زن در اقتصاد خانواده با نگاهی به فرهنگ اسلامی

حسنات بیانی*

چکیده

زن به عنوان یکی از ارکان خانواده، بر شرایط اقتصادی خانواده تأثیرگذار است. این تأثیر می‌تواند به دو صورت جلوه کند: اوّل تأثیر مستقیم بر اقتصاد خانواده که در قالب کار و فعالیت اقتصادی بیرون از منزل، کار خانگی و مدیریت منابع منزل به چشم ید. و دوّم تأثیر غیرمستقیم یا تأثیر فرهنگی که ناشی از نقش مادر به عنوان مربی، الگو برای فرزندان است.

آیات و روایات دلالت بر اباحه و حتی استحباب کار و فعالیت اقتصادی برای زنان می‌کنند و از این رهگذر نشان‌دهندهٔ اهمیّت بهبود وضع اقتصادی خانوادهٔ مسلمان هستند. تأثیر مادر بر تربیت کودک و شکل‌گیری شخصیت وی نیز امری است که در فرهنگ اسلامی پذیرفته و بر آن تأکید شده است.

واژگان کلیدی

زن، خانواده، فعالیت اقتصادی، کار، معیشت، فرهنگ اسلامی.

---

*. کارشناسی‌ارشد کلام‌اسلامی جامعه‌المصطفی ﷺ العالمیه، hasanat.bayani@yahoo.com

مقدمه

مباحث و پدیده‌های اقتصادی به کلیّت زندگی اجتماعی ما گره خورده است؛ به همین دلیل است که بخش مهمّی از گفتگوهای روزمره پیرامون درآمد، گرانی، کمبود بودجه، پول، فقر و ثروت و... است. می‌توان گفت که در زندگی اجتماعی امروزی، اقتصاد نقش بسیار مهمّی را ایفا می‌کند و چون مربوط به نیازهای اوّلیهٔ زندگی بشر است، حتی از مسائل فرهنگی و دینی بیشتر مورد توجه مردم قرار می‌گیرد. این سخن بدان معنا نیست که فرهنگ و دین هیچ تأثیری بر اقتصاد ندارند، بلکه با نگاهی عمیق‌تر، می‌بینیم که فرهنگ و اقتصاد رابطهٔ بسیار درهم تنیده‌ای دارند. و نیز، دین به عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی می‌تواند بر نحوهٔ زیست اقتصادی جامعه تأثیرگذار باشد. هدف از این پژوهش بررسی نقش خانواده بر اقتصاد در نگاه دینی است. زیرا خانواده عنوان کوچک‌ترین نهاد اجتماعی را یدک می‌کشد. بدیهی است که شرایط خانواده به عنوان جزء اجتماع بر شرایط کلیّت اجتماع تأثیرگذار است. یکی از جنبه‌های مربوط به خانواده جنبهٔ اقتصادی آن است که کارکرد مهّمی در شکل‌گیری، حفظ و بقای خانواده و در نتیجه اجتماع دارد. این رابطهٔ جزء ـ کل در مورد هر یک از اعضای خانواده نسبت به کلیّت خانواده برقرار است. زن یکی از دو هستهٔ مهّم تشکیل‌دهندهٔ خانواده است و به صورت سنتی نقش همسر ـ مادر ـ را در خانواده برعهده دارد. این جایگاه او باعث می‌شود تا بر شرایط اقتصادی خانواده تأثیرگذار باشد.

ضرورت

با توجه به تأثیر اقتصاد خانواده بر شرایط کلی اقتصاد جامعه و نیز نقش زن به عنوان یکی از اعضای تأثیرگذار خانواده به نظر می‌رسد بررسی نقش وی در اقتصاد خانواده می‌تواند در شناخت بهتر جایگاه وی و برنامه‌ریزی بلند مدت براقتصاد خانواده و نیز جامعهٔ اسلامی تأثیرگذار باشد.

پیشینه

برخی پژوهش‌های موجود در این موضوع به تأثیر خانواده بر اقتصاد جامعه پرداخته‌اند. و برخی تلاش کرده‌اند نسبت بین تعالیم اسلامی و اقتصاد را بیان کنند. برای نمونه به این دو پژوهش می‌توان اشاره کرد:

نقش فرهنگ بر الگوی مصرف، نویسنده: میثم موسایی.

