

نقش رسانه بر تزلزل خانواده

(بررسی موردی تغییر سبک زندگی در اقتصاد خانواده)

زهرا رضائی^۱

فاطمه صدیق^۲

چکیده

نهاد خانواده جایگاه مهمی در اجتماع دارد، نهاد خانواده باعث رشد معنویات در جامعه می‌شود، چون انسان یک موجود اجتماعی است نیاز به رابطه با افراد اجتماع دارد و برای این رابطه باید اجتماع کوچکی به آسم خانواده را تشکیل دهد و منبع آرامش انسان در تشکیل خانواده است، مشکلات شخصی و مشکلات خانوادگی در بستر خانواده حل می‌شود و از طرفی هم تاثیر می‌گذارد بر روی حل مشکلات اجتماعی، رکن بنیادین جامعه بشری خانواده است و خانواده‌ها دربردارنده فرهنگ‌های گوناگون هستند خوشبختی و شقاوت امت‌ها به خاطر آگاهی و یا ناآگاهی خانواده‌هاست، جامعه در صورتی سالم می‌شود که خانواده‌هایی سالم و پایدار داشته باشد. عوامل گوناگونی باعث تزلزل خانواده‌ها می‌شود و یکی از آنها رسانه است. رسانه از راه‌های مختلف باعث تزلزل خانواده می‌شود از جمله این راه‌ها جذب شدن به ارزش‌های بیگانه، خودنمایی و زندگی ویترونی، ایجاد سوء تفاهم و سرد شدن روابط زوجین و باعث تغییر در شیوه زندگی می‌شود، و از جمله مهم‌ترین این تغییرها: تغییر سبک زندگی اقتصاد در خانواده است که بر درآمدها و مصارف خانوادگی اثر می‌گذارد. پژوهش حاضر به روش توصیفی و تحلیلی و با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای، و با هدف تبیین نقش رسانه بر تزلزل خانواده (بررسی موردی تغییر سبک زندگی در اقتصاد خانواده) انجام گرفته است.

کلیدواژه‌ها: رسانه، خانواده، تزلزل خانواده، سبک زندگی، سبک زندگی اقتصادی

^۱ طلبه سطح دو، حوزه حضرت معصومه (سلام الله علیها)، جعفریه
^۲ طلبه سطح دو، حوزه حضرت معصومه (سلام الله علیها)، جعفریه

مقدمه

انسان یک موجود اجتماعی است که برای زندگی دسته‌جمعی آفریده شده است. تحقق مفهوم واقعی زندگی، به تشکیل خانواده نیاز دارد و بدون این اجتماع کوچک، زندگی طبیعی برای او امکان‌پذیر نیست. لذا وقتی انسان از تشکیل خانواده و زندگی اجتماعی که در نهاد و فطرت او است فاصله بگیرد در واقع از قوانین آفرینش منحرف شده و گرفتار عکس‌العمل‌های منفی شدید می‌شود، زیرا رهبانیت بر خلاف اصول فطرت و طبیعت انسان است و مفسد زیادی به بار می‌آورد.

اسلام آیینی اجتماعی است و خانواده یک اجتماع کوچک است؛ لذا در مقیاس وسیع جامعه، مقیاسی کوچک به نام خانواده قرار دارد. (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ج ۱۳، ص ۱۴۹) به نحوی که اگر در تشکیل واحدهای بزرگ اجتماعی و کل جامعه انسانی بیندیشیم خانواده به شدت خود نمایی می‌کند. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۶، ج ۲، ص ۴۴۷)

مسئله تشکیل خانواده براساس الگوها و معیارها و ارزش‌های صحیح، از یکسو رابطه مستقیم و نزدیکی با حل مشکلات خانوادگی و نابسامانی‌های شخصی مردم دارد، و از سوی دیگر نیز پیوند روشنی با حل مشکلات اجتماعی دارد.

اهمیت پرداختن به موضوع «تحکیم خانواده»، ریشه در اهمیت نهاد خانواده دارد. نهاد مقدس خانواده، رکن بنیادین اجتماع بشری و محمل فرهنگ‌های گوناگون است تا آنجا که سعادت و شقاوت امت‌ها، مرهون رشادت و ضلالت خانواده می‌باشد. اولین شرط داشتن جامعه‌ای سالم و پویا، سلامت و پایداری خانواده است.

