

راهکارها و چالش‌های تحقق سبک زندگی اسلامی؛ به مثابه بستر تحقق اقتصاد مقاومتی

فاطمه سرخه‌دهی^۱

چکیده

در این مقاله به بررسی رابطه میان فرهنگ، اقتصاد و سبک زندگی پرداخته شده است و آثار فرهنگ بر تفکرات اقتصادی و نیز اثرات بنیان‌های فکری و نظام انگیزشی مکاتب اقتصادی مختلف، به‌ویژه اقتصاد سرمایه‌داری و لیبرالیسم بر سبک زندگی مورد بررسی قرار گرفته شده است. فردگرایی به عنوان یک اصل در فرهنگ آنگولاساکسون به پیدایش نظام اقتصاد سرمایه‌داری منجر شد و اجرای راهنمایی‌های صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی در قالب سیاست‌های تعدیل اقتصادی در ایران بدون توجه به بنیان‌های فلسفی و فکری آن، سبک زندگی و فرهنگ جامعه ایرانی را دچار تغییرات جدی نمود و اثرات نامیمون این تغییر سبک زندگی، هم در بُعد اجتماعی و هم در بُعد اقتصادی مانع مهمی در تحقق اقتصاد مقاومتی است.

اقتصاد مقاومتی به عنوان راهکاری که زمینه شکوفایی و بالندگی اقتصادی کشور را حتی در شرایط تحریم و فشارهای بین‌المللی فراهم می‌سازد، الزاماتی دارد که با توجه به سبک زندگی حاکم بر جامعه ایرانی که تقلید و کپی از آموزه‌های غربی لیبرالیسم و اقتصاد سرمایه‌داری است، به سختی قابل اجراء است و برای عملیاتی نمودن آن نیازمند راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت هستیم. در کوتاه‌مدت، اصلاحات فرهنگی به‌خصوص توسط رسانه‌ها لازم بوده و مقدمه‌ای برای تحقق راهکارهای بلندمدت است. در بلندمدت، طراحی و اجرای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت مبتنی بر فلسفه و نظام انگیزشی اسلامی برای اصلاح سبک زندگی و تحقق اقتصاد مقاومتی لازم و ضروری است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی اسلامی، اقتصاد مقاومتی، فرهنگ، لیبرالیسم و اقتصاد سرمایه‌داری

۱- مقدمه

اقتصاد مقاومتی به عنوان یکی از الزامات اقتصاد ایران به شمار می‌رود. در ادبیات آکادمیک اقتصادی، اصطلاح «اقتصاد مقاومتی» وجود ندارد و شاید بتوان گفت که برای اولین بار است که چنین تعبیری در مفاهیم اقتصادی مطرح می‌شود. در همین مدت کوتاه تعاریف زیادی در مورد اقتصاد مقاومتی ارائه شده است، که به نظر می‌رسد جامع‌ترین تعریف را مقام معظم رهبری ارائه نموده‌اند: «اقتصاد مقاومتی اقتصادی است که برای یک ملت، حتی در شرایط فشار و تحریم، زمینه رشد و شکوفایی را فراهم می‌کند»^۲ در اقتصاد مقاومتی که از اوایل دهه ۸۰ در ادبیات مقام معظم رهبری مطرح شده است، کوتاه‌مدت نبودن دیدگاه جمهوری اسلامی به تهدیدات و فشارها مطرح است و از آنجا که خاستگاه تهدیدات علیه ایران، تقابل جمهوری اسلامی با نظم

۱ - دانشجوی دکتری اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی دانشگاه الزهراء(س)؛ Fatemeh_sorkhedehi@yahoo.com

۲ - دیدار مقام معظم رهبری با دانشجویان ۱۳۹۱/۶/۱۵

ناعادلانه فعلی حاکم بر جهان و دفاع از حقوق خود است، این تقابل کوتاه‌مدت نخواهد بود. به همین دلیل، فرق اقتصاد مقاومتی با اقتصاد جنگی این است که استراتژی درازمدت لازم دارد (سرخه دهی، ۹۱: ۳). این استراتژی بلندمدت باید طوری طراحی گردد که بسترهای لازم برای اقتصاد مقاومتی را فراهم سازد. از جمله مواردی که در تحقق اقتصاد مقاومتی مؤثر است، سبک زندگی و فرهنگ حاکم بر جامعه است. در اقتصاد مقاومتی، روحیه و فرهنگ حاکم بر جامعه، بر پایه اخلاقیات، ترجیح منافع جمعی و ملی بر فردی، مقاومت در مقابل کید دشمن، ایثار و فداکاری، کار و تلاش مضاعف، تولید حداکثری و مصرف به میزان نیاز و در یک کلام حاکمیت دین و معنویات بر سبک زندگی است.

در حال حاضر سبک زندگی جامعه ایرانی با سبک زندگی اسلامی آرمانی فاصله دارد و تحقق اقتصاد مقاومتی را با چالش مواجه ساخته است. نفوذ چنین سبکی از زندگی در جامعه ایرانی و انقلابی و تغییر روحیات و اخلاقیات مردم را می‌توان در سیاست‌های ماتریالیستی الگوهای توسعه غربی جستجو کرد که پس از جنگ در قالب سیاست‌های تعدیل اقتصادی اجرا شد. سیاست‌هایی که به دلیل بنیان‌های فکری ماتریالیستی خود، فرهنگ و سبک زندگی را دچار آفت‌های جدی نموده است.

هسته متافیزیکی و هستی‌شناختی لیبرالیسم، فردگرایی است. در این شیوه فرد واقعی‌تر و مقدم‌تر بر جامعه است (آربلاستر، ۱۳۷۶: ۱۹). آنچه در دیدگاه علمی برای نظریه فردگرایانه اخلاق اهمیت دارد، تأکید بر بی‌طرفی اخلاقی واقعیات علمی و تکیه بر مفهوم شخص به عنوان مشاهده‌کننده مستقل این واقعیات است. «ارزش‌ها که قبلاً به مفهومی در عالم اعلی رقم زده شده بود، به دامان اراده انسان سقوط می‌کند. واقعیت متعالی وجود ندارد. تصور از «خوب» غیرقابل تعریف و تهی است و انتخاب انسان می‌تواند آن را پر کند.» از نظر بنتام «اجتماع پیکره‌ای تخیلی است متشکل از افرادی که گویی اعضای تشکیل دهنده آن قلمداد می‌شوند.» (آربلاستر، ۱۳۷۶: ۲۱)

اقتصاد سرمایه‌داری که ثمره نامیمون لیبرالیسم است، در ایران به تقلید از غرب، به عنوان علم اقتصاد پذیرفته شد و بدون توجه به بنیان‌های فکری و نظام انگیزشی حاکم بر آن به سرعت فرامین آن به اجرا درآمد که ثمره آن تغییرات در فرهنگ و سبک زندگی و اخلاقیات جامعه به سوی سبک زندگی و فرهنگ غربی بوده است. چنین فرهنگی که بر مبنای سودمحوری و نفع شخصی پایه‌ریزی شده است، مانع مهمی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی است.

۲- طرح مسأله

با توجه به آنچه در مقدمه گفته شد برای تحقق اقتصاد مقاومتی نیازمند تحقق سبک زندگی و فرهنگی متناسب با چنین اقتصادی هستیم. اما مسأله این است که چگونه می‌توان چنین تغییراتی را ایجاد نمود؟ و چگونه می‌توان روحیات و اخلاقیات جامعه را به سمت تکامل و تعالی هدایت نمود و از سبک زندگی و فرهنگ فعلی حاکم بر جامعه آفت‌زدایی نمود؟ سبک زندگی اسلامی که بستر تحقق اقتصاد مقاومتی است چه ویژگی‌هایی دارد و آیا تحقق آن در کوتاه‌مدت امکان‌پذیر است؟ موارد یاد شده مسائلی هستند که در تحقق

اقتصاد مقاومتی با آن رویرو هستیم. در این مقاله به بررسی عوامل مؤثر در مؤلفه کلیدی اقتصاد مقاومتی و سبک زندگی اسلامی پرداخته شده است و راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت در این رابطه ارائه شده‌اند. پیداست که عمق بخشیدن به موضوعات مطرح شده در این مقاله و یافتن راهکارهای مؤثر در تحقق اقتصاد مقاومتی و سبک زندگی اسلامی به تحقیقات بیشتری نیازمند است.

