

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 در بردارنده فرهنگ‌های گوناگون هستند خوشبختی و شقاوت امت‌ها به خاطر آگاهی و یا ناآگاهی خانواده‌های است، 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 ویترینی، 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 درآمد़ها 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 طلب سطح دو، حوزه حضرت معصومه (سلام الله عليهما)، جعفریه

^۲ طلب سطح دو، حوزه حضرت معصومه (سلام الله عليهما)، جعفریه

مقدمه

انسان یک موجود اجتماعی است که برای زندگی دسته جمعی 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 عکس العملهای منفی شدید می‌شود، زیرا رهبانیت بر خلاف اصول فطرت و طبیعت انسان است و مفاسد 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 رشدات 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 پایبندی 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؛ بدینی، عیب جویی، لجاجت و منفی گرایی 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 لبیسی در مقاله رسانه‌ها و ناهنجاری‌ها در خانواده چنین می‌نویسد که: خانواده به عنوان مهم‌ترین نهاد اجتماعی تاثیری 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 تاثیر قرار دهند، اما تاثیر مهم آنها از طریق اثرباری بر نهادهای چون خانواده حاصل می‌شود. منصوبه 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 بخشنی 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 در صدد 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 سناشی

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 ایجاد می‌کند. (رستمیان، ۱۴۰۱، ص ۵)

در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی، مقصود از رسانه، وسیله رساندن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است. امروز این وسائل جزء جدنشدنی 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 خواسته‌های عمومی مردم را به تصویر می‌کشد. رسانه‌های گروهی این توانایی را به عنوان نخستین نماینده تولید دانش، انتشار، ترویج علوم، فنون و نیز به عنوان ناظر عمومی و کارگزار اطلاعات دارند. بحث قابل توجهی 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 نظام، ثبات و تغییر دارند. بدون شک رسانه نفوذ انکارناپذیری در شکل‌گیری رفتار و منش یکایک افراد جامعه خواهد داشت. رسانه‌های گروهی به وسیله 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 معین شده از طرف دین قرار داشته باشد. (فضل 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 باطلى 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 کالاهای 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 کالاهای 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 گاهًا وی را وادار به کارهایی می‌کند که برخلاف اصول اخلاقی و خط قرمزهای اوست. مثل ربا و رشو خواری و...

رسانه مانند یک تیغ دو لبه، همانگونه که می‌تواند در کاهش وقوع این قبیل رشتی‌ها 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 بی‌سواندی و اعتقادات خرافی مبارزه و آن‌ها را اصلاح می‌کند. فقر فرهنگی با رفتارهایی مثل تجمل گرایی به فعالیت 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 بعرنج کودکان کار و فرار از خانه و... نبود. ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است گستالت 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، دارالبحوث 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. اسماعیلی اتشگاه، مصطفی، فصل ششم سرقت، بلوگفا، ۱۳۹۲، مشاهده شده در ۱۴۰۳، blogfa.com
۵. اکبری، محمود، اخلاق و احکام کارمندی، قم، فیان، 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 أحادیث الشیعه)، تهران، فرهنگ سبز، ۱۳۸۸

۸. بلاغی، سیدعبدالحجه، 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

البیت علیهمالسلام لإحياء التراث، ۱۴۱۶ ق

۱۱. حسنی، محمد، فرهنگ و رسانه‌های نوین، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۵

۱۲. حسینی شاهروdi، سید علی، محاضرات فی فقه الجعفری، قم، دارالكتاب 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 اهلالبیت علیهمالسلام، 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 تقليد، مناسک حج (امام و مراجع)، قم، پژوهشکده حج و زيارت، 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 الفاط قرآن، دمشق، دارالقلم، چاپ اول، ۱۴۱۲ ق.

۲۱. رحمتی، محمدمهری، 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، کارویزه‌های 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، عمدة 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 محمد کاظم، تکملة العروة الوثقی، قم، مکتبة 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، اطیب البیان فی تفسیر القرآن، تهران، انتشارات اسلام، ۱۳۷۸ ش.

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

فکر اسلامی، ۱۴۲۴ ق

۳۵. محقق کرکی، علی بن حسین، جامع المقاصد، مؤسسه آل البيت علیهم السلام لأحیاء 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، المطبعه العلمیه،

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 الكبير، 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، مکتبة الصدر، ۱۳۷۳ چاپ دوم

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

mehrnews.ir

٤٤. كليني، محمد بن يعقوب، الكافي، تهران، دارالكتب الاسلاميه، ١٤٠٧ ق
٤٥. مجلسى، محمدباقر، بحارالأنوار، بيروت، مؤسسة الوفاء، ١٤٠٣ ق.
٤٦. محابى، عليضا، تعريف اقتصاد، عليضا محابى، ١٤٠٠، مشاهده شده در ١٤٠٣
- alirezamehrabi.com
٤٧. محقق حلی، حسن بن يوسف، تذكرة الفقهاء، قم، مؤسسه آل البيت عليهم السلام لإحياء التراث، ١٤١٤ ق
٤٨. محمدى، شهرام_بيژنی ميرزا، طيبة، حاتمى، مهدى، نقش خانواده مدرسه و رسانه در پيشگيري از وقوع جرم با تاكيد بر معيارهای بين المللی، حاكم بر تعهد دولت‌ها در آموزش افراد، تدریس پژوهی، ۴، ۱۳۹۷
٤٩. مراغى، احمدمصطفى، تفسير المراغى، بيروت، دارالفکر، بي تا.
٥٠. مشفى پور، محمد رضا، روش نوين در بيان احكام، تهران، مؤسسه فرهنگي انتشارات استان، ١٣٧٥
٥١. مصطفوى، حسن، التحقيق فى كلمات القرآن الكريم، تهران، مركز الكتاب للترجمة و النشر، ١٤٠٢ ق.
٥٢. معمورى، على، «اسراف»، در دائرة المعارف قرآن كريم، قم، بوستان كتاب، ١٣٨٢ ش.
٥٣. معين، محمد، فرهنگ فارسى، تهران، انتشارات ادنا، ١٣٨١
٥٤. مكارم شيرازى، ناصر و ديگران، برگريده تفسير نمونه، تهران، دارالكتب الاسلاميه، چاپ سيزدهم، ١٣٨٢ ش.
٥٥. مكارم شيرازى، ناصر، اخلاق در قرآن، قم، امام على بن ابى طالب، ١٣٨٤
٥٦. مكارم شيرازى، ناصر، پيام اميرالمونين، تهران، دار الكتب الإسلامية، ١٣٨٦
٥٧. مكارم شيرازى، ناصر، پيام قران، تهران، دار الكتب الإسلامية، ١٣٧٧
٥٨. مكارم شيرازى، ناصر، تفسير نمونه، تهران، دار الكتب الاسلاميه، ١٣٧١ ش
٥٩. نجفى، محمدحسن، جواهر الكلام فى شرح شرائع الاسلام، بيروت، دار احیا التراث العربي، ١٣٦٢ ش
٦٠. نراقى، احمد بن محمدمهندی، معراج السعاده، قم، هجرت، ١٣٧٨ ش
٦١. هادوى تهرانى، مهدى، تأثير لقمه حرام و محيط، در انسان، اسلام کوئست، ١٣٩١، مشاهده شده در islamquest.net، ١٤٠٣

۶۲. هاشم نژاد، حسین، بررسی پدیده مدد و مد گرایی، شیعه کوئیت، بی‌تا، مشاهده شده در ۱۴۰۳،

shiaquest.net

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

۶۴. هاشمی شاهروندی، محمود، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیه السلام، قم، دائرۃ 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 الاسلامی، ۱۴۱۷ ق