استفاده از آن تبلیغ فرهنگ بیگانه به حساب آید، اشکال دارد و در سبک زندگی اسلامی جایی ندارد. اما اگر چنین نباشد اشکالی ندارد. دلیل آن همه احادیثی است که می‌فرماید پوشش مسلمان نباید به گونه‌ای باشد که آنها را در گروه غیر مسلمانان قرار دهد. بسیاری از نمادها نیز در دوران اخیر شکل گرفته است. پرچم یکی از آنها است. انسان مسلمان باید در استفاده از آن محتاط باشد. برای انسان مسلمان سزوار نیست پرچم کشوری را بر روی لباس، خودرو، خانه و اموالش حک کند که دشمن کشور اسلامی به حساب می‌آید و نوعی تبلیغ مخالفین دین به حساب می‌آید.

سگ نگه نداشتن: یکی از نمادهای زندگی امروزی غربی‌ها نگهداری از سگ است. این عمل در سبک زندگی اسلامی مشکلات اساسی دارد؛ چرا که اسلام سگ را نجس می‌داند و استفاده از آنرا تنها برای منظوره‌های مثل حراست از گله و منزل و کارخانه و... جایز می‌داند و برای آن استفاده‌ها نیز محدودیت‌های خاصی قائل است (کلینی، ۶: ۵۵۲) که باید احکام آنرا در رساله‌های عملیه دنبال کنیم و احکام سگ‌های نگهبان را بدست آوریم. اما نگهداری از سگ بدون اغراض عقلایی نماد نوع سبک زندگی خاص است و در سبک زندگی اسلام جایی ندارد.

۲- متمایز سازی مردان از زنان

یکی دیگر از عرصه‌های تمایزات، برخی تمایزات رفتاری میان زنان و مردان است. بسیاری از آداب و رسوم و هنجارها در میان مردان و زنان مشابه است اما بعضی تفاوت‌ها نیز وجود دارد. تفاوت‌ها تنها در مصرف محصولات نیست، بلکه در مصرف فرهنگ نیز وجود دارد، بعضی سنن و آداب و هنجارهای که در میان زنان مصرف می‌شود با هنجارهای که در جامعه مردان مراعات می‌شود متفاوت است. نمود عینی آنها در بعضی کنش و رفتارهای مختص زنان و مردان تبلور می‌یابد. در عین حال که در متون دینی چنین تفاوت‌هایی برجسته‌سازی و بزرگ‌نمایی نشده است اما از نادیده گرفتن آنچه در جامعه رایج است بر حذر داشته شده است. در اسلام اعمال مردانی که از جنس زنانه محسوب می‌شود یا بر عکس مطلوب نیست.

در احادیث، از این عدم تناسب جنسی، به "تشبه رجال به نساء" یا "نساء به رجال" تعبیر شده است. محور بحث تشبه، شباهت‌های فرهنگی و کنش‌های همگون است. بحث از تفاوت‌های بیولوژیکی زن و مرد نیست؛ چرا که تعبیر اساسی‌تری وجود دارد که با عنوان «تأنیث الرجال» یعنی رفتار زنانه از سوی مردان آمده است. پس بحث در نحوه رفتار و آداب و رسوم مردانه و زنانه است.

روایت نبوی مشهوری است که پیامبر انجام دهنده بعضی اعمال را لعنت کرده است. یکی از آنها زنان و مردانی هستند که شبیه همدیگر گردد. (کلینی، ۱۵: ۱۸۰)

از زید بن علی، از پدران از حضرت علی علیه السلام نقل کرده که آن جناب در مسجد رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم مردی را دیدند که در او حالت زنانه بود، به او فرمودند:

از مسجد رسول خدا پیرون شو ای کسی که رسول خدا لعنتت کرده، سپس فرمودند: از رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم شنیدم که می‌فرمودند: خدا لعنت کند مردان شبیه به زنان و زنان شبیه به مردان (صدوق، ۱۲۸۹، ۲: ۶۰۳) و در حدیث دیگر آمده است که امیر المؤمنین علی علیه السلام فرمودند:

شنیدم از رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم که می‌فرمودند: ایشان را {کسانی که خود را شبیه جنس مخالف می‌گرداند} از خانه‌هایتان بیرون کنید زیرا خبیث‌ترین و ناپاک‌ترین موجودات می‌باشند.

منظور از تشبه یعنی زن و مرد در اخلاق و رفتار و منش خود را به یکدیگر مشابه گرداند. مردان رفتاری را که عرفا زنانه به حساب می‌آید، انجام دهد. یا زنان واکنش‌هایی که عرفا مردانه به حساب می‌آید، از خود بروز دهد. علما در نحوه تفسیر دقیق این متون دچار اختلاف شده است.

بعضی مثل صاحب عروه از این احادیث استفاده کرده که مطلق تشبه زنان به مردان و

برعکس حرام است. اما بعضی می‌گویند مکروه است. طبق این دو نظر کالاهای مصرفی زنان و مردان در عرصه‌های مثل پوشش باید متفاوت باشد، همچنین رفتارهای آنها در بسیاری عرصه‌ها باید متفاوت باشد، نباید نحوه رفتار مرد و زن باید متفاوت باشد، آنها حق ندارند رفتارهای اختصاصی همدیگر را تقلید کنند.