مقاله حاضر شامل ۹ بخش است. بخش اول و دوم به ترتیب به مقدمه‌ای برای ورود به بحث و شناسایی سؤالات مطرح در این حوزه اختصاص داده شده است. در بخش سوم و چهارم به ترتیب تعاریفی از سبک زندگی و فرهنگ ارائه شده است، در بخش پنجم رابطه فرهنگ، سبک زندگی و اقتصاد مقاومتی مورد بررسی قرار گرفته است، در بخش ششم موانع لیبرالیسم و اقتصاد سرمایه‌داری در تحقق اقتصاد مقاومتی در دو محور بررسی شده است: اصالت فرد در لیبرالیسم و آثار آن و انسان ضداجتماعی. در بخش هفتم اثرات مخرب سیاست‌های اقتصاد سرمایه‌داری بر سبک زندگی ایرانیان و موانعی که در تحقق اقتصاد مقاومتی ایجاد نموده مطرح شده است و در بخش هشتم راهکارهای اصلاح سبک زندگی برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی و در آخر نیز نتیجه‌گیری از بحث ارائه شده است.

۳- تعریف سبک زندگی^۱

مفهوم سبک زندگی بر این اندیشه مبتنی است که هر فردی در زندگی روزمره خود از الگو یا طرح رفتاری مشخص (مانند یک نظم عادی در کار، اوقات فراغت، و زندگی اجتماعی) و تکراری پیروی می‌کند. سبک زندگی تصمیم‌هایی هستند که هر کسی از روی اختیار درباره نحوه عمل روزمره خود اتخاذ می‌کند. سبک زندگی ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است. سخن گفتن از کثرت انتخاب نباید به این پندار بینجامد که در همه انتخاب‌ها به روی همه افراد باز است؛ یا آنکه همه مردم تصمیم‌های مربوط به انتخاب‌های خویش را با آگاهی کامل از تمامی امکانات موجود برمی‌گزینند. چه در عرصه کار و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه‌هایی که از قید فعالیت‌های سنتی آزاد شده‌اند، انتخاب‌های گوناگونی در زمینه سبک زندگی وجود دارد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۱).

برای معرفی سبک زندگی اسلامی می‌توان به «درخت سبک زندگی» اشاره کرد. آدلر و پیروانش سبک زندگی هر فرد را از شکل‌گیری تا پیامدها و آثارش به یک درخت تشبیه نموده‌اند: ریشه‌های این درخت همان ریشه‌های سبک زندگی است که شکل‌گیری آن را بیان می‌کند. ساقه این درخت درباره اعتقادات و نگرش‌های کلی افراد (شامل اعتقادات و عواطف و حتی آمادگی و غیره) است. شاخه‌ها و سرشاخه‌های این درخت، وظایف زندگی هستند. در حقیقت سبک زندگی واقعی همان شاخه‌ها و سرشاخه‌هاست. سبک زندگی اسلامی (سرشاخه‌ها) در سه سطح فردی، خانوادگی و اجتماعی مطرح می‌شود (کاویانی، ۱۳۸۸، ۲).

سبک زندگی در یک معنای عام و نه بر اساس آنچه در متون مطالعات فرهنگی به عنوان مسأله‌ای پست‌مدرن شناخته می‌شود، به عنوان تظاهرات بیرونی و علنی فرهنگ هر جامعه‌ای قابل ارزیابی است. فرهنگ هر گروه، اجتماع و یا جامعه‌ای در بردارنده عناصر و اجزایی در ابعاد و لایه‌های گوناگون است که تجلی و ظهور عینی و بیرونی آن در قالب رفتارها و تعاملات افراد با سایرین و نیز در شئون و ابعاد مادی فرهنگ نظیر معماری، شهرسازی، نوع پوشش، رفتار مصرفی و ... قابل رویت است.

واژه سبک زندگی اسلامی می‌تواند متضمن ویژگی‌هایی باشد که در آن فرد مورد نظر نیست؛ بلکه منظور یک رفتار جمعی و اجتماعی است. در مسائل اجتماعی نیز همه افراد ملحوظ نیستند و معمولاً روش رایج در جامعه بررسی می‌شود. البته چه بسا استثناهایی نیز وجود داشته باشد یا بخش زیادی از آن جامعه این روش را نداشته باشند. این نیز ویژگی بحث‌های اجتماعی است. واژه اسلامی نیز تصریح دارد که باید از دیدگاه ارزشی به مسأله بنگریم و صرفاً توصیفی نیست (مصباح یزدی، ۱۳۹۲).

اعتقادات دینی به عنوان مجموعه‌ای از اعتقادات، باورها و نیایدها و نیز ارزش‌های اختصاصی و تعمیم یافته، از مؤثرترین تکیه‌گاه‌های روانی به شمار می‌رود که قادر است معنای زندگی را در لحظه لحظه‌های عمر فراهم سازد و در شرایطی خاص نیز با فراهم‌سازی تکیه‌گاه‌های تبیینی، فرد را از تعلیق و بی‌معنایی نجات می‌دهد (بهرامی، ۱۳۸۷). اعتقادات دینی، باورهایی را در بر می‌گیرد که انتظار می‌رود پیروان آن دین، بدان‌ها اعتقاد داشته باشند (سراج‌زاده و توکلی، ۱۳۸۰).

از آنجایی که واژه‌های مشابهی با سبک زندگی وجود دارند که ممکن است با یکدیگر خلط شوند، ضروری است تا این واژه‌ها معرفی شود و بعد از آنکه زمینه استفاده آن‌ها مشخص شد، بتوان به فضای مفهومی مشخصی از واژه‌های مرتبط با سبک زندگی دست یافت (نوریان و سیدغراب، ۱۳۹۲).

یکی از واژه‌هایی که به ما در فهم سبک زندگی و دیگر واژه‌های شبیه آن کمک می‌کند واژه «فرهنگ عامه»^۱ است. سه رویکرد کلی به فرهنگ عامه در نظریات متفکران این حوزه به چشم می‌خورد (کوش، ۱۳۸۱):

۱. رویکردی که فرهنگ عامه را ساخته شده توسط قدرتمندان و در جهت تحت انقیاد درآوردن مردم می‌داند. بدین معنا که گروهی به دنبال این هستند که مردم را به پذیرفتن و پیروی از عقاید خود وادار کنند. در واقع این گروه از قدرتمندان، که صاحبان صنایع فرهنگی‌اند، سعی می‌کنند تا در جهت منافع خود، توده‌ها را فریب دهند و آن‌ها را آلت دست خود کنند. با این تعریف، فرهنگ عامه فرآیندی است که از بالا به پایین ساخته شده و بر مردم تحمیل می‌شود. در این رویکرد، بیشتر، از واژه «فرهنگ توده‌ای»^۲ به جای فرهنگ عامه استفاده می‌شود؛ چرا که در این نگاه، مردم افرادی هستند که نمی‌دانند چه چیزی خوب است و چه چیزی بد

۱ - Popular culture

۲ - Mass culture

و توده‌ها قدرت تشخیص و تمیز دادن ندارند (استریناتی، ۱۳۸۰). این نوع نگاه در اندیشه‌های لیویسیم^۱، متفکران مکتب فرانکفورت و رهیافت‌های اقتصاد سیاسی دیده می‌شود (Storey، ۲۰۱۰).

۲. رویکرد دیگر رویکردی است که به نقد فرهنگ نخبه‌گرایانه لیوس، اندیشه‌های متفکران مکتب فرانکفورت و رهیافت‌های اقتصاد سیاسی پرداخته است. مدافعان این نوع نگاه، مدافع استقلال هویتی فرهنگ عامه‌اند و علاوه بر نفی تأثیر فرهنگ سلطه، بر اهمیت فرهنگ عامه تأکید می‌کنند. حال در این نگاه ممکن است فرهنگ عامه به عنوان مقاومت‌های فرهنگی علیه فرهنگ مسلط تلقی شود و یا اساساً به مثابه فرهنگی اصیل و مستقل از فرهنگ مسلط به حساب آید (کوش، ۱۳۸۱). اگر فرهنگ عامه را این گونه تعریف کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که فرهنگ عامه توسط خود مردم ساخته می‌شود و این طور نیست که عده‌ای از افراد قدرتمند خط فکری مردم را در اختیار دارند و فرهنگ عامه را می‌سازند.

