



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران
علیهما صلوات

www. **Ghaemiyeh** .com
www. **Ghaemiyeh** .org
www. **Ghaemiyeh** .net
www. **Ghaemiyeh** .ir



مرکز پژوهش‌های اسلامی سی‌ا‌ا

نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی

حسین بافکار

نشر الکترونیک www.irc.ir

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی

نویسنده:

حسین بافکار

ناشر چاپی:

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۱۰	نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی
۱۰	مشخصات کتاب
۱۰	دبیاچه
۱۳	پیش گفتار
۱۵	فصل اول: کلیات
۱۵	اشاره
۱۵	۱. معنی جهاد و عرصه های مختلف آن
۱۶	۲. معنی، مفهوم و کارکرد جهاد اقتصادی
۱۸	۳. فرهنگ جهادی و عناصر اساسی آن
۱۸	اشاره
۱۹	الف) علاقه به اعتلای دین
۲۰	ب) ولایت مداری
۲۰	ج) خدمت به مردم
۲۱	د) میهن دوستی
۲۱	۴. هدف از طرح جهاد اقتصادی در خانواده
۲۲	۵. دلایل طرح جهاد اقتصادی در خانواده
۲۲	اشاره
۲۲	الف) کم رنگ شدن نقش خانواده در تولید
۲۳	ب) مدیریت نامناسب مصرف
۲۴	ج) افزایش حداکثری رفاه و مطلوبیت خانواده
۲۵	۶. وظایف خانواده در طرح جهاد اقتصادی
۲۵	اشاره

۲۵	الف) آگاهی از فرهنگ جهادی
۲۶	ب) مشارکت در تولید
۲۶	ج) مدیریت مصرف
۲۶	د) تربیت نیروهای ارزشی
۲۹	فصل دوم: بایسته‌های فرهنگ جهادی
۲۹	اشاره
۳۰	۱. اخلاص در کار
۳۱	۲. خودسازی
۳۲	۳. گذشت و ایثار
۳۴	۴. کار و تلاش بیوقفه
۳۵	۵. پایبندی به اصول اخلاقی
۳۶	۶. استقامت در برابر دشواریها
۳۷	۷. بهره‌گیری از تدبیر و دانش
۳۷	۸. پایبندی به نظم و مقررات
۳۸	۹. مبارزه با ناامیدی و دل سردی از کار
۳۹	۱۰. وحدت رویه در دست یابی به هدف
۴۱	فصل سوم: مشارکت در تولید
۴۱	اشاره
۴۲	۱. انجام کار تولیدی
۴۲	اشاره
۴۳	الف) تولید در بخش رسمی
۴۴	ب) تولید در منزل
۴۷	۲. مشارکت دادن سرمایه در تولید
۴۷	اشاره

- ۴۸ الف) مشارکت مستقیم سرمایه در تولید
- ۵۰ ب) مشارکت غیر مستقیم سرمایه در تولید
- ۵۱ ج) مشارکت سرمایه در تولید مؤسسات اجتماعی
- ۵۳ ۳. بهره گیری از ظرفیتهای تولید
- ۵۷ فصل چهارم: مدیریت مصرف
- ۵۷ اشاره
- ۵۹ ۱. تعیین هدف از مصرف
- ۶۰ ۲. آگاهی و عمل به اصول اسلامی مصرف
- ۶۰ اشاره
- ۶۰ الف) اصل اعتدال
- ۶۲ ب) اصل پرهیز از اسراف و تبذیر
- ۶۵ ج) اصل مفید بودن کالای مصرفی
- ۶۹ د) اصل پیروی نکردن از الگوی مصرف بیگانگان
- ۷۳ ۳. مدیریت مصرف خانواده
- ۷۳ اشاره
- ۷۴ الف) طبقه بندی هزینه ها
- ۷۵ ب) جایگزین کردن کالا
- ۷۶ ج) استفاده کامل از کالاها
- ۷۶ د) نگه داری اصولی از وسایل و کالاها
- ۷۹ فصل پنجم: تربیت و آموزش نیروی انسانی ارزشی (اخلاقی - اقتصادی)
- ۷۹ اشاره
- ۸۰ ۱. آموزش و تقویت مسئولیت پذیری
- ۸۱ ۲. آماده کردن فرزندان برای کار و تلاش
- ۸۴ ۳. آگاه کردن فرزندان از درآمد خانواده

۸۵	۴. آموزش اعتماد به نفس
۸۶	۵. آموزش حفظ اموال
۸۷	۶. آموزش خرید
۸۸	۷. آموزش پس انداز
۸۹	۸. آموزش مصرف عاقلانه
۹۰	۹. ایجاد رفتار اقتصادی با گفت و گو
۹۳	فصل ششم: پی آمدهای مشارکت خانواده در جهاد اقتصادی
۹۳	اشاره
۹۳	۱. ایجاد تعادل روانی در خانواده
۹۴	۲. حاکم شدن خطوط اقتصاد اسلامی در خانواده
۹۵	۳. از بین رفتن زمینه انحراف های اخلاقی در خانواده
۹۶	۴. بستر سازی مناسب برای رشد و تکامل افراد خانواده
۹۷	۵. افزایش مهربانی و صمیمیت
۹۹	۶. بهره ور شدن خانواده
۱۰۱	فصل هفتم: وظایف رسانه ملی در سال جهاد اقتصادی در برابر خانواده
۱۰۱	اشاره
۱۰۲	۱. تبیین درک درست و ساده از مفهوم جهاد اقتصادی
۱۰۳	۲. آموزش بهره ور کردن اقتصاد خانواده
۱۰۶	۳. هدایت مصرف خانواده در جهت بهرهوری
۱۰۷	۴. ترویج روحیه خودکفایی ملی
۱۰۹	۵. تلاش برای بهبود وضعیت تولید در خانوادهها
۱۱۰	۶. احیای فرهنگ کار و سخت کوشی در میان اعضای خانواده
۱۱۱	نتیجه گیری
۱۱۳	کتاب نامه

- ۱۱۳----- اشاره
- ۱۱۳----- الف) کتاب
- ۱۱۶----- ب) نشریه
- ۱۱۶----- ج) پایگاه اینترنتی
- ۱۱۷----- درباره مرکز

نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی

مشخصات کتاب

سرشناسه : بافکار، حسین، ۱۳۴۳ -

عنوان و نام پدیدآور : نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی / حسین بافکار؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.

مشخصات نشر : تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری : ۱۱۲ص.

شابک : ۷۵۰۰ ریال : ۹۷۸۹۶۴۵۱۴۱۹۶۵

موضوع : اقتصاد خانواده -- ایران

موضوع : رشد اقتصادی -- جنبه های اجتماعی

موضوع : رشد اقتصادی -- جنبه های مذهبی -- اسلام

موضوع : اقتصاد -- ایران -- جنبه های جامعه شناختی

شناسه افزوده : صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش‌های اسلامی

رده بندی کنگره : TX۱۰۷ / ب۲ن۷ ۱۳۹۰

رده بندی دیویی : ۶۴۰/۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی : ۲۴۴۶۷۹۰

ص: ۱

دیباچه

دیباچه

استکبار جهانی پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، تمامی توان و امکانات خود را برای به شکست کشاندن نظام اسلامی به کار برده است که به فضل الهی، تاکنون به نتیجه ای نرسیده است. وقتی دشمنی آنان در عرصه های امنیتی، سیاسی و فرهنگی در ایران به شکست انجامید، تنها برگ برنده ای که در سال های اخیر در دستان مخالفان نظام اسلامی باقی مانده، ناکارآمد نشان دادن نظام

اقتصادی است. در واقع مسائل اقتصادی اساسی ترین محوری است که دشمن در سال های اخیر، آماج قرار داده است؛ چون احساس می کند در مسائل اقتصادی خلأهایی داریم که نظام را ضربه پذیر می کند و رخنه هایی وجود دارد که می تواند از آنجا به سد مستحکم نظام نفوذ کند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی، حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله العالی) با درایت و آینده نگری خاص خود در تعیین سال جهاد اقتصادی، از تمامی مردم خواست برای مقابله با این تهدید به حالت آماده باش درآیند. و با شرکت در این مبارزه مقدس اقتصادی علاوه بر ناامید کردن دشمن، زمینه پیشرفت و آبادانی ایران اسلامی را فراهم آورند تا الگویی برای دیگر کشورها به ویژه جوامع اسلامی باشند.

ص: ۲

جامعه ایرانی اسلامی، جامعه ای خانواده محور است که این خانواده گرایی از ارزش های الهی برخاسته است و در علوم اجتماعی، از خانواده به عنوان نهادی اثرگذار نام می برند که هسته اولیه جامعه از آن ریشه می گیرد. خانواده نه تنها در پیشرفت و توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه نقش اول دارد، بلکه در پیشرفت و توسعه اقتصادی جامعه نیز نقش اساسی ایفا می کند و میزان چگونگی و نوع حضورش در عملکرد و چرخه اقتصاد کشور اثر می گذارد. یکی از عرصه های مطرح در جهاد اقتصادی خانواده است که با توجه به تقدس جهاد و خانواده از یک سو و نقش خانواده در تولید، توزیع و مصرف از سوی دیگر، نقش مهمی دارد.

گروه مطالعات خانواده مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما بنابر رسالت سازمانی خود برای پشتیبانی از برنامه های صدا و سیما، پژوهش «نقش و کارکرد خانواده در جهاد اقتصادی» را در دستور کار خود قرار داد.

کتاب حاضر، جستاری در این زمینه است که با همت و تلاش پژوهشگر ارجمند، جناب آقای حسین بافکار نگاشته شده است.

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

اداره کل پژوهش

گروه مطالعات خانواده

ص: ۳

پیش گفتار

پیش گفتار

بدون تردید، ایران اسلامی امروزه به مرحله جدیدی از تاریخ خود گام نهاده است؛ مرحله ای که آزمونی بزرگ برای ملت سرافراز ایران است. پیروزی نظام اسلامی در عرصه های گوناگون و دگرگونی های عمیق و اساسی رخ داده در کشور و تأثیر آن بر جهان اسلام به گونه ای است که جهانیان به ویژه دشمنان قسم خورده اسلام و انقلاب را به واکاوی عمیق و دقیق در اسلام و مذهب تشیع وادار کرده است. آنان در صدد پاسخ گویی به این پرسش اساسی هستند: آیا اسلامی که در عرصه های فرهنگی و سیاسی چنین تحول آفرین است، برای رفع مشکلات اقتصادی جامعه و رسیدن به مرحله خودکفایی هم برنامه ای دارد؟ این موضوع چنان اهمیت دارد که بنا به فرموده مقام معظم رهبری، صاحب نظران نیز بر آن تأکید دارند:

«صاحب نظران معتقدند یکی از مسائل دارای فوریت و اهمیت بیشتر در این برهه از زمان، مسائل اقتصادی و حرکت جهادگونه در این عرصه است؛ زیرا اگر نظام اسلام توانایی خود را در حل مشکلات اقتصادی به دنیا و همه ملت ها نشان دهد، این موضوع در پیشرفت کشور و عزت ملت ایران [و اسلام] تأثیر بسیاری خواهد داشت».^(۱)

۱- اقتباس از فرمایشات مقام معظم رهبری در جمع زائرین و مجاورین حرم رضوی، روزنامه ایران، ۱۵/۱/۱۳۹۰، ش ۴۷۵۷، ص ۲۴.

ص: ۴

البته بخشی از مشکلات اقتصادی موجود، در طبیعت هر انقلابی وجود دارد، اما قسمت دیگر آن، زائیده عملکردهای نادرست در برخورد با مسائل اجتماعی است که همین مشکلات باعث شده است دشمن ضمن تلاش در عرصه های دیگر، بیشتر سعی خود را روی «اقتصاد» متمرکز کند.

از این رو، بر مردم عزتمند ایران که پرچم دار حکومت دینی در جهان هستند، لازم است با اطاعت از فرمان رهبر فرزانه، در طرح «جهاد اقتصادی» مشارکت فعال داشته باشند و یک بار دیگر با حرکت جهشی و اصلاح عملکردهای اقتصادی و همکاری با برنامه های دولت به جهانیان اثبات کنند که اسلام، مکتبی همه جانبه است که با تکیه بر مبانی دینی خود، نه تنها در عرصه های سیاسی و فرهنگی، توانایی ایجاد تحول در جامعه را دارد، بلکه می تواند در بعد اقتصادی نیز رفاه و آسایش افراد جامعه را فراهم کند.

به یقین، در این مرحله از مبارزه، نمی توان به نقش خانواده در میدان کار و اقتصاد بی توجه بود؛ زیرا خانواده از ارکان اساسی جامعه است که نوع عملکرد و میزان حضورش در چرخه اقتصادی کشور، از جمله تولید و مصرف، بسیار اثرگذار است. در واقع، جهاد اقتصادی باید از اولین و کوچک ترین در عین حال اصلی ترین هسته جامعه، یعنی خانواده آغاز شود و سپس کل جامعه را دربرگیرد. برای موفق شدن در این جهاد، آشنایی خانواده با عرصه هایی که باید وارد شود و در آن به جدیت و تلاش پردازد، ضروری است. بنابراین، بهتر است در این راستا به خانواده های محترم از طریق رسانه های گروهی به ویژه رسانه ملی با توجه به فراگیری، اثرگذاری و جذابیت های آن، آگاهی بخشی های لازم انجام گیرد.

ص: ۵

فصل اول: کلیات**اشاره**

فصل اول: کلیات

زیر فصل ها

۱. معنی جهاد و عرصه های مختلف آن
۲. معنی، مفهوم و کارکرد جهاد اقتصادی
۳. فرهنگ جهادی و عناصر اساسی آن
۴. هدف از طرح جهاد اقتصادی در خانواده
۵. دلایل طرح جهاد اقتصادی در خانواده
۶. وظایف خانواده در طرح جهاد اقتصادی

۱. معنی جهاد و عرصه های مختلف آن

۱. معنی جهاد و عرصه های مختلف آن

«جهاد» از مصدر جاہَدَ به معنای بذل جهد، جنگ با دشمن کافر [در راه خدا] و به کارگیری تمام توان و تلاش [برای گسترش دین] است. (۱)

مقام معظم رهبری درباره جهاد میفرماید:

معیار جهاد، شمشیر و میدان جنگ نیست. معیار جهاد همان چیزی است که امروزه در زبان فارسی ما، در کلمه «مبارزه» وجود دارد. پس جهاد یعنی «مبارزه». در مبارزه دو چیز به طور حتم لازم است: اول اینکه جدّ و جهد و تلاش و تحرک باشد؛ دوم اینکه در مقابلش دشمن باشد. مبارزه آنجا که دشمن نیست، معنا ندارد. پس جهاد متقوم بر این دو رکن است. اگر کسی علیه دولت جدّ و جهد کند این جهاد نیست، بلکه این فتنه است. (۲)

۱- سید محمد حسینی، فرهنگ لغات و اصطلاحات فقهی، ص ۱۶۹.

۲- سخنان مقام معظم رهبری در درس خارج فقه، ۲۳/۶/۱۳۷۶؛ سایت حوزه و جهادگران؛ نشریه امید انقلاب، آذر ۱۳۸۷، ش ۳۹۶.

ص: ۶

جهاد یا مبارزه با دشمن در عرصه‌های مختلف رخ می‌دهد. مقام معظم رهبری در این باره می‌فرماید:

جهاد یک بار معنایی ویژه‌ای دارد. هر تلاشی را نمیشود گفت جهاد. در جهاد، حضور و رویارویی با دشمن مفروض است. انسان یک تلاشی میکند، دشمن در مقابل او نیست، این جهاد نیست. اما یک وقت شما میخواهید یک تلاشی را انجام دهید که به خصوص یک دشمن، سینه به سینه شما ایستاده است، این میشود جهاد. ممکن است این جهاد به شکل قتال (جنگ) باشد. ممکن است جهاد مالی باشد. ممکن است جهاد علمی باشد. ممکن است جهاد فنی باشد. همه اینها جهاد است. انواع و اقسام مبارزه است. (۱)

بنابراین، جهاد، تلاشی است همراه با سختی و رنج در راه خدا که اثر معنوی دارد. از واژه «جهاد»، بیشتر معنی اعم آن یعنی «جنگ»، به ذهن متبادر میشود، ولی افزون بر شکل دفاعی و گاه تهاجمی مبارزه، اشکال علمی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی نیز به خود می‌گیرد. در یک کلام، جهاد، اصلی عمومی در دین مبین اسلام است که انسانها می‌توانند به وسیله آن موانع فراروی تکامل و پیشرفت خود را در عرصه‌های گوناگون، از میان بردارند و به کمال مطلوب برسند. هر جا حرکت و روح جهادی وجود داشته باشد، انسان، در ایمان، آرمان و خدمت به دیگران حل میشود که این حالت، خیر و برکت را به همراه می‌آورد.

۲. معنی، مفهوم و کارکرد جهاد اقتصادی

۲. معنی، مفهوم و کارکرد جهاد اقتصادی

همانگونه که گفته شد، در ادبیات دینی هرگاه سخن از جهاد به میان می‌آید، هدف، مبارزه و حذف موانع فراروی مسیر رشد و حرکت است؛ زیرا در نظام

۱- نک: سخنرانی در جمع مردم و کارکنان صنعت نفت عسلویه، ۸/۱/۱۳۹۰.

ص: ۷

اسلامی، هدف اساسی از خلقت، رشد مادی و معنوی انسان است. پس یک جامعه سالم و بالنده باید بستر لازم را برای رشد انسان و بهبود وضعیت موجود و تبدیل آن به وضعیت مطلوب که کمال انسانی است، مهیا کند. در این مسیر، آنچه از آن گریزی نیست، برخورد با سدهاست که در این صورت باید برای برداشتن آن موانع کوشید. البته گاهی این موانع به گونه‌های حرکت را سد میکنند که با کوشش معمولی نمیتوان آنها را از میان برداشت. در نتیجه، به تلاش مضاعف، کار خستگی ناپذیر و مبارزه (جهاد) نیاز است. این مهم، زمانی امکان پذیر است که عمل جهاد از پذیرش عمومی برخوردار باشد و مردم از نظر فکری و روحی آمادگی مبارزه و حذف موانع پیش رو را داشته باشند.

جهاد اقتصادی هم مبارزه در عرصه اقتصاد سالم و موانع فراروی آن است. مقصود از اقتصاد سالم: «اقتصادی است که قائم به ذات و بیعیب ... باشد»^(۱).

آیت الله مکارم شیرازی در این باره می نویسد:

«جریان یک اقتصاد سالم در پیکر اجتماع، همچون جریان خون سالم در کالبد یک انسان است. این ساده ترین و در عین حال گویاترین تفسیری است که می توان برای بیان نقش اقتصاد در جوامع انسانی ذکر کرد. ممکن است در حال عادی توجه به نقش گردش خون، در حیات یک انسان نداشته باشیم، اما هنگامی که مجرای یکی از شاه رگ ها به خاطر اختلال سیستم ... بسته می شود، بلافاصله عکس العمل شدید آن ظاهر می شود. عضوی که مجرای خونس بسته شده فوری فلج می شود، و اگر این عضو از اعضای اصلی باشد،

۱- نک: مرتضی مطهری، نظام اقتصادی اسلام، ص ۲۱.

ص: ۸

مرگ حتمی خواهد بود. عوارض اقتصاد ناسالم نیز در پیکر اجتماع مانند اختلال در خون است. یک اجتماعی که با یک سیستم ناسالم اقتصادی دست به گریبان است [به عنوان مثال به بیگانگان وابسته است] هر ان باید در انتظار نارسایی ها باشد». (۱)

امام علی علیه السلام درباره نیازمندی به دیگران میفرماید:

«محتاج هر که شوی، اسیر او خواهی بود. بینا از هر که گردی، با او برابر خواهی شد و به هر که نیکی و احسان کنی، فرمانروای او خواهی شد». (۲)

در واقع، از دیدگاه اسلام، هدف های اسلامی بدون اقتصاد سالم غیر قابل تأمین است.

بنابراین، جهاد اقتصادی؛ یعنی مبارزه با موانعی که فراروی اقتصاد سالم وجود دارد یا اقتصادی که به بیگانگان وابسته است. با توجه به سخنان مقام معظم رهبری درباره جهاد اقتصادی مشخص می شود که در حال حاضر، موانعی پیش روی بهرهوری جامعه، اشتغال نیروی انسانی، افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی، استفاده از ظرفیتهای تولید، کاهش فاصله طبقاتی و به طور کلی استقلال و کارآمدی اقتصاد کشور وجود دارد که باید با روحیه و رفتار جهادی (فرهنگ جهاد) با آن مبارزه کرد.

۳. فرهنگ جهادی و عناصر اساسی آن

اشاره

۳. فرهنگ جهادی و عناصر اساسی آن

با توجه به گستردگی مقوله واژه «فرهنگ» ارائه تعریفی دقیق از فرهنگ جهادی کار مشکلی است. ولی در یک تعریف ساده و عامه پسند می توان

۱- ناصر مکارم شیرازی، خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، صص ۲۴ و ۲۵ (با اندکی تغییر).

۲- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم، ترجمه: سید جلال الدین حسینی، ج ۲، ص ۵۵۴.

ص: ۹

گفت: فرهنگ جهادی مجموعه‌ای ارزشمند از ویژگی‌های رفتاری و عقیدتی است که به صورت موارث از جهادگران صدر اسلام به یادگار مانده است. جهادگران با اتکا به این ویژگی‌های رفتاری و عقیدتی، تمام موانع و دشواری‌های فراروی را جهت اعتلای اسلام از میان بر می‌داشتند. از این رو به اقتضای زمان می‌توان برای حذف موانع از آن بهره گرفت. البته برای درک بهتر فرهنگ جهادی باید نسبت به خصوصیات و بایسته‌های فرهنگ جهادی آگاهی یافت.^(۱)

در فرهنگ جهاد، عناصری وجود دارند که عامل اساسی تحرک انسان‌ها هستند و گروه‌های مختلف انسانی را در یک قلمرو جغرافیایی به پویایی و تحول و امیدارند و ناممکنها را ممکن می‌سازند. نمیتوان از جهاد سخن گفت، ولی از این عناصر تحرک آفرین سخنی به میان نیاورد. با واکاوی در اندیشه‌های بنیانگذار فرهنگ جهادی در کشور، معمار کبیر انقلاب، امام خمینی رحمه الله و مقام معظم رهبری، این عناصر تحرک آفرین به راحتی قابل شناسایی هستند که اکنون به آنها می‌پردازیم.

الف) علاقه به اعتلای دین

الف) علاقه به اعتلای دین

جهاد، واژه‌های قرآنی است که در دین ریشه دارد. هدف از جهاد در دین اسلام، ترویج و تحکیم اسلام ناب محمدی است. امام خمینی رحمه الله در اوایل انقلاب خطاب به حاملان این فرهنگ فرمود: «فرزندان جهادپام، به تنها چیزی که باید فکر کنید، استقرار پایه‌های اسلام ناب محمدی است.»^(۲) در واقع، امام با بهره‌گیری از آموزه‌های دینی، جوانان پرشور انقلابی را به

۱- در فصل دوم به خصوصیات و بایسته‌های فرهنگ جهادی پرداخته شده است.

۲- سید روح الله موسوی خمینی، صحیفه امام، ج ۲۱.

ص: ۱۰

سازندگی و نوسازی در جامعه دعوت می‌کند. در این مقطع زمانی هم که مقام معظم رهبری مردم را به جهاد اقتصادی فرا خوانده اند، هدفشان اعتلای دین و نشان دادن قدرت آن در اداره امور کشور و رفع مشکلات اساسی جامعه است.

ب) ولایت مداری

ب) ولایت مداری

ولایت از ماده «ولی» بوده و در لغت به معنای قرب، دوستی، یاری، تصدی امر و... است. ولی معنای اصلی آن قرار گرفتن چیزی در کنار چیز دیگر است. به نحوی که فاصله ای در میان نباشد. (۱) در فرهنگ جهادی جهادگران به گونه ای با ولایت پیوند خورده اند که گویی عشق و دوستی در تاروپود آنها نهفته است. همین عشق و دوستی مایه حرکت است. این عشق در وجود جهادگران چنان شور و نشاط ایجاد میکند که با هر فرمان، سر از پا نمی‌شناسند و به هر بحر و برّ پرخطری پای می‌نهند. از سازندگی در روستاهای دور دست گرفته تا پرخطرترین صحنه‌های نبرد، حضور مییابند و افتخار «سنگرسازان بی سنگر» را نصیب خود میکنند. مقام معظم رهبری در وصفشان میفرماید: «جهادگران عاشق امامند و رگ و جانشان به امام وصل است». (۲)

ج) خدمت به مردم

ج) خدمت به مردم

فلسفه اجرای همه سیاستها، طرحها و برنامه‌های جهادی، خدمت خالصانه و صادقانه به خلق خدا به ویژه مردم محروم و مستضعف جامعه است. به

۱- علی رضا رجایی تهرانی، ولایت فقیه در عصر غیبت، ص ۸۳.

۲- روزنامه جمهوری اسلامی ایران، ۲۲/۳/۱۳۸۶، ص ۸.