نظر مرحوم شیخ: مرحوم شیخ می‌فرماید احادیث «باب تشبه» بیان نمادین است. اگر تشبه نماد امر حرامی باشد، اشکال دارد. ایشان همه احادیث باب را راجع به قوم لوط می‌دانند که قیافه زنان و مردان را مشابه می‌گردانید تا نماد همجنس‌گرا بودن آنها باشد. یعنی تشبه از آنرو اشکال دارد که نماد امر باطلی باشد. اگر نظریه شیخ انصاری را بپذیریم، بحث تشبه با مباحث سبک زندگی تناسب زیادتری پیدا می‌کند، در آنصورت متونی که راجع به تشابه زن و مرد است بیان نمادین می‌گردد، در اینصورت اگر زن و مرد بدون توجه به دلالت‌های خاص مشابه همدیگر گردد، اشکال ندارد، چرا که اصل بحث در نظر گرفتن نشانه‌های عضویت یا عدم عضویت در گروه‌های انحرافی و گمراه است. در بحث سبک زندگی هم بحث از عینیت‌های رفتار دلالت‌مند است. نحوه تحلیل شیخ از تشبه یکی از مصادیق آشکار آن به شمار می‌رود، چرا که محور تحلیل شیخ بر دلالت‌مندی دال‌های عینی است که باعث تشبه به گروه‌های انحرافی می‌باشد. هر نوع دلالتی نیز مراد نیست، بلکه دلالت خاص مورد نظر می‌باشد. مثلاً امروزه اگر قیافه‌های مشابه نماد عضویت گروه‌های انحرافی مثل شیطان پرستی، رپ و... باشد، قطعاً حرام است اما اگر نماد و نشان دهنده امر باطلی نباشد صرف مشابه بودن رفتار و منش زن و مرد حرام نیست.

بهرحال چه نظر شیخ را بپذیریم و چه نظر صاحب عروه را بپذیریم، یکی از شاخصهای تشبه، شباهت‌های جنسی در امر پوشش است. مراد از تشبه در پوشش این است که اگر مردی لباسی را که زنانه می‌باشد، استفاده کند یا زنی لباسی را که عرفاً مردانه به حساب می‌آید، بپوشد تشبه صدق می‌کند.

۲/۱. عدم تشبیه در پوشش

از امام ششم (ع): پیغمبر مردان را از داشتن پوشش شبیه زنان می‌کرد و زنان را نهی می‌نمود که در لباس پوشیدن شبیه بمردان باشد (عاملی، ۵: ۲۶).

در بعضی احادیث حتی رنگ اختصاصی لباس مردانه و زنانه بیان شده است. از پیامبر (ص) نقل شده که فرمود: رنگ قرمز از زینت‌های شیطان به حساب می‌آید و شیطان قرمزی را دوست دارد، به همین جهت پیامبر از رنگ زرد برای مردان کراهت داشت. (أبی‌جمهور، ۱۴۰۵: ۷۵)

اصل تشبیه در پوشش شاخص نسبتاً عام و فراگیر است اما تفاوت در رنگ پوشش شاخصی مستقلی به در نظر نمی‌رسد، چرا که تفاوت در رنگ به فرهنگ‌های خاص بستگی دارد. به همین جهت امام باقر (ع) می‌فرماید: عن أبی جعفر علیه السلام قال: کنا نلبس المعصر فی البیت (طباطبائی، ۱۳۷۸، ۱: ۱۳۵) پس این قبیل تفاوت‌ها کلی و مطلق نیست. اما اجمالاً در هر فرهنگی جلوه‌های خاصی از آن وجود دارد. و باید مطابق با هنجارهای فرهنگ خاص رعایت شود.

۲/۲. عدم تشبیه در آرایش

آرایش‌های ظاهری زن و مرد نیز باید متفاوت باشد و آداب و رسوم و مواد ویژه‌ای مخصوص هرکدام وجود دارد و بهتر است ظاهر آرایش آنها با شخصیت خاص آنها متناسب باشد. حال پیامبر اکرم می‌فرمایند: آرایش زنان باید بگونه‌ای باشد که رنگ آن آشکار و بوی آن نهان (خفیف) باشد ولی آرایش مردان باید بگونه‌ای باشد که بوی آن آشکار و رنگ آن نهان باشد. یعنی اگر زنان از مواد خوش بو کننده استفاده می‌کنند نباید به حدی باشد که جلب توجه کند و مردان نیز اگر از مواد رنگی استفاده می‌کنند باید به حدی باشد که به چشم نیاید.. امام صادق (ع) (در یک سند از پیامبر (ص) می‌فرماید: عطر مردان پربو و کم رنگ ولی عطر زنان پر رنگ و کم بو باشد. (مغربی، ۱۳۸۵، ۲: ۱۶۶)

ممکن است در شرایط امروزی چنین دستوراتی به صورت جزئی قابل تطبیق نباشد، اما باید تفاوت‌های آرایش مردان و زنان مطابق فرهنگ امروزی در نظر گرفته شود.