۳. رویکرد سوم قائل به تعامل بین دو رویکرد اول و دوم است. کوش بر این عقیده است که نه فرهنگ عامه و نه فرهنگ مسلط، هیچ کدام به تنهایی سازنده حیات فرهنگی و اجتماعی نیستند و این تعامل بین این دو فرهنگ است که ماهیت زندگی مدرن را تعیین می‌کند و فرهنگ‌های مردمی نه کاملاً وابسته‌اند و نه کاملاً خودمختار.

در اندیشه دوسرتو (۱۹۸۴)، قدرتمندان و نخبگانی که صاحب صنایع فرهنگی‌اند به دنبال این هستند که ضعفا را تحت انقیاد خود درآورند و آنها را در راستای منافع خود استثمار کنند. زندگی روزمره محل نزاع مداوم ضعفا و قدرتمندان بر سر منافعشان است.

با نگاهی به وضعیت جهان و گسترش سبک زندگی غربی در اکثر کشورها به نظر می‌رسد رویکرد اول به مفهوم فرهنگ عامه، صحیح‌تر باشد؛ چرا که هجوم انواع و اقسام کالاهای مصرفی و فرهنگی به بازارهای سراسر دنیا که گاه هیچ تناسبی با فرهنگ و سبک زندگی کشور وارد کننده ندارد نشانه بارز سیطره سرمایه‌داران بر علایق و انتخاب‌های مردم است. در حقیقت «انتخاب» و «انسان عقلایی» که از مفاهیم پایه علم اقتصاد لیبرالیسم و شاخصه‌ای از آزادی انسان‌ها در اقتصاد بازار است، برای انسان قرن بیست و یکم که در جهان حکومت شرکت‌های بزرگ و غول‌های سرمایه‌داری زندگی می‌کند، معنای واقعی ندارد.

اهمیت سبک زندگی، باعث شده است تا قدرت‌های امپریالیستی و کشورهای دارای برتری اقتصادی در راستای تأمین منافع به ویژه اقتصادی خود عمده همت خود را معطوف به تغییر سبک زندگی این جوامع دیگر نمایند. بنابراین تغییر در سبک زندگی علاوه بر آن که در کوتاه‌مدت منافع امپریالیسم جهانی و سرمایه‌داران را برآورده می‌سازد، در بلندمدت نیز در جهت رقابت و تعارض ایدئولوژیک آن با فرهنگ اسلامی دارای کارکرد است.

واژه دیگری که به نظر می‌رسد باید از سبک زندگی تمیز داده شود واژه «رسم و رسوم عامه» است. این واژه در لغت‌نامه ویستر این‌گونه تعریف شده است: روشی از تفکر، احساس یا کنش که میان گروهی از مردم، مخصوصاً به عنوان راه و روش عرفی، رایج است (Merriam-Webster، ۲۰۱۳).

۴- تعریف فرهنگ

ریموند ویلیامز، فرهنگ را «یکی از دو یا سه» واژه‌ای می‌داند که «بیشترین پیچیدگی» را دارد (williams, ۱۹۷۶، ۷). رابرت باروفسکی این نظر را مطرح می‌کند که تلاش‌های معطوف به تعریف فرهنگ «شبه تلاش برای به چنگ آوردن باد» (Borofsky, ۱۹۹۸، ۶۴) است. این واژه اغلب بدون تعریف دقیق به کار می‌رود و نحوه کاربرد آن هم در داخل و هم در میان رشته‌های مختلف متفاوت است. (cooper&denner, ۱۹۹۸). نخستین معنایی که برای واژه «فرهنگ» به کار می‌بریم در چارچوب مردم‌شناختی یا جامعه‌شناسی مفهومی فراگیر است که مجموعه نگرش‌ها، اعتقادات، آداب و رسوم، عرف‌ها، ارزش‌ها و اعمالی را توصیف می‌کند که در هر گروهی مشترک است. گروه را می‌توان بر حسب سیاست، جغرافیا، مذهب، قومیت، یا برخی ویژگی‌های دیگر تعریف کرد (تراسپی، ۲۰۰۰، ۲۱).

تعریف دوم «فرهنگ»، فعالیت‌هایی است که مبتنی بر روشنگری و پرورش ذهن است و نه کسب مهارت‌های فن یا حرفه‌ای محض. در چنین کاربردی این واژه بیشتر به صورت صنعت به کار می‌رود نه اسم (williams, ۱۹۷۶، ۸۱). مانند «کالای فرهنگی»، «نهادهای فرهنگی»، «صنایع فرهنگی» یا «بخش فرهنگی اقتصاد».

گرچه واژه «فرهنگ» معمولاً به معنای مثبت به کار می‌رود و تلویحاً حاکی از صفات فضیلت‌مدارانه و ارتقادهنده زندگی است ولی در عین حال یک نکته منفی نیز وجود دارد؛ فرهنگ در نخستین معنای ضمنی تعریف شده پیشین، می‌تواند به معنای ابزار وحشیگری و ستمگری به کار رود. فرهنگ به مثابه امری مبادلاتی بر این واقعیت تأکید می‌کند که فرهنگ همگون و ایستا نیست؛ بلکه پدیده‌ای در حال تحول و تغییر، متنوع و دارای وجوه بسیار است (تراسپی، ۲۰۰۰، ۲۴).

فرهنگ مجموعه‌ای از عناصر کوچک و بزرگ است که نمی‌توان هویت و حیات آن را از اجزایش جدا دانست؛ چنانچه وقتی بحرانی در یکی از عناصر فرهنگ رخ می‌دهد، از آن به بحران فرهنگی و گاه به بحران هویت و حیات انسانی یاد می‌کنند. لذا علی‌رغم اینکه شاید کمتر مفهومی به اندازه فرهنگ در معرض تفسیرها و تعبیرهای گوناگون باشد، اما به دلیل اهمیت آن، همواره کشش و جذبه خاصی به سویش مشاهده می‌شده است. کاربردهایی چون فرهنگ سیاسی، فرهنگ فراغت، فرهنگ کار، فرهنگ شهری یا چیزهایی از این دست نیز کار را به جایی رسانده‌اند که دیگر کسی درست نمی‌داند که فرهنگ به چه معناست. همین امروز هم در زبان فارسی فرهنگ را در معناهای مختلف به کار می‌گیرند: فرهنگ ترافیک، فرهنگ آپارتمان‌نشینی، فرهنگ روستایی یا فرهنگ ماشین‌سواری (پهلوان، ۱۳۷۸، ۱۱).

به‌گمان بسیاری، فرهنگ از درون زندگی انسان می‌روید؛ لیکن پس از تولد، بر پایه زندگی رشد می‌کند و انسان را از طبیعت خود جدا می‌سازد و به موجودی فرهنگی تبدیل می‌کند؛ به این معنا که در انسان قوه‌های پایه‌ای حسی نیز، با آنکه اساس ارگانیک دارند، در فضای زیست فرهنگی پرورش می‌یابند و دیدن و شنیدن و بوییدن نیز قالب‌های ارزشی و هنجاری به خود می‌گیرند. در جهان انسانی، این فرهنگ است که به هر کس می‌گوید چه چیزهایی دیدنی و شنیدنی و بوییدنی است و چه چیزهایی دل‌برهم زن و نفرت‌انگیز. با فرهنگ

در پس اندام‌های ظاهری، اندام‌هایی با روابط و تعاملات میان لایه‌های مادی و غیرمادی فرهنگ و یا لایه‌های بیرونی و درونی آن همواره یک سویه و تعین‌یافتگی آن‌ها همواره از درون به بیرون و از لایه‌های معنایی و غیرمادی به لایه‌های مادی نیست. به عبارت دیگر نباید تصور بر این باشد که لایه‌های درونی و معنایی فرهنگ یعنی نظام اعتقادی و ارزش‌های آن تعیین یک‌سویه سبک زندگی به عنوان لایه مادی فرهنگ را رقم می‌زند؛ بلکه در شرایطی لایه‌های بیرونی و مادی فرهنگ نیز بر لایه‌های درونی و معنایی آن تأثیرگذار بوده و اساساً رابطه میان ابعاد گوناگون و لایه‌های مختلف آن باید دو سویه و دیالکتیکی که در آن اجزا و ابعاد دارای برهم‌کنش‌هایی با یکدیگر می‌باشند به تصویر کشیده شود. بر این اساس، سبک زندگی تنها از عوامل درونی فرهنگ ناشی نشده و تغییر در آن می‌تواند به عواملی خارج از فرهنگ بومی نسبت داده شود که در نهایت اجزای دیگر را نیز متأثر خواهد ساخت (آشوری، ۱۳۸۶: ۱۴۴). به بیان دیگر، فرهنگ، خود موجودی است که زنده‌وار زایش و زندگی و مرگ دارد.