ص: ۱۱

همین دلیل، در فرهنگ جهاد، خدمت‌گزاری خالصانه به مردم، رفع محرومیت و تأمین نیازهای اساسی آنان برای رضای خدا از عوامل دیگر تحرک آفرین است که از جمله عبادات به شمار می‌رود. امام راحل رحمه الله در آخرین پیام خود، درباره عشق جهادگران به مردم میفرماید:

عشق جهاد در خدمت به اسلام و مردم، چشم دل عشاق خدمت به دین مردم را روشن نموده است... وسعت و دامنه و گذشت و ایثار مردان و زنان جهادگر جنگ و صلح بزرگ و کوچک، فقیر و غنی این مرز و بوم را فرا گرفته است. (۱)

د) میهن دوستی

د) میهن دوستی

چهارمین عامل که مکمل عوامل دیگر است، علاقه به سربلندی و سرافرازی میهن و رسیدن به استقلال واقعی است که جهادگران را برای بریدن رگهای وابستگی به بیگانگان به تکاپو وامیدارد. این اصل چنان مهم است که جهادگر بزرگ عصر ما، امام خمینی رحمه الله خطاب به جهادگران میفرماید:

امیدوارم که از سیاست صحنه‌های سخت نه شرقی و نه غربی جمهوری اسلامی عبور کنید که اگر ایران را بر پایه استقلال واقعی پایهریزی نکنیم، هیچ کاری نکرده‌ایم. (۲)

۴. هدف از طرح جهاد اقتصادی در خانواده

۴. هدف از طرح جهاد اقتصادی در خانواده

در بحثهای اقتصادی معمولاً هرگاه درباره اقتصاد خانواده گفت و گو میشود، به جای آنکه روی دو عامل «درآمد» و «هزینه» تأکید شود، بیشتر روی کسب درآمد تأکید میشود. در نتیجه، باور به افزایش درآمد تقویت

۱- صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۲۰۴.

۲- صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۲۰۵.

ص: ۱۲

می‌شود. سرپرست خانواده برای افزایش درآمد، دو یا سه نوبت کار می‌کند تا مشکلات اقتصادی خانواده را رفع کند، ولی ناگزیر در تعادل روانی خانواده اختلال ایجاد می‌شود. با طرح جهاد اقتصادی در خانواده نه تنها درباره افزایش درآمد و مدیریت مصرف بحث میشود، بلکه در جست‌وجوی معیارها و ارزشهایی هستیم که با مدیریت هزینه، پس‌انداز و سرمایه خانواده بتوان به تعادل آن کمک کرد. بنابراین، با برقراری تعادل روانی، زمینه تربیت فرزندان داناتر، کارآمدتر و شایسته‌تر برای جامعه فراهم می‌شود تا بیش از آنکه به فکر منافع فردی خویش باشند، به منافع ملی بیندیشند. به یقین، با برقراری تعادل روانی در خانواده، مدیریت هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری مشارکت در تولید و سرمایه‌گذاری، نه تنها وضعیت اقتصادی خانواده، بهتر میشود، بلکه زمینه برای رشد اقتصاد جامعه و رفع موانع آن فراهم میشود؛ زیرا جامعه متشکل از خانوادهاست و بهبود وضعیت اقتصادی خانواده، بهبود وضعیت اقتصادی جامعه است.

۵. دلایل طرح جهاد اقتصادی در خانواده

اشاره

۵. دلایل طرح جهاد اقتصادی در خانواده

خانواده یکی از ارکان اساسی جامعه است. به همین جهت نقش آن را در میدان کار و اقتصاد نمیتوان انکار کرد. مهم‌ترین دلایلی که باعث شده است در سال جهاد اقتصادی، به خانواده توجه شود، عبارتند از:

الف) کم‌رنگ شدن نقش خانواده در تولید

الف) کم‌رنگ شدن نقش خانواده در تولید

در گذشته‌های نه‌چندان دور، بیشتر خانواده‌های ایرانی به ویژه خانواده‌های روستایی و عشایری، هرکدام یک واحد تولیدی به شمار می‌آمدند. آنان با تولیدات خود به ویژه در صنایع دستی، هنری و مواد غذایی، نه تنها خودکفا

ص: ۱۳

بودند، بلکه مازاد تولید خود را به بازار عرضه میداشتند و نقش مهمی در تولید ملی ایفا میکردند. حتی خانواده‌های شهری با خرید مواد اولیه، بیشتر نیازهای غذایی را خودشان در منزل تهیه میکردند. متأسفانه در سالهای اخیر، کارکرد تولیدی خانواده بر اثر پیروی از الگوهای بیگانه کم رنگ شده است؛ به گونهای که بیشتر خانواده‌های ایرانی ترجیح میدهند همه نیازهای خود را آماده از بازار تهیه کنند. حتی وابستگی اقتصادی خانوارهای روستایی که خودکفا و مستقل از شهرها بودند، روز به روز بیشتر می شود و نیازهای خود را از شهر تأمین میکنند. این در حالی است که بسیاری از تولیدگران کشورهای جهان از جمله برخی کشورهای همسایه با ورود به عرصه تولید خانگی از جمله صنایع دستی و هنری، افزون بر عرضه تولیدات خود به بازارهای بینالمللی و معرفی فرهنگ بومی شان، در تولید ملی و اقتصاد کشور خویش نقش مهمی ایفا میکنند.

ب) مدیریت نامناسب مصرف

ب) مدیریت نامناسب مصرف

متأسفانه الگوی کنونی مصرف که خانواده‌های ایرانی با آن مانوس هستند، الگوی مصرفی نامناسبی است (برون زا). بنابراین لازم است که این الگوی برونزا و ناپایدار به الگوی درونزا و پایدار تبدیل شود. به بیان دیگر، الگوی مصرف باید با تولیدات داخلی، توسعه اقتصادی کشور و منافع ملی، متناسب باشد. هر چند مسئولان در سالهای اخیر، با طرح شعارهای ارزشی، مانند «اصلاح الگوی مصرف» و در پیش گرفتن سیاستهای اصولی از جمله طرح هدفمند کردن یارانهها کوشیده‌اند وضعیت مصرف خانوارها را در کشور اصلاح کنند و موفقیت‌هایی هم در این زمینه کسب شده است ولی لازم است تلاش بیشتری انجام شود تا وضعیت فعلی مصرف به وضعیت مطلوبی برسد. به

ص: ۱۴

یقین، حرکت جهادی که در فرهنگ این مرز و بوم ریشه دارد، میتواند در این زمینه بسیار مؤثر باشد.

البته تمرکز مطلق روی خانواده، به تنهایی برای تغییر الگوی مصرف، نه واقعی و نه پذیرفتنی است، بلکه مجاهدت بخشهای دیگر را هم میطلبد، ولی واقعیت این است که هر خانوار ایرانی باید الگوی مصرف خویش را در چارچوب منافع ملی و توسعه اقتصادی طراحی کند و به اجرا درآورد. در غیر این صورت، وضعیت نامناسب مصرف تداوم خواهد یافت.

ج) افزایش حداکثری رفاه و مطلوبیت خانواده

ج) افزایش حداکثری رفاه و مطلوبیت خانواده

در جامعه اسلامی، افزایش حداکثری رفاه و مطلوبیت خانواده، فقط از طریق تأمین نیازهای مادی به دست نمیآید، بلکه اهمیت نقش خانواده در اقتصاد جامعه (تولید، توزیع، مصرف) آنگاه بیشتر میشود که بدانیم نیروهای خلاق و مبتکر، مدیران کارآفرین و اندیشه‌های دگرگون کننده مسیر جامعه، جملگی از کانون خانواده برمیخیزند. در واقع، همانگونه که کیفیت مواد اولیه به کیفیت و عیار منابع معدنی بستگی دارد که در دل طبیعت قرار دارند ظهور انسانهای ارزشی و مؤثر در عرصه اقتصاد جامعه به تربیت و آموزش خانواده بستگی دارد. مثلاً پرورش فرزندان راست گو و درست کار در خانواده منجر به افزایش کیفیت نیروهای کارآمد در جامعه خواهد شد؛ چون راستگویی و درست کاری در فرآیند تولید کالا موجب جلب اعتماد، کسب درآمد بیشتر، رونق اقتصادی جامعه و دگرگونی در بازار کار خواهد شد.

بنابراین، اگر خواهان طرح جهاد اقتصادی در سطح ملی هستیم، باید فرهنگ ارزشمند جهادی را در فضای عاطفی و کارآمد خانواده نهادینه کنیم تا شاهد دگرگونی عمیق اقتصادی در جامعه باشیم.

ص: ۱۵

۶. وظایف خانواده در طرح جهاد اقتصادی

اشاره

۶. وظایف خانواده در طرح جهاد اقتصادی

نقش خانواده در عرصه اقتصاد کشور، مهم و اساسی است؛ زیرا نوع، عملکرد و میزان حضور آن در چرخه اقتصادی کشور بسیار اثرگذار است. از این رو، لازم است وظایف این نهاد مهم اجتماعی در طرح جهاد اقتصادی به خوبی تبیین شود.

خانواده در این طرح ملی چهار وظیفه مهم دارد که یک وظیفه آن، شناختی (آگاهی از بایسته‌های فرهنگ جهادی) و سه وظیفه دیگر عملکردی است. تبیین این وظایف را به ترتیب پی می‌گیریم:

الف) آگاهی از فرهنگ جهادی

الف) آگاهی از فرهنگ جهادی

جهاد اقتصادی، فقط جنبه اقتصادی ندارد، بلکه به دلیل جهاد بودنش، وجهه فرهنگی، دینی، اخلاقی و پرورشی نیز دارد. به بیان دیگر، تعبیر «جهاد» در سخنان مقام معظم رهبری، بار معنایی عمیقی دارد و با بهره‌گیری از این تعبیر باید مجاهدت کرد. بی‌شک، برای مجاهدت کردن، داشتن روحیه و رفتار جهادی الزامی است. در واقع، موانع سخت و دشوار را فقط با روحیه جهادی میتوان از میان برداشت. مقام معظم رهبری در این باره می‌فرماید:

اگر بخواهیم این حرکت عظیم اقتصادی در کشور انجام گیرد، یک الزاماتی دارد. روحیه جهادی لازم است. ملت ما از اول انقلاب تا امروز در هر جایی که با روحیه جهادی وارد میدان شده، پیش رفته. این را ما در دفاع مقدس دیدیم، در جهاد سازندگی دیدیم. در حرکت علمی دیدیم، مشاهده میکنیم، اگر ما در بخشهای گوناگون روحیه جهادی داشته باشیم؛ یعنی کار را برای خدا با جدیت و به صورت خستگی ناپذیر انجام دهیم، نه فقط به عنوان اسقاط تکلیف، بلاشک این حرکت پیش خواهد رفت. (۱)

ص: ۱۶

البته فرهنگ جهادی برای خود خصوصیات و «بایسته‌هایی» دارد که باید آنها را شناخت. (۱)

ب) مشارکت در تولید

ب) مشارکت در تولید (۲)

وظیفه دوم خانواده در جهاد اقتصادی، مشارکت در تولید است. خانواده با بازارهای مختلفی از جمله بازار کار و سرمایه در ارتباط است. برخی از اعضای خانواده در بازار کار میکنند و دستمزد یا حقوق دریافت میکنند. برخی دیگر، سرمایه خود را در بازار به کار میگیرند و سود کسب میکنند. پول به دست آمده از بازار کار و سرمایه، در آمد خانواده را تشکیل میدهد. بخشی از این درآمدها، صرف خرید کالاها و خدمات مصرفی خانواده و بخش دیگر پسانداز می شود که خانواده میتواند با این پساندازها و به شیوه‌های گوناگون، در تولید ملی جامعه نقش داشته باشد.

ج) مدیریت مصرف

ج) مدیریت مصرف

در مدیریت مصرف، به رابطه و نوع رفتار خانواده با منابع و اموال تحت اختیارش توجه می شود. از آنجا که شیوه‌های مدیریت مصرف در خانواده میتواند در الگوی مصرف ملی مؤثر باشد، برای تحقق اهداف جهاد اقتصادی، خانواده باید در باورها و رفتارهای مصرفی خود تجدید نظر و مصرف خود را در چارچوب تولیدات داخلی و نظام اقتصادی اسلام تنظیم کند. (۳)

د) تربیت نیروهای ارزشی

د) تربیت نیروهای ارزشی

امروزه تئوری سرمایه انسانی در برابر سرمایه فیزیکی، مورد توجه

۱- در فصل دوم این نوشتار به خصوصیات فرهنگ جهادی پرداخته شده است.

۲- در فصل سوم این نوشتار به طور کامل به شیوه‌های مشارکت خانواده در تولید پرداخته شده است.

۳- در فصل چهارم این نوشتار شیوه‌های مدیریت مصرف خانواده در تولید به طور کامل بررسی شده است.

ص: ۱۷

اقتصاددانان و جامعه شناسان است. در این تئوری، سرمایه‌های انسانی با ارزشتر از داراییها و منابع طبیعی و ذخایر زمینی به شمار می‌آیند. هرچه روی انسانها سرمایه‌گذاری شود، رشد و توسعه جامعه افزون خواهد شد. از این رو، نگرش و مهارت به ویژه تدین افراد، میتواند ظرفیتهای تولیدی جامعه را ارتقا بخشد و در نتیجه، رشد و توسعه فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را تسهیل و تسریع کند و آثار مطلوب خود را در سطح خرد (خانواده) و کلان (جامعه) نشان دهد. در سطح خرد میتواند بازدهی خصوصی افراد را افزایش دهد و در سطح کلان باعث رشد و توسعه همه جانبه کشور شود. (۱) مقام معظم رهبری در این باره میفرماید:

عزیزان من، این را همه بدانید، تدین جامعه، تدین جوانان ما، در امور دنیایی هم به ملت و به جامعه کمک میکند. خیال نکنید که متدین شدن جوانان، اثرش فقط در روز اعتکاف در مساجد یا در شبهای جمعه و در دعای کمیل است. اگر یک ملت جوانانش متدین باشند، از هرزگی دور خواهند شد، از اعتیاد دور خواهد شد، از چیزهایی که جوانان را زمینگیر میکند، دور خواهند شد. استعداد آنها به کار میافتد، کار میکنند، تلاش میکنند، در زمینه علم، در زمینه فعالیتهای اجتماعی، در زمینه فعالیتهای سیاسی کشور پیشرفت میکنند و در اقتصاد همین جور، روحیه معنویت و تدین نقش بسیار مهمی دارد. (۲)

۱- در فصل پنجم این نوشتار به اهمیت تربیت نیروهای ارزشی در جهاد اقتصادی پرداخته شده است.

۲- روزنامه ایران، ۱۳۹۰/۱/۱۵، ش ۴۷۵۷، ص ۲۴.

فصل دوم: بایسته‌های فرهنگ جهادی

اشاره

فصل دوم: بایسته‌های فرهنگ جهادی

جهاد اقتصادی، میدان گسترده‌ای برای مبارزه با موانع فراروی اقتصاد کشور است. برای ورود به این عرصه مبارزه، شناخت فرهنگ جهادی و روحیه و رفتار جهادگران ضروری است؛ زیرا در این عرصه نمیتوان تنها به ابزارهای متداول مادی تکیه کرد.

خوشبختانه پیامهای ارزشمند بزرگ جهادگر عصر ما، امام خمینی رحمه الله و فرمایشات مقام معظم رهبری مدظله العالی و نیز خاطرات به جای مانده از جهادگران، گنجینه‌های ارزشمندی هستند که تا حدودی میتوانند چهره فرهنگ ناب جهادی را برای ما بنمایانند. با واکاوی و ژرفنگری در این گنجینه‌ها میتوان ویژگیهای بسیاری برای فرهنگ جهادی برشمرد که مهم ترین آنها عبارتند از: (۱)

۱- لازم به یادآوری است که در تحلیل و بررسی فرهنگ جهادی، هرگز نباید آن را از فرهنگ اسلام ناب محمدی جدا کرد. بدون تردید، فرهنگ جهادی همان فرهنگ دینی مکتب اسلام، همان فرهنگ خداپاوران، و در یک کلام، همان فرهنگ ولایت و امامت است.

ص: ۲۰

۱. اخلاص در کار**۱. اخلاص در کار**

اولین ویژگی یک جهادگر در کار جهادی، اخلاص در کار است، یعنی برای خدا کار کند. چنان که علمای اخلاق در تعریف اخلاص گفته‌اند: «اخلاص عبارت است از بی‌آلایشی و پاکی در گفتار و پندار و کردار از هر چه غیر خدا است».^(۱)

امام خمینی رحمه الله نیز خطاب به حاملان فرهنگ جهادی میفرماید: «اگر این کاری را که انجام می‌دهید، برای خدا، خالص باشد، جهاد نفس هم پیدا کرده است».^(۲)

در کار جهادی، جهادگر در انجام خدمت برای هم نوع یا حل مشکلات جامعه با خدا معامله میکند و هیچ چشم داشتی از بنده خدا یا مسئول مربوطه ندارد. امام خمینی رحمه الله در این باره میفرماید:

توجه کنید که کارهایتان برای خدا باشد. از خدا پاداش بخواهید، نه از دولت و ملت. باید کاری کنیم که او راضی باشد. جوانهایی که در صدر اسلام زحمت میکشیدند، دنبال این نبودند که از مردم به آنها مرحبایی گفته شود یا اجرتی بگیرند...^(۳)

در واقع، جهادگر در راه رضای خدا باید پندار، گفتار و رفتار خود را از وسوسه‌های مادی و شیطانی دور بدارد و برای رفع موانع زندگی هم نوعان و جامعه اسلامی از هیچ کوششی دریغ نکند. بی دلیل نیست که امام علی علیه السلام میفرماید:

«کَمَالُ تَوْحِيدِهِ الْإِخْلَاصُ لَهُ؛ بالاترین مرحله توحید، اخلاص به خداوند است».^(۴)

۱- سید روحالله موسوی خمینی، چهل حدیث، ص ۱.

۲- صحیفه امام، ج ۱۲، ص ۶۲۸.

۳- صحیفه امام، ج ۱۲، ص ۶۲۸.

۴- محمد دشتی، ترجمه نهج البلاغه، ج ۳، ص ۳۳، خطبه اول.

ص: ۲۱

۲. خودسازی**۲. خودسازی**

جهادگر در کنار کار و تلاشی که انجام می‌دهد، نباید از خودسازی غافل شود؛ زیرا از نظر رسول خدا صلی الله علیه و آله، خودسازی، بهترین نوع جهاد است:

«أَفْضَلُ الْجِهَادِ أَنْ يُجَاهِدَ الرَّجُلُ نَفْسَهُ وَ هَوَاهُ؛ بهترین جهاد آن است که انسان با نفس و هوس خود پیکار کند» (۱).

امام خمینی رحمه الله درباره خودسازی فرموده است:

این جهاد [جهاد با نفس] منشأ همه جهادهایی است که بعد واقع می‌شود. انسان تا خودش را نسازد، نمیتواند دیگران را بسازد و تا دیگران ساخته نشوند، نمیشود که کشور ساخته شود. جهاد ... از خود آدم باید شروع شود. (۲)

همچنین فرموده است:

جهاد نفس، جهاد اکبر است، برای اینکه همه جهادها اگر بخواهد نتیجه داشته باشد، و بخواهد انسان در جهادها پیروز شود، موكول به این است که در جهاد نفس پیروز باشد. اگر انسانها توجه به خودشان داشته باشند، جهاد نکرده باشند با شیطان خودشان ... نمیتواند اصلاح جامعه را بکنند، فساد هم در جامعه میکنند. (۳)

خوشبختانه این ویژگی جهادگران را امروزه میتوان در اردوهای جهادی مشاهده کرد. در این اردوها، دانشجویان با اخلاص جهادگر، با درآوردن لباس تفاجر و خودبینی و پوشیدن لباس کار و کارگری و نشست و برخاست با مردم، از مناطق محروم، مرحومیت زدایی می‌کنند. این تمرین بی‌آلایشی، خاکی بودن، خودسازی و در یک کلام، مصداق «جهاد اکبر» است.

۱- مرتضی فرید تنکابنی، نهجالفصاحه (موضوعی)، ص ۱۷۶.

۲- صحیفه امام، ج ۱۱، ص ۳۷۹.

۳- صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۷۹.

۳. گذشت و ایثار

۳. گذشت و ایثار

از بایسته‌های فرهنگ جهادی، داشتن روحیه گذشت و ایثار یعنی ترجیح دیگری بر خویش است. جهادگران صدر اسلام و دوره دفاع مقدس و سازندگی در ایران اسلامی بارها آن را به اثبات رسانده‌اند. نمونه آن، سنگرسازی جهادگران جهاد سازندگی برای رزمندگان در دوره دفاع مقدس، زیر آتش آتش بارهای سنگین دشمن است که امام رحمه الله از مجاهدت و ایثارگری آنان چنین یاد میکند: «زحمات بیوقفه جهاد این سنگرسازان بیسنگر در دفاع مقدسمان، از جمله مسائلی است که در قالب الفاظ نمیگنجد.»^(۱) همچنین درباره گذشت و ایثار جهادگران فرموده است: «وسعت دامنه و گذشت و ایثار مردان و زنان جهادگر جنگ و صلح، بزرگ و کوچک، فقیر و غنی، این مرز و بوم را فرا گرفته است.»^(۲)

در تاریخ اسلام آمده است: «در جنگ احد که یکی از سختترین جنگهای رسول خدا صلی الله علیه و آله و مسلمانان با مشرکین بود، هفت سرباز مسلمان در کنار هم مجروح شده بودند و آخرین لحظهای زندگی خود را میگذرانیدند. همه خسته و تشنه بودند. کسی که مأمور آبرسانی به سربازان بود، بالای سر آنها رسید؛ ولی آب به اندازه یک نفر بیشتر نداشت. بر بالین یکی از آن هفت نفر آمد و او را به خوردن آب دعوت کرد. او گفت: آب را به برادر مسلمان من که در کنار من افتاده است بنوشان. بالین او آمد. او هم آب را نخورد و گفت: به برادر دیگر من بنوشان، بالین سومی و چهارمی رفت. آنها هم برادران دینی خود را بر خود مقدم میداشتند و به همین ترتیب، همه آن هفت نفر آب را به دیگری حواله دادند و نفر هفتم توصیه

۱- صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۲۰۴.

۲- صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۲۰۴.

ص: ۲۳

کرد که برگرد و آب را به سربازی که اول سراغش رفتی بنوشان. او از همه ما تشنه‌تر است. برگشت دید از دنیا رفته. بالین دومی و سومی آمد. آنها نیز در گذشته بودند و خلاصه آنکه تمام آن هفت نفر با لب تشنه جان دادند و بدین ترتیب درس ایثار را عملی به دیگران آموختند» (۱).

البته روحیه ایثارگری که از بایسته‌های فرهنگ جهادی است، فقط به عرصه رزم محدود نمی‌شود. در خانه و خانواده هم میتوان نسبت به دیگران ایثار داشت. خوشبختانه یکی از زیباترین ایثارها که در تاریخ صدر اسلام ثبت شده، در عرصه خانواده است. چنان که نوشته‌اند: «مردی خدمت پیامبر گرامی اسلام صلی الله علیه و آله مشرف شد و از گرسنگی خود شکوه کرد. رسول خدا صلی الله علیه و آله کسی را به منزل چند تن از بستگان خود فرستاد که غذایی برای آن مرد بگیرند. متأسفانه در آن منازل نیز غذایی نبود. پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله رو به حاضرین کرد و فرمود: کدام یک از شما میتواند امشب از این مرد پذیرایی کند؟ علی علیه السلام فرمود: یا رسول الله، من این کار را به عهده میگیرم.

سپس دست آن مرد را گرفت و با خود به خانه برد. از همسر ارجمندش، فاطمه زهرا علیها السلام پرسید: خوراکی در خانه چه هست؟ فرمود: غذایی مختصر به اندازه خوراک کودک کانمان. فرمود: ما باید میهمان خود را بر خود و فرزندانمان مقدم داریم. به دنبال این تصمیم، فاطمه علیها السلام، با کوشش فراوان، کودکان خود را خوابانید و علی علیه السلام غذای موجود را نزد میهمان گذاشت و به بهانه اصلاح کردن، چراغ خانه را خاموش کرد. در فضای تاریک خانه، میهمان را به صرف غذا دعوت کرد و خود نیز کنار سفره نشست و بدون اینکه از آن غذا بخورد، به میهمان چنان میفهماند که او نیز مشغول غذا خوردن است. آن

۱- محمد صحفی، تعالیم آسمانی اسلام، به نقل از: مجمع‌البیان، ج ۹، ص ۲۶۰.

ص: ۲۴

شب علی علیه السلام و فاطمه علیها السلام و فرزندانشان به خاطر خدا، میهمان خود را بر خود مقدم داشتند و اطعام کردند و خود گرسنه خوابیدند.» (۱) خداوند متعال از این ایثار و بزرگواری، چنین ستایش کرد:

«مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْتُونَ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ؛ و نسبت به آنچه به ایشان داده شده است، در دل هایشان حدی نمیابند، هر چند در خودشان نیازی مبرم باشد.» (حشر: ۹)

بدیهی است، این روش که حدّ بالای ایثارگری است، برای همه امکانپذیر نیست و مردی چون علی علیه السلام باید از عهده چنین کاری برآید. اسلام هم از پیروان خود، چنین وظیفه ای را نخواسته است. از سوی دیگر، نمیتوان نسبت به وضع برادران و خواهران دینی یا جامعه خود بیاعتنا بود. در وضعیت کنونی کشور که مقام معظم رهبری، جهاد اقتصادی اعلام کرده است، برای رفع موانع فراروی اقتصاد کشور میتوان با گذشت اندک از منافع فردی و در نظر گرفتن منافع عمومی، مراحل پایبندی از ایثارگری را در جامعه به نمایش گذاشت و در جهت پویایی و پیشرفت اقتصادی کشور تلاش کرد.

۴. کار و تلاش بیوقفه

۴. کار و تلاش بیوقفه

امام خمینی رحمه الله در جمله زیبایی میفرماید: «جهاد ... عرصه کار و تلاش ... است.» (۲) همین طور مقام معظم رهبری می فرماید: «امسال [سال جهاد اقتصادی] هم، سال بعد هم، ده سال بعد هم، سال همت مضاعف و کار مضاعف است. ملت ایران و مسئولین در هر دوره ای بایستی همت بلند و

۱- تعالیم آسمانی اسلام، به نقل از: تفسیر صافی، ج ۲، ص ۶۸۴.

۲- صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۲۰۴.

ص: ۲۵

مضعف داشته باشند و کار مضاعف بکنند تا ما بتوانیم به آنجایی که شایسته ملت ایران است انشاءالله برسیم» (۱) در واقع موانع موجود، موانعی نیستند که بتوان با کار و تلاش یا پیکار و مبارزه معمولی آنان را از میان برداشت، بلکه به کار و تلاش حداکثری و بی وقفه برای شکست ناممکنها و چاره اندیشی برای موانع بزرگ و غیر قابل دسترس است.