خانواده‌ی متزلزل خانواده‌ای است که در آن به دلایل گوناگون، روابط اعضای خانواده از محبت و عاطفه تهی است و اساساً روابط دوستانه‌ای میان آنان حاکم نیست؛ زندگی مشترک برای افراد خانواده تعهدی ایجاد نکرده است و پابندی در خانواده دیده نمی‌شود. تزلزل در خانواده پیامدهای منفی بسیاری دارد از جمله اینکه: هیچ یک از افراد به حمایت اعضای خانواده‌امید ندارند؛ انگیزه‌ی زندگی برای افراد بسیار کم رنگ است؛ بدبینی، عیب‌جویی، لجبایت و منفی‌گرایی فراوان مشاهده می‌شود.

عوامل متعددی موجب تزلزل در خانواده می‌شود که یکی از آنها رسانه است. رسانه از طرق مختلف در تزلزل خانواده تأثیر دارد. از جمله این طریق‌ها، عدم نظارت والدین و دوری اعضای خانواده از یکدیگر، جذب شدن به ارزش‌های بیگانه، بلوغ زودرس، شکاف میان نسل‌ها و از مهم‌ترین آنها تغییر سبک زندگی

است. این تغییر سبک در زندگی، در حوزه‌های مختلفی ممکن است اتفاق بیافتد که یکی از این حوزه‌ها تغییر سبک زندگی در اقتصاد خانواده است.

موضوعی که پژوهش حاضر به آن پرداخته، در آثار متعددی مورد توجه پژوهشگران بوده است، از جمله: محمد مهدی لیبی در مقاله رسانه‌ها و ناهنجاری‌ها در خانواده چنین می‌نویسد که: خانواده به عنوان مهم‌ترین نهاد اجتماعی تأثیری فزاینده بر ایجاد آسیب‌های اجتماعی دارد و رسانه‌ها نیز به عنوان ابزارهای قدرتمند بر افکار و اندیشه زوجین و روابط آنها با فرزندان موثر واقع می‌شوند گرچه رسانه‌ها می‌توانند به صورت مستقیم تمام آحاد جامعه را تحت تأثیر قرار دهند، اما تأثیر مهم آنها از طریق اثرگذاری بر نهادهایی چون خانواده حاصل می‌شود. منصوره حسینی‌منش در مقاله رسانه و تحکیم خانواده اینچنین می‌نگارد که: جهان امروز در مسیر دگرگونی و تغییر و تحولات فزاینده‌ای قرار گرفته است و در عین حال با چالش‌ها و بحران‌های نو جدیدی در عرصه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... روبه رو شده است و اینک آنچه به نظر می‌رسد بخشی از این تغییر و دگرگونی مربوط به شکاف نسلی در خانواده به عنوان کوچکترین و البته مهمترین نهاد اجتماعی رخ داده است. اعظم نوری در مقاله عوامل تحکیم و استحکام خانواده اینچنین می‌نویسد که: خانواده مناسب‌ترین جایگاه برای تامین نیازهای انسان و بهترین بستر برای تامین امنیت و آرامش روانی است. با این حال در عصر حاضر نظام خانواده دچار مشکلات و چالش‌هایی شده که کم کم آن را به سستی و تزلزل می‌کشاند. مهم‌ترین عامل تحکیم و ثبات یا تزلزل و فروپاشی نهاد خانواده چگونگی رابطه‌ها و داد و ستد عاطفی میان اعضای خانواده به ویژه رابطه زن و شوهر است. عوامل مختلفی در تحکیم و یا تزلزل آن نقش دارند که می‌توان به طور کلی آنها را به عوامل فردی و اجتماعی تقسیم کرد.

پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که رسانه چگونه با تغییر در سبک زندگی اسلامی در اقتصاد خانواده موجب تزلزل خانواده می‌شود؟ و برای پاسخ به پرسش یاد شده در ابتدا نقش رسانه در شیوع ناهنجاری‌ها و ضد ارزش‌های اخلاقی را بررسی می‌کند و در ادامه به نقش این ناهنجاری‌ها و ضد ارزش‌های اخلاقی در تزلزل خانواده می‌پردازد.