خانواده و نقش آن بر اقتصاد مقاومتی، نویسنده: محمود اصغری

۱. کلیات

۱ـ۱. اقتصاد خانواده

واژۀ اقتصاد برگرفته از ریشۀ قصد به معنی قصد کردن و آهنگ کاری کردن است.(راغب اصفهانی، بی‌تا: ۶۷۲) کلمۀ اقتصاد به معنی میانه‌روی کردن در امور کاربرد داشته است و امروزه به نحوۀ مدیریت مالی به طور کلی چه در سطح فردی و چه در سطوح کلان‌تر اقتصاد گفته می‌شود.

لغت‌نامه عمید ذیل واژۀ اقتصاد می‌نویسد:

۱)دانش بررسی روش‌های کسب درآمد، مصرف کالاها و خدمات، روابط بازرگانی، و سازمان‌دهی امورمالی برای بهره‌برداری بهینه از منابع تولید ثروت.

۲) اسم مصدر [قدیمی] میانه‌روی کردن.

۳) اسم مصدر [قدیمی] به‌اندازه خرج کردن؛ تعادل دخل‌وخرج را نگه داشتن.

۴)[قدیمی] میانه‌روی؛ میانه‌روی در هر کار.(عمید، ۱۳۸۹: زیل واژه)

واژۀ اقتصاد به خودی خود بار ارزشی ندارد یعنی می‌تواند در کنار صفاتی همچون خوب، بد، موفق، ناموفق، کارآمد، ناکارآمد و... بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشد؛ امّا اگر به تنهایی به کار برده شود معمولاً معنای مثبتی از آن به ذهن متبادر خواهد شد.

وقتی سخن از اقتصاد خانواده است می‌توان هم نظر به معنای میانه‌روی و تعادل در دخل و خرج خانه کرد و هم نگاهی به روش‌های کسب درآمد خانواده و هم هر دوی این مؤلفه‌ها

را در نظر گرفت. در این صورت اقتصاد خانواده را می‌توان به صورت کلی اینگونه تعریف کرد: «اقتصاده خانواده یعنی چگونگی ساماندهی و مدیریت منابع خانه»(گلمکانی،۱۳۸۸: ۱۹)

۲ـ۱. نقش زن در اقتصاد خانواده

زن به عنوان یکی از اعضای اصلی خانواده (کوچک‌ترین خانواده متشکل از یک زن و یک مرد است.)، نقش تأثیرگذاری در خانواده دارد. زنان در تمام فعالیت‌های مربوط به خانواده اعمّ از تربیت فرزندان، مدیریت اقتصادی خانواده، الگودهی و الگوپذیری و... نقشی انکارناپذیر دارند.

الف) نقش مستقیم در اقتصاد خانواده

در فقه اسلامی، زن به غیر از تمکین، عدم خروج از خانه و پرداخت صدقه از مال شوهر با إذن وی، هیچ وظیفهٔ دیگر شرعی در خانه ندارد. (پاسخگو،۱۳۹۱) امّا از دیرباز پا به پای همسر در عرصه‌های مختلف از جمله تربیت فرزندان و فعالیت‌های اقتصادی خانه سهیم و مشارک بوده است.

۱. زنان شاغل

علیرغم این تصور رایج که زنان سنتی در مسائل مالی خانه تحت نفوذ شوهر بوده‌اند و نقشی در این زمینه نداشته‌اند، در یک خانوادهٔ سنتی زن به عنوان مادر نقش سنتی پرورش فرزند و در کنار آن به همکاری در فرایند تولید مشغول بوده است. (شرایطی که در نواحی روستایی بسیاری از کشورهای جهان سوم باقی مانده است.)(گیدنز،۱۳۷۳: ۴۱۹).

امروزه نیز بسیاری از زنان در بیرون از خانه به کار و فعالیت اقتصادی می‌پردازند که تأثیر منفعت مالی ناشی از آن در خانه انکارناپذیر است. در قرون اخیر با صنعتی شدن جوامع، دو انتخاب پیش روی بانوان قرار گرفت: بسیاری از زنان علاوه بر مراقبت از کودکان در داخل خانه برای کار به بیرون از خانه رفتند و بسیاری دیگر به صورت زنان خانه‌دار در آمدند، به قول آنتونی گیدنز، کارگران بی‌مزد خانگی که نقششان مراقبت از شوهر و کودکان بود.»(همان، ۴۲۰).