تا اینجا شاخص‌های رفتار مصرفی ذکر شده که به حفظ تمایزات انسان مؤمن و جامعه‌ای ایمانی کمک می‌کند. در ادامه شاخص‌های رفتار مصرفی ذکر می‌شود که بر تقویت اشتراکات کمک می‌کند.

۳- تقویت سلامت فکری و جسمی

این معیار دو وجه دارد که در واقع شبیه دو روی یک سکه است. از یک سو مصارف اموری که به تقویت بنیادهای سلامتی اجتماع یاری برساند تشویق شده است یعنی هر مصرفی که به تقویت زیست سالم یاری برساند، خوب است. و از سوی دیگر مصارفی که به سلامتی اعضای جامعه لطمه بزند ممنوع شده است. این دو وجه در حدیث ذیل با همدیگر تذکر داده شده است.

امام صادق(ع) می‌فرماید: آنچه که به صلاح بدن است اسراف نیست، بلکه اسراف در مواردی صدق می‌کند که مال را از بین ببرد و ضرر به بدن داشته باشد. (بحرانی، ۱۴۰۳، ۱۰: ۲)

در این حدیث اسراف بیش از ضایع کردن مال است. در واقع سه شاخص خردتر "صلاح بدن، ضرر جسمی و زیان مالی" در این حدیث بیان شده است. در واقع تمام چیزهای که به سلامت زیست انسان کمک کند، قابل قبول است و تعدی از حدود به شمار نمی‌آید.

طبق این حدیث مصارفی که به هر نحوی در تقویت، کمال و رشد بدن مفید باشد و انسان را در انجام کارها یاری رساند، اسراف بر آن صدق نمی‌کند. این قاعده عامی است که در بسیاری موارد کاربرد دارد. مصرف برای هر نوع خوراک، پوشاک و وسیله حمل و نقل که به بهتر زیستن، بهبود میزان سلامتی اعضای جامعه و رشد سرانه سلامتی کل جامعه یاری برساند، مجاز است و اسراف در این قبیل مصارف معنا ندارد، در سبک زندگی انسان مؤمن این احتیاجات باید بر طرف شود. طبق این مبنا مصرف کردن برای ساختن جاده، خیابان، پل، عابر پیاده و... که به رشد سلامتی اعضای جامعه کمک می‌کند اسراف نیست. این قبیل مصارف تا آنجا که در راستای تأمین سلامتی اعضای جامعه باشد، لازم و ضروری است. بر همین اساس اگر در سطح جامعه بعضی منابع ارزشمند در ساختن مکانهای عمومی مصرف شود که برای گذراندن اوقات فراغت عمومی نیاز است، مثل ساختن پارک‌ها اشکالی ندارد، چرا که سلامتی اعضای جامعه به تجدید قوا و تفریح نیاز دارد، این قبیل مکانها محل انجام این تجدید قوا و کسب نیرو و رفع کسالت عمومی است.

قاعده عام "صلاح بدن" یک قاعده انعطاف پذیر و عام است. بعضی مصارف فرهنگی را هم جایز می‌کند، مثلا اگر کسی بخشی از وقتش را -که در اسلام یک منبع بسیار با ارزش است- در راه کسب اطلاعات عمومی طبیی و تقویت سلامتی خود مصرف کند، اشکالی ندارد، اگر سلامتی بدن فرد به مصرف بعضی پروتئین‌ها و موادی بستگی داشته باشد که اتفاقا بسیار گران عرضه می‌شود، مصرف آن اشکال ندارد. اگر آرامش عصبی فرد به تجدید قوا، و شادی‌های حلال نیاز داشته باشد، طبق همین حدیث، مصرف ابزارهای

که به این هدف برساند، اشکالی ندارد؛ چرا که صلاح بدن به آن بستگی دارد. البته همه این مباحث جزئیاتی دارد که مباحث مفصلی می‌طلبند، از جمله تلاش اسلام بر این است که فراغت سطح پائین را از زندگی مؤمن بردارد. در عوض، سطح بالاتری از تجدید قوا را در جامعه اسلامی را ایجاد کند و شاداب زیستن را به کسب لذت از انس با خدا منوط سازد. بطور کلی، اسلام همه اموری را که در اصلاح جسم ما کمک کند، به رسمیت شناخته است. طبق این حدیث مصرف آن اشیای فرهنگی که سطح اطلاعاتی را رشد می‌دهد یا به آرامش و تجدید قوای انسانها کمک می‌کند یا فایده معقول دیگری دارد، اشکالی ندارد.

همچنین در نگاه هنجارین اسلام هر مصرفی که ضرر جسمی داشته باشد، حتی اگر کم باشد اسراف است. این معیار نیز بسیاری از مصارف را از سبد مصرفی انسان مؤمن خارج می‌کند. مثلاً اگر ثابت شود که نوشابه‌های گازدار، یا اعتیاد آور برای جسم انسان ضرر دارد، مصرف برای آن اسراف است، خلاصه هر مصرفی که ضرر مالی یا جسمی در آن باشد، باید از سبک زندگی انسان مؤمن حذف شود.