ازاین رو، رفتار جهادی در اقتصاد خانواده در پی بهبود و از بین بردن پدیده‌های نامیمونی است که سال هاست در اقتصاد خانواده‌های ایرانی مشاهده میشود و اجازه رشد و شکوفایی را به اقتصاد خانواده و جامعه نمیدهد. مواردی همچون عاداتهای نادرست مصرف، مصرف کالاهای خارجی از آن جمله است. البته همه اعضای خانواده باید در این مسیر گام بردارند. در صورتی که همه اعضای خانواده برای اصلاح رفتار تلاش نکنند، هدف و مقصود اصلی حاصل نخواهد شد.

۵. پایبندی به اصول اخلاقی

۵. پایبندی به اصول اخلاقی

کار جهادی زمانی ارزشمند میشود که جهادگر به اصول اخلاق پایبند باشد. در صورت نبود اخلاق، کار جهادی آسیب خواهد دید. هر اندازه که کار جهادی با اخلاق همراه باشد، موفقتر خواهد بود. امام خمینی رحمه الله در این باره میفرماید:

مبادا یک وقتی در ضمن اینکه شما خدمت را میکنید، یک درشتیای باشد که خدمت شما را در خودش محو کند. باید اخلاق اسلامی، آداب اسلامی درست مراعات شود. همان طوری که شیوه ائمه ما و اولیای خدا و انبیای خدا بوده است که خودشان را

۱- روزنامه ایران، ۱۳۹۰/۱/۱۵، ش ۴۷۴۷، ص ۲۴.

ص: ۲۶

خدمت گزار مردم میدیدند؛ با حُسن معاشرت و با رفتار انسانی و با رفتار الهی رفتار میکردند و کارهایی را که باید انجام بدهند، با همین حُسن رفتار انجام میدادند و شما هم بندگان همان خدا و اُمت همان پیغمبر و شیعه همان امیرالمؤمنین هستید و شیوه‌های شما باید همان طور باشد. (۱)

۶. استقامت در برابر دشواریها

۶. استقامت در برابر دشواریها

عرصه جهاد، عرصه گذشتن از موانع سخت و دشوار و تحمل رنج و مشقتهاست. جهادگر باید با حداقل امکانات با بزرگ‌ترین موانع مبارزه کند؛ موانعی که فقط و فقط با مقاومت و ایستادگی و از خودگذشتگی از میان برداشته میشوند. در این راه نباید از پیشرفت اندک کار دل سرد و ناامید شد، بلکه باید با جدیت به اهداف والای جهادی و طعم شیرین موفقیت اندیشید. امام خمینی رحمه الله با نقل یک روایت تاریخی از جهادگران صدر اسلام، حاملان فرهنگ جهادی را به مقاومت در برابر مشکلات دعوت میکند و میفرماید:

در تاریخ ثبت است که [جهادگران] در حال جنگ، شبانه روز با یک خرما زندگی میکردند. گاهی هم [وضعیت] از این هم بدتر میشد.... (۲)

البته به لطف الهی، وضعیت اقتصادی کشور به گونهای نیست که انتظار برود خانواده‌ها این گونه رفتار کنند یا ریاضت بکشند و خود را به سختی و دشواری بیندازند. در حال حاضر، با وفور نعمت در کشور، از خانواده‌ها انتظار میرود تا حد ممکن، با مصرف بهینه تولیدات داخلی، با تمام مشکلات و کاستیهایش، به آینده خود، فرزندان، جامعه و کشور بیندیشند و

۱- صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۷۹.

۲- صحیفه امام، ج ۱۲، ص ۴۳۴.

ص: ۲۷

به قطع وابستگی از بیگانگان، آزادی و رهایی از ذلتها، رذالتها، تنگ دستیها و سرافرازی و سربلندی فکر کنند.

۷. بهره‌گیری از تدبیر و دانش

۷. بهره‌گیری از تدبیر و دانش

جهاد علیه پدیده منفی زمان، هنگامی معنا پیدا میکند که شهامت و ایثار همراه تدبیر و دانش باشد و معضلات با تیغ اندیشه و خرد و قدرت دانش و فن از بین بروند. به بیان دیگر، شهامت و ایستادگی در برابر موانع سخت و دشوار هر زمان باید با دانش و تکنیکهای آن زمان باشد. علمی مبارزه کردن با موانع، با کار جهادی منافاتی ندارد. مقام معظم رهبری مدظله العالی در این باره میفرماید: «... این روحیه جهادی را باید حفظ کنیم. این روحیه با کار علمی و نظم تشکیلاتی هیچ منافاتی ندارد، بلکه اتفاقاً کار علمی را همین روحیه جهادی بهتر انجام میدهد» (۱).

خوشبختانه جهادگران دانشگاهی و نظامی در کشور به این ویژگی مهم جهادی عنایت کامل داشته و توانسته‌اند در عرصه‌های گوناگون جهاد علمی این مهم را به اثبات برسانند و موفقیت خود را به رخ جهانیان بکشانند. تولید سلولهای بنیادی، غنی سازی اورانیوم، پرتاب ماهواره به فضا، خودکفایی در صنایع نظامی و ... بخشی از این موفقیتهاست که مایه غرور ملی در کشور شده است.

۸. پایبندی به نظم و مقررات

۸. پایبندی به نظم و مقررات

از دیگر بایسته‌های فرهنگ جهادی، پایبندی به نظم و مقررات است. مقام معظم رهبری در این باره میفرماید: «باید توجه کنید که این اخلاق اسلامی

۱- سخنرانی مقام معظم رهبری، ۱۴/۹/۱۳۶۷؛ سایت حوزه و جهادگران؛ نشریه فرهنگ جهاد، ش ۳۳ و ۳۴.

که اُخوت اسلامی است، برادری و برابری است، ... [باعث نشود] یک وقت در جایی بر خلاف مقررات و نظم عمل کنید»^(۱).

این فرمایش ایشان بیانگر آن است که در کار جهادی به دلیل حاکم شدن روح برادری، برابری و صمیمیت، ممکن است برخی بخواهند نظم و مقررات را مراعات نکنند؛ هر چند انسان در برابر کاری که انجام می‌دهد، چشم داشتی نداشته باشد. اگر انسان کاری را قبول کرد، باید تابع شرایط و مقررات باشد. به تجربه ثابت شده است که بهترین سازمانها و نظامها با زیر پا گذاشتن اصل انضباط کاری، به تباهی کشیده شده‌اند و تواناترین مجموعه‌های اداری بدون داشتن نظم، جز اتلاف وقت، سودی نداشته‌اند. به بیان دیگر، رعایت مقررات و اهتمام به نظم موجب رونق کار جهادی و باعث بهره برداری بهینه از وقت می‌شود. به یقین، این مهم در امور خانواده نیز میتواند عملی شود. اگر اعضای خانواده به مقررات و نظم که در یک خانواده باید وجود داشته باشد، پایبند و مقید باشند، میتوانند از هر فرصت و امکاناتی که در اختیار دارند، بهره برداری مطلوب کنند.

۹. مبارزه با ناامیدی و دل سردی از کار

۹. مبارزه با ناامیدی و دل سردی از کار

یک جهادگر نباید از موانع و مشکلاتی که در حرکت جهادی اش پیش می‌آید، دل سرد و ناامید شود. ممکن است بارها برای رفع موانع کوشش کند، ولی نتیجه‌های نگیرد. شاید بدخواهان، آرمانها و هدف مقدس او را به تمسخر بگیرند، برای او موانع جدیدی بتراشند و در کارش خراب کاری کنند، ولی جهادگر باید با درایت و اندیشه، بکوشد و از هدفهای والای خود و راهی که انتخاب کرده است، ناامید و دل سرد نشود. امام خمینی رحمه الله

۱- سخنرانی مقام معظم رهبری در جمع جهادگران، ۲۷/۵/۱۳۷۹، به نقل از: سایت جهادگران.

ص: ۲۹

درباره این ویژگی جهادگران میفرماید: «این طور نباشد که اگر کسری پیدا کردید و یا مشکلی در کارتتان پیش آمد، دل سرد شوید، به کار خودتان ادامه بدهید».^(۱)

در عرصه خانواده هم که فرد برای مدیریت مصرف یا کارهای تولیدی اقداماتی انجام می‌دهد، ممکن است با تمسخر و استهزای دیگران روبه رو شود یا تهمتهایی به او بزنند. انسانی که هدف او اقتصادی جهادی است و قصد دارد از این طریق به اقتصاد خانواده خود و جامعه کمک کند تا از دیگران بی نیاز شود، نباید از این رفتارهای ناشایست دل سرد و ناامید شود.

۱۰. وحدت رویه در دست یابی به هدف

۱۰. وحدت رویه در دست یابی به هدف

رمز موفقیت کار جهادی، داشتن وحدت رویه در رسیدن به هدف است. امام خمینی رحمه الله در این باره میفرماید: «تا امور آن گونه اجتماعی نباشد و همه افراد یک رویه و هدف را نداشته باشند، کارها پیش نمی‌رود. همه مردم ما می‌خواهند به اسلام و کشورشان خدمت کنند».^(۲)

بر اساس این گفتار، جهادگرانی که در عرصه‌های جهادی فعالیت دارند، برای رسیدن به هدف (خدمت به اسلام و مسلمین) باید تفکر و اندیشه واحدی داشته باشند و از تفرق و تشکیک آرا بپرهیزند و درگیر مسائل حاشیهای نشوند که سبب ایجاد خلل در کار و غفلت از هدف اصلی می شود.

۱- صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۱۲۹.

۲- صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۱۲۹.

فصل سوم: مشارکت در تولید

اشاره

فصل سوم: مشارکت در تولید

تولید به معنای: «پدید آوردن چیزی از چیز دیگر، از طریق صنعت کشاورزی و... است.»^(۱) امروزه رشد تولید با کیفیت داخلی، پشتوانه بزرگی برای اقتصاد هر کشور و ملتی به شمار می‌آید و به خودی خود ارزشمند است؛ زیرا به کاهش تورم، کاهش سطح عمومی قیمت‌ها، کاهش بی‌کاری، سرازیر شدن سرمایه‌ها و پساندازها به سوی تولید، رونق اقتصاد و در نهایت، توسعه و پیشرفت کشور میانجامد. این امر مهم می‌تواند از کوچکترین هسته جامعه (خانواده) شروع شود و به کل جامعه تعمیم یابد.

متأسفانه امروزه وضعیت تولیدات ملی از نظر کمی و کیفی برای مصرف داخلی، کافی نیست. همچنین نقش و کارکرد تولید خانواده نسبت به گذشته کم رنگتر شده است. این در حالی است که خانواده می‌تواند به اشکال گوناگون، سهم مهمی در تولیدات داخلی داشته باشد که در این فصل به مهم‌ترین آنها می‌پردازیم.

۱- محمد بهشتی، فرهنگ صبا، ص ۳۱۳.

ص: ۳۲

۱. انجام کار تولیدی

اشاره

۱. انجام کار تولیدی

یکی از عوامل اساسی تولید و یکی از راههای کسب درآمد مشروع، برای خانواده است. کسب روزی به اندازه‌های ارزشمند است که اگر کسی برای گذران امور زندگی خانواده خود تلاش کند، گویی در راه خدا جهاد کرده است. رسول خدا صلی الله علیه و آله میفرماید:

جهاد آن نیست که مرد، در راه خدای والا شمشیر زند، بلکه جهاد آن می کند که بار زندگی پدر و مادر و فرزند میبرد. کسی نیز که بار زندگی خویش میبرد تا از مردم بیناز شود، جهاد میکند. (۱)

همچنین امام رضا علیه السلام میفرماید:

«الَّذِي يَطْلُبُ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ مَا يَكْفِيهِ عِيَالَهُ أَعْظَمُ أَجْرًا مِنَ الْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ؛ آن کس که [در پرتو کار] مواهب الهی را برای تأمین زندگی خانواده میطلبد، از مجاهد راه خدا گرانقدرتر است». (۲)

فهم این نکته که چرا کار برای خانواده چنین امتیازی دارد، چندان مشکل نیست؛ زیرا «اولاً- مجاهدان گاهی حافظ وضع موجود جامعه‌اند، اما کسی که برای خانواده تلاش کند، همیشه بهبود امروز و توسعه آینده را اختیار دارند. ثانیاً هیچ نظام سیاسی بدون پشتوانه اقتصاد، اقتصاد قوی و شکوفا، باقی و برقرار نمیماند؛ یعنی تلاش سربازان بدون تلاش کارگران بی اثر است». (۳)

تمام کارهای مشروع، ارزشمند هستند، ولی در این میان، کارهای تولیدی اهمیت بیشتری دارند. اهمیت کارهای تولیدی چنان است که حتی رهبران الهی که به حکم پرداختن به مسئولیتهای سنگین اجتماعی، به طور کامل

۱- نهجالفصاحه (موضوعی)، ص ۷۰.

۲- محمد حسن بن علی شعبه حرانی، تحف العقول، ترجمه: علی اکبر غفاری، ص ۸۰۸.

۳- ناصر مکارم شیرازی، خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، صص ۴۴ و ۴۵.

ص: ۳۳

حق استفاده از بیت‌المال را داشته‌اند کوشش میکردند تا حدّ ممکن از بیت المال استفاده نکنند و به طریقی با شرکت در کارهای تولیدی، خود را از بیت‌المال بیناز کنند. در روایتی، از امام علی علیه السلام نقل شده است:

«أَوْحَى اللَّهُ إِلَى دَاوُدَ أَنْكَ نِعْمَ الْعَبْدُ لَوْلَا أَنْكَ تَأْكُلُ مِنْ بَيْتِ الْمَالِ وَلَا تَعْمَلُ بِبَيْدِكَ؛ خداوند به داوود نبی وحی فرستاد که تو خوب بندهای هستی، اما تنها اشکال کارت این است که از بیت‌المال استفاده میکنی و با دست خود کار [تولیدی] نمیکنی.» (۱) او به دنبال این جریان بسیار گریست تا اینکه توانست آهن را نرم کند و از آن زره بسازد و از این طریق از بیت‌المال بیناز شود و خدمات اجتماعی خود را رایگان انجام دهد. (۲)

با توجه به اهمیت کارهای تولیدی، خانواده مسلمان در سال جهاد اقتصادی وظیفه دارد در حد امکانات خویش، نقش پررنگتری در فرآیند تولید ملی داشته باشد. جایگاه، توان مندی و فرصت خانوادها و اعضای آنها متفاوت است، ولی هر کدام در حد توان و ظرفیتهایی که در اختیار دارند، میتوانند دست کم در یکی از حیظههای زیر به وظیفه جهادی خود عمل کنند:

الف) تولید در بخش رسمی

الف) تولید در بخش رسمی

منظور از بخش رسمی کشور، سازمانها، ادارها، صنایع، کارخانه ها و کارگاه های تولیدی است که به طور نسبی فعالیت ثابت و دائمی دارند. در آنها فعالیت هایی انجام میگردد که نیاز به سرمایه، تخصص و سواد دارد. خانواده هایی که اعضای آنها در این بخش فعال هستند، اولین وظیفه شان این

۱- وسائل الشیعه، ج ۱۲، ص ۲۲.

۲- نک: خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، ص ۵۱.

ص: ۳۴

است که روحیه یا رفتار جهادی را بر کار خود حاکم کنند. بنا به تعبیر مقام معظم رهبری: «کار را باید محکم، دقیق و درست انجام داد ... و کاری کرد که کالای داخلی در نظر مصرف کننده ایرانی و غیر ایرانی، کالایی مطلوب، بادوام و زیبا باشد.» (۱) همچنین بنا به فرموده ایشان، باید کاری کرد که «عرضه تولید کالای برتر در داخل کشور، به همت کارگران، مهندسان و سرمایه گذاران، به عرصه‌های دیگر برای تجلی شعار [ما میتوانیم] تبدیل شود.» (۲)

به بیان دیگر، افراد شاغل بخش تولید رسمی باید مأموریت سازمانی خود را در سال جهاد اقتصادی، به صورت مطلوب و شایسته انجام دهند و نسبت به آنچه تاکنون بیاعتنا بوده‌اند، حساس باشند و دیگران را نیز به کار جهادی فرا بخوانند.

ب) تولید در منزل

ب) تولید در منزل

یکی دیگر از عرصه‌هایی که خانواده‌ها میتوانند کار تولیدی انجام دهند، منزل است. در حال حاضر وضعیت بهرهوری و تولید در خانه در سطح پایینی قرار دارد. علت آن، بالا بودن سطح بی‌کاری در میان افراد خانواده است. بی‌کاری جوانان تحصیل کرده، بانوان جوان خانهدار، سالمندان و ... از آن جمله است که همگی انتظار دارند دولت برای آنها کاری انجام دهد. درحالی که همان خانم جوان خانهدار، در کنار خانهداری میتواند با برپا کردن یک دار قالی یا خرید یک چرخ خیاطی یا گلدوزی یا جوراب دوزی و ... ضمن اینکه برای خود، کار ایجاد میکنند، در تولید داخل نیز مؤثر باشد.

۱- روزنامه ایران، ۸/۲/۱۳۹۰، ش ۴۷۷۸، ص ۲.

۲- روزنامه ایران، ۸/۲/۱۳۹۰، ش ۴۷۷۸، ص ۲.

ص: ۳۵

همین گونه افراد تحصیل کرده میتوانند با شرکت در مراکز فنی و حرفه‌ای و فراگیری مهارت و تخصص، از کمترین فضای منزل استفاده و آن را به کارگاه تولیدی تبدیل کنند و اگر امکان آن وجود ندارد، با دریافت وام و همکاری چند نفر، یک مکان مناسب، اجاره و آن را به کارگاه تولیدی تبدیل کنند.

البته شاید این نوشته‌ها برای برخیها خوش نیاید، ولی باید دانست که کار در خانه یک ارزش است. چنان که رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله درباره سرگرم شدن بانوان خانه‌دار در منزل میفرماید:

«وَحَيْرٌ لَّهُوَ الْمَرْأَةُ الْمَغْزَلُ؛ بهترین سرگرمی زن دستگاه نخریسی است»^(۱).

همچنین درباره ارزش کار زنان در منزل میفرماید:

«مَهْنَةُ إِحْدَاكُنَّ فِي بَيْتِهَا تُدْرِكُ جِهَادَ الْمُجَاهِدِينَ ان شاء الله؛ (ای زنان) هر یک از شما به اشتغال در خانه خویش اگر خدا بخواهد ثواب مجاهدان خواهد یافت»^(۲).

کار تولیدی دیگر که در خانواده میتوان انجام داد تولید مواد مصرفی مورد نیاز اعضا در منزل است. در واقع، این نوع تولید بیشتر برای خود کفایی و مصرف خانواده انجام میگیرد.

«در گذشته در اکثریت قریب به اتفاق خانواده‌ها، فعالیت‌های تولیدی به ویژه مصرف خانواری انجام میگرفت و خانواده بسیاری از نیازهای خود را با خرید مواد اولیه تولید میکرد. بافتن فرش، گلیم، جاجیم، دوخت کفش، لباس، تهیه ترشی، رب، آب لیمو و ... از جمله تولیدات خانواده در گذشته بودند. با رشد سرمایه‌داری و تخصصی شدن افراطی امور، این عادت به تدریج در خانواده از میان رفت. کار به جایی رسید که به تقلید از

۱- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۳۵۲.

۲- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۳۵۸.

کشورهای صنعتی، برخی خانواده‌ها، کلیه نیازهای مصرفی خود را آماده از بازار می‌خرند. در واقع گرم کردن و مخلوط کردن مواد غذایی آماده، فعالیت غذا پختن برخی خانواده[ها] را تشکیل می‌دهد.

[این در حالی است] که گرایش وارونه در کشورهای اروپایی، امریکا و ژاپن پدیدار شده، که توجه به کیفیت مواد غذایی است. در این کشورها با توجه به کاهش کیفیت غذای آماده و پدیدار شدن بی‌کاربهای گسترده و کار نیمه وقت و پایین بودن قیمت مواد اولیه خوراکی نسبت به خوراکیهای آماده، دخالت خانواده در تهیه خوراک بیشتر شده است. این امر علاوه بر کاهش هزینه‌های خانواده، کمک مستقیم به اقتصاد خانواده و بالا- بردن کیفیت خوراک خانواده، تأثیر مطلوبی در بالا- بردن روابط عاطفی افراد خانواده نیز دارد. به ویژه اگر تهیه خوراک، اعم از خرید مواد اولیه، آماده کردن و تهیه غذا و شستن ظرفها، امری مربوط به همه اعضای خانواده تلقی شود.

تهیه خوراک، دوختن لباس و یا بافتن آن، تغییر وسایل خانگی ... به وسیله اعضای خانوار، علاوه بر کمک به اقتصاد خانواده و تولید داخلی، موجب ارضای نیازهای روانی انسان از جنبه‌های هنری و زیباشناسی میشود. در نتیجه تعادل روانی و شکوفایی استعدادها، همه اعضای خانواده با این شیوه بیشتر و بهتر انجام می‌گیرد... افزون بر آن، با رفع نیاز مالی خانواده که با فروش نتیجه کار و کسب درآمد برای خانواده انجام می‌گیرد موجب رشد اقتصادی و شکوفایی انسان می‌شود.^(۱)

متأسفانه کاهش نقش تولیدی خانواده در ایران فقط شامل خانواده‌های شهری نمیشود، بلکه خانواده‌های روستایی در نتیجه تعامل با شهر، تحت تأثیر فرهنگ شهری قرار گرفته‌اند و بیشتر آنها مصرف‌گرا شده‌اند. در طول

۱- ابراهیم رزاقی، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، صص ۲۲۹ و ۲۳۰.

ص: ۳۷

تاریخ، همواره خانوار روستایی یک واحد تولیدی خود کفا به شمار می‌آمد که زیر نظر رئیس خانواده اداره میشد و قسمت اعظم مصرفش را خود تولید میکرد. تولید اقتصادی در خانواده به شکل تعاونی و با همکاری و هم یاری تمام اعضای خانواده از کودکان گرفته تا سال خوردگان، زن و مرد انجام میگرفت. در واقع، هر خانوار روستایی، مرکزی برای کار تولیدی بود. امروزه بسیاری از خانوارهای روستایی با وجود فضا و ظرفیتهای لازم برای تولید، ترجیح میدهند که مانند شهریه‌ها زندگی کنند. مثلاً میتوانند با نگه داری چند رأس دام و طیور یا با سبزی کاری مختصر در حیاط منزل، همچنین کاشت چند درخت متمر، بسیاری از احتیاجات غذایی خود نظیر شیر، گوشت، لبنیات، سبزی، میوه و... را تأمین کنند و به زندگی بدون تولید در روستا پایان دهند، ولی به دلیل راحت طلبی، این کار را انجام نمیدهند.

سال جهاد اقتصادی، فرصت مناسبی است که خانوارهای ایرانی اعم از شهری و روستایی نسبت به نقش تولیدی خود و رفع وابستگی از دیگران، بیشتر اندیشه کنند.

۲. مشارکت دادن سرمایه در تولید

اشاره

۲. مشارکت دادن سرمایه در تولید

سرمایه به معنی «پول» یا کالایی است که برای کسب، تجارت و تولید به کار گرفته میشود. (۱) در علم اقتصاد، سرمایه یکی از عوامل اصلی تولید است و بهترین شیوه استفاده از آن، سرمایه‌گذاری در تولید است؛ زیرا افزون بر بهرهوری برای صاحب سرمایه، از راکد ماندن آن در جامعه جلوگیری میکند و هم میتواند برای عده زیادی در جامعه اشتغال ایجاد کند و موجب رونق اقتصادی در کشور شود.

۱- نک: فرهنگ صبا، ص ۵۸۸.

ص: ۳۸

سرمایه در نظام اسلامی، ودیعه ای الهی است که در اختیار انسان قرار دارد و باید از آن در راه مصالح مردم و جامعه بهره گرفت. به همین دلیل، از آن به امر «خیر» تعبیر شده است. چنان که قرآن به کسانی که در پایان عمر هستند، سفارش میکند، تکلیف سرمایه خود را روشن کنند:

«كُتِبَ عَلَيْكُمْ إِذَا حَضَرَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ أَنْ تَرَكَ خَيْرًا الْوَصِيَّةَ؛ بر شما مقرر شده است که چون یکی از شما را مرگ فرا رسد، اگر مالی بر جای گذارد، وصیت کند». (بقره: ۱۸۰)

«کلمه خیرا که بدون هیچ قید و شرط در آیه بالا آمده، بیانگر این حقیقت است که اموالی که از طریق مشروع به دست آمده، خیر مطلق است. یعنی خیر برای دین، خیر برای پیشبرد برنامه‌های فرهنگی [و اقتصادی]، خیر برای برقرار ساختن عدالت اجتماعی یا خیر برای دفاع از استقلال و آزادی یک جامعه و خیر برای هر مقصودی».^(۱)

با توجه به اهمیت و نقش سرمایه در تولید، نباید آن را در جامعه راکد گذاشت. اسلام با وضع قانون «خمس»، مانع از راکد ماندن سرمایه در جامعه میشود، ولی باز هم سرمایه‌های فراوانی در خانواده‌ها وجود دارد که یا در خانواده راکد است یا به شیوه نامناسب از آنها استفاده میشود. در حال حاضر، این فرصت فراهم آمده است تا این سرمایه‌ها که بخشی از سرمایه ملی هستند، به اشکال مختلف از جمله مشارکت مستقیم یا غیر مستقیم و نیز در امور عام المنفعه در جریان تولید قرار گیرند.

الف) مشارکت مستقیم سرمایه در تولید

الف) مشارکت مستقیم سرمایه در تولید

خانواده‌ها معمولاً از طریق انجام کار، دریافت ارث، هدیه و ... صاحب درآمد و سرمایه میشوند، ولی سطح درآمدی خانواده‌ها با هم متفاوت است. بالا یا

۱- خطوط اصلی در اقتصاد اسلامی، ص ۴۱.