۲. کارخانگی زنان

امروزه بسیاری از زنان کاری را انجام می‌دهند که در گذشته خدمتکاران خانه انجام می-داده‌اند. زنان شستشو، نظافت، آشپزی و... را انجام می‌دهند. با این تفاوت که در گذشته تمام مردان از موهبت خدمتکار داشتن بهره‌مند نبودند امّا امروزه هر مرد متاهلی یک زن ـ خدمتکار در خانه دارد. کار خانگی زنان به همان اندازه برای اقتصاد ضروری است که اشتغال مزد بگیری. برآورد شده است که کار خانگی از نظر ارزش تقریباً معادل یک سوم کل تولید سالانه در یک اقتصاد امروزی است.(همان، ۵۴۵).

۳. مدیریت اقتصادی خانواده

از طرف دیگر با پیدایش و توسعه محل‌های کار جدا از خانه، تولید از مصرف جدا گردید. مردان یا به عبارتی «تولیدکنندگان» برای کار بیرون رفتند، خانه قلمرو زنان، مکانی شد که در آن کالاها در فرایند زندگی خانوادگی مصرف می‌گردید. بانوی خانه یک مصرف‌کننده شد، یعنی کسی که کار نمی‌کند و فعالیت تولیدی او از نظر پنهان شد. با این وجود شکی نیست که کار خانگی نوعی کار است و نیرو صرف می‌کند.(همان، ۵۴۶) جدا از ارزش اقتصادی کار خانگی زنان، وظیفهٔ مصرف‌کنندگی زنان نقش جدیدی را برای زنان ایجاد کرد: مدیریت مالی منابعی که مرد_تولیدکننده به خانه می‌آورد. این مدیریت می‌تواند بنابر فرهنگی که از آن متأثر است، مختلف باشد.

مؤلفه‌های اصلی مصرف

مؤلفه‌های اصلی الگوی مصرف که زن در خانواده (همسر ـ مادر) بر آن‌ها تأثیرگذار است عبارتند از: (موسایی، ۱۳۸۸: ۱۳۵).

سطح مصرف کالاها و خدمات

ترکیب کالاها و خدمات مصرفی

چگونگی کالاها و خدمات مصرفی

منظور از سطح مصرف آن بخش از آدرآمد است که به آن مخارج مصرفی گفته می‌شود که صرف خرید کالا و خدمات می‌شود. سطح مصرف افزون بر اینکه متأثر از فرهنگ است، تابعی از سطح درآمد است. (همان، ۱۳۶).

پس زن می‌تواند با کنترل سطح مصرف میزان پس‌انداز خانواده را کنترل کند و بدین ترتیب در بهبود وضعیت اقتصادی خانواده تأثیرگذار باشد. یا برعکس، مثلاً در یک جامعهٔ مصرفی، زن با خرید کالا و خدمات زائد بر نیاز، بر روند رشد اقتصادی خانواده تأثیر منفی می‌گذارد.

مراد از ترکیب کالاهای مصرفی این است که وزن هریک از کالاها و خدمات در سبد مصرفی خانوار چقدر است. در حقیقت بین انواع کالاها و خدمات بر سر ربودن بخشی از درآمد قابل تصرّف، رقابت است. اینکه سهم هریک چه مقدار است به دو عامل اساسی بستگی دارد:۱. قیمت‌های نسبی و۲. ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی.

در برخی از جوامع نوع خاصی از مصرف سفارش شده است و در برخی ممکن است همان مصرف ممنوع باشد. مثلاً در جامعهٔ اسلامی گوشت‌های نجس حرام هستند و از سبد خانوار حذف شده‌اند و یا در جامعهٔ هندوها که گوشت گاو را حرام می‌دانند سطح مصرف آن تقریباً صفر است.(همان، ۱۳۶-۱۳۷).

مؤلفهٔ سوم الگوی مصرف، چگونگی مصرف کالا، خدمات و محصولات تولیدی به طور کامل متأثر از سبک و شیوهٔ زندگی است. این بخش از مصرف کاملاً جنبهٔ فرهنگی دارد.(همان، ۱۳۷).