طبق همین قاعده "ضرر بدنی"، بسیاری از مصارف اطلاعاتی و فرهنگی مردود شمرده می‌شود، مثلاً اگر فیلم‌ها، تصاویر جنسی یا خشونت آمیز بر اعصاب انسان فشار زیادی وارد کند، ضرر جسمی است و مصرف آن از همین جهت مردود است. اگر تبلیغات رسانه‌ای، هیجانانگیز اعضای جامعه را به حدی بر می‌انگیزد که برای آرامش عصبی و روانی اعضای جامعه ضرر دارد، در سبک زندگی انسان مومن جایگاهی ندارد. از این جا می‌توانیم نتیجه بگیریم که سبک زندگی انسان مؤمن دارای برنامه، حساب شده، آگاهانه و هوشمندانه است. هر کاری دارای حساب و کتاب است. برای اغراض عقلایی مصرف جایز است، اما هیچ مصرف ضرری و زیان‌آور جایز نیست.

مذمت ضرر برای مصرف کننده و ضایع کردن منابع ارزشمند امری عقلانی است. پس محدودیت غیر عقلانی برای مصرف افراد وجود ندارد، انسانها در انتخاب میزان مصرف اختیار دارد. در شرع محدودیت کمی پذیرفته نشده است. مگر در جایی که امر غیر عقلانی و ناپسندی اتفاق بیفتد؛ مثلاً اگر بعضی مارکها و برندها به خاطر شهرت و اعتبار تبلیغاتی، قیمت محصولاتش را بالا ببرد، اما امتیازات واقعی و کیفی نداشته باشد، خرید آن ضرر مالی است. مگر اینکه سود عقلایی و تفاوت واقعی از جهات دیگری در خرید این محصولات باشد.

۵/۱. استفاده نکردن از کتاب ضاله

در اینکه مقصود از کتاب ضاله چیست بین علما اختلاف است. بعضی از نویسندگان مجموعه آنها را در سه دسته جمع‌بندی کرده است:

یک) مقصود از کتاب ضاله کتاب باطل است. پس هر کتابی که محتوای باطل داشته باشد چه امر دوروغ و مخالف عقیده و شریعت ما در آن باشد یا نباشد، کتاب ضاله است. دو) مقصود از ضاله در برابر هدایت است. پس هر کتابی که باعث گمراهی باشد، هر چند مطالب آن حق هم باشد، مثل بعضی مطالب عرفانی که برای عموم مردم گمراهی ایجاد می‌کند.

سه) هر کتابی که برای گمراه کردن مردم نوشته شده باشد، چه در عالم خارج این گمراهی اتفاق بیفتند یا نیافتند.

در اینکه مراد ما کدام یک از این معانی باشد، تفاوت‌های فنی زیادی ایجاد می‌کند اما در مباحث پیچیده وارد نمی‌شویم و مراد ما همه آثار فرهنگی ناسازگار با باورها و ارزشها است. خوشبختانه ادبیاتی که راجع به کتاب ضاله وجود دارد، به کتاب اختصاص ندارد. بلکه تمام آثار مکتوب را شامل می‌شود؛ مثلاً استفاده از روزنامه‌ها، مجلات و... همه در این حکم مساوی است و حتی روزنامه‌ها و کتب الکترونیکی نیز همین حکم را دارد. تاریخچه بحث نیز نشان می‌دهد که بحث کتب ضاله در هر زمان به یک شکل مطرح بوده و در گذر ایام دچار قبض و بسط‌های فراوان شده است. عناوینی مثل کتب ضاله، کتب کفر، کتب منسوخه، و کتب بدعه به همین مسئله اشاره دارد. آنچه مسلم است، در حال حاضر مصادیق کتب ضاله بیش از زمانهای قدیم شده است. خوشبختانه تفاوت مصادیق مشکلی زیادی ایجاد نمی‌کند؛ چرا که متون دینی عام است و ملاک‌های عامی بیان شده که به مصادیق خاصی اختصاص ندارد. در ذیل به برخی دلایل بصورت مختصر اشاره می‌شود:

بعضی از مردم گفتار بازیچه را می‌خرند، تا بدون علم مردم را از راه خدا گمراه کنند، و راه خدا را مسخره گیرند، آنان عذابی خفت‌آور دارند (لقمان، ۶)

در این آیه تأکید شده که هر چیزی که بنیادهای فرهنگ اسلامی را سست کند، در سبک زندگی اسلامی قابل قبول نیست. و شأن نزولی که برای آیه ذکر شده به همین مطلب اشاره دارد. بنابر عقیده مفسران این آیه در شأن نصر بن حارث بن علقمه نازل شده است. وی تاجری بود که با قصه سرایی توجه مردم را جلب کرد و با اتهام قصه سرایی به پیامبر اکرم (ص)، رسالت پیامبر را منکر می‌شد و مردم را از توجه به معارف قرآنی باز می‌داشت. (طاطبایی، ۱۶: ۲۱۲) مرحوم علامه طباطبایی در تفسیر این آیه می‌نویسد لهُو آن است که شما را از امور با اهمیت باز دارد. و لهُو الحدیث آن سخنی است که آدمی را از حق منصرف نموده و به خود مشغول سازد، مانند حکایات خرافی، و داستانهایی