سبک زندگی در یک معنای عام و نه بر اساس آنچه در متون مطالعات فرهنگی به عنوان مسأله‌ای پست مدرن شناخته می‌شود؛ به عنوان تظاهرات بیرونی و علنی فرهنگ هر جامعه‌ای قابل ارزیابی است. سبک زندگی در این روایت، ظهور عینی و ملموس لایه‌های درونی فرهنگ، یعنی باورها و ارزش‌های آن فرهنگ است.

۵- رابطه فرهنگ، سبک زندگی و اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مدرن (یعنی انتزاع نظری، تحلیل ریاضی و اتکانش بر روش بی‌طرفانه علمی برای آزمون فرضیه‌ها) نمی‌تواند فارغ از ارزش باشد. به همین نحو می‌توان گفت که اقتصاد به مثابه کوشش عقلانی نمی‌تواند فارغ از فرهنگ باشد (تراسپی، ۲۰۰۰: ۲۷).

ویلیام جکسن «ماتریالیسم فرهنگی» را تأمین‌کننده ابزار ادغام مجدد فرهنگ به شکل اقتصاد در همان دنیای طبیعی و مادی می‌داند (Jackson, ۱۹۹۶, ۲۲۱). در واقع همان‌طور که کمسیون جهانی فرهنگ و توسعه سازمان ملل (۱۹۹۵) به نحوی کاملاً شفاف بیان کرده است، مفاهیم فرهنگ و توسعه در هر جامعه‌ای به طرز تفکیک‌ناپذیری در هم تنیده شده است.

اگر فرهنگ را مجموعه‌ای از ارزش‌ها، عقاید، سنت‌ها، آداب و رسوم و جز آن دانست که در خدمت تعیین هویت و به هم پیوستن یک گروه است، در این صورت دشوار نیست که بگوییم فرهنگ بر نحوه فکر و عمل افراد در گروه تأثیر می‌گذارد و همچنین تأثیر مهمی بر نحوه رفتار گروه به عنوان یک کل دارد (تراسپی، ۲۰۰۰، ۸۸).

در قلمرو محدود گفتمانی-عقلی علم اقتصاد می‌توانیم به هم‌پیوستگی مکاتب فکری، خواه مارکسیست، اتریشی، کینزی، نئوکلاسیک، کلاسیک جدید، نهادگرایی یا نظایر آن‌ها را به عنوان فراگردی فرهنگی تفسیر کنیم. با وجود این، تأثیر فرهنگ بر تفکر اقتصاددانان، از این هم بیشتر است؛ زیرا ارزش‌های فرهنگی که به ارث می‌برند یا می‌آموزند تأثیر عمیق و اغلب ناشناخته‌ای بر برداشته‌ها و نگرش‌هایشان دارد (تراسپی، ۲۰۰۰، ۲۷)؛ برای مثال، روح فردگرایی موجود در فرهنگ آنگولاساکسون را که نخستین بار در بحث آدام اسمیت

درباره تقسیم کار مطرح شد و سپس از جانب اقتصاددانان سیاسی ممتاز قرن نوزدهم به ویژه جان استوارت میل شرح و بسط یافت می‌توان فراهم کننده شرایطی برای انتشار انقلاب صنعتی در بریتانیا و ایالات متحده دانست (Landes, ۱۹۶۹).

سبک زندگی امروز غرب ناشی از این روح فردگرایی است و تبعات نامیمون چنین روحیه‌ای مشکلات امروز جامعه غرب است که می‌توان آن را در حوزه اجتماعی و اقتصادی مشاهده نمود.

نظریات اقتصاد سرمایه‌داری که تحت عنوان علم اقتصاد، مبنای کتاب‌های درسی اقتصاد در اکثر دانشگاه‌های مهم دنیا و نیز کشور ماست، ناشی از فرهنگ آنگولاساکسون است که در غرب به راحتی پذیرفته شده و مبانی اخلاقی آن نیز در کتاب «اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری» ماکس وبر توضیح داده شده است و آدم اسمیت به عنوان پدر علم اقتصاد و به دنبال آن سایر اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک از جمله ریکاردو، مارشال، بنتهام و فریدمن و... با تأثر از چنین فضای فرهنگی و اخلاقی به تبیین مبانی اقتصاد کلاسیک پرداخته‌اند که نتایج آن امروز تحت عنوان اقتصاد سرمایه‌داری، اصول حرکت اقتصادی و به تبع آن سبک زندگی اجتماعی و بنیان‌های فکری و اخلاقی غرب را تشکیل داده است.

اصطلاح «صنعت فرهنگی» در ۱۹۴۷ از جانب ماکس هورکهایمر و تئودور آدورنو از پیروان مکتب فرانکفورت به عنوان کیفرخواست مایوسانه کالایی شدن ذاتی در فرهنگ توده‌ای رایج شد. به نظر آنان فرهنگ به وسیله فن‌آوری و ایدئولوژی انحصارطلب سرمایه‌داری دگرگون می‌شود. به عقیده آن دو، تفسیر اقتصادی فراگردهای فرهنگی نشانه یک فاجعه بود. از آن زمان به بعد مفاهیم مربوط به کالایی شدن فرهنگ به شیوه‌های متفاوتی توسعه یافت که نشان‌دهنده بافتاری شدن‌های متفاوت فرهنگ درون یک قلمرو فراگیر اقتصادی است (Adorno & Horkheimer, ۱۹۴۷).

فرهنگ بر پیامدهای اقتصادی گروه از سه راه تأثیر می‌گذارد: ۱- فرهنگ بر کارایی اقتصادی تأثیر می‌گذارد؛ یعنی از طریق ترویج ارزش‌های مشترک درون گروه که راه‌های انجام فراگردهای اقتصادی تولید توسط اعضای گروه را تعیین می‌کنند. ۲- فرهنگ بر انصاف تأثیر می‌گذارد؛ برای مثال با القای اصول اخلاقی مشترکی که سبب می‌شوند دغدغه دیگران را داشته باشیم و بنابراین ایجاد سازوکارهایی را تشویق می‌کنند که این دغدغه به وسیله آن‌ها بیان می‌شود. ۳- می‌توان فرهنگ را تأثیرگذار بر اهداف اقتصادی و اجتماعی یا حتی تعیین کننده اهداف اقتصادی و اجتماعی دانست که گروه تصمیم می‌گیرد آن‌ها را تعقیب کند؛ مثلاً تعقیب پاداش مادی به نفع اهداف غیرمادی برای تأثیر بر آهنگ و مسیر رشد اقتصادی (تراسپی، ۲۰۰۰، ۸۸)

تفاوت در جهان‌بینی و اعتقادات و فرهنگ، به تفاوت در «اخلاق» می‌انجامد و تفاوت در «اخلاق» در تفاوت میان «سبک زندگی» هویدا می‌شود (حداد عادل، ۱۳۸۹، ۷۳).

اقتصاد ایران پس از جنگ در تکاپوی تحقق بخشیدن به اهداف اقتصادی انقلاب و دستیابی به توسعه اقتصادی طبق راهنمایی‌های صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی در دام اقتصاد بازار و سرمایه‌داری افتاد و پیامدهای فرهنگی این نظام اقتصادی در جامعه ایرانی بسیار شگرف بود. به تدریج به دلیل نظام انگیزشی سرمایه‌داری و فلسفه

فکری آدم اسمیتی، سودمحوری و نفع شخصی، به جای نفع جمعی فراگیر شد و سایر آثار مخرب فرهنگی این نظام همچون:

- ۱- فردگرایی،
 - ۲- کم اهمیت شدن نهاد خانواده،^۱
 - ۳- تقلید از سبک زندگی غربی،
 - ۴- کم رنگ شدن خصایص مهمی همچون ایثار و فداکاری در جامعه،
 - ۵- عدم تحقق عدالت،
 - ۶- عدم موفقیت در ریشه کنی فقر و نابرابری،
 - ۷- افول اخلاق در جامعه^۲ که شاید مهمترین اثر مخرب چنین طرز فکری بر جامعه ایرانی باشد،
- به تدریج آشکار گشت؛ اما متأسفانه اهداف اقتصادی مشخص شده از سوی صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی هیچ‌گاه محقق نشد و ایران به یک کشور توسعه‌یافته مبدل نگشت. حال پس از گذشتن سه دهه از انقلاب و عدم دستیابی به توسعه اقتصادی مطلوب، بازبینی در الگوهای توسعه دهه‌های گذشته لازم به نظر می‌رسد.