پایین بودن سطح درآمد و سرمایه مانع از آن نیست که نتوانند در تولید به طور مستقیم مشارکت داشته باشند، بلکه هر کدام به نوعی میتوانند با سرمایه خود در تولید ملی مشارکت داشته باشند. مثلاً گاه مشاهده میشود برخی خانواده‌های متمکن برای خرید یا ساخت یک خانه مسکونی یا ویلایی برای چند روز زندگی میلیاردها ریال هزینه میکنند که هیچ تأثیری در تولید ملی ندارد. این در حالی است که میتوانند با خرید یک خانه مناسب با هزینه کمتر برای زندگی، مازاد آن را صرف ایجاد یک کارخانه یا کارگاه تولیدی کنند و همچنین برای چندین نفر در جامعه شغل ایجاد کنند یا همان خانه بزرگ و وسیع را به یک کارگاه تولیدی تبدیل کنند. حتی گاه وضعیت به گونه ای است که برخی از این خانواده‌های ثروتمند، ثروتهای سرشار خود را به بانکهای خارج از کشور، منتقل و در آنجا سرمایه‌گذاری میکنند و موجب رشد و توسعه اقتصادی بیگانگان میشوند و مردم و کشور خود را در محرومیت نگه میدارند. این در حالی است که میتوانند منشأ خیر فراوانی در جامعه خود شوند.

خوشبختانه آموزه دینی جالبی در این زمینه وجود دارد که میتواند برای صاحبان ثروت راه گشا باشد. نقل است که حضرت علی علیه السلام پس از جنگ بصره به خانه یکی از یاران خود به نام اعداء بن زیاد وارد شدند. وقتی خانه مجلل و وسیع او را دید، فرمود: «با این خانه وسیع در دنیا چه میکنی؟ درحالی که در آخرت به آن نیازمندتری. آری، اگر بخواهی میتوانی با همین خانهاست به آخرت برسی. در این خانه وسیع، مهمانان را پذیرایی کنی، با نیکوکاری به خویشاوندان بیبندی و حقی که بر گردن تو است، به صاحبان حق برسانی. پس آن گاه تو با همین خانه وسیع می توانی به آخرت نیز

ص: ۴۰

پردازی» (۱) به طور کلی، ثروت و سرمایه باید به صاحب خود و دیگران نفع برساند. حضرت علی علیه السلام در این باره میفرماید:

«أَفْضَلُ الْأَمْوَالِ أَحْسَنُهَا أَثْرًا عَلَيَّكَ؛ برترین مالها آن است که اثر آن بر تو نیکوتر باشد» (۲).

خانواده‌های کم درآمد و متوسط جامعه هم می‌توانند با قناعت در مصرف یا حفظ حرمت اسراف و تبذیر، از اتلاف درآمد و سرمایه خود جلوگیری کنند و با تشکیل گروه‌های مردمی (NGO)، سرمایه‌های اندک خود را روی هم بگذارند و آن را در برپا کردن کارگاه‌های تولیدی کوچک در محل، سرمایه‌گذاری کنند و زمینه اشتغال افراد بی‌کار خانواده‌های خود را فراهم آورند. به یقین، رونق و شکوفایی چنین کسب و کارهایی نه تنها رشد و ترقی خانواده را در پی خواهد داشت، بلکه رشد و ترقی جامعه را نیز سبب خواهد شد. البته آنچه باعث حفظ و رونق کسب و کارهای خانوادگی می‌شود، آموختن این مطلب است که چگونه با کسانی که به آنها علاقه و ارتباط عاطفی داریم، فعالیت شغلی سالمی داشته باشیم.

ب) مشارکت غیر مستقیم سرمایه در تولید

ب) مشارکت غیر مستقیم سرمایه در تولید

راه دیگر مشارکت دادن سرمایه در تولید، مشارکت غیر مستقیم است. افراد خانواده‌ها اگر اندکی فکر اقتصادی داشته باشند، نباید به خود اجازه دهند که پول و سرمایه اضافی، در کمد میز، گاوصندوق یا زیر فرش نگه داری شود، بلکه باید سعی کنند به اشکال مختلف از جمله سپرده گذاری، خرید اوراق مشارکت، سهام و... سرمایه خود را در بانکها یا مؤسسات تولیدی مطمئن،

۱- محمد دشتی، نه‌جالبلاغه، خطبه ۲۰۹، ص ۴۳۱.

۲- سید هاشم رسولی محلاتی، ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۴۵۱.

ص: ۴۱

سرمایه گذاری کنند و از منافع آن، خانواده و جامعه را بهره مند سازند. انتخاب این روش چند امتیاز برای افراد خانواده و جامعه در پی خواهد داشت. نخست اینکه با دریافت سود از مؤسسات تولیدی، از ارزش اقتصادی سرمایه کاسته نخواهد شد. دوم اینکه دغدغه نگهداری پول یا سرمایه از میان می رود و از خطرهایی مانند سرقت و آتشسوزی در امان خواهد ماند. سوم اینکه پول در جریان عمومی ثروت قرار می گیرد و عموم مردم از آن بهرهمند خواهند شد.

ج) مشارکت سرمایه در تولید مؤسسات اجتماعی

ج) مشارکت سرمایه در تولید مؤسسات اجتماعی (۱)

امام علی علیه السلام در فرمایشی گهربار می فرماید:

«أَفْضَلُ الْمَالِ مَا قُضِيَتْ بِهِ الْحُقُوقُ؛ بَرْتَرِينَ مَالَهَا أَنْ اسْتِ كَهْ بَهْ وَسِيْلَهْ أَنْ، حَقُوقِ [خِدا و خَلْقِ] پَرْدَاخْتِ شُود.» (۲)

همچنین میفرماید:

«إِنَّ خَيْرَ الْمَالِ مَا أَوْزَنَكَ ذُخْرًا وَ ذِكْرًا وَ أَكْتَبَكَ حَمِيدًا وَ أَجْرًا؛ بَهْ رَاسْتِي كَهْ بَهْتَرِينَ مَالِ أَنْ اسْتِ كَهْ اِنْدُوخْتَهْ وَ ذَخِيْرَهْ اِيْ اَزْ تُوْ بَهْ جَايْ نَهْدِ وَ سْتَايشِ وَ اَجْرِيْ بَرَايْ تُوْ كَسْبِ كَنْد.» (۳)

بر اساس این سخنان ارزشمند، ثروت یا سرمایه زمانی مناسب است که انسان از طریق آن بتواند منشأ خیر هم برای خود (آخرت) و هم برای دیگران شود. اگر غیر از این باشد، جز وبال بر گردن صاحب خود نیست. امام علی علیه السلام در این باره میفرماید:

«الْمَالُ وَبَالَ عَلَى صَاحِبِهِ إِلَّا مَا قَدَرَ مِنْهُ؛ ثَرُوتِ بَرَايْ صَاحِبِ خُودِ وَبَالَ وَ گِرْفْتَارِيْ اسْتِ. مَگَرِ اَنْچَهْ رَا اَزْ پِيْشِ [بَرَايْ رُوزِ جِزَا] فَرَسْتَاَدَهْ بَاشَد.» (۴)

۱- مقصود از مؤسسات اجتماعی بناها و تأسیسات عام المنفعه ای مانند: مسجد، مدرسه، درمانگاه و... است که افراد خیر بانی ساخت و ساز آن در جامعه می شوند تا عموم مردم از آن استفاده کنند.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۴۵۲.

۳- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۴۵۲.

۴- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۵۰.

خوشبختانه از گذشته‌های دور، بسیاری از خانواده‌های ثروتمند ایرانی با درک درست از جایگاه اجتماعی خود، از سرمایه‌های که خداوند متعال در اختیار آنان قرار داده است، به بهترین شکل ممکن استفاده کرده‌اند. آنان با وقف بخشی از ثروت خود یا ساخت مؤسسات اجتماعی و اقتصادی عام‌المنفعه، نقش مهمی در رشد اقتصادی و فرهنگی جامعه ایفا می‌کردند. باقی ماندن صدها سازه تاریخی اعم از مدارس، مساجد، درمانگاه‌ها، پل‌ها، میل‌ها، کاروانسراها، بندها، بازارچه‌ها، آب‌انبارها و قنات‌ها، گواه صدق این گفتار است. این کار مهم، افزون بر کاهش فاصله طبقاتی، شرایط اجتماعی و اقتصادی مناسبی را در جامعه فراهم می‌آورد. در واقع، این مشارکت دادن سرمایه در تولید مؤسسات اجتماعی، به نوع دیگری سطح اشتغال را در جامعه افزایش می‌داد و سبب میشد بسیاری از مشکلات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه رفع شود و جامعه در مسیر رشد و تعالی قرار بگیرد.

با وجود اهمیت مشارکت دادن سرمایه در تولید مؤسسات اجتماعی و اقتصادی در دهه‌های اخیر، نقش خانواده‌های ثروتمند در این بخش تولیدی کم رنگ شده است. «شاید علت این امر، بافت سالم سکونت گاه‌های گذشته بود که باعث میشد در یک محل یا سکونت گاه، افراد ثروتمند و فقیر از حال هم باخبر باشند و خانواده‌های متمکن بر حسب وجدان درونی و افکار عمومی و دستورهای اخلاقی و مذهبی، خود را موظف می‌کردند که برای رفع محرومیت از جامعه و رفع مشکلات خانواده‌های فقیر تلاش کنند. امروزه با دگرگونی‌های اجتماعی انجام گرفته و شکلگیری محله‌های ثروتمندنشین به ویژه در شهرهای بزرگ و مهاجرت افراد ثروتمند به این محله‌ها و از سوی دیگر، رشد نظام سرمایه‌داری وابسته در کشور، رواج

ص: ۴۳

سودپرستی، کالاپرستی، مصرفزدگی و ناتوانی قوانین و مقررات موجود، در جامعه در متعادل کردن ثروت در جامعه، باعث شده [است] خانواده‌های ثروتمند کمتر در رفع مشکلات اجتماعی به ویژه تولید مؤسسات اجتماعی عام المنفعه که نقش مهمی در رشد اقتصادی کشور دارد سهمیم باشند. به همین جهت، خانواده‌های ثروتمند مشروعیت نسبی گذشته خود را از دست داده‌اند» (۱).

بنابراین، لازم است خانواده‌های ثروتمند به تبعیت از پیشینیان خویش، آستین همت را بالا زنند و در سال جهاد اقتصادی گام در مسیری نهند که عزت را برای کشور و رستگاری را برای خود در آخرت به ارمغان آورد و این فرموده رسول خدا صلی الله علیه و آله را به یاد داشته باشند که فرمود:

«إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ الْعَبْدَ التَّقِيَّ الْعَنِيَّ الْحَفِيَّ؛ خداوند، بنده پرهیزکار ثروتمند مهربان را دوست دارد» (۲).

۳. بهره‌گیری از ظرفیتهای تولید

۳. بهره‌گیری از ظرفیتهای تولید

یکی دیگر از وظایف و کارکردهای خانواده در جهاد اقتصادی در بخش تولید، بهره‌گیری از عوامل تولیدی است که در اختیار برخی از خانواده‌ها قرار دارد. از جمله این عوامل تولید، زمینها و کارخانههایی است که به علل مختلف یا راکد مانده یا از چرخه تولید خارج شده و به تعطیلی کشیده شده‌اند. مثلاً با وجود اهمیت بسیار کشاورزی و اینکه یکی از محورهای استقلال اقتصادی کشور به شمار می‌آید، امروزه در روستاها و آبادیها،

۱- نک: الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۱۶۲.

۲- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۱۶۶.

زمین‌های کشاورزی فراوانی وجود دارد که به علل مختلف از جمله مهاجرت، کُهوالت سن مالکان یا اختلاف بین وراثت به زیر کشت نمیروند. صاحبان این زمین‌ها میتوانند از طریق قرارداد زراعی «مزارعه»^(۱) آنها را در اختیار افراد توانمند قرار دهند، که در این صورت هم خانواده خود و دیگران از منافع زمین برخوردار خواهند شد و هم به رشد اقتصادی کشور کمکی خواهد بود. همچنین در اطراف شهرهای بزرگ، زمینهای زراعی بسیاری وجود دارد که تا چند سال پیش زیر کشت قرار داشتند، ولی به دلیل توسعه شهرها و مجاورت این زمین‌ها با شهر، ارزش اقتصادی زیادی پیدا کرده‌اند. به همین جهت، صاحبان این گونه زمینها ترجیح میدهند آنها را زیر کشت و تولید قرار ندهند، بلکه منتظر فرصت مناسبی هستند تا آنها را تفکیک کنند و با قیمت بالایی به فروش رسانند. درحالی که در جهان توسعه یافته، زمین زراعی به خودی خود جزو سرمایههای یک کشور است. این زمین‌ها مالک خصوصی دارد، ولی به آسانی نمیتوان آن را از جریان تولید خارج کرد.

همچنین در اطراف شهرهای بزرگ و کوچک کشور، کارخانه و صنایع تولیدی بسیاری وجود دارد که متعلق به بخش خصوصی و خانوادههای ثروتمند است، ولی امروزه فعالیت تولیدی خاصی ندارند. به بیان دیگر، کارگران خود را اخراج و کارخانه یا مرکز تولیدی را به دلیل سوددهی کم، تعطیل کرده‌اند. جالب اینکه بسیاری از این مراکز برای تأسیس این مراکز تولیدی، از وام دولتی استفاده کرده‌اند، ولی تولیدی ندارند.

به هر حال، سال جهاد اقتصادی سال اتحاد عمومی برای رشد اقتصادی کشور است. این گونه خانوادهها که دارای ظرفیتهای اصلی تولید در کشور

۱- مزارعه، قراردادی زراعی بین دو نفر یا دو گروه است که از یک سو، کار و فعالیت و تلاش و از سوی دیگر، زمین و وسایل بذر و مانند آن وجود دارد و محصول طبق قرارداد بین طرفین به صورت عادلانه تقسیم میشود.

ص: ۴۵

هستند، نباید تنها به منافع اقتصادی خود بیندیشند، بلکه بهتر است به منافع کشور خود و دهها و صدها کارگر و خانوادههای آنها بیندیشند که با وارد شدن به این ظرفیتهای تولیدی، میتوانند به زندگی خود رونق دهند. همچنین در فکر دهها، صدها و هزارها دعایی باشند که پشت سر آنها خواهد بود. البته مسئولان کشور باید حمایتهای لازم را از این گونه صنایع انجام دهند. واضح است که در کار اقتصادی، هر کسی به منافع خویش میاندیشد و باید اقتصادی فکر کرد، ولی جهاد اقتصادی مقولهای جداست که باید فراتر از آن اندیشید.

ص: ۴۷

فصل چهارم: مدیریت مصرف

اشاره

فصل چهارم: مدیریت مصرف

سومین وظیفه خانواده در سال جهاد اقتصادی، مدیریت مصرف است که شاید به نوعی از مشارکت در تولید هم مهمتر است. مصرف از ماده «صَرْف» است به معنی صرف (محل خرج کردن). (۱) در اصطلاح اقتصادی «مصرف عبارت از ارزش پول کالاها و خدماتی است که توسط افراد، خریداری و تهیه میشود». (۲)

مصرف در میان متغیرهای اقتصادی به اندازه‌های اهمیت دارد که برخی از اقتصاددانان، هدف نهایی از انجام فعالیت‌های اقتصادی دیگر از جمله تولید، پسانداز و سرمایه‌گذاری را مصرف میدانند. چنان که کینز یکی از اقتصاددانان نامی مینویسد: «غایت هر فعالیت اقتصادی، مصرف است». (۳)

نقش مصرف در اقتصاد بسیار مهم است، ولی نگاه اسلام به مصرف، نگاه غایی نیست. به بیان دیگر، نگاه اسلام به مصرف، نگاه ابزاری است؛ زیرا در اسلام، هدف نهایی از تمام فعالیت‌های انسان که از جمله آنها فعالیت‌های اقتصادی است نزدیکی به خداست. چنان که خداوند در قرآن میفرماید:

۱- فرهنگ صبا، ص ۱۰۰۹.

۲- احمد اخوی، اقتصاد کلان، ص ۱۵۱.

۳- جان مینارد کینز، نظریه عمومی و اشتغال و بهره‌وری، ترجمه: منوچهر فرهنگ، ج ۱، ص ۱۳۱.

«وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنتَهَىٰ؛ به درستی که پایان کار به سوی خداست». (نجم: ۴۲)

منظور از نزدیک شدن به خداوند، کم شدن فاصله زمانی و مکانی نیست، بلکه «حقیقتی است که کمال نهایی انسان محسوب میشود و آن را [قرب خدا] مینامیم. مرتبهای است از وجود که در آن استعدادهای ذاتی مشخص، با سیر و حرکت اختیاری خودش به فعلیت میرسد».^(۱)

با توجه به این مقدمه، مصرف هر خانواده ایرانی در سال جهاد اقتصادی باید به سمت وسویی هدایت شود که هدف نهایی (رضایت الهی) حاصل شود. اگر خانواده بتواند در این مسیر، مصرف خود را متناسب با الگوی مصرف اسلامی و مطابق با منافع ملی سامان دهد، در کار جهادی، موفق خواهد بود. به ویژه اینکه الگوی مصرف کنونی، با منافع ملی و امکانات تولید و نیز درآمد و منافع اکثر خانوادهها متناسب نیست. بیشک، ترک عادت الگوی مصرف کنونی و متناسب کردن آن با الگوی مصرف اسلامی کار آسانی نیست؛ زیرا به فرموده امام علی علیه السلام:

«أَصْعَبُ السِّيَاسَاتِ نَقْلُ الْعَادَاتِ؛ سختترین سیاستها، جابه جا کردن عاداتهاست».^(۲)

با باور این عقیده که انسان توانایی تغییر سرنوشت خویش را دارد، میتوان با برخورد آگاهانه و اتخاذ تدابیر خردمندانه، بر عاداتهای نادرست مصرف چیره شد که در این صورت، انسان و خانوادهاش به فضیلت بزرگی دست خواهند یافت. امام علی علیه السلام میفرماید:

«أَفْضَلُ الْعِبَادَةِ غَلْبَةُ الْعَادَاهِ؛ برترین عبادتها، غالب آمدن بر عادت است».^(۳)

۱- محمدتقی مصباح یزدی، جامعه و تاریخ، ص ۶۸.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۲۰.

۳- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۲۰.

آنچه که در دست یابی به این فضیلت بزرگ می‌تواند یاری‌گر انسان و خانواده‌هاش باشد، عبارتند از:

۱. تعیین هدف از مصرف

۱. تعیین هدف از مصرف

مجموعه افراد خانواده (پدر و مادر، فرزندان، پدربزرگ و مادربزرگ و ...) که با هم زندگی میکنند و دارای درآمد و هزینه مشترک هستند، پیش از هر اقدام اقتصادی، لازم است هدف اصلی از زندگی را برای خود روشن کنند. آیا مصرف، هدف زندگی است یا وسیله‌های برای زندگی؟

بیشک، انتخاب گزینه نخست، در تعادل روانی خانواده اختلال ایجاد خواهد کرد و دگرگونی‌های ویرانگری در رفتار و کردار افراد به جای خواهد گذاشت. این تغییر رفتار را در خانواده‌های کشورهای توسعه یافته صنعتی میتوان به روشنی دید. از سوی دیگر، زندگی کردن برای داشتن و مصرف کالای بیشتر، ضمن اینکه با هدف نهایی در اقتصاد اسلامی مغایر است، باعث تنزل مقام و شأن انسانی است؛ زیرا در این ایده، همواره «اجبار و وسواسی برای خوردن، خریدن، تملک و مصرف هر چه بیشتر وجود دارد.»^(۱) این گونه زیستن که زندگی انفعالی و تنزل یافته از حد انسانی است نه تنها مغایر با اهداف نظام اقتصادی اسلام و منافع ملی است، بلکه غیر قابل تأمین برای همگان است. با این حساب، هدف از مصرف برای اعضای خانواده مسلمان، روشن است. اگر قصد جهاد اقتصادی در کشور دارند، باید نگاهی ابزاری به مصرف داشته باشند که در این صورت، زندگی، معنی اسلامی و انسانی خود را خواهد یافت. البته نگاه ابزاری به مصرف، به معنی دست کشیدن از زندگی مادی و بازداشتن از مصرف نیست، بلکه به معنی نگاه به فراخود، مفید بودن

۱- اریک فروم، به نام زندگی، ترجمه: اکبر تبریزی، ص ۱۱.

ص: ۵۰

برای دیگران و جامعه، برای کسب رضای خداست که به یقین، با آگاهی و عمل به اصول، مصرف اسلامی ممکن خواهد شد.

۲. آگاهی و عمل به اصول اسلامی مصرف

اشاره

۲. آگاهی و عمل به اصول اسلامی مصرف

مصرف در اسلام بر پایه اصول موضوعه و روشنی است. خانواده‌های ایرانی می‌توانند با آگاهی و عمل به آنها، رفتارهای مصرفی را به گونه‌های تنظیم کنند، که در مسیر حرکت جهاد اقتصادی باشند. مهم ترین این اصول عبارتند از:

الف) اصل اعتدال

الف) اصل اعتدال

الگوی مصرف خانواده مسلمان همچون دیگر ابعاد زندگی او باید بر پایه اصل ترقی اعتدال و میانه‌روی باشد. منظور از اعتدال چیزی میان زیاده‌روی و خست است. این معنا، برگرفته از این آیه قرآن است که میفرماید:

«وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا؛ و کسانی که چون انفاق کنند، نه ولخرجی میکنند و نه تنگ میگیرند و میان این دو [روش] حد وسط را بر میگزینند.» (فرقان: ۶۷)

رسول خدا صلی الله علیه و آله نیز میفرماید: «الْإِقْتِصَادُ نِصْفُ الْعَيْشِ؛ میانه‌روی یک نیمه معیشت است.» (۱)

«اصلیترین عنصر اعتدال در مصرف، مصرف در حد کفایت است. مراعات حد کفاف در مصرف، موجب بقای منابع و امکانات و در نتیجه وفور کالا در هر جامعه‌ای است و اگر اقتصاد کشوری، نه بر اساس کم یابی، بلکه بر پایه وفور تنظیم و تدبیر شود، روشن است که دست یابی به رفاه در آن کشور آسانتر خواهد بود.» (۲)

۱- نهج‌الفصاحه (موضوعی)، ص ۴۴.

۲- مجید نوریان، الگوی مصرف در اسلام و غرب، ص ۴۴.

ص: ۵۱

شرط لازم در تأمین نیازهای طبیعی و ضروری برای یک زندگی آبرومندانه، حد کفاف است و مصرف باید معقول و منطقی باشد. اعتدال، جوهره عقلانیت و به بیان دقیقتر، عین عقلانیت است. از این رو، مصرف معقول، همان مصرف معتدل است.

امام کاظم علیه السلام در این باره میفرماید:

«فَمَنْ عَقَلَ فَنَعَّ بِمَا يَكْفِيهِ وَ مَنْ فَنَعَّ بِمَا يَكْفِيهِ إِشْتِغَى؛ هر کس عاقلانه اندیشه کند، به زندگی در حد کفایت قانع است و هر کس به زندگی در حد کفایت قانع باشد، بینا خواهد بود» (۱).

باید بین امکانات، توان و تمکن مادی و مالی انسان (خانواده، جامعه) و میزان مصرف او تناسب وجود داشته باشد. این تناسب با توجه به مصرف حال و نیز مصرف آینده (پسانداز) برقرار میشود (۲).

با توجه به نکاتی که اشاره شد، امروزه در بسیاری از موارد، خانواده‌های ایرانی حد کفاف را رعایت نمیکنند. مثلاً برخی از خانواده‌های متوسط و حتی کم درآمد جامعه، تحت تأثیر تبلیغات مصرف‌گرا، مد یا چشم و هم چشمی، کالاهایی می‌خرند که متناسب با زندگی آنان نیست.

بیشک، این گونه مصرف خانواده‌ها، به صلاح خودشان و مملکت نیست؛ زیرا بسیاری از این کالاها، تولیدات کارخانه‌های خارجی است و مصرف آن در حد کفاف هم نیست. پس هزینه‌های زیادی را بر خانواده تحمیل میکند و در صورت تکرار، باعث سلب آرامش روانی و اقتصادی خانواده میشود. در حالی که مصرف خانواده مسلمان باید به گونهای باشد که آرامش و توانایی را برای او به ارمغان آورد. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید:

۱- محمدرضا حکیمی، الحیاه، ج ۳، ص ۳۴۲.

۲- محمدرضا حکیمی، الحیاه، ج ۵، ص ۶۲.

ص: ۵۲

«مَنْ أَقْتَصِرَ عَلَى الْكِفَافِ تَعَجَّلَ الرَّاحَةُ وَ تَبَوَّأَ أَحْفَظَ الدَّعَةِ؛ کسی که به کفاف زندگی اکتفا کند، در آسایش شتاب کرده و در راحتی فرود آمده است.» (۱)

همچنین مصرف نباید خانواده مسلمان را به ذلت بکشاند، بلکه باید او را به سوی رستگاری رهنمون شود. رسول خدا صلی الله علیه و آله میفرماید:

«أَفْلَحَ مَنْ هُدِيَ إِلَى الْإِسْلَامِ وَ كَانَ عَيْشُهُ كِفَافًا وَ قَنَعَ بِهِ؛ هر که به اسلام راهبر شود و لوازم زندگی، به اندازه رفع نیاز دارد و بدان قناعت کند، رستگار شده است.» (۲)

بنابراین، می توان گفت اعتدال باید در همه جلوه‌های زندگی خانواده مسلمان ایرانی به ویژه ابعاد مصرف (آب، انرژی، لوازم خانگی، پوشاک، خوراک و...) یک ضابطه باشد و بر تنظیم و کنترل رفتار خانواده مسلمان و اعضای آن تأثیر عمیق داشته باشد.