که آدمی را به فساد و فجور می‌کشاند، و یا از قبیل سرگرمی به شعر و موسیقی و مزمار و سایر آلات لهو که همه اینها مصادیق لهو الحدیث هستند (طباطبایی، ۱۳۸۲، ۱۶: ۲۰۹) مهمترین نکته در آیه این است که لهو الحدیث بر کتب ضاله دلالت دارد یا اینکه با همدیگر تفاوت دارد. از کلام بعضی بزرگان بر می‌آید که با همدیگر متفاوت است. (حلی، ۱۴۱۴، ۲: ۳۰۵) همچنین در ممنوعیت استفاده از هر لهوی جای تردید وجود دارد. پس در ممنوعیت استفاده از کتب ضاله با توجه به این آیه تأملاتی وجود دارد. اما ممنوعیت کتب ضاله‌ای که باعث گمراهی مردم گردد، محل تردید نیست. و قدر متیقن آیه است. چنانچه متون دینی دیگری راجع به آن وجود دارد.

و چهارپایان برای شما حلال شده، مگر آنچه (ممنوع بودنش) بر شما خوانده می‌شود. از پلیدیهای بتها اجتناب کنید! و از سخن باطل بپرهیزید. (حج/۳۰)

برخی از علما به خاطر آیه مذکور کتب ضاله را یکی از مصادیق «قول زور» قرار داده فقهاء برای روشن ساختن حکم کتب ضاله به روایات، حکم عقل، مبارزه با بدعت، دفع ضرر محتمل، و... نیز بر ممنوعیت استفاده از کتب ضاله استدلال کرده‌اند. ادبیات نسبتاً غنی در حوزه کتب ضاله وجود دارد. مثلاً بعضی موارد استثنا که می‌تواند از این کتب استفاده کند نیز ذکر شده است. مثل کسانی که آنها را نقد می‌کنند و کسانی که از استفاده از آن دچار گمراهی نمی‌شوند و... استثنا شده است. با این گونه مباحث تکلیف کسانی که به حکم ضرورت از کتب ضاله استفاده می‌کنند، روشن می‌شود. همچنین با تنقیح مناط حکم بسیاری از موارد دیگر را نیز بدست می‌آید؛ مثلاً تحلیل گران و ناقدین فیلم‌های مستهجن و بسیاری موارد دیگر در همین حکم هستند. چرا که تعبیرهای مثل «لهو الحدیث، قول زور و...» هیچگاه به کتاب اختصاص ندارد، بلکه هر مصداقی دیگری که این عناوین بر آنها صدق کند شامل می‌شود. چه در قالب‌های مکتوب باشد و چه در قالب‌های غیر مکتوب باشد. چنانچه موارد استثنا نیز به مصادیق خاصی منحصر نمی‌گردد. شاید بتوان گفت کلیت حکم همه محصولات فرهنگی که جامعه به آن احتیاج دارد، همین است.

۵/۲. مصرف نکردن مسکرات و مخدرها

برخی از آشامیدنی‌ها مست کننده و زایل کننده عقل و تضعیف کننده تمرکز بشر است. اسلام به صحت و سلامتی شعور و قوای درک کننده انسانها اهمیت فراوان داده است.

و از میوه‌های درختان نخل و انگور، مسکرات (ناپاک) و روزی خوب و پاکیزه می‌گیرید در این، نشانه روشنی است برای جمعیتی که اندیشه می‌کنند! (نحل/۶۷).

این آیه رواج استفاده از مسکرات را در زمانهای خاص را توضیح می‌دهد اما آیات دیگر در قرآن وجود دارد که استفاده از آنها ممنوع کرده است. که می‌فرماید: **إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ... فَأَجْتَنِبُوهُ** (مائده/۹۰)

قرآن در بعضی موارد گام به گام عمل کرده است. یکی از آن موارد حکم مسکرات است که اهمیت و حساسیت موضوع را نشان می‌دهد. بعضی احادیث همین مسئله را توضیح داده است.

سعید بن یسار از امام صادق (ع) نقل می‌کند که فرمود: خداوند به پیامبرش در قرآن آیه را نازل کرد که آنرا خوانده‌اید. «وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَ الْأَعْنَابِ - تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَ رِزْقًا حَسَنًا» بعد از آن آیه تحریم کردن را نازل کرد که می‌فرماید: **إِنَّمَا الْخَمْرُ وَ الْمَيْسِرُ وَ الْأَنْصَابُ** تا آخر آیه. این آیه تحریم است و آیه پیشین را نسخ کرد. (عیاشی، ۱۴۲۱: ۲۶۳).

در باره شراب و قمار از تو سؤال می‌کنند، بگو: «در آنها گناه و زیان بزرگی است و منافی (از نظر مادی) برای مردم در بردارد (ولی) گناه آنها از نفعشان بیشتر است. (بقره/۲۱۹).