شرایط خاص جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری با جمعیت اکثریت شیعه، دارای اهداف و آرمان‌های متعالی، تأثیرگذار در منطقه خاورمیانه، قرار داشتن در نوک پیکان دشمنی‌های بین‌المللی و مقاوم در مقابل تهدیدها و زیاده‌طلبی‌های استکبار که خواهان الگو شدن برای جهان اسلام است، باعث شده تا روند اقتصادی، اجتماعی و به تبع آن سبک زندگی فعلی حاکم بر جامعه ایرانی مطلوب نباشد و به دلیل تداوم خصومت‌های استکبار با جمهوری اسلامی، دستیابی به الگوی جدیدی از پیشرفت که اهداف والای انقلاب اسلامی از جمله پیشرفت و عدالت و سبک زندگی اسلامی را فراهم نموده و در مقابل تهدیدات خارجی مستحکم و ضربه‌ناپذیر باشد لازم و ضروری به نظر می‌رسد. این الگوی جدید باید بر پایه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و روبنای اقتصاد مقاومتی استوار باشد. به طور کلی به دلیل ماتریالیستی بودن بنیان فکری نظام‌های غربی، اقتصاد مقاومتی تحت چنین نظام‌های اقتصادی و سیاسی به سختی امکان‌پذیر است؛ چرا که سودمحوری تنها فعالیت‌های سودمحورانه را منطقی و عقلی می‌داند؛ در حالی که در اقتصاد مقاومتی هدف تک تک افراد جامعه تنها حداکثر کردن سود و نفع شخصی نیست.

۱- هم‌اکنون بر اساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰، حدود ۷/۱ درصد خانواده‌های ایرانی به صورت مستقل و تک‌نفره زندگی می‌کنند. طبق این نتایج، نسبت به پنج سال گذشته، تعداد کسانی که به تنهایی زندگی می‌کنند و خانواده محسوب می‌شوند حدود دو درصد افزایش داشته است (سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۰، پایگاه مرکز آمار ایران).

بر مبنای گزارش سازمان ملی جوانان در سال ۸۹ تعداد سی درصد از جوانان شش کلان شهر تهران، مشهد، شیراز، اصفهان، تبریز و اهواز، زندگی مجردی دارند. نیز آمار وزارت ورزش و جوانان هم در سال ۱۳۹۱ نشان می‌دهد درصد دخترانی که در خانه‌های مجردی زندگی می‌کنند افزایش یافته است. همچنین همین وزارت‌خانه اعلام کرده است در شش کلان‌شهر تهران، شیراز، مشهد، اصفهان، تبریز و اهواز، سی درصد جوان‌ها زندگی مجردی دارند.

۲- در این مورد می‌توان به خطبه‌های نماز جمعه مقام معظم رهبری در بهمن ۱۳۹۰ اشاره نمود که افول اخلاقیات در جامعه و عدم تحقق عدالت را به عنوان انتقادات وارد بر نظام دانستند.

در تجربه اقتصاد ایران، عمده سیاست‌های اقتصادی مبتنی بر آموزه‌های اقتصاد سرمایه‌داری و اجرای برنامه‌های تعدیل ساختاری بوده است؛ هر چند شدت و ضعف آن در برهه‌های زمانی مختلف، متفاوت بوده است. این بنیان‌های فکری در نظام انگیزشی جامعه اثرات نامطلوبی را بر جای گذاشته و تغییرات سریع و مخربی در سبک زندگی مردم ایجاد کرده است که مانعی در تحقق اقتصاد مقاومتی به شمار می‌آید.

۶- لیبرالیسم و اقتصاد سرمایه‌داری؛ موانع تحقق اقتصاد مقاومتی

الف) - اصالت فرد در لیبرالیسم

انسان اقتصادی مورد نظر دیدگاه نئوکلاسیک، انسانی است که رفتارهایش می‌بایست به صورت ذره‌ای و اتمیستیک مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد؛ یعنی جدای از طبیعت و جدای از سایر انسان‌ها. بنیان فلسفی جدایی انسان‌ها از یکدیگر، فلسفه‌ای است که در آن تجربه فرد به عنوان سنگ محک حقیقت است؛ همان‌طور که جدایی انسان از طبیعت، قالب فلسفی خود را در جدایی واقعیات از ارزش‌ها و «هست» از «باید» می‌یابد (مومنی، ۱۳۸۶: ۹۲).

در دوران تعدیل ساختاری، همه چیز با نگرش اقتصادی محض بوده است و به صراحت از اولویت نداشتن توزیع عادلانه درآمدها و ثروت‌ها به میان می‌آمد و همه چیز منوط و موقوف به افزایش تولید اعلام می‌گشت و بحث از توزیع قبل از تولید را چیزی جز تقسیم فقر نمی‌دانستند. از دیدگاه اقتصاد سیاسی لیبرال، فقر جنبه فردی محض داشته و به عواملی از قبیل ریاکاری، راحت‌طلبی، اسراف یا بدشانسی افراد مربوط می‌شود. در عرصه اقتصادی بین‌المللی پل ساموئلسن معتقد است که حق رأی از آن آراء دلاری است و مسأله حق تصمیم‌گیری‌های اقتصادی بین‌المللی در مجامعی مانند صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی بر اساس قدرت اقتصادی و میزان سهام اعضاء تعریف شده است (مومنی، ۱۳۸۶: ۳۴).

هنجارهای فرهنگی جدید (خصوصی در برابر عمومی، فردی در برابر اجتماعی و ..)، همه در خدمت القای ارزش‌های خودخواهانه‌ای هستند که اقدام جمعی را تضعیف می‌کند. آمریکایی‌سازی فرهنگی شامل یورش همه جانبه به سنت‌های فرهنگی به بهانه مدرنیزاسیون حمله به تعهدات جمعی به بهانه فردیت و نفی دموکراسی از طریق کارزارهای عظیم رسانه‌ها با تأکید بر اشخاص است (پتراس، ۶۶).

این در حالی است که حتی امروزه در سطح کشورهای پیشرفته صنعتی به ویژه اروپایی، علاوه بر تأکید بر سنت‌ها و هویت ملی، در جستجوی تعریف هویت‌های جمعی دیگری هستند که بتواند آنها را نسبت به حملات فرهنگی آمریکایی‌ها واکسینه کند. در آمریکا، کشوری که چند صد سال از پیدایش آن نمی‌گذارد و عمده ساکنان آن را مهاجران از کشورهای مختلف و با هویت‌های متفاوت تشکیل می‌دهند، نیز یکی از آموزش‌های مهم در دوران تحصیل، آشنایی دانش‌آموزان با منافع ملی آمریکا و ایجاد هویت جمعی برای دفاع از منافع آمریکا در برابر تهدیدات بیرونی است. در حالی که ایران با داشتن هویت مستقل، کهن و ریشه‌دار و داشتن جمعیت اکثریت مسلمان، باید بیش از این در آموزش منافع ملی، هویت ملی، وحدت ملی و منافع جمعی به شهروندان خود به‌خصوص در دوران تحصیل کوشش نماید (سرخه‌دهی، ۱۳۹۱).

ب- انسان ضداجتماعی

در قرن بیستم فصیح‌ترین کشمکش میان فرد و جامعه را فروید داشته است. فروید در آخرین رساله‌های عمومی خود درباره فرهنگ، جامعه و فرد، روایت هابزی از نظریه سنتی قرارداد اجتماعی را بازگو می‌کند: زندگی بشر به صورت اجتماعی فقط از هنگامی آغاز می‌شود که گروهی از انسان‌ها با یکدیگر متحد می‌شوند و قدرتی برتر از هر یک از افراد به تنهایی پدید می‌آورند و در مقابل همه افراد همچنان متحد باقی بمانند. این جایگزینی قدرت متحد گروهی با قدرت آحاد انسانی گامی تعیین کننده به سوی تمدن است. جوهر این تغییر محدود کردن امکانات خشنودی خویش از سوی اجتماع است؛ حال آن که برای فرد چنین محدودیتی ناشناخته بود (Freud, ۱۹۰۹).