ب) تأثیر غیرمستقیم: الگودهی اقتصادی

همانگونه که در فراز بالا معلوم شد، بسیاری از وجوه تعیین‌کننده در اقتصاد خانواده، علاوه بر نیاز به راهکار اقتصادی صرف، نیازمند توجه فرهنگی خاصّ می‌باشد. اصلاح الگوی فرهنگی خانواده، و توجه به ارزش‌های اسلامی که بر اقتصاد خانواده تأثیرگذار است می‌تواند به اصلاح شرایط اقتصادی خانواده کمک کند.

زنان به عنوان مادر خانواده ـ مربی در تربیت فرزندان (در زمینه‌های مختلف از جمله اقتصادی) نقشی اساسی ایفا می‌کنند. با خروج مردان از خانه، زنان عملاً تبدیل به تنها الگو ـ یا مهّم‌ترین الگوی فرزندان می‌شوند. چراکه که کودک از همان ابتدای تولد تا حداقل هفت سالگی در ارتباط دائم و مستمر با مادر خود است

۱. هیچ تغییری به اندازهٔ تجارب کودک در خانواده‌اش نمی‌تواند روی رشد شخصیّت او تأثیر بگذارد. این تأثیرات از ماه‌های اوّل ارتباط کودک با تصویر مادرش شروع شده و در طول سال‌های کودکی و نوجوانی در ارتباطش با هردو والد وسعت می‌یابد. به این ترتیب اشکال مختلف دلبستگی که شیوه رفتار او را در موقعیت‌های مختلف تعیین می‌کند پایه‌گذاری می‌شود. این الگوها اساس تمام تجارب او و در نتیجه تمام برنامه زندگی‌اش می‌شود.(باربار اصفهانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۴۳) شخصیّت و رفتار کودک ناشی از شکل‌گیری دلبستگی اوست و مادر عامل اصلی این فرآیند است.

۲. نقش زن در اقتصاد خانواده با نگاهی به فرهنگ اسلامی: در این بخش، به بررسی نقش زن در اقتصاد خانواده در فرهنگ اسلامی می‌پردازیم. قبل از هر چیز بیان این نکته ضروری است که در فرهنگ اسلامی زن می‌تواند کار اقتصادی انجام بدهد و از نتیجهٔ کار خود بهره‌مند شود. بنابراین بسیاری از روایات اقتصادی که بیان شده است می‌تواند ناظر به مخاطب زن نیز باشد.

۱ـ۲. اباحهٔ کار و فعالیت اقتصادی زن در اسلام

با نگاهی به منابع تاریخی درمی‌یابیم که اشتغال زنان به معنای کار درآمدزا به خودی خود هیچ ممنوعیتی در اسلام ندارد، بلکه به عنوان یک واقعیت، فرض گرفته شده است. زنان مسلمان در زمان پیامبراکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله و امامان معصوم علیهم‌السلام در مشاغل گوناگونی همچون تجارت، خرما فروشی، صنایع دستی، ریسندگی، بافندگی، آرایشگری، خدمات خانگی، پرستاری، حضانت، اجاره املاک، چوپانی، عطر فروشی، تولید مواد خوشبو کننده و... به عنوان کار درآمدزا به فعالیت می‌پرداخته‌اند.

برای مثال در روایتی چنین آمده است که زنی به نام زینب عطاره نزد زنان پیامبراکرمﷺ آمد. پیامبرﷺ وارد خانه شد و او را نزد همسرانش دید. به وی فرمود: منزل ما را خوشبو کردی. زینب عرض کرد: منزل به بوی شما معطّرتر است. پس از این سخنان، پیامبرﷺ برخی از آداب و احکام خرید و فروش را برای وی بیان فرمودند. (کلینی، ۱۳۶۷: ۱۵۱).

در آیات متعدد در مورد حقّ مالکیت زنان به صراحت سخن به میان آمده و نسبت به پایمال شدن این حقّ هشدار داده است. قرآن‌کریم در مخالفت با بسیاری از نظام‌های حقوقی شناخته شده آن دوران، مالکیت زنان را به رسمیّت شناخته و اعلام نموده که «للرجال نصیب مما اکتسبوا و للنساء نصیب مما اکتسبن»(نساء:۳۲)؛ یعنی همان‌گونه که مردان اگر چیزی به دست آوردند، مالک آن می‌شوند، زنان نیز اگر مالی به‌دست آورند، مالک آن خواهند بود. این بیان، افزون بر پذیرش حقّ مالکیت برای زنان، جواز اشتغال و اجازه کار برای آنان را همانند مردان اثبات می‌کند؛ زیرا در این آیه کریمه، حلال بودن اکتساب یعنی تحصیل درآمد مفروض گرفته شده و سپس پیرامون مالکیت درآمد حاصل از آن، اظهار نظر شده است.