ب) اصل پرهیز از اسراف و تبذیر

ب) اصل پرهیز از اسراف و تبذیر

اسراف واژه بسیار جامعی است که هر گونه زیاده‌روی در کمیت و کیفیت و به طور کلی، هر نوع تجاوز از حد را شامل می‌شود. اسراف به معنای استفاده ناقص و نادرست از یک کالای مصرفی است. امام علی علیه السلام در مقام تبیین مفهوم اسراف و تبذیر میفرماید:

«أَلَا- وَ إِنَّ إِعْطَاءَ الْمَالِ فِي غَيْرِ حَقِّهِ تَبْذِيرٌ وَ اسْرَافٌ؛ آگاه باشید، بخشیدن مال به آنها که استحقاق ندارند، زیاده‌روی و اسراف است.» (۳)

رسول خدا صلی الله علیه و آله هم درباره معنی اسراف میفرماید: «... مَنْ أَعْطَى فِي غَيْرِ حَقِّ فَقَدْ اسْرَافَ؛ هر کس مال و امکانات را نابجا هزینه کند، اسراف کرده است.» (۴) تفاوت

۱- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۳۹۰.

۲- ترجمه نهجالفصاحه (موضوعی)، ص ۵۴۴.

۳- نهجالبلاغه، ص ۲۴۰، خطبه ۱۲۶.

۴- الحیاه، ج ۴، ص ۲۳۱.

ص: ۵۳

اسراف با تبذیر این است که اسراف به معنای زیاده‌روی و از حد گذراندن است و تبذیر به معنی بیهوده مصرف کردن. برای اسراف کاری، داشتن تبذیر، کافی است. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید:

«كَفَى بِالْتَّبْذِيرِ سَرَفًا؛ بیهوده خرج کردن برای اسراف کاری کافی است.» (۱)

آنچه درباره اسراف و تبذیر مسلم است، اینکه اسراف و تبذیر نه تنها در زندگی شخصی و خانواده موجب کاهش پسانداز و در نتیجه، کاهش سرمایه‌گذاری در تولید و مانع توسعه کشور میشود، بلکه امکان استفاده دیگر افراد جامعه، از امکانات موجود را سلب می‌کند و باعث فقر، شکاف طبقاتی و همچنین گمراهی در جامعه میشود. بیجهت نیست که خداوند در قرآن کریم، اسراف کاران را با شدیدترین لحن خطاب قرار داده است و میفرماید:

«إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ؛ خداوند، اسراف کاران را هدایت نمیکند.» (مؤمن: ۲۸)

در اسلام، مصرف بی رویه، اسراف است. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید: «مَا فَوْقَ الْكِفَافِ اسْرَافٌ؛ بیش از حد کفاف مصرف کردن، اسراف کاری است.» (۲)

در آموزه‌های دینی مصداق‌های زیبایی برای حد اسراف بیان شده است. چنان که امام صادق علیه السلام میفرماید:

«لملوسترین مصداق مصرف بی رویه این است که انسان از آب زیاد آمده از نوشیدن، استفاده بهینه نکند، لباس پذیرایی را همه جا بپوشد و هسته میوه‌ها را دور افکند.» (۳)

۱- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۱، ص ۵۲۱.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۱، ص ۵۲۲.

۳- محمد محمدی ری شهری، میزان الحکمه، ترجمه: محمدرضا شیخی، ص ۱۲۹۶.

متأسفانه در خانواده های ایرانی، موارد بسیاری اسراف و تبذیر وجود دارد. اسراف در پذیراییها و پخت و پز، استفاده نادرست از پوشاک از آن جمله است.

یکی از جلوه‌های نامناسب مصرف در میان خانواده‌های ایرانی، اسراف در پذیراییها و پخت و پز در مهمانیهاست. برخی خانواده‌ها عادت کرده اند که در مهمانیها یا مجالس، با غذاها و میوه‌های متنوع و گران قیمت و در تالارها و رستورانها از مهمانان پذیرایی کنند. درحالی که میتوانند این کار را با هزینه کمتر در خانه انجام دهند.

نمونه دیگر، استفاده نادرست از پوشاک است. در بسیاری از خانواده ها فرهنگ استفاده بهینه از پوشاک وجود ندارد. در این گونه خانواده‌ها بین لباس مهمانی، خانه و کار تفاوتی وجود ندارد. به یقین، هنگامی که مدتی با لباس باکیفیت، بخورند، بخوابند و کار و نظافت کنند، آن لباس جلوه ظاهری خود را از دست خواهد داد.

نکته دیگر در مورد پوشاک این است که برخی افراد خانواده به پیروی از مُد، مدت زمان کوتاهی از لباس استفاده میکنند و ممکن است در یک مجلس یا جشن، لباس خود را پی در پی عوض کنند. بسیاری کسانی که با تغییر مدل، جنس و رنگ لباسها در کوتاه مدت، از پوشیدن لباسهای پیشین، احساس شرم میکنند. این مسئله به ویژه درباره خانمها بیشتر صدق میکند، به گونه‌ای که در برخی مجالس، چمدانی از لباس را با خود حمل میکنند تا در هر ساعت، لباس خاصی بپوشند و به آن مباحثات کنند.

وجود این نوع اسراف ها در میان خانواده‌های ایرانی، ضمن اینکه هزینه‌های اضافی بر خانواده‌ها تحمیل میکند و آنها را به آشفتگی و نابسامانی هنجاری دچار میکند، میتواند موجب گسترش فقر در جامعه شود. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید:

ص: ۵۵

«سَبَبُ الْفَقْرِ الْأَسْرَافُ؛ یکی از عوامل فقر، مصرف بی‌رویه است» (۱).

با گسترش اسراف به اشکال گوناگون در جامعه، منابع و امکانات، محدود و تخریب می‌شوند و بسیاری از مردم نمیتوانند از مواهب طبیعی استفاده کنند، درحالی که خداوند، امکانات و منابع مورد نیاز را به اندازه معلوم و کافی در اختیار انسانها قرار داده است. پس آنها موظفند به حد کفاف از آن بهره ببرند تا سهم دیگران و آیندگان نیز حفظ شود. امام علی علیه السلام در این باره میفرماید:

«ذَرِ الْأَسْرَافَ مُقْتَصِدًا وَ اذْكَرْ فِي الْيَوْمِ غَدًا؛ اسراف را به میانهروی در آور و در زندگی امروز، فردا را نیز به یاد آر» (۲).

بنابراین، راه بی‌نیازی، توان مندی و عزتمندی خانواده مسلمان، گام نهادن در مسیر جهاد علیه اسراف و تبذیر در خانواده است. با وجود اسراف، انتظار رسیدن به ارزشهای اشاره شده، برای خانواده، ناممکن است. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید:

«لَا غَنَى مَعَ اسْرَافٍ؛ با اسراف کاری، توانگری و بینیزی نیست» (۳).

ج) اصل مفید بودن کالای مصرفی

ج) اصل مفید بودن کالای مصرفی

اصل دیگری که خانواده ایرانی در بخش مصرف کالا باید به آن توجه کند، اصل مفید بودن کالای مصرفی است. به بیان دیگر، در سال جهاد اقتصادی، کالاهایی باید در سبد مصرفی خانوارها قرار گیرد که نه تنها برای بدن لازم هستند، بلکه مفید هم باشند. امام علی علیه السلام درباره مفید بودن کالاهای مصرفی میفرماید:

۱- میزان الحکمه، ج ۲، ص ۱۲۹۶.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۱، ص ۵۲۱.

۳- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۱، ص ۵۲۲.

ص: ۵۶

«لَيْسَ فِيمَا يَصْلَحُ الْبَدَنُ إِسْرَافٌ؛ در آنچه برای بدن مفید است، اسراف نیست» (۱).

حتی برای اینکه مصرف برای بدن سودمند باشد، لازم است انسان مسلمان و خانوادهاش مصرف متنوعی داشته باشند. چنان که امام صادق علیه السلام میفرماید:

«الْخُبْزُ وَاللَّحْمُ وَاللَّبَنُ وَالنَّحْلُ وَالسَّمْنُ، مَرَّةً هَذَا وَمَرَّةً هَذَا؛ [اینکه انسان] نان، گوشت، شیر، عسل و روغن مصرف کند، هر دفعه یکی از آنها، گاهی نان و گاهی گوشت و...» (۲).

در واقع، اسلام به دنبال مصرف پسندیده (قوام) است. امام حسن علیه السلام درباره این نوع مصرف می فرماید:

«الْقَوَامُ هُوَ الْمَعْرُوفُ عَلَى قَدْرِ عِيَالِهِ وَ مَوْتَتِهِمُ الَّتِي هِيَ صَاحِحَةٌ لَهُ وَ لَهْمٌ؛ قوام یعنی مصرف پسندیده به اندازه ای که صلاح خود و خانواده اش را تأمین کنند» (۳).

بر این اساس، شرط اساسی در مصرف کالا، سودمند بودن یا مفید بودن آن کالای مصرفی برای بدن است. اگر در این راستا، قاعده حلیت (حرام و حلال بودن) کالا- نیز مطرح می شود، یکی از علل اساسی آن، توجه به سودمند بودن آن کالا است. چنان که امام رضا علیه السلام درباره حلال و حرام بودن مواد غذایی می فرماید:

إِنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَ تَعَالَى، لَمْ يُبَيِّحْ أَكْلَهُ وَلَا شُرْبَهُ إِلَّا فِيهِ الْمَنْفَعَةُ وَالصَّلَاحُ، وَلَمْ يُحَرِّمْ إِلَّا مَا فِيهِ الضَّرَرُ وَالتَّلَفُ وَالفَسَادُ. فَكُلُّ نَافِعٍ مُقَوَّرٍ لِلْجِسْمِ فِيهِ قُوَّةٌ لِلْبَدَنِ فَهُوَ (۴).

۱- الحیاه، ج ۴، ص ۲۳۲.

۲- الحیاه، ج ۴، ص ۱۲۸.

۳- الحیاه، ج ۶، ص ۵۳.

۴- الحیاه، ج ۶، ص ۱۲۶.

ص: ۵۷

خدای متعال هیچ خوردن و نوشیدنی را جایز نکرده، مگر آنچه در آن سود و صلاحی است و [هیچ چیز را] ممنوع نکرده، مگر آنچه در آن زیان، نابودی و تباهی بوده است. پس هرچه سودمند و توان بخش جسم باشد و به بدن نیرو دهد، حلال است.

به یقین، اگر مصرف خانواده، بر اساس سودمند بودن کالا تنظیم نشود، نه تنها سلامتی اعضای خانواده به خطر خواهد افتاد، بلکه از نظر اقتصادی، هزینه‌های درمانی زیادی بر خانواده تحمیل می‌شود. متأسفانه وضعیت مصرف به ویژه در بخش مواد غذایی چندان مناسب نیست. هنوز برخی خانواده‌های ایرانی عادت دارند مواد اولیه غذایی را خود تهیه و سپس آن را به غذاهای خوشمزه تبدیل و مصرف کنند، ولی در سالهای اخیر، والدین شاغل در ادارها و سازمانها عادت دارند مواد غذایی خود را به شکل آماده از بازار تهیه کنند. این غذاها ارزش غذایی بسیار کمی دارند و زمینه ساز انواع بیماریها میشوند. غذاهای آماده مانند «سوسیس، کالباس، همبرگر، انواع پیتزا، نوشابه‌های گازدار، تن ماهی و آبمیوه‌های آماده، مواد مغذی مورد نیاز بدن را ندارند و با افزایش فراوان چربی و اشباع نمک در بدن، زمینه پیدایش انواع بیماریهای عفونی و غیر عفونی به ویژه ناراحتیهای قلبی و عروقی را فراهم میکنند. این غذاها فقط در ظاهر، انسان را سیر میکنند، همچنین مواد لازم را به سلولهای بدن نمیرسانند و سبب گرسنگی سلولی میشوند» (۱).

به این عادت بد غذایی باید مصرف «تنقلات بیارزش غذایی» را نیز افزود. در گذشته‌های نه چندان دور، مصرف «تنقلات باارزش غذایی»، بیش از امروزه در میان خانواده های ایرانی رواج داشت. بیشتر افراد خانواده همیشه از تنقلات باارزش استفاده می کردند. این مواد که مکمل غذایی هستند، با

ص: ۵۸

فرآیندهای طبیعی بدن سازگاری زیادی دارند، ولی امروزه استفاده از این مواد غذایی در میان خانواده‌ها کم رنگ شده است و جای خود را به تقلبات کم ارزش داده است. این خوراکی‌ها بر اساس الگوهای خارجی تهیه و تولید و در آنها از انواع افزودنی‌ها، اسانسها و رنگ‌های زیان بار و ناسازگار با طبیعت انسان استفاده میشود که خود، مقدمه انواع بیماری میباشند» (۱).

یکی دیگر از عاداتهای نامناسب غذایی، نبودن تنوع غذایی و استفاده بیش از اندازه از یک گروه غذایی است. «بر اساس آمار، مردم ایران چهل درصد بیش از مقدار متوسط قند و سی درصد بیش از مقدار متوسط، روغن و چربی مصرف میکنند. از طرف دیگر، مصرف نوشیدنیهای شیرین در ایران سه برابر استاندارد دنیا اعلام شده است. مصرف بیش از اندازه نوشابه و آب میوه بسته بندی شده، به دلیل وجود قند و فسفر بالا، افزون بر اینکه باعث چاقی و افزایش قند خون میشود، میزان دفع کلسیم از بدن را هم افزایش میدهد. [در نتیجه،] بیماری پوکی استخوان به ویژه در بین زنان رو به افزایش است. شدت این مسئله به حدی است که برآورد میشود نود درصد جامعه دچار فقر کلسیم هستند که چهل درصد کمبود شدید کلسیم دارند» (۲).

به هر حال، این گونه عاداتهای غذایی به همراه مواد مصرفی دیگر که برای بدن مفید نیست، از جمله مصرف مواد آرایشی غیر استاندارد، مواد تفنی مانند سیگار و تنباکو، قرصهای توهمزای و نیروزا یا مواد افیونی که بیشتر جوانان و نوجوانان، مصرف کننده آن هستند، آسیبهایی جدی است که خانواده‌ها را تهدید میکند و هر ساله هزینههایی را برای درمان و معالجه، به آنها تحمیل می کند. از این رو، سرپرست خانواده در سال جهاد اقتصادی

۱- حسین بافکار، هسته حیات، صص ۶۰ و ۶۱.

۲- هفته نامه سلامت، ۲۸/۳/۱۳۸۴، ش ۳۳، ص ۳.

ص: ۵۹

باید مدیریت مناسبی در مورد موارد مصرفی داشته باشد؛ فریب زرق و برقهای ظاهری کالاهای غیر مفید نخورد؛ بر رفتار مصرفی اعضای خانواده نظارت دقیق کند و در یک کلام، حفظ سلامتی را در اولویت کاری خود قرار دهد. حتی بهتر است بخشی از درآمد، خانواده را به بهداشت و پیش‌گیری اختصاص دهد که در صورت موفقیت، هزینه‌های سرسام آور درمانی خانواده کاهش پیدا خواهد کرد و سلامتی خانواده، سلامتی جامعه را در پی خواهد داشت. باید دانست افزایش بهداشت و سلامتی جامعه از جمله شاخصهای رشد و پیشرفت یک کشور به شمار می‌رود.

د) اصل پیروی نکردن از الگوی مصرف بیگانگان

د) اصل پیروی نکردن از الگوی مصرف بیگانگان

پیروی نکردن از الگوی مصرف بیگانگان اصلی دیگر در اقتصاد اسلامی است. امام صادق علیه السلام در این زمینه میفرماید:

جامعه اسلامی تا زمانی که الگوی مصرف بیگانگان را تقلید نکند، در مسیر سعادت و نیک بختی است، ولی آن گاه که به شیوه بی دینان لباس بپوشد و خوراک خورد، به خواری میافتد. (۱)

این گفتار ارزشمند بیانگر آن است که جامعه اسلامی که متشکل از خانواده‌های افراد مسلمان است باید برنامه مصرف را بر محصولات تولیدی داخلی متمرکز کند. متأسفانه امروزه، مصرف کالاها و دستاوردهای بیگانه و ترجیح دادن آن بر فرآورده‌های داخلی از مشکلات بخش مصرف به شمار می‌آید و همانند یک بیماری، فراگیر شده است. بسیاری از خانواده‌ها در خرید کالاهای بیگانه حتی بی کیفیت با یکدیگر رقابت میکنند. این گونه خرید، از کوچکترین وسایل زینتی، آرایشی تا بزرگ‌ترین لوازم

۱- الحیاء، ج ۴، ص ۲۳۵.

ص: ۶۰

خانگی را دربرمیگیرد. بازار گرم کالاهای خارجی در داخل موجب شده است که عده‌های حتی به کارهای غیر قانونی و قاچاق این کالاها به کشور روی آورند.

«واردات نزدیک به بیست میلیون تن کالا به کشور در هر سال، علاوه بر نشان دادن گسترش مصرف داخلی، ورای امکانات درونی و اقدامات گوناگون بخش تجاری کشور برای تداوم واردات کالاهای خارجی، بیانگر توجه مصرف کننده به آن است»^(۱).

توجه به مُد، تجمل و بهترینهای خارجی در مصرف داخلی، افزون بر اینکه دهن کجی و توهین به تولید داخلی است، موجب رکود بازار و تولید داخلی میشود و سود سرشاری را به جیب شرکتهای خارجی سرازیر میسازد که میکوشند ریشه جامعه ارزشی ما را از بیخ و بن برکنند. به یقین، ادامه این روند، موجب وابستگی بیشتر کشور به فرآوردههای بیگانه میشود و نتیجه‌ای جز سلطه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بیگانه نخواهد داشت.

از سوی دیگر، «هزینه خانواده را نمیتوان با جداسازی منافع خویش از منافع جامعه و منافع ملی سامان داد. برخلاف این تصور خودخواهانه که اگر هر کس به دنبال منافع خود برود، منافع جامعه تأمین میشود، باید گفت منافع ملی از رهگذر محدودیت نفع پرستیها و خودخواهیها تأمین میشود. از این رو، منافع فرد و خانواده باید در چارچوب منافع کوتاه و بلندمدت جامعه جست و جو و دنبال شود»^(۲).

بنابراین، اگر به فکر بهره‌وری جامعه و خانواده هستیم، ناگزیریم عادت نادرست مصرف کالاهای خارجی را ترک و تولید داخلی را مصرف کنیم.

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۷۹.

۲- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۱۲.

این یکی از وظایف جهادی خانواده است. چنان که مقام معظم رهبری میفرماید: «مصرف کالاهای ساخت داخل یکی از مجاهدتهای ضروری در سال جهاد اقتصادی است».^(۱)

این مجاهدت زمانی اهمیت بیشتری مییابد که بدانیم بیگانگان اراده کرده‌اند از این طریق به اسلام و نظام اسلامی ضربه بزنند. چنان که مقام معظم رهبری میفرماید: «دشمن ضمن ادامه تلاشهای خود در عرصه فرهنگی، امنیتی، سیاسی و دیگر عرصهها، مبارزه با اسلام و جمهوری اسلامی را عمدتاً بر روی «اقتصاد» متمرکز کرده است».^(۲)

همچنین میفرماید:

از جمله اساسیترین کارهای دشمنان ملت ما و کشور ما در مقابله با کشور، مسائل اقتصادی است. البته در عرصه فرهنگی هم فعالند. در عرصه سیاسی هم فعالند. در عرصه انحصارات علمی هم فعالند، اما در عرصه اقتصاد فعالیت بسیار زیادی دارند. همین تحریمهایی که دشمنان ملت ایران زمینسازی کردند یا آن را بر علیه ملت ایران اعمال کردند، به قصد این بود که یک ضربهای به پیشرفت کشور ما وارد کنند و آن را از حرکت شتابنده باز دارند. البته خواستههای آنان برآورده نشد و نتوانستند از تحریمها آن نتیجهای را که انتظار داشتند بگیرند و تدابیر مسئولان و همراهی ملت بر ترفند دشمنان فائق آمد، اما دنبال میکنند.^(۳)

بنابراین، تکلیف بر همگان به ویژه خانوادهها روشن است. حتی در این زمینه، حکم صریحی از امام رحمه الله وجود دارد که میفرماید:

۱- روزنامه ایران، ۸/۲/۱۳۹۰، ش ۴۷۷۸، ص ۲.

۲- روزنامه ایران، ۸/۲/۱۳۹۰، ش ۴۷۷۸، ص ۲.

۳- خبر سراسری، سخنان رهبری در جمع زائران و مجاوران حرم رضوی، ۲/۱/۱۳۹۰.

ص: ۶۲

اگر بر قلمرو اسلام، از استیلای سیاسی و اقتصادی منجر به اسارت سیاسی و اقتصادی و وَهِنِ اسلام و مسلمین و ضعف آنان [از ناحیه کفار و بیگانگان] خوفی باشد، واجب است دفاع با وسایل مشابه آنان و مقاومت‌های منفی، مانند نخریدن کالاهای آنان و مصرف نکردن آنها و ترک رفت و آمد و معامله با ایشان به طور کلی. (۱)

البته شاید بسیاری از خانواده‌ها، کیفیت کالاهای خارجی را علت مصرف آن بدانند، ولی بنا بر فرمایش مقام معظم رهبری:

در برخی محصولات داخلی دارای قدرت رقابت و برخی دیگر به مراتب بهتر از کالاهای مشابه خارجی‌اند که باید این ویژگی را به همه کالاها و مواد تولیدی خوراکی و پوشاکی و وسایل زندگی تعمیم داد. (۲)

بنا به فرموده رهبری:

باید کاری کنیم که کالای داخلی در نظر مصرف کننده ایرانی، غیرایرانی کالای مطلوب، با دوام و زیبا باشد ... و عرصه تولید کالای برتر در داخل کشور [فراهم شود]. به یقین برای فراهم شدن چنین شرایط در کشور و افزایش امکانات کیفیت تولید داخلی، خانواده ایرانی باید در مصرف کالاهای داخلی تعصب داشته باشد و در هر حال مصرف آن را به کالاهای خارجی ترجیح دهد. ولی تا زمانی که خانواده و مصرف کننده داخلی، نسبت به سرنوشت تولید داخلی بیتفاوت باشد، این مهم تحقق نخواهد یافت.

«تجربه کشورهای صنعتی کنونی نشان می دهد، هم بستگی ملی در زمینه تولید و مصرف موجب شده، تا کیفیت تولید افزایش یافته و تنوع تولید

۱- روحالله موسوی خمینی، تحریر الوسیله، ج ۱، ص ۴۸۵.

۲- روزنامه ایران، ۸/۲/۱۳۹۰، ش ۴۷۷۸، ص ۲.

ص: ۶۳

پدیدار شود و تولیدات صنعتی و کشاورزی علمی و فنی داخل بتواند با مشابه خارجی خود رقابت و ابتدا مانع ورود آنها به داخل شده و سپس در عرصه بینالمللی با آنها به رقابت پیروزمندانه دست بزنند» (۱).

بدین ترتیب، با مدیریت خردمندانه مصرف توسط خانوادهها، حمایت از تولید داخلی و کمک به درونزا کردن آن در بلندمدت، به شرط واکنش مناسب تولیدکنندگان، دولت و واسطهها، تولید داخلی توان رقابت با تولیدات خارجی را خواهد داشت و به رشد اقتصادی کشور کمک مؤثری خواهد شد.

خوشبختانه در جامعه دینی ما الگوهای خوبی در زمینه استفاده از کالاهای داخلی وجود دارد که میتوان از آنها تبعیت کرد. چنان که در احوالات حاج شیخ عبدالکریم حائری، مؤسس حوزه علمیه قم نوشتهاند «ایشان هیچگاه از پارچه خارجی لباس نمی پوشید. در تابستان، پیراهن، شلوار و قبای ایشان همه از کرباس بود. در زمستان نیز لباسش را از پارچه ایران به نام «بَرَک» تهیه میکرد. پارچههای آقازادههای ایشان، حاج آقا مرتضی و آقا مهدی نیز از پارچههای کازرونی اصفهان بود. آیتالله حائری همواره میگفتند: [ایرانی باید پارچه ایرانی بپوشد]» (۲).

۳. مدیریت مصرف خانواده

اشاره

۳. مدیریت مصرف خانواده

مقصود از مدیریت مصرف، انجام یک سری فعالیتهای، روی منابع موجود اعم از کالاها و هزینههای موجود در خانواده است که از طریق آن بتوان به اهداف اقتصادی مورد نظر در خانواده از جمله بهرهوری و رفع مشکلات اقتصادی خانواده و جامعه، رسید. به یقین،

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی غرب، ص ۲۱۴.

۲- دفتر عقیدتی سیاسی فرمانده معظم کل قوا، روزها و رویدادهای شمسی، ج ۱، ص ۶۸.

نقش زنان خانواده در این میان بسیار مهم است؛ زیرا رسول خدا صلی الله علیه و آله میفرماید:

«فَالرَّجُلُ سَيِّدُ أَهْلِهِ وَ الْمَرْأَةُ سَيِّدَةُ بَيْتِهَا؛ مرد، فرمانروای کسان خویش و زن، فرمانروای خانه خویش است.» (۱)

در واقع، اگر یک زن در زندگی خود، یک برنامه‌ریزی و تدبیر مناسب برای بهره‌وری خانواده به کار گیرد، گام بلندی در جهت اهداف جهاد اقتصادی برداشته است. در طرح جهاد اقتصادی، هر خانواده باید یک بنگاه اقتصادی کوچک باشد و بتواند با مدیریت بر منابع و برقراری تعادل بین درآمد و مصرف، کمک حال اقتصاد خانواده و جامعه باشد. مهم‌ترین اقداماتی که خانواده می‌تواند در این زمینه انجام دهد، عبارت است از:

الف) طبقه بندی هزینه ها

الف) طبقه بندی هزینه ها

هزینه های یک خانواده را از نظر زمان و رویداد به هزینه های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت می‌توان دسته بندی کرد. هزینه های کوتاه مدت یا هزینه های جاری، هزینه های مثل خوراک، رفت و آمد و تا حدودی اجاره خانه است که به طور روزمره یا ماهانه تکرار میشوند. هزینه های پوشاک از جمله هزینه های میان مدت است و هزینه های بلندمدت مربوط به خرید اتومبیل، وسایل خانگی، لوازم برقی و مسکن است که خرید آنها بر کل اقتصاد خانواده اثرگذار است. خانواده نمی‌تواند این نوع هزینه ها که شامل خرید کالاهای بادوام است مانند هزینه های جاری یا کوتاه مدت عمل کند. به دلیل بالا بودن هزینه های میان مدت و بلندمدت به ویژه در خرید مسکن و اتومبیل، تأمین آن از طریق درآمد ماهانه، در همان ماه امکان پذیر نیست. به ناچار

۱- نهجالفصاحه (موضوعی)، ص ۳۲۷.