۱. مفهوم شناسی

۱-۱. رسانه

رسانه به معنای هر وسیله انتقال‌دهنده است (معین، ۱۳۸۱، ج ۱، ص ۷۴۱) تعریف رسانه در معنای عام بر روش یا ابزار فنی یا مادی تغییر شکل پیام به علاماتی دلالت دارد که مناسب انتقال از یک مجرای معین است. در معنای محدودتر، به واسطه مادی انتقال علائم دلالت می‌کند. از آنجا که تولید پیام واکنشی به نیاز مخاطب است، تنوع مخاطبان انسانی و نیازهای متفاوت آنان، استفاده‌های متفاوتی از رسانه‌ها و اطلاعات رسانه‌ای را ایجاب می‌کند. (رستمیان، ۱۴۰۱، ص ۵)

در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی، مقصود از رسانه، وسیله رساندن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است. امروز این وسایل جزء جدانشدنی زندگی ما شده‌اند و برای شناخت بهتر و بیشتر، می‌توان آنها را به رسانه‌های سنتی، مدرن و نوین تفکیک کرد. (حسنی، ۱۳۸۵، ص ۸۶)

رسانه نیازها و خواست‌های عمومی مردم را به تصویر می‌کشد. رسانه‌های گروهی این توانایی را به‌عنوان نخستین نماینده تولید دانش، انتشار، ترویج علوم، فنون و نیز به‌عنوان ناظر عمومی و کارگزار اطلاعات دارند. بحث قابل‌توجهی در مورد تأثیرات رسانه در آرایش رفتار و تفسیر الگوهای مصرف وجود دارد. بعضی ادعا دارند که نگرش یا ذهنیت اولیه در اکثر مردم، از اخبار و دیگر رسانه‌های گروهی ناشی می‌شود. کارشناسان دیگر استدلال می‌کنند که جرائم و دیگر رسانه‌ها نقش کلیدی را در شکل‌گیری نظم، ثبات و تغییر دارند. بدون شک رسانه نفوذ انکارناپذیری در شکل‌گیری رفتار و منش یکایک افراد جامعه خواهد داشت. رسانه‌های گروهی به‌وسیله آموزش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، آموزش چگونگی ارتباطات اجتماعی و تزریق اصول اخلاقی مطلوب در اذهان مردم جامعه نقش ارزشمندی در شکل‌گیری شخصیت و رفتار در میان آحاد جوامع انسانی و ملت‌ها خواهد داشت. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۷)

۱-۲. سبک زندگی

سبک به معنای: طرز، شیوه، روشی خاص که هنرمند ادراک و احساس خود را بیان می‌کند. (معین، ۱۳۸۱، ج ۱، ص ۸۲۷) زندگی به معنای: ۱- زنده بودن، زیست، حیات. ۲- مدت عمر. ۳- وضع مالی. ۴- مال و منال. (معین، ۱۳۸۱، ج ۱، ص ۷۹۲)

سبک زندگی روش‌های متفاوت زندگی را نشان می‌دهد؛ برای نمونه، تفاوت بین زندگی شهری و زندگی روستایی. این اصطلاح همچنین می‌تواند مقایسه‌ی شیوه‌های زندگی کشف‌شده در میان گروه‌های متفاوت را در جامعه نشان دهد؛ برای نمونه، جوان، بیکار، منحرف. اصطلاح سبک زندگی به معنای «طرز زندگی» نیز مفهوم‌سازی شده است. طرز زندگی، بیشتر از طریق ارزش‌ها و روش‌های مصرف شناخته می‌شود که ناشی از تمایز فزاینده جوامع سرمایه‌داری پیشرفته است. (طرزی، ۱۳۹۳)

به عبارت دیگر هر مجموعه منسجمی از الگوهای رفتاری برآمده از آموزه‌های دینی را می‌توان یک سبک زندگی دینی به شمار آورد که در چارچوب معین‌شده از طرف دین قرار داشته باشد. (فاضل قانع، ۱۳۹۱، ص ۱)

۱-۳. اقتصاد

اقتصاد در فارسی به معنای میانه‌روی و متعادل بودن دخل و خرج است و در اصطلاح، عموماً تعریف پذیرفته شده‌ای در میان اقتصاددانان وجود ندارد؛ زیرا تعاریف داده شده در درجه نخست از جامعیت لازم برخوردار نبوده و در ثانی با مسلم فرض کردن موضوعات، این تعاریف به دور باطلی از تعاریف جدید کشیده می‌شود؛ با این همه تعریفی که اکثر اقتصاددانان بر روی آن اتفاق نظر دارند عبارتند از: «مطالعه چگونگی استفاده از منابع کمیاب جامعه به منظور تولید کالاهای با ارزش و توزیع بین افراد مختلف است. (دومینیک سالواتوره، ۱۳۹۲، ص ۶) به عبارت بهتر، علم اقتصاد بررسی روش‌های مختلف با هدف به کار بردن منابع کمیاب و محدود جامعه برای تولید انواع کالاها و خدمات در جامعه به منظور ارضاء و تامین هر چه بیشتر و بهتر خواسته‌ها و نیازهای نامحدود افراد جامعه در علم اقتصاد صورت می‌گیرد. (امیررحیمی و بختیاری، ۱۳۸۲، ص ۹۲)