این آیه بیان می‌کند که خمر و میسر فوایدی دارد اما زیانهای آن بیشتر است، پس باید از سبک زندگی اسلامی برچیده شود. پس آنچه در سبک زندگی اسلامی تخطئه می‌شود تنها اموری بی‌فائده نیست، بلکه اصولی در سبک زندگی اسلامی مطرح است که همه چیز با آنها سنجیده می‌شود، چنانچه با آن اصول سازگار بود، مورد پذیرش قرار می‌گیرد اما اگر نبود، کنار گذاشته می‌شود، حتی اگر فوائد جزئی هم داشته باشد. اما اینکه آن اصول چیست بحث مفصلی دارد، اما در این مورد خاص قرآن در آیه دیگری آن اصول را توضیح می‌دهد. و می‌فرماید:

شیطان می‌خواهد به وسیله شراب و قمار، در میان شما عداوت و کینه ایجاد کند، و شما را از یاد خدا و از نماز بازدارد. آیا (با این همه زیان و فساد، و با این نهی اکید)، خودداری خواهید کرد (مائده/۹۱).

این آیه نشان می‌دهد که حفظ اصل عبودیت و همبستگی و همدلی از اصول خدشه ناپذیر اسلام است که هر چیزی با آنها همخوانی نداشته باشد، کنار گذاشته می‌شود. پس قرآن در نهایت مسلمانان را در تردید رها نکرده و تصریح کرده است که مسکرات

در سبک زندگی اسلامی جایی ندارد. البته موارد استثنا و اضطراب و امثال آن مورد بحث ما نمی‌باشد. در حالت طبیعی باید از مسکرات و مست‌کننده‌ها اجتناب شود. اهمیت استفاده از مسکرات در حال حاضر بیشتر از گذشته شده است؛ چرا که انواع و اقسام مسکرات در بازار وجود دارد. بسیاری از مسکرات با نامهای غیر مسکر وارد بازار شده است. استفاده‌های متنوع و متعدد از مسکرات ایجاد شده است. صدق یا عدم صدق مسکرات بر مواردی که حاوی درصد کمی از مسکرات است، مشکل است. تعیین دقیق مرزهای حرمت و حلیت در حال حاضر بسیار پیچیده‌تر از گذشته شده است. امروزه کارهای کارشناسی و ویژه در این موارد نیاز است. در غیر اینصورت حساسیت‌های ویژه متون دینی به شکل بایسته اجرائی نخواهد شد. اصل ممنوعیت در متون روایی نیز تکرار شده است. و لحن‌های مختلف دارد. مثلاً حدیث ذیل از آن جمله است.

امام صادق(ع) می‌فرماید: در خانه‌ای که خمر یا مسکرات در آن وجود داشته باشد، نماز نخوانید. (کلینی، ۶: ۳۷۹)

مخدرها نیز از امور ممنوعه به حساب می‌آید و احکام آن به مراتب پیچیده‌تر از مسکرات است. اما ممنوعیت کلی آن مورد تأکید متون اسلامی است. اما باید از کلیات و قواعد دینی احکام آن استخراج شود.

کلمه مخدر در لغت به معنای تخدیر کننده و به وجود آورنده ضعف و سستی است و اعتیاد به مواد مخدر در لغت به معنی عادت کردن به بی‌حس کننده و سست کننده اعضای بدن می‌باشد.

در اصطلاح به ماده‌ای اطلاق می‌شود که باعث کسالت، سستی، از خود بیگانگی، بی‌تفاوتی و احساس لذت کاذب می‌شود و عقل را زایل نموده و قدرت ادراک، آگاهی و تفکر را از انسان می‌گیرد و او را از حالت عادی و طبیعی خارج کرده و به مرور باعث پیدایش حالت خطرناکی به نام اعتیاد در او می‌شود. در زمان شارع مواد مخدر و اعتیاد به آن، وجود نداشته است و در متون دینی دلیل خاصی درباره مواد مخدر نداریم، اما به دلایل حسی و تجربی زیان‌ها و مفسدات اعتیاد به مواد مخدر محرز شده است، پس چیزی که برای بشر مضر باشد و مفسده داشته باشد از نظر شرعی هم حرام است و در نتیجه شارع حکم به حرمت اعتیاد به مواد مخدر می‌نماید. پس ممنوعیت مخدرها از اصول کلی اسلام مثل اجتناب از امور مضر و مقایسه با مسکرات بدست می‌آید.