ص: ۶۵

برنامه ریزی برای هزینه های جاری و میان مدت باید به گونه ای انجام گیرد که امکان تهیه کالاهای بلندمدت ممکن شود.

در این مورد باید به دو نکته مهم توجه داشت. نخست اینکه برای برخورد آگاهانه و گزینش درست کالا باید اطلاعات لازم را در مورد ضروری بودن آنها به دست آورد. دوم، اطلاعات لازم درباره قیمت کالا را باید به دست آورد؛ زیرا کالاها و خدمات معین با نرخهای متفاوت در نقاط مختلف شهر وجود دارد. (۱)

ب) جایگزین کردن کالا

ب) جایگزین کردن کالا

در مدیریت خردمندان اقتصاد خانواده، به ویژه در خرید مصرف کالاها و خدمات، داشتن تصویر روشنی از کالاهایی که قابلیت جایگزینی دارند، ضرورت دارد. البته ممکن است کالاهایی از نظر کیفیت، بسته بندی و اندازه اندکی با هم متفاوت باشند و با عرف مصرف یا با معیارهای خانواده‌های پردرآمد و ثروتمند هم خوانی زیادی نداشته باشند، ولی در مقابل، تفاوت قیمت آشکاری با کالاهای مشابه داشته باشند. در این صورت، برابر کاهش هزینه‌های خانوار باید بتوان کالای ارزانتر را جانشین کالای گرانتر کرد. البته شخص زیر فشار قیمتها و کمی درآمد، خودبه خود به این کار اقدام خواهد کرد و حتی ممکن است با تأخیر و با تحمل فشارهای روانی ناشی از احساس محرومیت، این کار را انجام دهد، درحالی که با برخورد خردمندان و توجیه آن در خانواده می توان به اقدامی آگاهانه و داوطلبانه دست زد و اسیر حرکت و امری زجرآور نشد. (۲)

۱- نک: الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، صص ۱۶۴ ۱۶۶.

۲- نک: الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۱۷۵.

ج) استفاده کامل از کالاها

ج) استفاده کامل از کالاها

بدون تردید، در کشوری که بخش بزرگی از امکانات صنعتی، تولیدی و اقتصادی آن وارداتی و در آن شعار «جهاد اقتصادی» مطرح است، نه تنها نباید در اندیشه مصرف کالاهاى جدیدتر بود، بلکه بهتر است خانواده‌ها برای «بهره‌وری»^(۱) اقتصاد خانواده و جامعه از مصرف کالاهاى جدیدتر و به روزتر که هر روز شرکتهای بیگانه تولید می‌کنند و با تبلیغات وسیع و ایجاد نیاز کاذب وارد بازار مصرف میشود خودداری کنند. در این راستا لازم است به فکر استفاده متنوعتر، مفیدتر و کاملتر از کالاهایی باشند که در اختیار دارند؛ اگرچه کالاهاى جدید تولیدی بیگانگان از کالاهاى موجود، کاملتر باشند. بی شک، استفاده نکردن از کالاهایی که هنوز عمر مفیدی دارند یا به صورت کامل استفاده نشده‌اند، ولی کنار گذاشته میشوند، مصداق اسراف در جامعه است. نقل است که «روزی امام رضا علیه السلام دید یکی از غلامانش، میوه نیم خورده‌ای را دور انداخت. آن حضرت فرمود: سبحانالله، اگر شما مستغنی شده‌اید، دیگران مستغنی نیستند. آن را به کسی بخورانید که محتاج باشد»^(۲).

د) نگه داری اصولی از وسایل و کالاها

د) نگه داری اصولی از وسایل و کالاها

گفتاری حکیمانه در بین مردم رواج دارد که «خرید کردن، هنر نیست، بلکه هنر در نگهداری است». این سخن ارزشمند و پرمحتوا میتواند در بهره‌وری خانواده اثرگذار باشد؛ زیرا در این زمان، مردم و خانواده‌ها به اندازه کوششی که برای خرید وسایل انجام میدهند، برای نگه داری آن تلاش نمی‌کنند. این

۱- بهره‌وری یک دیدگاه فکری است که همواره سعی دارد وضعیت موجود را بهبود بخشد، و مبتنی بر این عقیده است که انسان می‌تواند کارها و وظایفش را بهتر از روز قبل انجام دهد. در واقع هدف از بهره‌وری هوشمندانه تر کردن فعالیت‌ها و استفاده بهینه از امکانات برای زندگی بهتر و متعالی‌تر است.

۲- محمدباقر مجلسی، حلیه المتقین، ص ۹۵.

ص: ۶۷

در حالی است که اسلام بر نگه داری وسایل تأکید کرده است. حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله میفرماید:

«مَنْ رَزَقَ مِنْ شَيْءٍ فَلْيَلْزِمْهُ؛ هر که چیزی نصیبش کرده‌اند، در حفظ آن بکوشد»^(۱).

همین طور امام علی علیه السلام می فرماید: «حِفْظُ مَا فِي يَدِكَ خَيْرٌ لَكَ مِنْ طَلَبِ مَا فِي يَدِ غَيْرِكَ؛ نگه داشتن آنچه در دست توست، بهتر است برای تو از درخواست چیزی که در دست دیگران است»^(۲).

متأسفانه این موضوع در فرهنگ مصرف کشور، جایگاه کم رنگی در میان خانواده‌ها دارد. لازم است با آموزشهای رسمی و غیر رسمی، رسانه‌ها و مطبوعات، خانواده‌ها را با شیوه‌های اصولی حفظ و نگه داری وسایل و امکانات آشنا کرد. البته این آموزش‌ها نباید تنها به حفظ و نگه داری اموال و وسایل خانه و خانواده محدود شود، بلکه باید به وسایل و امکانات جامعه گسترش یابد تا آنها را متعلق به خود بدانند و به صورت بهینه از آنها استفاده کنند.

۱- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۲۰۲.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۱، ص ۲۶۸.

فصل پنجم: تربیت و آموزش نیروی انسانی ارزشی (اخلاقی - اقتصادی)

اشاره

فصل پنجم: تربیت و آموزش نیروی انسانی ارزشی (اخلاقی - اقتصادی)

نیروی انسانی، بهترین سرمایه در فرآیند پیشرفت هر جامعه و خانواده، اولین محل پرورش این نیرو به صورت سالم است. به بیان دیگر، پرورش انسان توان مند فقط در محیط خانواده سالم انجام میپذیرد که این فرآیند معمولاً دوره‌های طولانی را می طلبد. البته این فرآیند در جوامع روستایی کوتاه تر است؛ چون فرزندان از اوایل کودکی و نوجوانی با مشارکت در فعالیتهای اقتصادی، یار و یاور خانواده خود میشوند. در جوامع شهری، با رشد صنعت، تکنولوژی و تخصصی شدن امور، این دوره بیش از دو دهه از عمر فرزندان را دربرمیگیرد. آنچه در هر دو طیف، اساس پایهگذاری شخصیت در خانواده است، تربیت و آموزش انسان های تلاشگر، خلاق، مسئولیت پذیر، سلیم النفس و در عین حال، مولد، متعهد در مصرف و فعالیتهای اقتصادی دیگر است که هم در بهرهوری خانواده و هم در رشد و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و فرهنگی مؤثر باشند.

آموزش رفتارهای اخلاقی اقتصادی به فرزندان در خانواده به دو روش مستقیم و غیر مستقیم امکان پذیر است. بخش غیر مستقیم که از روش

ص: ۷۰

مستقیم هم مهم تر است روش و نوع عملکرد والدین است که خواسته و ناخواسته به فرزندان منتقل میشود. پدران و مادران قانع، صرفه‌جو، اقتصادی، فرزندان همین گونه تربیت میکنند و والدین اسراف کار، تجملگرا، مصرفگرا، غربگرا، فرزندان تنوع طلب، مصرف زده، بیگانه گرا به جامعه تحویل میدهند. از این رو، اولین و مهم ترین گام در تربیت صحیح اقتصادی اخلاقی فرزندان، اصلاح عملکرد خود والدین است. در روش مستقیم هم خانواده میتواند به این ترتیب عمل کند:

۱. آموزش و تقویت مسئولیت پذیری

۱. آموزش و تقویت مسئولیت پذیری

والدین آگاه از همان آغاز کودکی باید نسبت به آموزش و تقویت حس مسئولیت‌پذیری در فرزندان حساس باشند، به گونهای که فرزندان بیاموزند، کارهایشان را خود انجام دهند. در این راستا بهتر است اختیارات و وظایف محدودی به عهده ایشان نهاده شود و در برابر آن، مسئولیت خواسته شود. البته «اگر اختیاراتی به فرزندان داده میشود، باید در محدوددهایی انجام گیرد که ظرفیت و توان آن را داشته باشند و هم اینکه مسئولیت هر اختیاری را بپذیرند و در عمل هم بتوانند از عهده آن مسئولیت برآیند» (۱).

در این گونه موارد، خویشان نزدیک از جمله پدربزرگها و مادربزرگها نباید با ابراز محبت بیش از اندازه به نوادگان، در امر تربیت فرزندان اختلال ایجاد کنند. آموزش مسئولیت‌پذیری، نه تنها موجب کاهش هزینههای خانواده میشود، بلکه فرزندان خانواده را برای ورود به اجتماع و زندگی آیندهشان آماده میکند؛ زیرا «فرزندان می‌آموزند هر چیز به آسانی به دست نمی‌آید. برای به دست آوردن هر چیز باید کار و زحمت کشید. همین امر باعث

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۴۲.

ص: ۷۱

می شود در خریده‌ها و درخواستهایشان از خانواده، متعادل باشند. تعادل درخواست یعنی کاهش خرید و کاهش خرید یعنی تقویت بنیه اقتصادی خانواده» (۱).

از سوی دیگر، تقویت حس مسئولیت پذیری باعث میشود اگر فرزندان بر اثر قصور یا اشتباه موجب خسارت به خانواده شوند، از بیدقتی یا بیاحتیاطی خود، از صمیم قلب احساس تأسف کنند که این مشکل با گفت و گوی صمیمانه والدین با فرزندان برطرف خواهد شد.

خانواده‌ها باید بدانند دادن اختیار به فرزندان بدون مسئولیت پذیری آنان، هزینه زیادی خواهد داشت. ممکن است آنها را بسیار متوقع بار بیاورد که در این صورت، اگر سرپرست خانواده وضعیت اقتصادی مناسبی نداشته باشد، برای برآورده کردن درخواستهای آنان مجبور می شود به چند شغله بودن یا چند نوبت کار کردن محدود شود. این حالت به شدت در توان فکری و جسمی سرپرست خانواده اثر می گذارد و فرد را به فرسودگی می کشاند که پی آمد آن، بیماری، از کارافتادگی و پیری زودرس خواهد بود.

۲. آماده کردن فرزندان برای کار و تلاش

۲. آماده کردن فرزندان برای کار و تلاش

تشویق و آماده کردن فرزندان به کار و فعالیت از وظایف تربیتی والدین است که آغاز آن هم از همان اوان کودکی است تا وی برای همکاری در امور خانه و خانواده به تدریج آماده شود. هم زمان با رشد و نمو کودک بهتر است انسانهایی که با کار و تلاش پی گیر و پشتکار فزاینده خود به مراتب عالی انسانی و اجتماعی رسیده‌اند، به او معرفی شوند تا الگویی برای وی باشند.

اکنون برخی از خانواده‌ها فرزندان دارند که میخواهند خیلی زود به همه چیز برسند و در ابتدای زندگی همه چیز داشته باشند. به آنها باید یادآور

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۴۲.

ص: ۷۲

شد که همه آنها که امروزه همه چیز دارند یا افرادی ثروتمند هستند، سال‌ها کار کرده‌اند تا به این مرحله رسیده‌اند. فرزندان باید بدانند که کار، جوهره زندگی، عامل مهم تربیت، کسب تجربه و مهارت‌های زندگی و بهترین فرصت برای بروز استعدادها و خلاقیتهاست. به آنها باید گفت: «با کار، حیات آدمی تداوم مییابد و سستی و تبلی، بلا و آفت زندگی است.» (۱) امام علی علیه السلام درباره ارزش کار میفرماید:

«مَا أَدْرَكَ الْمَجْدَ مَنْ فَاتَهُ الْجِدُّ؛ مجد و عظمت را درنیابد کسی که کوشش را از دست داده است.» (۲)

همچنین میفرماید: «قَدْ سَعِدَ مَنْ جَدَّ؛ به راستی که نیک بخت شد کسی که کوشش کرد.» (۳)

متأسفانه در حال حاضر، در خانواده‌های ایرانی، مشکل بی‌کاری فرزندان، به ویژه فرزندان تحصیل کرده، بسیار دیده می‌شود که هزینه زیادی را به خانواده تحمیل می‌کنند. البته والدین با عشق و علاقه به فرزندان، خدمات رسانی می‌کنند، ولی باید دانست «جوهره عشق در رنج و زحمت کشیدن برای چیزی بوده و در پرورش دادن آن است. به بیان دیگر، عشق و تحمل رنج و زحمت، جدایی ناپذیرند. شخص به چیزی عشق می‌ورزد که برای آن زحمت بکشد و برای چیزی زحمت میکشد که به آن عشق بورزد.» (۴)

همچنین باید آگاه بود که «حاصل پرورش فرزندان بیدرد و غم و بی‌جهت عزیز، زنان و مردان رفاه طلب، [پر مصرف]، بی‌عشق و بی‌هدف

۱- نک: طاهره کشوادی، اقتصاد در خانواده، صص ۸۰ و ۸۱.

۲- ترجمه شرح غررالحکم و دررالکلم (موضوعی)، ج ۲، ص ۱۷۹.

۳- ترجمه شرح غررالحکم و دررالکلم (موضوعی)، ج ۲، ص ۱۷۸.

۴- اریک فروم، برای خویشتن، ترجمه: اکبر تبریزی، صص ۱۱۴ و ۱۱۵.

ص: ۷۳

خواهد بود که هم خودشان و هم جامعه از [وجود] آنان زیان خواهند دید.»(۱) «رنج و غم که ملازمه زندگی و عشق هستند، نمیتوانند جدای از شادی و غنای روح انسانی و توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی باشند. در غیر این صورت، تربیت عشق، ممکن است آماده کردن فرزندان برای استعمار و استثمار شدن و تحمل رنج و غم قدرتمندان و ثروتمندان و ستمگران باشد.»(۲)

بنابراین، آماده کردن فرزندان برای کار و تلاش یک ضرورت است، ولی در این آمادهسازی باید به چند نکته مهم توجه کرد. نخست اینکه راه درآمد مشروع را باید به ایشان آموزش داد تا احساس غرورشان برای تلاش بیشتر جهت معاش حلال و بهبود زندگی باشد، نه در ثروتی که بدون کوشش به دست می‌آید. آنان با توجه به اهمیت شأن و مقام معنویت انسان باید بدانند «بعد روحانی او بر جسمش مقدم است. از این رو، در تقابل دین و آبرو، این دنیاست که باید فدای آبروی انسان شود. در مسئله کار و تأمین درآمد هم مثل سایر جنبه‌های زندگی باید مراقب بود، این اولویت حفظ شود. درست نیست برای به دست آوردن درآمد، انسان، شرف و انسانیت خود را فدا کنند و از هر راهی، از جمله تن دادن به خواسته‌های پست دیگران به تأمین درآمد بپردازد. این حساسیت باید نسبت به فرزندان دختر مضاعف باشد. دوم اینکه در تراحم بین صبر بر کمبودها یا کسب درآمد فراوان به ویژه از راه‌های نامشروع، راه صبر و قناعت را پیشه گیرند. به یقین، صبر در این مواقع موجب اجر و پاداش نزد خدا خواهد شد.»(۳) همچنین باید به این فرمایش رسول خدا صلی الله علیه و آله عنایت داشته باشند که فرمود:

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۵۰.

۲- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۵۱.

۳- نک: اقتصاد در خانواده، صص ۱۴ و ۱۵.

«مَا قَلَّ وَكَفَى خَيْرٌ مِّمَّا كَثُرَ وَ أَلْهَى؛ اندکی که کفایت کند، از بسیار بطالت آور، بهتر است»^(۱).

۳. آگاه کردن فرزندان از درآمد خانواده

۳. آگاه کردن فرزندان از درآمد خانواده

خانواده‌ها باید سعی کنند از نظر اقتصادی، جایگاه مناسبی در جامعه کسب کنند و نیازهای معقول فرزندان خانواده را برآورده سازند. با این حال، لازم است آگاهی‌های لازم درباره میزان درآمد خانواده و قدرت خرید را به فرزندان بدهند. به بیان دیگر، «فرزندان باید دید روشنی درباره درآمد و قدرت خرید خانواده داشته باشند. به ویژه این مسئله در خانواده‌های حقوق بگیر که معمولاً درآمد ثابتی دارند و درآمدشان کمتر از میزان افزایش قیمت‌ها افزایش مییابد، ضروریتر است؛ زیرا آگاهی از موضوع موجب خواهد شد تا فرزندان به هنگام نوسانات اقتصادی در خانواده، انعطاف پذیری داشته باشند و فشار کمتری را به سرپرست خانواده وارد سازند و در تصمیمگیریها برای تغییر الگوی مصرف، با والدین احساس هم دلی و همراهی کنند و به دنبال راه‌حلهایی جهت کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد خانواده بیاوند»^(۲).

البته این حس زیبای هم دلی و همراهی، زمانی در خانواده محقق خواهد شد که فرزندان از محل کار والدین و شرایط سخت آن آگاهی یابند و نسبت به شرافت کار اخلاقی و مشروع، توجیه شده باشند. بیشک، اگر در این زمینه آموزش‌های لازم را ندیده باشند، فرزندان، دیر یا زود از نخستین انتقادکنندگان به سرپرست خانواده خواهند بود و ممکن است درآمد خانواده

۱- نهجالفصاحه (موضوعی)، ص ۱۶۷.

۲- نک: الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۲۴۵.

ص: ۷۵

را با درآمد خانواده هایی مقایسه کنند که دارای مشاغل آزاد هستند یا احیاناً از راه غیر اخلاقی و نامشروع کسب درآمد میکنند. این مقایسه، منطقی نیست، ولی میتواند موجب فشار بیشتر به سرپرست خانواده شود. حتی ممکن است در تعادل روانی خانواده اختلال ایجاد کند.

۴. آموزش اعتماد به نفس

۴. آموزش اعتماد به نفس

فرزندان، آینده سازان جامعه هستند. از این رو، لازم است در خانواده، درس خودباوری و اعتماد به نفس را فرا بگیرند. در این راستا، بر والدین خانوادهها است که «هرگز از کمبودها و نداشتههای خود ننالند. به ویژه مادران فهمیده نباید کاستیهای زندگی را در پیش فرزندان خانواده به رخ پدر بکشند، بلکه باید هنگام شکایت فرزندان از کاستیهای زندگی، توجه آنان را به نقاط مثبت زندگی جلب کنند و با ارج گذاری بر زحمتهای پدر خانواده، آنها را به کار و تلاش [و ابتکار] بیشتر، از راه درآمد حلال و آینده بهتر، امیدوار و تشویق کنند».^(۱)

آموزش اعتماد به نفس موجب میشود تا فرزندان با تکیه بر اندیشههای خلاق خود، انسانهایی کارآفرین شوند و با جدیت و امید به نتایج درخشان کار و تلاش، همواره به دنبال کشف راههای جدید برای درآمدزایی در خانواده و قطع وابستگی از دیگران باشند. به یقین، اگر خانوادهها، فرزندان خود را با این روحیه پرورش دهند، در آینده، جامعه از نعمت وجود انسانهای خودباور برخوردار خواهد شد؛ انسان هایی که سعی خواهند کرد کشور و جامعه خود را به سمت و سوی سوق دهند که هیچ گونه وابستگی به بیگانگان نداشته باشد.

ص: ۷۶

۵. آموزش حفظ اموال

۵. آموزش حفظ اموال

خداوند در قرآن کریم میفرماید:

«وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا؛ و اموال خود را که خداوند آن را وسیله قوام زندگی شما قرار داده است، به سفیهان ندهید». (نساء: ۵)

همچنین رسول خدا صلی الله علیه و آله میفرماید: «مَنْ قُتِلَ دُونَ مَالِهِ فَهُوَ شَهِيدٌ؛ هر کس ضمن دفاع از مال خویش کشته شود، شهید است». (۱)

این دو گفتار ارزشمند از باری تعالی و رسولش، بیانگر ارزش مال و نقش آن در پایداری زندگی است و این حقیقت را بیان میکند که در حفظ آن باید کوشید. این محافظت در سطح خرد میتواند حفاظت از اموال خود و خانواده و در سطح کلان حفاظت از اموال عمومی (بیت المال) را شامل شود.

با درک اهمیت حفظ اموال توسط خانواده، بهتر است آموزش آن از زمان خردسالی فرزندان آغاز شود؛ همان زمانی که بچه‌ها احساس میکنند چیزی متعلق به آنهاست یا با رفتار خود، مالکیت خود را به دیگران نشان میدهند. این آموزش‌ها میتواند از آموزش حفظ و نگه داری وسایل شخصی، کتاب، نوشت افزار، لوازم ورزشی و پول آغاز شود و به تدریج، حفاظت از اموال خانواده را دربرگیرد و در نهایت، به حفاظت از اموال عمومی ختم شود. برای مثال، خانواده‌ها میتوانند روش حفظ و نگه داری اسکناس را با خرید یک کیف پول و هدیه به فرزند خود، آموزش دهند و به آنها یادآوری کنند که پول، نعمتی از جانب خداست و از زحمات پدر و مادر به دست می‌آید. پس نباید آن را به راحتی از بین ببرند. چنان که امام رضا علیه السلام میفرماید:

«پاره کردن درهم و دینار، ... از کارهای فاسد و نادرست است». (۲)

۱- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۵۷۶.

۲- ابوجعفر محمد بن علی بن بابویه، من لا یحضره الفقیه، ج ۲، ص ۳۷۵.

ص: ۷۷

همچنین باید یادآور شد که اسکناس، سرمایه ملی است. دولت هر ساله میلیاردها تومان صرف چاپ و تکثیر آن میکند. درحالی که با ننگه داری معقول، میتوان این بودجه عظیم را برای سازندگی کشور و افزایش رفاه اجتماعی در جامعه هزینه کرد و باعث رشد و پیشرفت اقتصادی جامعه شد.

۶. آموزش خرید

۶. آموزش خرید

یکی از فعالیتهای اقتصادی خانواده، خرید کردن است که هنر و مهارت خاص خود را میطلبد. فرزندان خانواده باید هنر خرید را به خوبی بیاموزند. والدین نیز بهتر است سعی کنند این مهارت را به آنها بیاموزند؛ زیرا خوب خرید کردن فرزندان، هم کمک به صرفهجویی در هزینه خانواده است و هم با پذیرش مسئولیت خرید، بخشی از مسئولیتها از دوش پدر و مادر یا سرپرستان خانواده برداشته شود. در این راستا لازم است والدین هنگام رفتن به بازار، هر دفعه، یکی از فرزندان را با خود ببرند تا آنها شیوه خرید را بیاموزند. همچنین بهتر است تا حد ممکن از خریدهای غیر ضروری خودداری کنند تا این کار برای فرزندان، عادت شود، نه اینکه جذب رنگ، ظاهر و تبلیغات کالاها شوند و هر آنچه در دیده زیبا مینماید، در سبد خرید قرار گیرد. به بیان دیگر، خرید، متناسب با نیاز واقعی و قدرت خرید، انجام شود تا فرزندان با خریدهای ضروری آشنا شوند. همچنین لازم است که هنگام خرید، از فرزندان درباره ملاکهای خرید نظیر: کیفیت، قیمت، بهداشت، تاریخ تولید، داخلی بودن تولید و... نظرخواهی شود تا در خریدهایی که برای خانواده انجام خواهند داد، مغبون نشوند و هزینههای اضافی بر خانواده تحمیل نکنند.

در روزهای اول خرید فرزندان، نباید انتظار داشت که آنها خرید باکیفیت انجام دهند. حتی باید برای هزینه بیشتر آماده بود، ولی لازم است که به آنها

ص: ۷۸

فرصت داده شود تا این دوره کارآموزی را بگذرانند. نکته مهمی که باید والدین در آموزش خرید به فرزندان یادآوری کنند، پرهیز از خرید خوراکیهای مضر مانند پفک، یخمک، چیپس و مانند آنها در دوره خردسالی و خرید مواد خطرناک مانند مواد محترقه، افیونی و سیگار در دوره نوجوانی و جوانی است که هر کدام به نوعی برای سلامتی انسان آسیب زا هستند و هر ساله خانوادهها و دولت، برای درمان بیماریها و آسیبهای ناشی از آن هزینههای بسیاری را متقبل میشوند.

بنابراین، خانوادهها باید ضمن پرهیز دادن فرزندان از خریدهای مضر و آسیبزا، آنها را به سوی خرید مواد غذایی باکیفیت و مطلوب یا خرید وسایل ورزشی سوق دهند که برای سلامتی آنها مفید است و هزینههای درمانی را در خانواده و جامعه کاهش می دهد و زمینهساز رشد اقتصادی خانواده و جامعه می شود.