فروید مانند هابز بر این باور بود که هر فردی عملاً دشمن تمدن است و جامعه متمدن همواره در معرض پاشیدگی قرار دارد. این دید بدبینانه، استدلالی محافظه‌کار برای نظم و اقتدار - یا به قول فروید سرکوب- تلقی می‌شود. دلیل ضداجتماعی بودن انسان‌ها ضعفشان نیست؛ بلکه آنها به طور طبیعی تنها، خود، جنبنده و جویای منافع خویش هستند (آربلاستر، ۱۳۶۹: ۶۱). همنوایی و اتفاق نظر همواره مشکوکند. از دید لیبرال‌ها این مفاهیم مردم را صرفاً دنباله‌رو قرارداد یا سنت یا جماعت قلمداد می‌کند و عامل تمایلات خودجوش و مستقل خویش نمی‌داند. تنوع افکار و عقاید طبیعی است و اتفاق نظر و همنوایی صرفاً محصول نوعی فشار یا اعمال نفوذ است. آنتونی کروسلند حتی نسبت به اندیشه مشارکت مردمی گسترده نیز بدگمان است (آربلاستر، ۱۳۶۹، ۶۸).

انسان‌ها جدا از یکدیگرند؛ زیرا افراد از تمنیات و خواهش‌هایی جان می‌گیرند که در اساس، خودخواهانه و خودپرستانه‌اند. هر یک از آنها جویای ارضاء خویش‌اند و این بدان معنی است که نه تنها دنیای انسانی از ذرات منفصل و خواهان خوشنودی خویش تشکیل شده است، بلکه هر یک از این افراد ذره‌ای، دیگران را اشیایی تلقی می‌کنند که چنانچه جداً بر سر راه ما قرار نگیرند خنثی هستند و در غیر این صورت یاور یا مانع تحقق من و ارضاء امیال من‌اند (آربلاستر، ۱۳۶۹، ۶۸).

در این دیدگاه که بر پایه انسان ضد اجتماعی استوار است، اجتماع فاقد هویت مستقل است و توقع مشارکت و همبازی مردم برای تأمین اهداف جمعی و ملی در شرایط سخت و بحرانی مانند تحریم، جنگ و...، توقع مناسبی نخواهد بود. پیداست که هر قدر مردم به عنوان مهمترین پایه‌های یک جامعه از هم دورتر شده و فردگرایی تبلیغ و تشویق شود، جامعه از درون خالی و انگیزه‌های مشارکت در شرایط سخت سیاسی و اقتصادی کمتر خواهد شد. در این چارچوب مسائلی همانند مقاومت که از مؤلفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی است در عمل معنا و مفهومی نخواهد داشت و فردگرایی، فضایی چون ایثار، از خودگذشتگی، کمک به هم‌نوع و سایر مؤلفه‌های لازم برای اقتصاد مقاومتی را بی‌معنا خواهد نمود (سرخه‌دهی، ۱۳۹۱).

۷- اثرات مخرب سیاست‌های اقتصاد سرمایه‌داری بر سبک زندگی ایرانیان و موانع تحقق اقتصاد مقاومتی

از جمله تأثیرات مخرب اقتصاد سرمایه‌داری بر سبک زندگی ایرانیان که مانع مهمی در تحقق اقتصاد مقاومتی به شمار می‌روند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- مصرف‌گرایی
- ۲- رفاه‌طلبی و تجمل‌گرایی
- ۳- ضعف اخلاقیات در جامعه و کم‌رنگ شدن ارزش‌هایی مانند ایثار و از خودگذشتگی
- ۴- مدگرایی به جای خرید بر اساس نیاز
- ۵- عادت به استفاده از کالاهای وارداتی غیرضروری و عدم توجه به تولید ملی،
- ۶- سودمحوری
- ۷- فردگرایی به جای توجه به منافع جمعی
- ۸- عدم توجه به کار و تلاش و کسب روزی حلال و افزایش فعالیت‌های کاذب و سودمحور مانند سفته بازی و دلالی.

این فرهنگ حاکم بر جامعه امروزی، ضد توسعه و ضد ارزش‌ها و مفاهیم ناب اسلام است و مانع مهمی در تحقق اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود.

۸- راهکارهای اصلاح سبک زندگی برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی

باید به دنبال راهکارهایی برای برون‌رفت از موانع یادشده و حرکت در جهت اصلاح سبک زندگی به سوی تحقق اقتصاد مقاومتی باشیم. برای تحقق این مهم به راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت نیاز داریم.

الف) راهکارهای کوتاه‌مدت

راهکارهای کوتاه‌مدت باید بر این اصل استوار باشد که از شیوع بیشتر آفت‌های سبک زندگی اسلامی جلوگیری نماید؛ آفت‌هایی که تحت عنوان مانع در تحقق اقتصاد مقاومتی، بدان اشاره شد. راهکارهای کوتاه‌مدت عمدتاً مبتنی بر اصلاح فرهنگی است و یکی از بهترین و سریع‌ترین ابزار تحقق این امر، استفاده از رسانه‌ها است.

در کنفرانس بین‌دولتی درباره سیاست‌های فرهنگی توسعه که در آوریل ۱۹۹۸ در استکهلم برگزار شد، نخستین هدف سیاستی که ۱۵۰ دولت حاضر بر سر آن توافق کردند، این بود که «سیاست فرهنگی» را به یکی از مؤلفه‌های کلیدی «راهبرد توسعه» تبدیل کنند. همان‌طور که کمیسیون جهانی سازمان ملل درباره فرهنگ و توسعه (۱۹۹۵) نشان داده، مفهوم‌پردازی مجدد توسعه برحسب مفاهیم انسانی، فرهنگ را از حاشیه تفکر اقتصادی به مرکز صحنه می‌آورد (تراسپی، ۲۰۰۰؛ به نقل از اسکوبار، ۱۹۹۵).

یکی از آفت‌های سبک زندگی اسلامی و عیوب فرهنگی جامعه ایرانی، تقلید از سبک زندگی غربی است. رسانه‌ها به‌خصوص شبکه‌های ماهواره‌ای، سهم عمده‌ای در این تهاجم گسترده فرهنگی داشته و دارند. انواع انیمیشن‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های خارجی به‌ویژه شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای، منابع تقلید در سبک

معاشرت، دکوراسیون، تعاملات خانوادگی و زناشویی، مصرف و در یک کلام سبک زندگی ایرانیان هستند. پس برای شروع به کار اصلاح فرهنگی باید از ابزار رسانه در جهت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی و اصلاح سبک زندگی و فرهنگ استفاده نمود.

روی دیگر پدیده تقلید، «قهرمان‌سازی» است که واژه معادل آن در فرهنگ دینی «اسوه‌پروری» است. قهرمان‌ها گاه واقعی هستند و گاه خیالی، گاه در هیئت بشری هویدا می‌شوند و گاه مدینه فاضله‌ای هستند. اما به هر حال تمام انسان‌ها از ابتدای زندگی به طور غریزی تقلید می‌کنند.

اسوه‌ها یا قهرمان‌ها - چه ذهنی و افسانه‌ای و چه واقعی - بر سبک و روش زندگی انسان‌ها تأثیرگذار هستند. البته این موضوع در ابتدای امر نگران‌کننده نیست؛ زیرا از دیدگاه دین مبین اسلام، رسول خدا اسوه^۱ و الگویی برای تمام مسلمانان است و با تمسک و تقلید از سیره آن بزرگوار که نمونه انسان کامل و عقل کل است می‌توان راه سعادت دنیوی و اخروی را یافت. بنابراین تقلید که جزء غرایز انسانی محسوب می‌شود فی نفسه مذموم نیست و حتی باید در مورد مسائل مربوط به فروع دین از یک مرجع دینی تقلید نمود. بنابراین تقلید در زندگی انسان جزء لاینفک تربیت دینی است؛ اما مسأله مهم الگوها یا اسوه‌هایی هستند که از آنها تقلید می‌شود.

مسأله آن گاه وجهی نگران‌کننده به خود می‌گیرد که با فراخ‌تر شدن روزافزون عرصه تماس و تبادل فرهنگی از رهگذر گسترش رسانه‌های جهانی، به واسطه جلوه‌گری و جذابیت هنری نهفته در آن‌ها، که خصلت فطری زیبایی‌شناسی انسان را به خدمت می‌گیرند، اسوه‌های نامتناسب و گاه متضاد با ارزش‌ها و جهان‌بینی اسلامی و فرهنگ ایرانی وارد زندگی روزمره شود. بنابراین باید زمینه‌های رشد قلمروی معنوی فرهنگ را با گسترش عالم ارزش‌ها و هنجارهای آن دنیایی یا عالم نیک و بد فراهم کرد تا انرژی نیروهای فطری در جهت هویت و فرهنگ راستین به کار افتد و حقیقت و عشق به آن در جان او نمود یابد.