بنابراین، در تعالیم اسلامی منعی برای اشتغال زن نیست. اسلام حقوق زن و مرد را در کار و تلاش به رسمیّت می‌شناسد و تفاوتی بین ایشان قایل نیست. زن مسلمان با حفظ هویّت اسلامی خود هیچ‌گونه منعی برای اشتغال ندارد.

۲ـ۲.اهمیّت کار و فعالیت اقتصادی در اسلام

رشد و شکوفایی اقتصادی برای هر جامعه‌ای ارزش محسوب می‌شود. چه بسیار انسان‌هایی که بخاطر فقر حتی از دین خود گذشتند و یا ناگزیر به پذیرفتن کفار و جبار شدند و چه بسیار انسان‌هایی که با استفاده از رزق و روزی حلالی که در دستشان بود گره از کار دیگران گشودند. پیامبر اسلامﷺ در مزمت فقر می‌فرمایند: «کاد الفقر ان یکون کفراً» (کلینی، ۱۳۶۷: ج۲، ۳۰۷).

کار و کوشش قانون عام آفرینش برای شکوفایی اقتصادی و رفع فقر می‌باشد. هرکه این قانون را به درستی به کارگیرد دنیای او رونق می‌گیرد و شکوفا می‌شود و از مزایای نعمت‌های

حلال الهی بهره‌مند می‌گردد. پیامبراکرمﷺ با آگاهی از آثار مخرب و منفی فقر، و مزایای رشد اقتصادی می‌فرمایند: «طلب الحلال فریضه علی کل مسلم و مسلمه».(مجلسی، ۱۴۰۳: ج۱۰۰، ۹).

از نظر امام رضاؑ نیز ارزش معنوی کار بسیار بالا است و کسی که برای به دست آوردن روزی حلال برای خانواده‌اش تلاش می‌کند هم رتبه با مجاهدان در راه خداست: «إن الذی یطلب من فضل یکف به عیاله أعظم أجرا من المجاهد فی سبیل الله»(حرانی، ۱۴۰۴: ۴۴۵).

با توجه به مقدمهٔ گذشته، هر انسانی (زن ـ مرد) که برای طلب روزی حلال تلاش کند مخاطب این روایت می‌باشد. لذا اصل کلی این است که بر زن نیز هم چون مرد واجب است در طلب روزی حلال تلاش کند.

۳ـ۲. مصرف اسلامی و نقش زنان در حفظ این الگو

مصارف در اسلام به پنج گروه عمدهٔ حلال، مستحب، مباح، مکروه و حلال تقسیم می‌شود. این دسته بندی نظر به کیفیت مصرف منابع خانواده دارد و رعایت آن، عمل به مقتضای دستورالعمل الهی است که بر زندگی بشر بیشتر از خود او آگاهی دارد.

مصارف واجب که شامل مصرف برای ادامه حیات خود و افراد تحت تکفل انسان، مصرف برای حفظ جان انسان‌هایی که جانشان در خطر است، مصرف برای انجام واجبات عبادی مانند پرداخت انفاقات واجب و... است؛

مصرف مستحب (راجح) که شامل مصرف بیش از حد کفاف و توسعه زندگی در صورت نبودن افراد نیازمند در جامعه، انفاقات، صدقات مستحب و... است؛

مصرف حرام که شامل مصرف اشیایی کـه ذاتاً پاک نیستند و مصارف نامشروع و مصارفی که ضرر و زیان به مصالح جامعه اسلامی می‌زنند مانند: مصرف مسرفانه که در منابع دینی تحریم شده است؛

مصارف مکروه که شامل مصرف بیش از مقدار متعارف هر شخص با وجود نیاز بیـشتر برادران مؤمن است. سختگیری در مخارج زندگی (تقتیر) نیز از آن جمله است؛

مصارف مباح که شامل هر موردی است که یکی از احکام بالا را نداشته باشد. (موسایی، ۱۳۸۸: ۱۳۹)

با توجه به نقش سنتی زن در مدیریت مصرف منابع خانواده، کیفیت مصرف منابع نتیجه نگاه فرهنگی او به چگونگی مصرف است. زنی که در فرهنگ اسلامی رشد و نمو یافته و بر اساس آن زندگی خود را تنظیم کرده است، در هنگام مصرف منابع خانواده سعی می کند که از احکام اسلامی پیروی کند و با نظر به این وجه بر اقتصاد خانواده تأثیر گذار باشد. در کنار این موارد، در اسلام دو شرط مهّم و عمده برای مصرف وجود دارد: عدم اسراف و انفاق.