۵/۳. استفاده نکردن از ابزارهای لهو و لعب

سبک زندگی اسلامی برای همه لحظات زندگی بشر برنامه دارد، ارزش عمر انسان بیش از آن است که بدون برنامه و هدف بگذرد، استفاده از ابزارها و آلاتی که با این اصل کلی ناسازگار باشد در سبک زندگی اسلامی ممنوع است، چرا که سرگرم شدن جامعه با این ابزارها آنها را از برنامه‌های جدی باز می‌دارد، مثلاً از ایجاد ساختارهای قوی اقتصادی و فرهنگی باز می‌ماند، همچنین از برچیدن ساختارهای ناسالم و پوسیده ناتوان است. مبارزه با نظام اقتصادی و سیاسی ظالمانه منوط به این است که مردم با ابزارهای بی‌فایده سرگرم نشود. به نظر می‌رسد مبارزه با آلات لهو و لعب چنین اهداف بلندی را دنبال می‌کند. و منحصر ساختن آلات لهو و لعب به امور خاص و ویژه غیر قابل قبول به نظر می‌رسد، پس هر ابزاری که جامعه ایمانی را به امور بی‌فایده و کم‌اهمیت سرگرم کند، ابزار لهو و لعب است. اتفاقاً متون دینی نیز در این حوزه عام و قابل تطبیق بر مصادیق متعدد است. هرچند در بعضی زمانها ابزارهای ویژه‌ای در جامعه‌ای رایج شده و بعضی متون ناظر به مبارزه با آنها تولید شده و لحن خاص یافته است. اما متون اصلی عام و فراگیر است. و هر لهو و لعبی را شامل می‌شود.

چنانچه قبلاً گذشت آیه ۶ سوره مبارکه لقمان همین ویژگی برجسته را دارد.

بعضی از مردم گفتار بازیچه را می‌خرند، تا بدون علم مردم را از راه خدا گمراه کنند، و راه خدا را مسخره گیرند، آنان عذابی خفت‌آور دارند. (لقمان ۶).

اما در تفاسیر بعضی مصادیق بارز ذکر شده است. در تفسیر علی بن ابراهیم، لهو الحدیث، به غنا و نوشیدن شراب و کارهای بیهوده تفسیر شده است. گروهی از مفسران لهو الحدیث را به ساز تفسیر کرده‌اند. تفسیر به ساز و امثال آن با توجه به زمان تولید متن، معنادار است اما در زمان ما مصادیق آنها تغییر کرده و در بعضی موارد توسعه یافته است. و اردنا آن نتخذ لهواً لاتخذناه من لدنا ان کنا فاعلین. (انبیاء ۱۷) به این آیه شریفه، در ضمن روایت عبدالاعلی، استشهد شده و شیخ انصاری، آن را از دلیلهای حرام بودن لهو قرارداده است.

والذین هم عن اللغو معرضون. (مؤمنون ۳) در تفسیر علی بن ابراهیم (اللغو) به غنا و کارهای لهو، تفسیر شده است. (مجلسی، ۲۴۰: ۷۶)

«و أَلحَّتْ لکم الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا یَتَلٰی عَلَیْکُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ» (حج، ۳۰)

مؤلف مجمع البیان در تفسیر آیه می‌نویسد: «واجتنبوا قول الزور» و روی اصحابنا آنه یدخل فیہ الغنا و سائر الأقوال الملهیه». (طبرسی، ۷: ۸۲)

مصادیقی که در ذیل آیات ذکر شده همگی صحیح است اما مصادیق خصوصیت ندارد و اصل استفاده لهوی و لغوی از آنها است. بیانات دینی در این حوزه‌ها کلی

است که این کلیت یک امتیاز است؛ چرا که ظرفیت تطبیق‌پذیری متون دینی در زمانها و مکانهای مختلف را نشان می‌دهد. اما تلاش مجدانه تطبیق متون بر شرایط حاضر را نیز می‌طلبد که جای کارهای بیشتر و جدی‌تر در این زمینه‌ها وجود دارد. باید با توجه به معیارهای کلی نشان بدهیم که امروزه کدام ابزارهای فرهنگی، تبلیغاتی، حتی احساسی و عاطفی و... در جامعه مردم را به امور کم‌اهمیت مشغول می‌کند.

جمع‌بندی

در یک جمع‌بندی کوتاه می‌توانیم بگوییم که مصرف یک امر بسیار مهم و پیچیده است و باید بسیار منظم و معین باشد. چرا که مصرف در عین زمان که یک امر اقتصادی است یک امر فرهنگی، سیاسی و مدیریتی هم است. پس مصرف بیش از آنکه یک امر مادی باشد یک امر هویتی است. یعنی شخصیت فرد بر نحوه مصرف، نوع مصرف و مقدار مصرف تأثیر دارد در عین حال که شخصیت فرد هم در خلال مصرف شکل می‌گیرد. از خلال این مقاله چند نکته روشن شد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

یک) بسیاری از شاخصهای مصرف نسبی است، یعنی تابع شرایط زمانی و مکانی است. مثلاً تشبه در پوشش و آرایش میان زن و مرد و حتی تشبه به کفار در صورتی صدق می‌کند که عرف زمان و مکان آنرا تشبه بدانند. در عرف امروزی مصادق تشبه مطابق شرایط امروزی سنجیده می‌شود.

در بیشتر موارد، کمیت و مقدار در الگوی اسلامی مصرف شاخص اصلی به شمار نمی‌آید. حتی در مسائلی مثل اسراف که ظاهراً کمی است در واقع معیارهای کیفی مثل فایده مندی یا عقلانیت تعیین‌کننده آن است نه مقدار کالای مصرف شده.