یکی از بهترین راه‌ها برای حرکت در این مسیر و برای رسیدن به سبک زندگی ایرانی-اسلامی، قهرمان‌سازی است. این قهرمان‌سازی باید در ساحت‌های مختلف و متناسب با سطوح و انواع مختلف مخاطب از کودک و خردسال تا پیر و کهنسال، از عامه مردم تا نخبگان جامعه صورت گیرد؛ چرا که بر خلاف آنچه غالباً بدان تأکید می‌شود که نگرش بر رفتار مؤثر است و لذا برای تغییر سبک زندگی باید نگرش افراد به مقولات مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را تغییر داد، به نظر می‌رسد که رفتار نیز نه تنها از تأثیر به‌سزایی بر نگرش برخوردار است، بلکه گاه خود را بر نگرش تحمیل می‌کند و به صورت تدریجی و نامحسوس نگرش فرد را متحول می‌سازد. آن گونه که امیر مؤمنین می‌فرمایند: کسی که خود را شبیه گروهی کند، به آن‌ها ملحق می‌شود و اندک هستند کسانی که چنین کنند و به آنان نپیوندند (جوادی آملی، ۱۳۹۰: ۳۱۸).

در این میان، رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در الگوسازی و فرهنگ‌سازی دارند و تلویزیون به عنوان رسانه‌ای مؤثر که امروزه حضوری پررنگ در خانواده دارد، سهم عمده‌ای از تغییرات را به خود اختصاص داده است. در

۱- لقد کان لکم فی رسول الله اسوة حسنة (احزاب، آیه ۲۱).

جامعه ایران، به دلیل بی‌رقیب بودن تلویزیون، این سهم دوچندان شده است. فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی به دلیل آموزش غیرمستقیم و پیام‌های تلویحی در متن خود، اثرات آموزشی و الگویی بیشتری نسبت به سایر ابزار دارند.

گیدنز در این زمینه می‌گوید: «ظهور تلویزیون بر الگوهای زندگی روزانه به شدت تأثیر گذارده است؛ زیرا بسیاری از مردم فعالیت‌های دیگر را پیرامون برنامه‌های تلویزیونی معینی تنظیم می‌کنند» (گیدنز، ۱۳۷۳: ۴۷۵). هر چند تغییر سبک زندگی که در سه دهه گذشته در جامعه ایرانی ایجاد شده، در کوتاه‌مدت امکان‌پذیر نیست اما می‌توان اقداماتی در این زمینه انجام داد؛ از جمله:

- ۱- تقویت روحیات و گرایش‌های دینی و معنوی مردم با تبیین صحیح مفاهیم دین مبین اسلام،
- ۲- ارائه اسوه‌ها و قهرمانان دینی و ملموس برای مردم در تمام گروه‌های سنی و موقعیت‌های اجتماعی،
- ۳- ملموس نمودن اسوه‌های دینی به زندگی امروزی از طریق بیان سیره اسوه‌های دینی،
- ۴- آشنا نمودن خانواده‌ها و افراد جامعه با بنیان‌های سست زندگی پر زرق و برق غربی، از جمله فروپاشی بنیان خانواده، بحران‌های اقتصادی مداوم و غیره،
- ۵- برنامه‌ریزی و کنترل دقیق فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیون،
- ۶- ارزشمند نمودن مصرف کالای داخلی و جلوگیری از تبلیغ کالاهای خارجی در رسانه‌ها،
- ۷- جلوگیری از رسوخ روزافزون شبکه‌های ماهواره‌ای در جامعه با انذار به مردم و نشان دادن نمونه‌هایی از جامعه که با الگوپذیری نادرست به قهقرا رفته‌اند،
- ۸- توجه دقیق به فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی و جلوگیری از استفاده کالاهای لوکس، خانه‌های اشرافی، مبلمان‌های گران‌قیمت در فیلم‌ها و سریال‌ها،
- ۹- ساخت فیلم‌ها و سریال‌ها و انیمیشن‌هایی با موضوعات اهمیت منافع ملی، منافع جمعی و مذمت فردگرایی و سودمحوری،
- ۱۰- تلاش برای ترویج فرهنگ کار و تلاش و کسب روزی حلال و نشان دادن مصادیق مال حرام در کسب و کار و زندگی.

این راهکارها به عنوان راهکارهای کوتاه‌مدت و ضرب‌العجلی برای آماده‌سازی فضای جامعه برای پذیرش الگو و سبک زندگی اسلامی و تحقق اقتصاد مقاومتی است.

ب) راهکارهای بلندمدت

پیداست که تغییر سبک و الگوهای زندگی که در جامعه نهادینه شده و اغلب طوری طراحی گردیده است که خوشایند افراد جامعه باشد، به این راحتی ممکن نیست و راهکارهای اشاره شده به عنوان کوتاه‌مدت تنها به عنوان بسترسازی برای تغییر روش فکری جامعه است؛ اما همان‌طور که اشاره شد بنیان‌های فکری سبک زندگی غربی بر پایه لیبرالیسم و اقتصاد سرمایه‌داری استوار است و فلسفه وجودی لیبرالیسم نه یک شبه بلکه حاصل چند قرن تلاش‌های فکری فیلسوفان اقتصاد سیاسی غرب است.

عصر روشنگری^۱ در غرب با انگیزه مبارزه با جهل و خرافه پرستی و استبداد برای ساختن یک زندگی بهتر بود. وظیفه فیلسوفان پروتستان اقتصاد سیاسی قرن‌های ۱۷ و ۱۸، مانند توماس هابز (۱۸۸۸-۱۹۷۹) جان لاک (۱۶۳۲-۱۷۰۴) و دیوید هیوم (۱۷۱۱-۱۷۷۶)، عمق بخشیدن به عقاید اقتصاد سیاسی بود. هابز نفع شخصی عقلایی (خودخواهی) را به عنوان خردگرایی مشروع و به عنوان اخلاق نظام سرمایه‌داری جدید محسوب می‌کرد (Richard peet & Elaine Hartwick, ۲۰۰۹، ۶).

دیوید هیوم انسان را به عنوان موجودی دارای امیال مصرفی می‌دانست. بیشترین منفعت نفع شخصی، حفظ اجتماع است. لذا نفع شخصی و خودخواهی مهمترین بخش حفظ اجتماع است. فیلسوفان روشنفکر از طرف سرمایه‌داران اولیه و برای حقوق و آزادی آنها نه حقوق کارگران و نه دهقانان و نه زنان و سیاه‌پوستان فکر می‌کردند (همان، ۳۶).

بنابراین فلسفه و مبنای فکری نظام سرمایه‌داری و لیبرالیسم اقتصادی که از فرهنگ آنگولاساکسون گرفته شده و توسط اندیشمندان اقتصاد سیاسی طی چند قرن تکمیل و تبدیل به علم امروز اقتصاد شده است هرچند مبنا و زیربناهای متضاد با اندیشه اسلام و سبک زندگی اسلامی دارد، ولی تدوین یک الگوی اسلامی برای زیست مسلمانی و تحقق اقتصاد مقاومتی، نیازمند روش‌شناسی الگو و تدوین و تبیین بنیان‌ها و اصول فکری و فلسفی آن، توسط دانشمندان و متفکران مسلمان است.

جهانی‌سازی ارزش‌های مادی‌گرایانه کار را مشکل ساخته و شکل استاندارد شده‌ای از فرهنگ عامه‌پسند توده‌ای را انتقال داده است، که تهدید بالقوه‌ای برای تمایز فرهنگ بومی است و شاید به بی‌خویشی و آشفتگی اجتماعی بینجامد. لذا یک هدف به طور فزاینده مهم در زمینه توسعه، عبارت است از آفرینش و پرورش ارزش‌های فرهنگی بومی. اکنون باید در تدوین برنامه‌ها و پروژه‌های خاص به طراحی حساب شده چنین دخالت‌هایی در سنت‌ها و نهادهای بومی، با استفاده از مهارت و دانش بومی و تأکید بر کنش‌های متقابل فرهنگی درون و میان جوامع توجه شود (تراسپی، ۲۰۰۰، ۲۴).