الف) انفاق

انفاق یکی از اصول بسیار مهّم در فرهنگ مصرف اسلامی است. خداوند در قرآن-کریم می‌فرماید: «لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ» (آل‌عمران:۹۲)

دقت در احکام و درستورهای اسلامی انسان مسلمان را به این باور می رساند که رویکرد اسلام در بحث منافع فردی و منافع اجتماعی با همه ی اهمیتی که برای هر دو قائل است، آنجایی که بین آن دو قابل جمع نیست، دعوت به ایثار و گذشت از منافع فردی و توجّه به منافع اجتماعی است.

بدین معنا که اگر انسان در جایی بین منافع فردی و منافع جامعه مخیر باشد، در صورتی که منافع امعه را مقدم بدارد به خاطر این انتخاب پاداش اخروی به او تعلّق می گیرد.(محمود، ۱۳۹۳: ۹۲) از این افراد در کلام امام علی﵇ اینگونه بیان و تحسین شده است: «إنّ للّه سبحانه عبادا یختصّهم بالنّعم لمنافع العباد یقرّها فی أیدیهم ما بذلوها فإذا منعوها نزعها منهم و حوّلها إلی غیرهم».(تمیمی‌آمدی، ۱۴۱۰: ج۱، ۲۲۵) یعنی به راستی که خداوند سبحان بندگانی دارد که نعمت‌هایش را، برای منافع دیگر بندگانش، به آن‌ها اختصاص داده است. تا زمانیکه آن‌ها بزل و بخشش می‌کنند، این نعمت‌ها در دست آنان باقی می‌ماند.

لذا در الگوی مصرف اسلامی، یک زن مسلمان با توجه به اصل انفاق و با رعایت حدودی که شرع برای مصرف او معین کرده است در نحوهٔ مصرف منابع خانواده تأثیرگذار است. با

نگاه اسلامی، در خانواده‌ای که اصل انفاق رعایت می‌شود، منابع مالی خانواده حفظ شده و چه بسا منجر به برکت و افزودگی این منابع شود همانگونه که خداوند در قرآن‌کریم می‌فرماید:«مَن جَاءَ بِالحَسَنَةِ فَلَهُ عَشرُ أمثَالِهَا» (انعام:۱۶۰).

ب) عدم اسراف

اسراف و تبذیر به معنای زیاده‌روی در مصرف است. در فرهنگ مصرفی غربی، اسراف یک پدیدهٔ منفی شمرده نمی‌شود. مصرف و زیاده‌روی در مصرف یک مزیت فردی است که ثروت و قدرت فرد را به رخ می‌کشد و به رشد اقتصاد لیبرالیستی کمک می‌کند. امّا اسراف بارها در قرآن‌کریم مذمت شده است. از مجموع آیه‌ها و روایت‌های مربوط به اسراف استنباط می‌شود که اسراف شامل هرگونه مصرفی که به صورت آشکار و عرفاً از حدّ متعارف و شأن فرد بیشتر باشد، است. در برخی از روایت‌ها «حدّ اسراف حدّ کفاف» «و در برخی حدّ وسط» «یا حدّ اقتصاد» تعریف شده است. (موسایی، ۱۳۸۸: ۱۳۹).

قرآن می‌گوید: «کلوا و اشربوا و لا تسرفوا انه لا یحب المسرفین»(اعراف:۳۱): از نعمت‌های الهی بخورید و بیاشامید ولی اسراف نکنید که خداوند مسرفان را دوست ندارد. همانگونه که گذشت بهره‌مندی از نعمت‌های الهی به خودی خود امری مباح و حتی پسندیده محسوب می‌شود امّا زیاده‌روی در این بهره‌برداری، گناهی نابخشودنی است و شخص اسراف-کار مبغوض درگاه الهی است. چون به صورت سنتی مسئولیت مصرف منابع بر عهدهٔ زن است تأثیری که زن با رعایت یا عدم رعایت این اصل، بر اقتصاد خانواده دارد بسیار زیاد است.