۷. آموزش پس انداز

۷. آموزش پس انداز

رسول خدا صلی الله علیه و آله در حدیثی ارزشمند، درباره ارزش پس انداز میفرماید:

«رَحِمَ اللهُ امْرَأً اِكْتَسَبَ طَيِّبًا وَ انْفَقَ قَصْدًا وَ قَدَّمَ فُضْلاً لِيَوْمِ فَقْرِهِ وَ حَاجَتِهِ؛ خدا رحمت کند کسی را که کسب حلال کند و با اعتدال هزینه کند و مازاد آن را برای روز تنگدستی و نیازمندی از پیش فرستد» (۱).

این فرمایش گهربار بیانگر آن است که یک فرد مسلمان باید در اقتصاد و معیشت، میانرو و آیندهنگر باشد تا در صورت احتیاج، دست نیاز به سوی هر کس دراز نکند و برای مبلغ اندکی، شخصیت و منزلت انسانی خود را کوچک نکند.

ضمن اینکه سرپرست خانواده ها باید به اهمیت و ارزش پس انداز در زندگی آگاه باشند، باید بکوشند این ارزش مهم اقتصادی را به شکل مطلوب

۱- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۴۳۱.

به فرزندان خود انتقال دهند تا از کودکی، در درآمد و هزینه، فردی میان‌هرو، اقتصادی و خوداتکا تربیت شوند و بتوانند با درآمدهای خود، هزینه را مدیریت کنند و ضمن برآورده کردن نیازهای خود، برای روز مبادا نیز پشتوانه‌ای داشته باشند. در واقع، بهتر است فرزندان از سنین پایین با چشیدن طعم شیرین آثار پسانداز، به اهمیت و ارزش آن در زندگی پی ببرند. همچنین بهتر است والدین، خود، پیش قدم شوند. ضمن اینکه برای خود حساب پسانداز افتتاح میکنند، برای یک یک فرزندان نیز هر چند به مبلغ اندک، حساب باز کنند و آنها را تشویق کنند در هر فرصتی (هدیه، عیدی، پول جیبی، دستمزد و...) که مبلغی به دست می‌آورند، بخشی از آن را پسانداز کنند. حتی والدین میتوانند هزینه‌هایی را که در طول سال برای پوشاک، خرید لوازم التحریر، لوازم ورزشی و... فرزندان در نظر گرفته‌اند، به صورت نقدی به آنان پرداخت کنند و مراقب باشند تا در حسابشان پسانداز کنند تا هنگام خرید، با نظارت پدر و مادر، فرزندان آن را از حساب بردارند و هزینه کنند. به یقین، این گونه آموزشها باعث خواهد شد تا فرزندان مطابق با درآمد خود، هزینه کنند و از نظر اقتصادی فشار کمتری به خانواده‌ها وارد سازند.

خوشبختانه در حال حاضر، پرداخت یارانه‌ها از سوی دولت، فرصت مناسبی برای خانواده‌ها فراهم آورده است تا با تمرین این گونه آموزشها در خانواده، آینده سازان ایران اسلامی را هر چه بیشتر با ارزشهای اقتصادی آشنا کنند.

۸. آموزش مصرف عاقلانه

۸. آموزش مصرف عاقلانه

یکی از آموزش‌های لازم برای فرزندان، آموزش مصرف عاقلانه است. منظور از آموزش مصرف عاقلانه، مصرف بهینه است. آموزشی که فرزندان فرامیگیرند، از امکانات موجود استفاده مناسب کنند و موجب خسارت به

ص: ۸۰

خود، اموال منزل و جامعه نشوند. این آموزشها میتواند بسیار گسترده و متنوع باشد؛ آموزش استفاده از نوشت افزار، مواد خوراکی، پوشاک تا آموزش وسایل منزل و وسایل عمومی. مثلاً فرزندان باید در مصرف مواد خوراکی بیاموزند که هنگام صرف غذا، به اندازه مصرف خود، آن را در ظرف بریزند و آگاه باشند که پس مانده غذایی ایشان را کسی میل نخواهد کرد. در استفاده از نوشت افزار باید یاد بگیرند که مداد خود را بی جهت تراش یا ورقهای سفید دفتر خود را بیجهت خط خطی نکنند و همچنین بیاموزند که چگونه از ورقهای سفید دفترهای قدیمی، برای یادداشت برداری استفاده کنند. همینطور چگونه از لوازم خانگی به ویژه وسایل خطر سازی چون اجاق گاز، چرخ گوشت، اتو و... استفاده کنند که برای خود و خانواده، دردسرساز نباشند. همچنین چگونه از لباس ورزشی و لباس مدرسه استفاده کنند تا بهترین بهرهوری را برای آنها داشته باشد. به هر حال، فرزندان باید از والدین بیاموزند که از وسایل شخصی خود عاقلانه استفاده کنند و نسبت به وسایل مشترک خانواده و امکانات عمومی جامعه دل سوزی لازم را داشته باشند.

۹. ایجاد رفتار اقتصادی با گفت و گو

۹. ایجاد رفتار اقتصادی با گفت و گو

«یکی از روشهای تربیت برای ایجاد رفتار اقتصادی، ترتیب دادن گفت و گوهای خانوادگی درباره مسائل اقتصادی است. پرسشهای فرزندان، رویدادهای اقتصادی جامعه، [جهاد اقتصادی] کم و زیاد شدن درآمد خانواده و... فرصتهای مناسبی است که گفت و گوهای خانوادگی انجام بگیرد. پدران و مادران آگاه از این موقعیتهای استفاده می کنند و به فرزندان خود آموزشهای لازم را ارائه میدهند. از مهم ترین مباحثی که میتواند در این گفت و گوهای خانوادگی مطرح شود، تبیین پایگاه اجتماعی خود است؛ زیرا

کودکان و نوجوانان امکان دارد، در مدرسه و اجتماع، یا در مهمانی‌ها و مجالس، با افرادی برخورد کنند که از نظر پایگاه اجتماعی در رتبه بالاتری قرار داشته باشند. شاید خیلی راحتتر و آزادتر نسبت به آنان هزینه کنند و این مسئله ممکن است، پرسشها و ابهاماتی برای فرزندان به وجود آورد یا اینکه انگیزه‌ای به وجود آورد که نسبت به جایگاه خود احساس نارضایتی کنند و درخواستهای گوناگونی از والدین داشته باشند. از این رو، باید برای آنها شرح داده شود که هر خانواده جایگاه اقتصادی خاصی دارد که باید بر اساس آن هزینه کرد و احساس رفاه و آسایش در خانواده مهم تر از داشتن اسباب و وسایل متعدد است. چه بسیار خانواده‌ها هستند با آنکه دارای امکانات رفاهی فراوانی میباشند، احساس رضایت و آرامش نمیکنند» (۱).

همچنین این گفتار امام علی علیه السلام را به فرزندان یادآور شد که فرمود:

«قَوَامُ الْعَيْشِ حُسْنُ التَّقْدِيرِ وَ مَلَائِكَةُ حُسْنِ التَّدْبِيرِ؛ قوام و نظام زندگی به خوب اندازه گرفتن زندگی است و ملائک آن تدبیر نیکو است» (۲). در واقع، بسیاری از مفاصد فردی و اجتماعی امروزه مانند رشوه و ارتشا، اختلاس، دزدی، خیانت، تقلب، دروغ و... به این علت است که به این دستور سازنده و اندرز آموزنده عمل نمیشود. برخی خانواده‌ها و انسانها که به دلیل رقابت و چشم و هم چشمی، زندگی را توسعه میدهند، بر اثر کمبود درآمد، کافی نبودن آن و خرجهای زیاد به انحرافات اخلاقی اشاره شده روی میآورند که این گرفتاری در نبود تقوای الهی ریشه دارد.

در بحث و گفت و گوهای خانوادگی میتوان به فرزندان آموخت که چگونه با داشتن یک برنامه و تدبیر مناسب میتوان به آرامش و رفاه در

۱- نک: اقتصاد در خانواده، صص ۸۱ و ۸۲.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی، ج ۲، ص ۲۳۴.

ص: ۸۲

زندگی رسید و به داشته های خود قناعت کرد و شکر و سپاس خدا را به جای آورد. چنان که امام علی علیه السلام میفرماید:

«كُنْ قَنِعًا تَكُنْ غَنِيًّا؛ قانع باش تا توانگر باشی.»^(۱) سعدی می گوید:

قناعت توانگر کند مرد را

خبر کن حریص جهانگرد را^(۲)

۱- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی، ج ۲، ص ۳۳۰.

۲- سعدی، بوستان، باب ششم، ص ۱۹۴.

فصل ششم: پیآمدهای مشارکت خانواده در جهاد اقتصادی

اشاره

فصل ششم: پیآمدهای مشارکت خانواده در جهاد اقتصادی

بی‌گمان، اگر خانواده ایرانی درک مناسبی از جهاد اقتصادی داشته باشد و تدابیر مناسبی برای بخش اقتصاد خانواده و اقتصادی کردن رفتار اعضای خود ببیند، آثار مثبت فراوانی در خانواده خواهد داشت. مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. ایجاد تعادل روانی در خانواده

۱. ایجاد تعادل روانی در خانواده

«خانواده یک مجموعه (سیستم) است که مانند هر مجموعه دیگری دارای کارکردهای ویژه و اجزایی در ارتباط با هم و دیگر مجموعه‌ها، از جمله جامعه است. این مجموعه برای اینکه بتواند به حیات خود ادامه دهد به تعادل روانی نیاز دارد. مقصود از تعادل روانی، در تشخیص نیکی از بدی، درستی از نادرستی، انسانی از غیر انسانی، اخلاقی از غیر اخلاقی است»^(۱).

زمانی تعادل روانی در خانواده حاکم می‌شود که بین دخل و خرج (درآمد و هزینه) توازن وجود داشته باشد و اعضای خانواده درک متقابلی از رفتار

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی غرب، ص ۱۵۸.

یکدیگر داشته باشند. جهاد اقتصادی با ویژگی ارزشی خود، این توانایی را دارد که به ایجاد تعادل در خانواده کمک کند که نتیجه آن، «افزایش بیش از پیش روابط مهرآمیز و شادی بخش در خانواده است. شادی از ابزارهای پایه‌ای توسعه اقتصادی است که خستگی ناپذیری را برای توسعه میطلبد. البته منظور از شادی، حدی است که روابط مهرآمیز را افزایش دهد و بر پشتکار و بازدهی بیفزاید؛ [آن] شادی که در کمک به دیگران و مشارکت اجتماعی، خود را نشان می‌دهد و برای هر فردی دست یابی به آن امکانپذیر است؛ نه شادی به معنای کام جویی یا لذت طلبی، رفاه پرستی، فرد گرایی و... که سیری ناپذیری و زیاده روی در آنها، برای توسعه انسانی جامعه ویرانگر به شمار می‌آید» (۱).

۲. حاکم شدن خطوط اقتصاد اسلامی در خانواده

۲. حاکم شدن خطوط اقتصاد اسلامی در خانواده

اگر خانواده ایرانی مصمم است که در طرح جهاد اقتصادی، مشارکت فعال داشته باشد، باید فعالیت اقتصادی خانواده اعم از تولید، مصرف، خرید یا فروش، مبادلات، پسانداز، سرمایه‌گذاری و هر نوع کار اقتصادی دیگر را بر اساس فرهنگ حاکم بر کشور یعنی نظام اقتصاد اسلامی تنظیم کند و از بایسته‌های فرهنگ جهادی نیز آگاهی کافی داشته باشد. به بیان دیگر، فعالیتهای اقتصادی خانواده باید به گونه مشروع انجام گیرد. رعایت مشروعیت در فعالیتهای اقتصادی خانواده، خود به وضعیت اقتصادی جامعه رونق خواهد داد.

آیت الله مکارم شیرازی در این باره مینویسد:

۱- الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی غرب، ص ۱۵۸.

ص: ۸۵

فرد مؤمن به مبانی مکتب اسلام، خود را در هرگونه تولید و یا هر کیفیت از مصرف آزاد نمی‌بیند. برای او یک سلسله از دستورات حلال و حرام، بی آنکه در انتظار یک اصل قانونی توأم با جریمه مادی بنشینند، مطرح است و خود را ملزم به رعایت آنها می‌بیند. بدون آنکه حتماً مقید باشد، یک فلسفه مادی برای آنها بیابد... این حرامها و حلالها نقش مؤثری در روند اقتصادی جامعه دارد و کاربرد آن به مراتب از مواد قانونی و مجازاتهای متخلفان بیشتر است و اصولاً یک شکل خود کار به جریان اقتصادی [کشور] میدهد. (۱)

۳. از بین رفتن زمینه انحراف های اخلاقی در خانواده

۳. از بین رفتن زمینه انحراف های اخلاقی در خانواده

رسول گرامی اسلام در حدیثی ارزشمند میفرماید:

«كَادَ الْفَقْرُ أَنْ يَكُونَ كُفْرًا؛ بيم آن است که فقر به کفر انجامد». (۲)

همچنین میفرماید: «شَرَفُ الْمُؤْمِنِ قِيَامُهُ بِاللَّيْلِ وَ عِزُّهُ اسْتِغْنَاؤُهُ عَنِ النَّاسِ؛ شرف مؤمن در شب زندهداری اوست و عزت وی در بی نیازی از مردم است». (۳)

این احادیث ارزشمند بیانگر ارزش توانگری در زندگی است؛ زیرا بین توانگری و عزتمندی، همچنین بین فقر و انحرافات اخلاقی در جامعه رابطه وجود دارد. چنان که امام علی علیه السلام درباره توانگری و عزتمندی میفرماید:

«الْغِنَى يُسَوِّدُ غَيْرَ السَّيِّدِ؛ توانگری، سیادت و آقایی آورد بر کسی که در حقیقت، آقا نیست». (۴)

در روایت دیگری می فرماید: «ضَرُورَةُ الْفَقْرِ تَبْعَتْ عَلَى قَطِيعِ الْأَمْرِ؛ ضرورت و ناچاری، فقر و نداری آدمی را به کار زشت و رسوا و ا می دارد». (۵)

۱- خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، صص ۱۱۱ و ۱۱۲.

۲- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۱۰۷.

۳- نهج الفصاحه (موضوعی)، ص ۵۱۴.

۴- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۵۹.

۵- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۸۸.

حفظ مبانی اخلاقی مانند: شهامت، صراحت، مناعت طبع، راست گویی، امانتداری و استقلال شخصیت برای خانواده‌های فقیر بسیار دشوار است. البته نه اینکه به طور حتم خانواده‌های فقیر گرفتار دروغ و تزویر و تقلب میشوند یا ایمان خود را از دست میدهند. چه بسا خانواده‌های فقیری که با مناعت طبع زندگی میکنند، ولی هیچ کس از فقر آنها آگاهی ندارد. به قول معروف، «آبروی فقر و قناعت» نمیبرند. امام علی علیه السلام در وصف حال این گونه فقیران میفرماید:

«رُبَّ فَقِيرٍ أَغْنَى مِنْ كُلِّ عَنَى؛ بسا فقیری که از هر توانگری بینایتر است»^(۱).

با این حال، زمینهای انحرافات اخلاقی در خانواده‌های فقیر بیشتر است. شک نیست که نیازهای مادی و فقر اقتصادی، انسان را به کارهای زشتی همچون چاپلوسی و تملق، ثناخوانی افرادی که شایسته سرزنشند و عیب جویی از آنها که لایق ستایشند، تشویق میکند.

به یقین با مشارکت خانواده‌ها در طرح جهاد اقتصادی و حاکم شدن توازن دخل و خرج، شرایط برای توانگری خانواده و برچیده شدن بساط فقر مهیا می شود که نتیجه آن کاهش زمینه های انحراف در بسیاری از خانواده ها خواهد بود.

۴. بستر سازی مناسب برای رشد و تکامل افراد خانواده

۴. بستر سازی مناسب برای رشد و تکامل افراد خانواده

با قرار گرفتن خانواده در جایگاه اقتصادی مناسب و از بین رفتن زمینه انحرافات اخلاقی در آن، بستر مناسبی برای تکامل فردی و اجتماعی افراد خانواده آماده خواهد شد.

«تأمین هزینه‌های زندگی و پسانداز، برنامه‌های اصولی برای مبارزه با فقر است... و ساختن زندگی درخور انسان و شایسته شکوفایی استعدادهای انسان و خود، [همچنین] زمینه تکامل شخصیت فردی و اجتماعی و امکان

۱- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۸۸.

ص: ۸۷

انجام دادن مسئولیتهای خانوادگی است. بیگمان هر کس [هر خانواده] مخارجش تأمین باشد، اعتماد به نفس مییابد و بدون چشم داشت از دیگران، باشخصیت و مستقل زندگی میکند و در خانواده آرامش حاکم میگردد و هرگونه نگرانی و تشویش خاطر و بیم از آینده از آن رخت بر میندند». (۱)

به یقین، سرپرست چنین خانواده‌های، نه تنها میان اعضای خانواده، محترم است، بلکه به دلیل مدیریت مناسب و زمینه سازی برای رشد و شکوفایی افراد خانواده، خود نیز در جامعه، سرافراز خواهد بود. امام علی علیه السلام در این باره میفرماید:

«مَنْ اسْتَعْنَى كَرَّمَ عَلَى أَهْلِهِ وَ مَنْ افْتَقَرَ هَانَ عَلَيْهِمْ؛ کسی که بنیاز و توانگر شود، بر اهل و خاندانش گرامی باشد، و کسی که نیازمند گردد، پیش آنها خوار شود». (۲)

۵. افزایش مهربانی و صمیمیت

۵. افزایش مهربانی و صمیمیت

اگر خانواده‌هایی که در یک محل زندگی میکنند، اعم از اقوام یا دیگران بتوانند در تعاملی مناسب، پساندازهای خود را در کارهای تولیدی به کار گیرند، برای مثال، کارگاههای قالی بافی یا صنایع دستی دیگر، ایجاد کنند، این کار نه تنها باعث اشتغال افراد برخی از خانوادهها میشود و بنیه اقتصادی خانواده را تقویت میکند، موجب افزایش مهربانی و صمیمیت بین خانوادهها نیز خواهد شد.

آثار مشارکت و همکاری خانوارها را میتوان به زیبایی در مشارکتهای سنتی بین خانوارهای روستایی دید. «قالبهای مشارکت سنتی در جوامع روستایی، نه تنها کارهای سخت و طاقت فرسا را برای خانوارهای روستایی تحمل پذیر می ساخت، بلکه امور را بر خانوارهای روستایی کارا، اثربخش و

۱- محمد حکیمی، معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی، ج ۲، ص ۵.

۲- ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، ج ۲، ص ۲۶۱.

گاه نشاط آور می کرد.» در واقع، «مشارکت سنتی از نظر اقتصادی و بهره‌وری سبب می‌شود تا نیروی افراد، یک کاسه و سامان یافته شود. کارهای خسته کننده و یکنواخت به کاری دل انگیز و شاد بدل شود و کارایی لازم به دست یابی هدف خاص [فراهم] آید. همچنین همکاری خانوارهای روستایی با هم موجب می‌شود، فرصت مناسبی فراهم آید که خانوارها در شبانه روز ضمن کار، به عقده‌گشایی و درد دل پردازند و از نظر عاطفی و روانی تشفی یابند. اطلاعات و اخبار روستا و اطراف را رد و بدل کنند و از یکدیگر اطلاعات جدیدی به دست آورند.» (۱)

برای نمونه، «واره» که یک فعالیت اقتصادی مشارکتی در رابطه با شیر دام است و هنوز هم در جوامع روستایی و خانوارهای عشایری رواج دارد نمونه زیبایی از همکاری خانوارهای روستایی برای غلبه بر مشکلات موجود از جمله کمبود دام، وقت و ... است.

در این قالب مشارکتی، اعضای «واره» از سویی امکانات خود را افزایش می‌دهند [و] از سوی دیگر، خود را از کارهای اضافی آزاد می‌سازند. زنان روستایی در این قالب مشارکتی میدانند که بردن شیر دامها به «واره»، وسیله مناسبی برای صرفه جویی در زمان، در تولید فرآورده‌های لبنی [و جلوگیری از تلف شدن شیر به جهت کمیت است] و در مدتی که شیر دامها را به خانه «هم وارگان» می‌برند، میتوانند وقت و نیروی خود را صرف کارهای دیگر کنند.» (۲)

به یقین، رفت و آمد خانوارهای روستایی به خانه هم وارگان، افزون بر اینکه برای آنها اقتصادی است، موجب افزایش صمیمیت و مهربانی نیز است.

۱- مرتضی فرهادی، فرهنگ یاری‌گری در ایران، ص ۶۹.

۲- مرتضی فرهادی، «واره»، فصلنامه علوم اجتماعی، دوره اول، ش ۳۰۴، ص ۶۹.

ص: ۸۹

۶. بهره‌ور شدن خانواده

۶. بهره‌ور شدن خانواده

وقتی خانواده، بار معنایی کلمه جهاد را درک کند و بایسته‌های فرهنگ جهادی را در عمل به کار گیرد؛ یعنی برکات ارزشهایی مانند ایثار و گذشت را در زندگی خود و دیگران جاری سازد، به گونه‌های که مطلوبیت فرد، جای خود را به مطلوبیت دیگران بدهد، این خانواده به مرحله‌ای از دانایی خواهد رسید که بدانند در راستای منافع اقتصاد ملی، چه کالا و چه مقدار از یک کالا را مصرف کند. چگونه برای اقتصادی شدن، مصرف یک کالا را جایگزین کالای دیگر کند. چگونه با دیگر واحدهای اقتصادی و تولیدی رابطه برقرار کند و درآمد و پس‌انداز خود را در آنجا سرمایه‌گذاری کند. همچنین چگونه تعادل روانی را در میان اعضای خانواده برقرار سازد. در این صورت، چنین خانواده‌های بهره‌ور است و در مسیر رشد و پیشرفت اقتصادی حرکت خواهد کرد.

فصل هفتم: وظایف رسانه ملی در سال جهاد اقتصادی در برابر خانواده

اشاره

فصل هفتم: وظایف رسانه ملی در سال جهاد اقتصادی در برابر خانواده

مقام معظم رهبری مدظله العالی در نخستین روزهای سال ۱۳۹۰، در جمع زائران حرم رضوی فرمود:

مشارکت مستقیم مردم در امر اقتصاد لازم است. این، نیازمند توان مند شدن است. نیازمند اطلاعات لازم است که باید مسئولین در اختیار مردم بگذارند... رسانهها نقش دارند. رادیو و تلویزیون نقش دارند. میتوانند مردم را آگاه کنند. (۱)

اشاره مستقیم ایشان به نقش رسانهها در جهاد اقتصادی، از این موضوع حکایت دارد که رسانهها مسئولیتی سنگین در جهت آگاه سازی مردم برای مشارکت در جهاد اقتصادی دارند. به یقین، مقوله جهاد اقتصادی، فراتر از آن است که رسانه ها به ویژه رسانه ملی، تنها به اطلاع رسانی بسنده کنند. در این راستا، رسانه ها با دو گروه مخاطب برای انتقال پیام روبه رویند که یکی، نظام برنامه ریزی، سیاست گذاری و مدیریت کلان کشور و دیگری، گروه های

۱- روزنامه ایران، ۱۵/۱/۱۳۹۰، ش ۴۷۵۷، ص ۲۴.

مختلف مردم از جمله خانواده‌ها هستند. در مورد خانواده که عموم مردم را تشکیل می‌دهند لازم است پیامهای خود را در قالب برنامه‌های گوناگون رسانه‌ای ارائه دهند. از آغازین روزهای سال جدید، رسانه ملی با برنامه‌هایی نظیر «جهش»، «با شما» و... سعی کرده است با عموم مخاطبان درباره موضوعات اقتصادی کشور ارتباط برقرار کند، ولی برنامه‌سازی برای خانواده‌ها به تأمل و دقت بیشتری نیازمند است. بنابراین، لازم است در آن به مؤلفه‌هایی مانند این موارد توجه شود:

۱. تبیین درک درست و ساده از مفهوم جهاد اقتصادی

۱. تبیین درک درست و ساده از مفهوم جهاد اقتصادی

یکی از وظایف اصلی رسانه ملی در سال جهاد اقتصادی، ارائه درک درست از مفهوم جهاد اقتصادی است؛ زیرا برداشتی که بیشتر مردم و خانواده‌ها از واژه «جهاد اقتصادی» دارند، این است که جهاد در عرصه اقتصاد به معنی تحمل سختیها است. درحالی که مفهوم اصلی حاکی از ضرورت آهنگ و حرکتی پرشتاب به سوی رفاه است. در واقع، تحمل سختیها و ریاضت در حوزه اقتصاد، زمانی رخ می‌دهد که سطح تولید ناخالص ملی از حوزه رفاه به دفاع منتقل شود. جهاد اقتصادی تلاش می‌کند در حرکتی جهادی، تولید ناخالص ملی را از وضعیت موجود به حد مطلوب برساند و از ظرفیتهایی که تاکنون در کشور استفاده نشده است، بهره‌برداری شود. از این رو، بر رسانه است که در قالبهای گوناگون، برنامه‌سازی و پیام‌رسانی کند و مفهوم جهاد اقتصادی را به زبانی ساده و همه فهم برای خانواده ایرانی تبیین کند. به ویژه اینکه مفاهیم اقتصادی به جهت فنی بودن، پیچیدگی خاص خود را دارد. از سوی دیگر، تعبیر «جهاد» در این تلاش اقتصادی به آن صبغه عمومی داده است.

تجربه برنامه‌های رسانه ملی در مباحث اقتصادی نشان می‌دهد که هرگاه رسانه در مسائل اقتصادی توانسته است با توده مردم و خانواده‌ها، ارتباط مناسبی برقرار کند، پیروزی بزرگی نصیبش شده است. در طرح ملی عظیم هدفمندسازی یارانه‌ها، چنین بود و مردم و خانواده‌ها هم به خوبی نشان دادند که با هر طرح اقتصادی که به بهبود وضعیت اقتصادی و جهتگیری عدالت خواهانه منجر شود، همراهند، هر چند در مسیر دست‌یابی به آن، متحمل سختی شوند.