مسئله مصرف به وضعیت اشخاص هم بستگی دارد، مثلاً کسانی که می‌توانند از کتبی که برای عموم مردم گمراه‌کننده است استفاده مفید کنند، باید چنین کنند به شرطی که در گمراهی گرفتار نشوند و برای جامعه اسلامی فایده‌ای از این کار برسد.

مصرف به انتظاراتی که از شخص در جامعه وجود دارد هم بستگی دارد، کسانی که مقام و موقعیت حساس دارند، باید به انتظاراتی که از آنها وجود دارد، پاسخ دهند و آنها را در نظر بگیرند، در عین حال اگر الگوی اطرافیان است باید دقت کند که اطرافیان از نوع زندگی او در اذیت نباشند.

در پایان می‌توانیم بگوییم شاخص اصلی مصرف این است که مصرف به گونه‌ای باشد که اشتراکات را در جامعه اسلامی تقویت کند و در عین زمان به تمایزات و امتیازات منطقی و معقول اعضای جامعه اسلامی آسیب نرساند و همچنین تمایز جامعه اسلامی با جوامع غیر اسلامی را حفظ کند.

منابع

۱. ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین، عوالی اللئالی العزیزیه فی الأحادیث الدینیة؛ دار سید الشهداء للنشر - قم، چاپ اول، ۱۴۰۵ ق.
۲. ابن حیون، نعمان بن محمد مغربی، دعائم السلام. مؤسسه آل البيت عليهم السلام - قم، چاپ: دوم، ۱۳۸۵ ق.
۳. ابن فارس، أحمد بن فارس، معجم المقاییس اللغۃ؛ مکتب الاعلام الاسلامی - قم، چاپ: اول، ۱۴۰۴ ق.
۴. ابن فهد حلی، احمد بن محمد، آیین بندگی و نیایش (ترجمه عدة الداعی)، بنیاد معارف اسلامی، قم، ۱۳۷۵.
۵. اردبیلی، احمد، مجمع الفایده والبرهان، قم، بدون مشخصات.
۶. انصاری، مرتضی، مکاسب المحرمه، قم، مطبوعات دینی، ۱۳۶۸.
۷. ایروانی، علی، حاشیةالمکاسب، تهران، کیا، ۱۳۸۴.
۸. بحرانی، هاشم، تفسیر البرهان، قم، دار التفسیر، ۱۳۷۵.
۹. حر عاملی، محمد بن حسن، تفصیل وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة، ۳۰ جلد، مؤسسه آل البيت عليهم السلام - قم، چاپ: اول، ۱۴۰۹ ق.
۱۰. حسینی زبیدی، محمد مرتضی، تاج العروس، دارالفکر، بیروت، ۱۴۱۴ ق.
۱۱. حلی، حسین ابن یوسف، نهايةالإحکام، قم، چاپ اسماعیلیان، ۱۳۶۸.
۱۲. دهخدا، علی اکبر، لغت نامه، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۳۹.
۱۳. سبحانی، جعفر، کتاب المواهب، قم، امام صادق(ع)، ۱۳۸۲ ش.
۱۴. شهید اول، محمد ابن مکی، الدروس الشرعیة فی الفقه الامیه، قم، جامعه مدرسین، چاپ اول، ۱۴۱۴ ق.
۱۵. شهید ثانی، زین الدین، مسالک الأفهام فی شرح شرایع الاسلام، قم، دار الهدی، ۱۳۶۳.
۱۶. طباطبائی، علی، ریاض المسائل، قم، جامعه مدرسین، ۱۳۷۸، چاپ اول.
۱۷. طباطبائی، محمد حسین، سنن النبی صلی الله علیه و آله، ترجمه محمد هادی فقهی، تهران، کتاب فروشی اسلامیة، ۱۳۷۸ ش، چاپ هفتم
۱۸. طباطبائی؛ محمد حسین؛ المیزان؛ بیروت؛ مؤسسه اعلمی؛ چاپ اول؛ ۱۴۱۷
۱۹. طبرسی؛ فضل بن حسن؛ مجمع البیان؛ تهران؛ انتشارات ناصر خسرو؛ چاپ دوم؛
۲۰. عیاشی، محمد، تفسیر العیاشی، تهران، العلم اسلامیة، ۱۳۶۳.
۲۱. کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق، الکافی (ط - الإسلامیة)، ۸ جلد، دار الکتب الإسلامیة - تهران، چاپ: چهارم، ۱۴۰۷ ق.
۲۲. مجلسی، محمد باقر، بحارالانوار، مؤسسه الوفاء، بیروت.
۲۳. مطهری، مرتضی، مجموعه آثار، چاپ پنجم، تهران، انتشارات صدرا، ۱۳۷۸.
۲۴. نجفی، محمد، جواهر الکلام، تهران، دارالکتب، چاپ چهارم، ۱۳۷۴.
۲۵. تراقی، احمد، مستند الشیعة فی احکام الشریعة، مشهد، موسسه آل البيت، ۱۳۷۳.
۲۶. نوری، حسین بن محمد تقی، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، مؤسسه آل البيت عليهم السلام - قم، چاپ اول، ۱۴۰۸ ق.