واضح است که ما چندین قرن از الگوسازی اسلامی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی عقب هستیم؛ اما این عقب‌ماندگی قابل جبران است و باید با توجه به اهمیت این موضوع بر سرنوشت جامعه، برای سرعت بخشیدن به این مهم، راهکارهای ممکن ارائه و مورد بررسی قرار گیرد. در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- بسیج تمام جامعه علمی اعم از متفکران دانشگاهی و حوزوی برای طراحی و تدوین تمدن بزرگ اسلامی،
- ۲- نظریه‌پردازی در حوزه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت،
- ۳- روش‌شناسی صحیح الگو،
- ۴- کوشش برای تدوین الگوهای اقتصاد کلان اسلامی،

- ۵- به حداقل رساندن تنش‌ها، خودبینی‌ها و جزم‌اندیشی‌های فکری در محیط‌های علمی برای استفاده حداکثری از تمام ظرفیت‌های فکری در جامعه به‌وسیله ایجاد تفاهم نخبگانی،
- ۶- سرعت بخشیدن به انجام امور و اولویت‌بندی مشکلات،
- ۷- بازبینی متون دروس رشته‌های علوم انسانی بر اساس مبانی اسلامی،
- ۸- استفاده از تمامی ظرفیت نخبگانی جامعه و کنار گذاردن ترجیح منافع حزبی، گروهی و سیاسی به منافع ملی و اهداف والای انقلاب، که مانع مهمی در تقریب آراء جامعه نخبگانی است.
- ۹- استعدادیابی در مدارس و دانشگاه‌ها و هدایت دانشجویان مستعد، توانمند و با انگیزه به رشته‌های علوم انسانی برای تأمین خلأ فکری موجود در تدوین علوم انسانی اسلامی و پاسخگویی به هزاران سؤال بر زمین مانده.
- ۱۰- کاهش تک‌رویی و فردگرایی در تحقیقات و پژوهش‌های علمی و افزایش روحیه کار تیمی و جمعی.

۹- نتیجه‌گیری

تحقق اقتصاد مقاومتی به عنوان یکی از الزامات اقتصاد ایران نیازمند شرایطی است که با توجه به سبک زندگی و فرهنگ کنونی حاکم بر جامعه ایرانی تحقق آن به راحتی امکان‌پذیر نخواهد بود؛ چرا که اقتصاد ایران پس از جنگ در دام اقتصاد سرمایه‌داری و لیبرالیسم به عنوان علم اقتصاد حاکم بر محیط‌های علمی و دانشگاهی دنیا افتاد و بدون توجه به الزامات فرهنگی و نظام انگیزشی و بنیان‌های فکری حاکم بر نظام سرمایه‌داری و لیبرالیسم، راهنمایی‌های صندوق پولی بین‌الملل و بانک جهانی را اجرا نمود که حاصل آن ایجاد سبک جدیدی از زندگی بود. این سبک جدید زندگی و فرهنگ حاکم بر بنیان‌های فکری آن آثار مخربی در حیطه اقتصادی و اجتماعی داشته است. در حیطه اقتصادی می‌توان به سودمحوری، فردگرایی، افول اخلاقیات، مصرف‌گرایی، عدم تحقق عدالت و رواج سفته‌بازی و دلالتی و کسب و کارهای غیرمولد و یا حرام اشاره نمود و در حیطه اجتماعی می‌توان به مدگرایی، سست شدن نهاد خانواده، رواج سبک زندگی غربی در تعاملات فردی و اجتماعی، فردمحوری و عدم توجه به منافع ملی و جمعی اشاره کرد. این آفت‌های سبک زندگی اسلامی ایرانی مانعی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی به عنوان یک ضرورت هستند. برای حل این معضلات راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدتی می‌توان مطرح نمود. در کوتاه‌مدت اهتمام به اصلاح فرهنگی از طریق رسانه‌ها به‌خصوص تلویزیون می‌تواند در بسترسازی برای اقتصاد مقاومتی حائز اهمیت باشد. مثلاً از طریق قهرمان‌سازی و اسوه‌پروری در فیلم‌ها، سریال‌ها و برنامه‌ها می‌توان در کوتاه‌مدت برای فراهم نمودن بسترهای لازم برای اقتصاد مقاومتی تلاش نمود. در بلندمدت برای تحقق اقتصاد مقاومتی و اصلاح سبک زندگی، ناگزیر از طراحی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت هستیم که این الگو مبتنی بر بنیان‌های فکری و نظام ارزشی دین مبین اسلام و فرهنگ ایرانی است.

منابع و مآخذ

- ۱- آشوری، داریوش (۱۳۸۶)، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ.
- ۲- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۰)، مفاتیح‌الحیاه، اسراء.
- ۳- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه آریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- ۴- آربلاستر، آنتونی (۱۳۶۹)، ظهور و سقوط امپریالیسم غرب، ترجمه عباس مخبر، نشر مرکز، چاپ اول.
- ۵- بهرامی احسان (۱۳۷۸)، «بررسی مؤلفه‌های بنیادین سازش یافتگی در آزادگان ایرانی»، رساله دکتری روان‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- ۶- تحلیل روزنامه خراسان از نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰ مرکز آمار ایران، گزارش سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۸۹ و آمار وزارت ورزش و جوانان در سال ۱۳۹۱.
- ۷- تراسپی، دیوید (۱۳۹۱)، اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، نشر نی، چاپ پنجم.
- ۸- جیمز پتراس، امپریالیسم فرهنگی در آستانه پایان قرن بیستم، ترجمه مجید رضایی، شماره ۲۰، ماهنامه نگاه نو.
- ۹- چنگیز پهلوان (۱۳۷۸)، فرهنگ‌شناسی، گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن، نشر پیام امروز.
- ۱۰- حداد عادل غلامعلی (۱۳۸۹)، مجموعه مقالات اولین نشست اندیشه‌های راهبردی.
- ۱۱- سراج‌زاده، س.ح. و توکلی، م. (۱۳۸۰)، «بررسی تعریف عملیاتی دینداری در پژوهش‌های اجتماعی»، نامه پژوهش، (۲۰ و ۲۱) ۲۷-۳۹.
- ۱۲- کوش، دنی (۱۳۸۱)، مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی، ترجمه فریدون وحیدا، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- ۱۳- کاویانی، محمد (۱۳۸۸) «تربیت اسلامی، گذر از اهداف کلی به اهداف رفتاری»، پژوهش میان رشته‌ای قرآن کریم، ش ۳.
- ۱۴- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز، چاپ دوم.
- ۱۵- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- ۱۶- مصباح یزدی، محمدتقی، سایت سبک زندگی اسلامی.
- ۱۷- مومنی، فرشاد (۱۳۸۶)، اقتصاد ایران در دوران تعدیل ساختاری، نشر نقش و نگار، چاپ اول.
- ۱۸- نوریان، مهدی و سیدغراب، محمد (۱۳۹۲)، پارادوکس تحلیل رفتار ایرانی با مقیاس غیرایرانی، سایت برهان.

۱- Adorno, Theodor and Horkheimer, Max, ۱۹۴۷. Dialektik der Aufklldrung: philosophische Fragment, London: Routledge.

- ۲- Borofsky, Robert, ۱۹۹۸. 'Cultural Possibilities', in UNESCO World Culture Report. Pp ۶۶-۷۵.
- ۳- Cooper, Catherine R. And Denner, Jill, ۱۹۹۸. 'Theories linking culture and psychology: universal and community specific processes', Annual Review of Psuchology ۴۹: ۵۵۹-۸۴.
- ۴- Freud: Civilisation and its Discontents, p ۵۹
- ۵- Jackson, William A., ۱۹۹۶. 'Cultural materialism and institutional economics' Review of Social Economy ۵۴: ۲۲۱-۴۴.
- ۶- Landes, David S., ۱۹۶۹. The Unbound Prometheus: Thechnological Change and Industrial Policy, London: Macmillan.
- ۷- Merriam-Webster. (۲۰۱۳). Folkway. Retrieved October ۲, ۲۰۱۳, from
- ۸- Richard peet & Elaine Hartwick (۲۰۰۹), Theories of development Contentions, Arguments, Alternatives, The Guilford Press., second edition
- ۹- Storey, J. (۲۰۱۰). Cultural Studies and the Study of Popular Culture. Edinburgh University Press.
- ۱۰- Williams, Raymond. ۱۹۷۶. Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, London: Fontana.

Archive of SID