در تعریف اقتصاد باید خاطر نشان کرد که این مفهوم یک علم اجتماعی است که به تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌پردازد و چگونگی انتخاب افراد، مشاغل، دولت‌ها و ملت‌ها را در مورد نحوه تخصیص منابع مشخص می‌کند. اقتصاد بر اعمال انسان‌ها تمرکز دارد، بر این فرض که انسان‌ها با رفتار منطقی عمل می‌کنند و به دنبال بهینه‌ترین سطح سود یا مطلوبیت هستند. واحدهای سازنده اقتصاد، مطالعات کار و تجارت هستند و از آنجا که کاربردهای زیادی از کار انسانی و راه‌های مختلفی برای به دست آوردن منابع وجود دارد، وظیفه علم اقتصاد این است که تعیین کند کدام روش‌ها بهترین نتایج را دارند. به طور

یک زندگی بی نقص متأسفانه پایانی ندارد و گاهی وی را وادار به کارهایی می‌کند که برخلاف اصول اخلاقی و خط قرمزهای اوست. مثل ربا و رشوه خواری و...

رسانه مانند یک تیغ دو لبه، همانگونه که می‌تواند در کاهش وقوع این قبیل زشتی‌ها موثر باشد، تاثیر مخرب در افزایش بروز آن‌ها نیز خواهد داشت و باعث عادی سازی و از بین رفتن قبح آنها می‌شود. درآمدهای حاصل از این راه‌ها، که بر طبق آموزه‌های دین ما حرام هستند و تاثیرات مخرب آن بر فضائل وجودی و ذاتی انسان غیر قابل انکار است، بر اخلاق و رفتار آدمی و بالطبع خانواده غیر قابل چشم پوشی خواهد بود. ذکر این نکته به جا خواهد بود که رسانه با آموزش درست، از فقر فرهنگی جلوگیری می‌کند یعنی با بی‌خردی و بی‌سوادی و اعتقادات خرافی مبارزه و آن‌ها را اصلاح می‌کند. فقر فرهنگی با رفتارهایی مثل تجمل گرایی به فعلیت می‌رسد و آنگاه فقر اجتماعی می‌آورد و به دنبال آن فقر اقتصادی گریبانگیر جامعه می‌شود.

با جلوگیری و مبارزه با فقر فرهنگی در بستر رسانه‌های موثر و توجه به آموزه‌های دین مبین اسلام و بالطبع دوری از فقر اجتماعی و اقتصادی می‌شود شاهد پدیده‌های بغرنج کودکان کار و فرار از خانه و... نبود. ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است گسست و فروپاشی بسیاری از خانواده‌ها در عصر حاضر به دلیل فقر، این معضل شوم و خانمان برانداز است.

فهرست منابع

- قرآن کریم
- نهج البلاغه

۱. ابن منظور، محمد بن مکرم، بیروت، دارالبیروت العلمیه، ۱۴۰۸ ق
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت، دار الفکر، چاپ سوم، ۱۴۱۴ ق.
۳. ابوهلال عسکری، حسن بن عبدالله، الفروق اللغویه، مصر، دار العلم، ۱۴۱۴ ق.
۴. اسمعیلی اتشگاه، مصطفی، فصل ششم سرقت، بلوغفا، ۱۳۹۲، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

blogfa.com

۵. اکبری، محمود، اخلاق و احکام کارمندی، قم، فقیان، ۱۳۹۱
۶. امیررحیمی، حسن؛ بختیاری، حمید، اقتصاد خرد و کلان، تهران، شرکت نشر و چاپ بازرگانی وابسته به مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲

۷. بروجردی، حسین، منابع فقه شیعه (ترجمه جامع احادیث الشیعه)، تهران، فرهنگ سبز، ۱۳۸۸
۸. بلاغی، سید عبدالحجه، حجه التفاسیر و بلاغ الاکسیر، قم، حکمت، چاپ اول، ۱۳۸۶ ش.
۹. بهار، تأثیرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف زندگی، عطارک، ۱۴۰۰، مشاهده شده در ۱۴۰۳، attarak.ir
۱۰. حر عاملی، محمد بن حسن، تفصیل وسائل الشیعه إلى تحصیل مسائل الشریعه، قم، مؤسسه آل البيت علیهما السلام لإحياء التراث، ۱۴۱۶ ق
۱۱. حسنی، محمد، فرهنگ و رسانه‌های نوین، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۵
۱۲. حسینی شاهرودی، سید علی، محاضرات فی فقه الجعفری، قم، دار الکتاب الإسلامی، ۱۴۲۹ ق
۱۳. حقی برسوی، اسماعیل، تفسیر روح البیان، بیروت، دارالفکر، ۱۴۰۵ ق
۱۴. حیدریان، محمد رضا، ربا در اسلام، مؤسسه تحقیقات و نشر معارف اهل‌البيت علیهما السلام، ۱۳۹۴، مشاهده شده در ۱۴۰۳، ahlolbait.com
۱۵. خطابی هیکویی، اسحاق علی، تعریف مد و مد گرایی، بلوگفا، ۱۳۹۰، مشاهده شده در ۱۴۰۳، blogfa.com
۱۶. خمینی، روح الله؛ مراجع تقلید، مناسک حج (امام و مراجع)، قم، پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۷ ش)
۱۷. خمینی، روح الله، صحیفه نور، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ۱۳۶۱ ش
۱۸. دومینیک سالواتوره، یوجین آ. دیولیو، اصول علم اقتصاد، تهران، کوهسار، ۱۳۹۲
۱۹. دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، ۱۳۷۳ ش
۲۰. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات الفاظ قرآن، دمشق، دارالقلم، چاپ اول، ۱۴۱۲ ق.
۲۱. رحمتی، محمد مهدی، تیپ شناسی انواع خانواده؛ از خانواده متعالی و متعادل تا متزلزل و متلاشی، خبرگذاری مهر، ۱۳۹۱، مشاهده شده در ۱۴۰۳، mehrnews.ir
۲۲. رستمیان، محمد، کارویژه‌های امنیتی رسانه‌ها، قم، زمزم سحر، ۱۴۰۱
۲۳. الرضی، شریف، نهج البلاغه، قم، انتشارات دارالمجره، ۱۳۷۹
۲۴. شبر، عبدالله، اخلاق، قم، هجرت، چاپ اول، ۱۳۷۴ ش
۲۵. شریف الدین، سید حسن، تحلیل اجتماعی از صله رحم، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۸

۲۶. شعبانی، حجت، اثرات مثبت و منفی اینترنت بر زندگی، حوزه نت، ۱۳۹۲، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

hawzah.net

۲۷. شهید ثانی، زین الدین بن علی، مسالک الافهام، مؤسسه معارف اسلامی، قم، ۱۴۱۳ ق

۲۸. طباطبایی قمی، تقی، عمده المطالب فی التعليق علی المکاسب، قم، محلاتی، ۱۳۷۱ ش.

۲۹. طباطبایی، سید محمدحسین، المیزان، قم، انتشارات اسماعیلیه، چاپ پنجم، ۱۳۷۱ ش.

۳۰. طباطبائی یزدی، سید محمدکاظم، تكملة العروة الوثقی، قم، مكتبة الداوری، ۱۴۱۴ ق

۳۱. طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان، تهران، ناصر خسرو، ۱۳۷۲ ش

۳۲. طرزی، تقی، مفهوم سبک زندگی، سایت شهروندان، ۱۳۹۳، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

shahrwandan.ir

۳۳. طیب، عبدالحسین، اطبیب البیان فی تفسیر القرآن، تهران، انتشارات اسلام، ۱۳۷۸ ش.

۳۴. عاملی، شیخ سعید زین الدین بن علی معروف به شهید ثانی، الروضة البهیة، قم، مجمع

فکرالاسلامی، ۱۴۲۴ ق

۳۵. محقق کرکی، علی بن حسین، جامع المقاصد، مؤسسه آل البيت علیهما السلام لأحياء التراث، قم،

۱۴۱۳ ق

۳۶. عمید، حسن، فرهنگ فارسی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۷۱ ش

۳۷. عیاشی، محمد بن مسعود، تفسیر العیاشی، مصحح هاشم رسولی محلاتی، تهران، المطبعة العلمية،

۱۳۸۰ ق.