همچنین هرگاه رسانه، زبان گفت و گو با توده مردم و خانواده‌ها را فراموش کرده و با ادبیات تخصصی که ویژه تحصیل کردگان بخش اقتصاد است با توده مردم و خانواده‌ها سخن گفته، برنامه‌های اقتصادی تبدیل به برنامه‌های ملال آور و کم‌بیننده شده است. در نتیجه، رسانه هم وقت‌های کم‌بیننده را به بخش این‌گونه برنامه‌ها اختصاص داده است.

۲. آموزش بهره‌ور کردن اقتصاد خانواده

۲. آموزش بهره‌ور کردن اقتصاد خانواده

از وظایف دیگر رسانه در سال جهاد اقتصادی، آموزش و جهت‌دهی کردار اعضای خانواده و رساندن آن به حد مطلوب است، به گونه‌ای که خانواده، نهایت بهره‌وری را از فعالیت خود داشته باشد. آموزش‌ها می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم باشد، هرچند آموزش غیرمستقیم، اثربخشی بیشتری دارد. حیطه‌های آموزشی خانواده که رسانه ملی می‌تواند در راستای کمک به اقتصاد جامعه، وارد آن شود، بسیار گسترده است. آموزش شیوه کار جهادی، اصول مصرف اسلامی (اعتدال، پرهیز از اسراف و تبذیر، مفید بودن مصرف و...)، تشکیل تعاونی‌های خانوادگی و محلی، اولویت بندی مصرف، تعمیر و نگه‌داری وسایل خانگی، آموزش شیوه خرید و پس‌انداز به فرزندان خانواده، مسئولیت‌پذیری و مانند آنها از جمله این حیطه‌هاست.

برنامه سازان رسانه ملی بهتر است ابتدا فهرستی از موضوعات گوناگون را تهیه کنند که خانواده با توجه به آنها میتواند هم خود و هم جامعه را بهره‌ور کند. سپس ضمن دسته‌بندی کردن موضوعات، برنامه‌های آموزشی خود را برای گروه‌های مختلف خانواده از جمله گروه کودکان و نوجوانان، زنان، جوانان، سالمندان و ... تهیه کند. مثلاً یکی از آموزش‌های لازم برای خانواده، آگاه ساختن تدریجی مردم با مفهوم بهره‌وری در خانواده است که یکی از بهترین روش‌های افزایش بهره‌وری به شمار می‌آید. به طور طبیعی، اگر همه افراد خانواده‌ها به شیوه‌های آسان با مفهوم بهره‌وری و کاربرد آن در زندگی آشنا شوند، مسئولان، با سرعت بیشتری به اهداف خود در جهاد اقتصادی خواهند رسید. از این رو، برنامه سازان رسانه ملی می‌توانند با تهیه برنامه‌های آموزش ساده بهره‌وری، خانواده‌ها را بیشتر با این مفهوم ارزشمند آشنا کنند، به گونه‌ای که آنها، با فراگرفتن تکنیک‌های ساده، نقش فراگیری فرهنگ بهره‌وری در زندگی را به طور ملموس ببینند. برای نمونه، اگر خانواده‌ها بیاموزند که با استفاده از راهکارهای منطقی آشپزی، استفاده بهینه از انرژی و منابع در دسترس و با انتخاب دقیق وسایل آشپزخانه، میتوانند تا پنجاه درصد از هزینه‌های انرژی را در این بخش کاهش دهند. اگر هم بفهمند چگونه نزدیکترین و مناسبترین وسیله را برای مسافرت‌های شهری انتخاب کنند که با صرف وقت، انرژی و هزینه کمتر، راحتتر به مقصد برسند، به برنامه‌های آموزشی رسانه با دقت بیشتری توجه خواهند کرد؛ به شرط اینکه هر برنامه در زمان خاص مخاطب خود پخش شود. مثلاً اگر برنامه برای کودکان و نوجوانان است، باید در برنامه کودکان و نوجوانان پخش شود. در این راستا برای برنامه خانواده، برنامه آموزشی «خانواده، بهره‌وری و تکنیکها» پیشنهاد میشود.

«در این برنامه، افراد خانواده با فراگیری مهارت‌هایی، از توانایی‌های لازم برای بهره‌برداری بهتر از امکانات و وسایل خود در خانواده‌ها یا محل کار برخوردار میشوند. اگر این برنامه، هماهنگ با نیاز فصل تهیه شود، اثربخشی بیشتری خواهد داشت. برای مثال، در تابستان که مردم با وسایل شخصی سفر می‌کنند، میتوان به آموزش فنون بهره‌وری خودرو پرداخت. نیز در زمستان، به وسایل گرم‌کننده؛ در پاییز، به مهارت نگه‌داری ابزار مدرسه؛ در بهار و هنگام امتحانات آخر سال، به شیوه مطالعه صحیح و کاهش نگرانی در امتحان یا کنکور، برای پیش‌گیری از خسارت (مردودی) و هدر رفتن عمر دانش‌آموزان توجه کرد. همین‌طور میتوان به زدودن لک‌ها از لباس، رسوب و سیاهی از ظروف و وسایلی مانند اتو، شیوه استفاده از ظروف یک‌بار مصرف و ساختن وسایل مفید و قابل استفاده از آنها پرداخت» (۱).

همچنین بهتر است برنامه‌های آموزشی خانواده در سال جهاد اقتصادی، هدایت مصرف خانواده به کمترین هزینه باشد. برای نمونه، در بخش تغذیه، بسیاری از افراد و خانواده‌ها تصور میکنند فقط اقتصاد خانواده در تغذیه مناسب، نقش اصلی دارد. میزان درآمد خانواده در بهبود تغذیه نقش دارد، ولی خانواده‌هایی با درآمد پایین نیز میتوانند با دقت و ظرافت، افزون بر صرفه‌جویی در اقتصاد خانواده، مواد مغذی لازم را در سبد غذایی خود داشته باشند. مثلاً اگر فردی برای دریافت ویتامین مورد نیاز خانواده، نتواند روزی یک عدد پرتقال برای اعضای خانوادهاش تأمین کند؛ اگر بداند مقدار زیادی از این ماده مغذی در کلم نیز وجود دارد، میتواند با قیمت کمتر، ویتامین‌ها را برای اعضای خانواده فراهم کند. اگر این امکان برای خانواده‌های وجود

ندارد که هر روز گوشت قرمز یا سفید مصرف کند، با ترکیب کردن گروه حبوبات و غلات یا مصرف لبنیات، میتواند تا حدود زیادی، نیاز بدن اعضای خانواده خود را به پروتئین برآورده سازد. متأسفانه نه تنها قشرهای کم درآمد جامعه، بلکه قشر مرفه و تحصیل کرده نیز از این واقعیتها بی‌خبرند و این مسئله به ناآگاهی آنها مربوط است. در مجموع، رسانه ملی میتواند با طراحی مناسب برنامه‌های آموزشی و دادن اطلاعات تغذیه‌ای درست به خانواده‌ها، به ویژه با الهام از منابع دینی، آنها را به سوی مصرف مناسب با کمترین هزینه راهنمایی کند که در این صورت تا حدود زیادی هم خانواده و هم جامعه بهره‌ور خواهد شد.

۳. هدایت مصرف خانواده در جهت بهرهوری

۳. هدایت مصرف خانواده در جهت بهرهوری

رسانه ملی میتواند با آشنا ساختن خانواده به عملکردهای انجام شده، از جمله گوشزد کردن موانع و نشان دادن خطاهای مصرفی، مصرف خانواده را در جهت بهرهوری هدایت کند. اسراف در پذیراییها و پخت و پز، خرید فلهای مواد غذایی، استفاده نادرست از پوشاک، مدگرایی افراطی، مصرف کالاها و دستاوردهای بیگانه، بی‌مبالاتی در نگه‌داری از لوازم خانگی و سرمایه ملی (پول) و... نمونه‌های از این موانع هستند که باید با برنامه‌سازی مناسب به خانواده‌ها نشان داده شوند و از آنها خواسته شود که با اصلاح رفتار، در جهاد اقتصادی مشارکت فعال داشته باشند تا خانواده خود و جامعه را بهرهور سازند.

در واقع، در این برهه از زمان، رسانه ملی باید در نقش یک هدایتگر مقتدر، شفاف و بیطرف ظاهر شود تا بهترین قضاوت درباره آن انجام گیرد و اگر مایل است که به دلیل گوشزد کردن موانع و نشان دادن خطاها، به

سیاه‌نمایی متهم نشود، بهتر است این هدایتگری در قالبهای نمایش یا به صورت مستند ارائه شود. برای مثال، بهره‌گیری از هنر انیمیشن به جهت جذابیت و اثرگذاری در همه گروههای نسبی خانواده میتواند بسیار مفید باشد.

نگارنده، طراحی و ساخت انیمیشن «خانواده بهره‌ور» یا «خانواده جهادگر اقتصادی» را پیشنهاد میدهد. خانواده بهره‌ور یا جهادگر اقتصادی میتواند الگویی کامل از بهره‌وری باشد که اعضای آن با اصول و روشهای بهره‌وری آشنا هستند. هر کدام از اعضای خانواده که شماری از گروههای مختلف سنی جامعه هستند در پرتو بهره‌وری، موفقیت‌های فراوانی به دست می‌آورند و هر جا مواردی خلاف بهره‌وری مشاهده می‌کنند، با تذکر دادن، شیوه صحیح بهره‌وری را یادآوری می‌کنند و هر جا که مواردی را در جهت بهره‌وری خانواده می‌بینند، اعضای خانواده را تشویق و تحسین می‌کنند.

همچنین گزارشهای مستند تلویزیونی، اگر هنرمندانه تهیه و تدوین شوند، میتوانند نقش هدایتگری مؤثری در اصلاح مصرف خانواده و بهره‌وری آن داشته باشند. در این زمینه بهتر است رسانه ملی از شیوه اعلان عمومی یا هر روشی دیگر که مناسب است، ابتدا خانواده‌های بهره‌ور را که در موارد مختلف مصرفی مانند آب، برق، گاز، مواد یک‌بار مصرف و... موفقیت‌هایی در زمینه بهره‌وری داشته‌اند شناسایی کند و سپس به تهیه گزارش مستند پردازد.

۴. ترویج روحیه خودکفایی ملی

۴. ترویج روحیه خودکفایی ملی

از اهداف و وظایف رسانه ملی، هم‌سوئی با اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران است. بدون تردید، یکی از اهداف اصلی نظام و طرح جهاد اقتصادی،

قطع وابستگی از بیگانگان در تمام عرصه هاست. از سوی دیگر، با توجه به توان مندی رسانه ملی در اثرگذاری بر اندیشه های مردم و خانواده ها، این رسانه باید بتواند فرهنگ اعتماد به کالاهای داخلی را در جامعه تقویت کند و باور عمومی و خانواده را نسبت به کالاهایی که آزموده شده‌اند، تغییر دهد؛ زیرا در وضعیت فعلی، با وجود اینکه در بسیاری از زمینه ها، تولید داخلی میتواند نیازهای جامعه را تأمین کند، مصرف کنندگان ترجیح میدهند از کالاهای مشابه خارجی استفاده کنند که این گرایش را میتوان ناشی از باورهای فرهنگی شکل گرفته در سالهای متمادی و نیز کیفیت غیر استاندارد داخلی دانست.

بدیهی است اصلاح انگیزه مصرف و جهت دهی گرایش مردم به سوی کالاهای ساخت داخل با صدور بخش نامه انجام نخواهد شد، بلکه از طریق ارتقای فرهنگ مصرف و تولید جامعه ممکن خواهد شد. مردم باید احساس کنند که تحمل فشارهای ناشی از کاهش مصرف یا تغییر گرایش به سوی مصرف تولیدات داخلی به نفع خودشان است و به ایجاد نوعی اقتصاد و روابط اجتماعی درونی و مطلوب میانجامد» (۱).

در این راستا لازم است که رسانه ملی، تبلیغات خود را مبتنی بر اصل خودکفایی و خوداتکایی ملی کند. باید توجه داشت تبلیغات تجاری در صورتی مفید خواهد بود که حس ابتکار و توان مندی را در میان خانوادهها تقویت کند و کالاهای تولید داخل را به گونهای مطلوب در نگاه آنان بیاراید. همچنین امکان رقابت بین واحدهای تولیدی و تخصصی را در کشور فراهم کند و موجب ارتقای فن آوری تولید و صنعت داخلی شود و در نهایت در راستای توسعه ملی گام بردارد.

نتایج حاصل از تحقیقی درباره «ساختار و محتوای آگهیهای تلویزیون» نشان میدهد که ۲۵ درصد آگهیهای پخش شده از تلویزیون، در یک روز، مربوط به مواد غذایی و خوراکیها و ۲۱ درصد مربوط به وسایل و لوازم منزل بوده است، به گونه ای که بر اساس تحلیل های غیر رسمی، مردم آگهی های تلویزیون را چیزی جز آگهی پفک و ماکارونی نمیدانند. همچنین ۵۴ درصد آگهی های تبلیغی بررسی شده، با نیازهای انسان، مرتبط نبودند؛ یعنی پخش نشدن آنها هیچ خللی به سلامتی و خوشبختی افراد وارد نمیکند و ۴۸ درصد از آگهی های بازرگانی مروج شیوههای آرمانی زندگی بودند و اغلب این کالاها از هنجارهای زندگی روزانه مردم به دورند» (۱).

در حالی که تبلیغات مصرف اسلامی باید به گونهای باشد که مخاطبان را نسبت به ارزش مصرف آگاهی دهد و آنها را از اسراف و تبذیر باز دارد و در راستای نیازهای واقعی و اساسی خانواده باشد. همین طور برنامه های نمایش رسانه ملی که نقش بسزایی در محدود کردن یا تشویق مصرف خانواده ها دارند نباید به گونه ای باشند که خواسته یا ناخواسته، مصرف زدگی یا مصرف گرایی را در میان خانواده ها ترویج کنند و اینکه خانواده ها احساس کنند، از زندگی کامل و راحتی برخوردار نیستند. در واقع، بهتر است اثر القایی رسانه ملی در جهت تبیین الگوی مصرف اسلامی به کار گرفته شود.

۵. تلاش برای بهبود وضعیت تولید در خانوادهها

۵. تلاش برای بهبود وضعیت تولید در خانواده ها

امروزه تولیدات کارگاه ها و کارخانه های صنعتی، کار را برای خانواده آسانتر کرده است. آنها ترجیح میدهند نیازهای مصرفی خود را به شکل آماده یا

۱- امیر رستگار خالد، «الگوی مصرف در سیما»، دوفصل نامه پژوهش و سنجش، پاییز و زمستان ۱۳۷۸، ش ۱۹ و ۲۰، ص ۵۰۸.

ص: ۱۰۰

نیمه آماده از بازار تهیه کنند. این امر موجب کاهش نقش خانواده در تولید شده است. در حالی که در گذشته نه چندان دور، خانواده‌ها، به ویژه در نواحی روستایی، خود یک واحد خودکفای اقتصادی بودند و نقش مهمی در تولید ملی داشتند. چون این نوع تولیدات با هزینه های کمتری تولید می شد، خود، در صرفه جویی در درآمد خانواده نقش مهمی داشت. امروزه خانواده‌ها، تولیدات کارخانه های صنعتی را با قیمت گزافی تهیه میکنند که در کاهش درآمد خانواده مؤثر است.

رسانه ملی باید با تهیه برنامه‌های سازنده، برشمردن مزایای تولید خانگی و اهمیت آن در تولید ملی کشور، خانواده‌ها را همانند گذشته به تولید خانگی تشویق کند. حتی بهتر است در سال اقتصادی، شیوه تولید را به خانواده‌های علاقه مند آموزش دهد و خانواده هایی را که موفق شده اند از این راه برای اعضای خانواده خود، کار ایجاد کنند، شناسایی و معرفی کند. بدون تردید، با فعال شدن خانواده ها برای تولیدات خانگی، بخش عظیمی از نیازهای جامعه در داخل کشور تولید خواهد شد و خانواده‌ها از نظر اقتصادی نیز بهره‌ور خواهند بود.

۶. احیای فرهنگ کار و سخت کوشی در میان اعضای خانواده

۶. احیای فرهنگ کار و سخت کوشی در میان اعضای خانواده

متأسفانه امروزه در میان افراد خانواده‌ها، به ویژه خانواده‌های شهری، افرادی وجود دارند که از کار و تلاش و نقش آن در توسعه و پیشرفت، تصور درستی ندارند. این نوع تصور از کار، به ویژه پس از انقلاب، به دلیل سوء استفاده بعضی خانواده‌ها از موقعیت های اضطراری به وجود آمده در کشور نظیر جنگ که از راه‌های نامشروع به ثروت کلانی دست یافته‌اند، بیشتر شده است. از این رو، لازم است

ص: ۱۰۱

رسانه با بهره‌گیری از معارف ارزشمند اسلامی که کار را عبادت و ارزش‌میداند فرهنگ کار و سخت‌کوشی را در میان خانواده و جامعه احیا کند، به گونه‌های که افراد خانواده‌ها به این باور برسند که شرافت و کرامت انسان، در گرو کوشش سازنده است.

نتیجه گیری

نتیجه گیری

بدون تردید، خانواده یکی از ارکان اساسی جامعه است که نوع عملکرد و میزان حضور آن در چرخه اقتصادی کشور به ویژه بخش تولید و مصرف بسیار اثرگذار است. با این وصف، باید اذعان کرد که هم‌اکنون وضعیت عملکرد خانواده در تولید، بسیار ضعیف است و مصرف آن نیز در جهت حفظ منافع ملی نیست. از آنجا که درآمد خانواده با هزینه، تناسبی ندارد، بیشتر خانواده‌های ایرانی، وضعیت رفاهی مطلوب و حداکثری ندارند. از این رو، یکی از بخش‌های مهمی که در طرح جهاد اقتصادی نباید از آن غافل بود، بخش خانواده است.

از سوی دیگر، چون خانواده هسته اولیه جامعه را تشکیل می‌دهد، هرگونه تغییر یا بهبود اقتصادی در آن، در بهبود اقتصادی کل جامعه اثرگذار خواهد بود. برای مشارکت و فعال شدن خانواده لازم است که خانواده نسبت به روحیه و رفتار جهادی (با شیوه‌های جهادی)، وظایف خود در تولید و مصرف و تربیت نیروی متعهد و اقتصادی، آگاهی و اشراف کامل داشته باشد. در زمینه آگاهی بخشی، نقش رسانه‌ها، به ویژه نقش رسانه ملی از همه مهم‌تر است. این رسانه باید با تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی، هدایت‌گرانه، القایی و انگیزشی بتواند درک درستی از مفهوم جهاد اقتصادی را برای خانواده‌های ایرانی تبیین کند و آنها را به مشارکت فعال در تولید، مدیریت

ص: ۱۰۲

مصرف و تربیت نیروی متعهد و اقتصادی تشویق کند. در صورت تحقق چنین امری، با صمیمیت و تلاشی که بر فضای آرام بخش خانواده حاکم میشود، نه تنها خانواده ایرانی به بهره‌وری اقتصادی و رفاه مطلوب خواهد رسید، بلکه از تعادل روانی برخوردار می‌شود و زمینه برای رشد و تعالی افراد خانواده مهیا خواهد شد و اگر با مجاهدت بخشهای دیگر همراه باشد، به یقین، رشد اقتصادی و اجتماعی جامعه را نیز در پی خواهد داشت.

ص: ۱۰۳

کتاب نامه**اشاره**

کتاب نامه

زیر فصل ها

الف) کتاب

ب) نشریه

ج) پایگاه اینترنتی

الف) کتاب

الف) کتاب

□ قرآن کریم، ترجمه: محمد مهدی فولادوند.

ابن بابویه، ابوجعفر محمد بن علی، من لا یحضره الفقیه، قم، اسلامیة، بیتا.

اخوی، احمد، اقتصاد کلان، تهران، چاپ و نشر بازرگانی، چاپ پنجم، ۱۳۸۰.

بافکار، حسین، بهرهوری در پرتو اسلام، قم، مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۴.

، هسته حیات، قم، مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۵.

بهشتی، محمد، فرهنگ صبا، تهران، انتشارات صبا، چاپ اول، ۱۳۸۱.

تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم، ترجمه: سید جلال الدین حسینی، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.

حافظ، محمد شمسالدین، دیوان حافظ، تهران، انجمن خوشنویسان، چاپ پنجم، ۱۳۶۵.

ص: ۱۰۴

حُر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، قم، آل البیت، ۱۴۱۲ ه. ق.

حسینی، سید محمد، فرهنگ لغات و اصطلاحات فقهی، تهران، سروش، چاپ اول، ۱۳۸۲.

حکیمی، محمدرضا، الحیاه، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ اول، بی تا.

حکیمی، محمد، معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، چاپ دوم، ۱۳۷۶.

دشتی، محمد، ترجمه نهج‌البلاغه، قم، لقمان، چاپ سوم، ۱۳۷۹.

دفتر عقیدتی سیاسی فرمانده معظم کل قوا، روزها و رویدادهای شمسی (جلد ۱)، تهران، مؤسسه فرهنگی امین، چاپ اول، ۱۳۷۶.

دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، قم، دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، چاپ اول، بی تا.

رجایی تهرانی، علی رضا، ولایت فقیه در عصر غیبت، قم، نبوغ، چاپ دوم، ۱۳۸۹.

رزاقی، ابراهیم، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران، چاپخش، چاپ اول، ۱۳۷۴.

رسولی محلاتی، سید هاشم، ترجمه و شرح غررالحکم و دررالکلم آمدی (موضوعی)، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ ششم، ۱۳۸۳.

سعدی، شیخ مصلح الدین، بوستان، تهران، امیرکبیر، بیتا.

شعبه حرانی، محمد حسن بن علی، تحف العقول، ترجمه: علی اکبر غفاری، قم، جامعه مدرسین، نشر اسلامی، چاپ دوم، ۱۳۶۳.

صحفی، محمد، تعالیم آسمانی اسلام، قم، انتشارات اهل بیت علیهم السلام، چاپ اول، ۱۳۷۲.

ص: ۱۰۵

- فروم، اریک، برای خویشتن، ترجمه: اکبر تبریزی، تهران، بهجت، چاپ سوم، ۱۳۷۳.
- ، به نام زندگی، ترجمه: اکبر تبریزی، تهران، مروارید، چاپ اول، ۱۳۶۷.
- فرهادی، مرتضی، فرهنگ یاری گری، تهران، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ اول، بیتا.
- فرید تنکابنی، مرتضی، نهجالفصاحه (موضوعی)، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ دوازدهم، ۱۳۸۳.
- کینز، جان مینارد، نظریه عمومی اشتغال و بهره‌وری، ترجمه: منوچهر فرهنگ، تهران، دانشگاه اقتصاد، چاپ اول، ۱۳۶۸.
- کشوادی، طاهره، اقتصاد در خانواده، تهران، پیام نور، چاپ اول، ۱۳۸۷.
- مجلسی، محمدباقر، حلیه المتقین، قم، هجرت، چاپ هشتم، ۱۳۷۴.
- محمدی ری شهری، محمد، میزان الحکمه، ترجمه: محمدرضا شیخی، قم، دارالحدیث، بیتا.
- مصباح یزدی، محمدتقی، جامعه و تاریخ، تهران، انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۶۸.
- مطهری، مرتضی، نظام اقتصادی اسلام، تهران، صدرا، چاپ اول، ۱۳۶۸.
- مکارم شیرازی، ناصر، خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، قم، هدف، چاپ اول، ۱۳۶۰.
- موسوی خمینی، سید روحالله، تحریرالوسیله، نجف، چاپ الآداب، چاپ دوم، ۱۳۹۰.
- ، چهل حدیث، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، چاپ پنجم، بی تا.

ص: ۱۰۶

، صحیفه امام، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، چاپ سوم، ۱۳۷۹.

، تحریر الوسیله، نجف، چاپ الاداب، چاپ دوم، ۱۳۹۰.

نوریان، مجید، الگوی مصرف در اسلام و غرب، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، بی تا.

ب) نشریه

ب) نشریه

خالد رستگار، امید، «الگوی مصرف در سیما»، دوفصل نامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۰ و ۲۱، ۱۳۷۸.

فرهادی، مرتضی، «واره»، فصلنامه علوم اجتماعی، دوره اول، شماره ۳۰۴.

روزنامه ایران، ۱۵/۱/۱۳۹۰ و ۸/۲/۱۳۹۰.

روزنامه جمهوری اسلامی، ۲۲/۳/۱۳۸۶.

نشریه امید انقلاب، آذر ۱۳۸۷، شماره ۳۹۶.

نشریه فرهنگ جهاد، تاریخ ۱۳۸۲، شماره ۳۳ و ۳۴.

هفته نامه سلامت، ۱/۱۲/۱۳۸۳ و ۲۸/۳/۱۳۸۴.

ج) پایگاه اینترنتی

ج) پایگاه اینترنتی

۱. سایت حوزه.

۲. سایت جهادگران.

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟

سوره زمر / ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفاً علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب «مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱. بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)
۲. تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی
۳. جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...
۴. سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو
۵. گسترش فرهنگ عمومی مطالعه
۶. زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱. عمل بر مبنای مجوز های قانونی
۲. ارتباط با مراکز هم سو
۳. پرهیز از موازی کاری
۴. صرفاً ارائه محتوای علمی
۵. ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱. چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه
۲. برگزاری مسابقات کتابخوانی
۳. تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...
۴. تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...
۵. ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com
۶. تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ...
۷. راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی
۸. طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و ...
۹. برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)
۱۰. برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)
۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و ... در ۸ فرمت جهانی:

JAVA.۱

ANDROID.۲

EPUB.۳

CHM.۴

PDF.۵

HTML.۶

CHM.۷

GHB.۸

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

ANDROID.۱

IOS.۲

WINDOWS PHONE.۳

WINDOWS.۴

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

در پایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نمایم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک ۱۲۹/۳۴ - طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

دفتر تهران: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۸۷۲۲

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



مرکز تحقیقات و ترجمه

اصفهان

گامگاه

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