۴ـ۲. نقش زن در الگوسازی اقتصادی

عامل‌های متعددی در شکل‌گیری الگوی مصرف در هر جامعه‌ای دخالت دارد که مهّم‌ترین آن‌ها فرهنگ است. الگوی مصرف از جمله رفتارهای پایدار جامعه است و رفتارهای پایدار نیز ریشه‌های فرهنگی دارد و تغییر اساسی آن‌ها نیز بدون تغییر فرهنگ ممکن نیست. در جامعه اسلامی، مصرف در حدّ اعتدال قرار دارد و معنای رعایت حدّ اعتدال مصرف در حدّ کفاف است. در حالی‌که سطح مصرف بسیاری از کالاها بیشتر از حدّ اعتدال بوده و مسرفانه است و سطح مصرف برخی کالاها از حدّ کفاف یا اعتدال کمتر است. خانواده به عنوان مصرف‌کنندهٔ مستقیم

بسیاری از کالاها می‌تواند با اتخاذ روش‌هایی، سطح مصرف کالاهایی که از حدّ کفاف بالاتر است، به عنوان اسراف، کاهش داده و سطح مصرف کالاهایی که کمتر از حدّ ضرورت و کفاف است، افزایش یابد. در حقیقت اصول و قاعده‌های اسلامی بر کمیت و کیفیت مصرف اثرگذار است به گونه‌ای که با رعایت اصول و قواعد اسلامی سطح مصرف، ترکیب کالاهای مصرفی، و چگونگی مصرف خانواده تغییر خواهد کرد، یعنی هر سه مؤلفه الگوی مصرف از قاعده‌های اسلامی متأثر می‌شود.(موسایی،۱۳۸۸: ۱۴۴ـ۱۴۵)

زن به عنوان مدیر منابع موجود در خانه می‌تواند با به کارگیری روش‌های مختلف، قواعد اسلامی را بر مصرف خانه تطبیق داده و اقتصاد خانواده را مدیریت کند و یا بالعکس زنی که اهمیّتی به سیستم اسلامی مصرف ندارد، الگوی اسلامی مصرف را پیاده‌سازی نخواهد کرد.

بنابر معارف اسلامی نیز مادر نقش بسیار مهمّی در شکل‌گیری شخصیّت فرزند (در اینجا شخصیّت اقتصادی ـ رفتار اقتصادی) دارد. جدا از عواملی همچون وراثت «وانظر فی ای نصاب تضع ولدک فانّ العرق دسّاس» بنگر که فرزندت را در چه نسل و نژادی قرار می‌دهی زیرا رگ و ریشه خانوادگی در فرزند تأثیر می‌گذارد.(ابن ابی‌الحدید، بی‌تا: ج۱۲، ۱۱۷) که در شخصیّت فرد مؤثر است مسائل تربیتی فرد بسیار ناشی از شخصیّت مادر معرفی شده است.

مادر اوّلین مربی فرهنگی کودک و مؤثرترین فرد در تمام مراحل رشد است. مادر با نفوذ و تأثیر خود می‌تواند فکر یا صنعتی را در کودک پدید آورد و او را به سوی شرارت یا خیراندیشی سوق دهد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت فرهنگ جامعه تا حدودی ساختهٔ مادران و وابسته به آن‌ها است. اگر مادر از لحاظ فرهنگی غنی‌تر باشد بهتر می‌تواند خود را از گمراهی و فریب مصون دارد و فرزندان خود را از فساد و تباهی برهاند.(باربار اصفهانی، نجمه و دیگران، ۱۳۹۲:ص۵۶).

در همین راستا پیامبراسلامﷺ فرمودند: «إیاکم وتزوج الحمقاء فان صحبتها ضیاع و ولدها ضیاع»؛ از ازدواج با زن احمق بپرهیزید؛ زیرا همنشینی با او تباهی است و فرزندانش کفتار.(مجلسی،۱۴۰۳: ج۱۰۰، ۲۳۷).

مادر به عنوان الگوی فرزندان می‌تواند بر آنان تأثیر گذاشته و با تنظیم سبک زندگی و فرهنگ خانواده به سبک و فرهنگ اسلامی، نحوهٔ زیست اقتصادی آنان را تنظیم کند. تغییر سبک زیست اقتصادی فرزندان نیز در نهایت در شرایط اقتصادی خانواده مؤثر خواهد بود.