۳۸. فاضل قانع، حمید، سبک زندگی اسلامی: ضرورت‌ها و راهبردها، محفل، شماره ۸، ۱۳۹۱

۳۹. فاضل قانع، حمید، سبک زندگی بر اساس آموزه‌های اسلامی (با رویکرد رسانه)، قم، مرکز

پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۹۲

۴۰. فخر رازی، محمد بن عمر، التفسیر الکبیر، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۲۰ ق.

۴۱. فروزش، زیبا، بررسی اقتصاد خانواده؛ با الگو پذیری از سیره عملی حضرت زهرا (س)، نامه

جامعه، ۳۴، ۱۳۸۶

۴۲. فیض کاشانی، محمد محسن، تفسیر الصافی، تهران، مکتبه الصدر، ۱۳۷۳ چاپ دوم

۴۳. قاسمی، مصطفی، اصطلاح و مفهوم سبک زندگی، خبرگزاری مهر، ۱۳۹۱، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

mehrnews.ir

۴۴. کلینی، محمد بن یعقوب، کافی، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷ ق

۴۵. مجلسی، محمدباقر، بحار الأنوار، بیروت، مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۳ ق.

۴۶. محرابی، علیرضا، تعریف اقتصاد، علیرضا محرابی، ۱۴۰۰، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

alirezamehrabi.com

۴۷. محقق حلی، حسن بن یوسف، تذکره الفقهاء، قم، مؤسسه آل البيت عليهم السلام لإحياء التراث،

۱۴۱۴ ق

۴۸. محمدی، شهرام_بیژنی میرزا، طبیه، حاتمی، مهدی، نقش خانواده مدرسه و رسانه در پیشگیری از

وقوع جرم با تاکید بر معیارهای بین‌المللی، حاکم بر تعهد دولت‌ها در آموزش افراد، تدریس پژوهی، ۴،

۱۳۹۷

۴۹. مراغی، احمد مصطفی، تفسیرالمراغی، بیروت، دارالفکر، بی‌تا.

۵۰. مشفق پور، محمد رضا، روش نوین در بیان احکام، تهران، مؤسسه فرهنگی انتشارات استان، ۱۳۷۵

۵۱. مصطفوی، حسن، التحقيق فی کلمات القرآن الکریم، تهران، مرکز الكتاب للترجمة و النشر، ۱۴۰۲

ق.

۵۲. معموری، علی، «اسراف»، در دائره المعارف قرآن کریم، قم، بوستان کتاب، ۱۳۸۲ ش.

۵۳. معین، محمد، فرهنگ فارسی، تهران، انتشارات ادنا، ۱۳۸۱

۵۴. مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، برگزیده تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه، چاپ سیزدهم،

۱۳۸۲ ش.

۵۵. مکارم شیرازی، ناصر، اخلاق در قرآن، قم، امام علی بن ابی طالب، ۱۳۸۴

۵۶. مکارم شیرازی، ناصر، پیام امیرالمومنین، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۶

۵۷. مکارم شیرازی، ناصر، پیام قرآن، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۷

۵۸. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۱ ش

۵۹. نجفی، محمدحسن، جواهر الکلام فی شرح شرایع الاسلام، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۳۶۲

ش

۶۰. نراقی، احمد بن محمد مهدی، معراج السعاده، قم، هجرت، ۱۳۷۸ ش

۶۱. هادوی تهرانی، مهدی، تأثیر لقمه حرام و محیط، در انسان، اسلام کوئست، ۱۳۹۱، مشاهده شده در

islamquest.net، ۱۴۰۳

۶۲. هاشم نژاد، حسین، بررسی پدیده مد و مد گرایی، شیعه کوئست، بی تا، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

shiaquest.net

۶۳. هاشمی رفسنجانی، علی اکبر و دیگران، فرهنگ قرآن، قم، بوستان کتاب، چاپ اول، ۱۳۸۵ ش.

۶۴. هاشمی شاهرودی، محمود، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیه السلام، قم، دائرة المعارف فقه

الاسلامی، ۱۳۸۵ ش

۶۵. هذلی، ابوالقاسم، نجم الدین جعفر بن حسن معروف به محقق حلی، شرایع الاسلام، قم، اسماعیلیان،

۱۴۰۸ ق

۶۶. یزدی، سید محمد کاظم، عروة الوثقی، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، ۱۴۱۷ ق