\*امروز جهاد ما، جهاد سبک زندگی است \* / مولف: سید آرش وکیلیان

الَّذینَ آمَنوا وَهاجَروا وَجاهَدوا فی سَبیلِ اللَّهِ بِأَموالِهِم وَأَنفُسِهِم أَعظَمُ دَرَجَةً عِندَ اللَّهِ ۚ وَأُولٰئِکَ هُمُ الفائِزونَ

امروز جبهه مقابل سبک زندگی اسلامی، اعم از آنکه آن را نظام سرمایه داری بدانیم یا مدرنیته متاخر یا لیبرالیسم یا ... در نهایت با طرح اشکال متکثر یا خانواده یا زیست غیرخانوادگی کانون سعادت ما را هدف گرفته است.

جهاد سبک زندگی همه عرصه های زندگی را شامل میشود اما کانون آن نهاد ازدواج و خانواده است.

برای مقاومت و پیروزی در این جنگ باید عملا نشان دهیم که سبک زندگی اسلامی نیازهای دنیوی و سعادت اخروی را تامین میکند. گرچه ابهاماتی نظیر الگوی جدید زیست زن مسلمان ایرانی در زندگی شهری مطرح است، اما چالش اصلی ما تضعیف شدید نهاد خانواده در فرایند مدرنیزاسیون است که توان بازتولید طبیعی و بهنجار آن را بشدت کاهش داده است. در چنین شرایطی نهادها و نیروهای اجتماعی حامی این سبک زندگی باید اهتمام مضاعفی را برای تقویت خانواده مصروف کنند.

از مقدمات کلی که بگذاریم راهکارهای عملی ذیل به نظر در دسترس می باشد:

۱- ایجاد شبکه کنشگران تسهیل ازدواج و تربیت فرزند با محوریت نهادهایی نظیر مسجد و هیئت برای اقشار مذهبی تر در محیط های سنتی تر یا ظرفیت های محله ای و محیطی دیگر برای اقشار کمتر مذهبی و کلان شهرها.

۲- گسترش ابزارها و امکانات تسهیل‌گر زیست خانوادگی اسلامی از مراکز عرضه پوشاک گرفته تا سکوهای خدمات خانواده محور

۳- ارتقای تولید محصولات فرهنگی رسانه ای برای بازنمایی تصویر زیست خانوادگی مطلوب در برابر آنچه مثلا باربی و نظایر آن ارایه می دهند

۴- تمرکز حوزه و نهاد تبلیغ بر ترویج زیست خانوادگی به عنوان کانون سعادت بشری و محمل صحیح پاسخ به نیازهای اساسی و فعال سازی نهادهای مذهبی نظیر مسجد در این راستا

۵- اصلاح قوانین و مقررات و سازوکارها بخصوص در حوزه های بازار کار و نظام بیمه و مالیات به نفع زیست خانوادگی

۶- فراهم سازی شرایط ساخت آپارتمان های مسکونی برای گردآوردن چند خانواده خویشاوند به منظور ایجاد ظرفیت هم افزایی محلی خویشاوندمحور

۷- شکل دهی به جریان سیاسی بر محور دفاع از ارزش های زیست خانوادگی در برابر ارزش های سکولار و لیبرال (مشابه جناح اونجلیکال حزب جمهوریخواه آمریکا)

۸-گسترش تعاملات اقتصادی فرهنگی اجتماعی فراملی با رویکرد رونق زیست خانوادگی در قالب انواع برندهای محصولات متناسب با زیست خانوادگی، سمن های مروج ارزش های خانوادگی، رسانه ها و سکوهای خانواده محور و ...

برای موفقیت در این مسیر باید چند نکته را مدنظر قرار داد:

اولا بومی و محلی بودن: هر محله، منطقه، دانشگاه و کلا هر عرصه اقدام اقتضایات خاص خود را دارد و نباید در تهران و از تهران برای کل کشور نسخه پیچید.

ثانیا مردمی بودن: مشارکت فعال مردم اعم از آنها که با منطق دینی مینگرند یا حتی آنها که از جهت عرفی به سنت ما دلبستگی دارند برای موفقیت این جهاد ضرورت دارد. حکومت می تواند در نقش سیاستگذار، تسهیل‌گر یا توانمندساز عمل کند و بخصوص هزینه های سربار و منابع لجستیکی را فراهم کند اما نباید این حرکت حکومتی شود.

ثالثا روزامد بودن: در سده جدید به واسطه شرایط ناشی از فناوری ها و مناسبات نوین ، نمی توان از روش های موفق ۵۰ سال پیش الگوبرداری کرد بلکه نیاز به طراحی روش های روزامد متناسب با امروز است.

در خاتمه این آیه شریفه را پیش چشم قرار دهیم: یَا أَیُّهَا الَّذِینَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّکُمْ تُفْلِحُونَ