۵ـ۲. برخی راهکارهای موفقیت در اقتصاد خانواده

یک پژوهش (رضایی آهوانویی، ۱۳۹۰: ۱۶۰ـ۱۶۱) با نگاه دینی به مسألهٔ نقش زن در اقتصاد خانواده در نهایت چند راهکار را برای موفقیت در اقتصاد خانواده معرفی کرده و توضیح می‌دهد. این راهکارها عبارتند از:

برنامه‌ریزی اقتصادی

جمع‌آوری اطلاعات وضع موجود در بودجه خانواده

توازن دخل و خرج

نظم و ترتیب در مخارج خانواده

توجه به آموزه‌های دینی

انجام مشاوره‌های اقتصادی

پرداخت خمس و زکات و وجوهات شرعی

نتیجه

زن به عنوان همسر ـ مادر نقش بسیار مهمّی بر اقتصاد خانواده دارد. این تأثیر را می‌توان در دو حیطهٔ نقش مستقیم بر اقتصاد خانواده و نقش فرهنگی جست. زنان شاغل به صورت مستقیم بر افزایش درآمد خانواده تأثیر گذارند. زنان خانه‌دار نیز با برعهده گرفتن کار خانگی و نیز مدیریت منابع مالی خانواده تأثیر بسزایی در صرفه‌جویی منابع خانواده دارند.

کودکان نیز به عنوان دیگر اعضای خانواده بر اقتصاد خانواده تأثیر گذارند. زن به عنوان مادر، نقش مربی را برای کودکان خود ایفا می‌کند. از این رهگذر او می‌تواند با به کار بستن مبانی اقتصادی اسلامی (و یا با عدم به کار بردن مبانی اقتصادی اسلامی) به عنوان الگوی کودکان بر شکل‌دهی رفتار اقتصادی آنان مؤثر باشد.

منابع

- قرآن کریم.
- ابن ابی‌الحدید، شرح نهج‌البلاغه، تحقیق محمد ابوالفضل ابراهیم، بی‌جا، بی‌تا.
- اصغری، محمود، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، «خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی»، سال بیستم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۳.
- باربازاصفهانی، نجمه و دیگران؛ دو فصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، «مقایسهٔ نظریهٔ روانشناختی بالینی با تعالیم اسلام در ارتباط با نقش مادر در تربیت کودک» سال چهارم، شماره دوّم، پاییز و زمستان ۹۲.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، غررالحکم و درر الکلم، قم: دارالکتب اسلامی، ۱۴۱۰.
- حرّانی، حسن بن علی، تحف‌العقول عن آل‌الرسول۷، تصحیح علی‌اکبر غفاری، قم: مؤسسه نشر اسلامی جامعه مدرسین قم، ۱۴۰۴.
- راغب‌اصفهانی، حسین محمد، مفردات فی غریب‌القرآن، بیروت: دارالشامیه، ج۱، بی‌تا.
- رضایی آهوانویی، زهرا، فصلنامه طهورا،«نقش زن در اقتصاد خانواده»، شماره ۹، تابستان ۱۳۹۰.
- عمید، حسن، سرپرست تألیف و ویرایش: فرهاد قربان‌زاده، ناشر: اَشجَع، چاپ نخست: ۱۳۸۹
- گلمکانی، وجیهه، هنر تنظیم دخل و خرج خانه (اقتصاد خانواده)، مشهد: همیاران جوان، ۱۳۸۸.
- کلینی، محمّدبن‌یعقوب، الفروع من‌الکافی، تصحیح علی‌اکبر غفاری، تهران: دارالکتب اسلامیه، ۱۳۶۷ش.
- گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۷۳.
- مجلسی، محمّدتقی، بحار الانوار، بی‌جا، دارالاحیاء التراث ،۱۴۰۳ق.
- موسایی، میثم، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، «نقش فرهنگ بر الگوی مصرف»، سال نهم، شماره ۳۴، تابستان ۱۳۸۸.
- ۲۹/۰۷/۱۳۹۱ ۱۷:۲۶ شناسه مطلب: ۷۸۹۶۸ ؛

.http://www.pasokhgoo.ir/node/78968