

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

دوره ترمین

کارگاه آنلاین
بررسی مقابله ای متون (مقدماتی)

دوره ترمین

کارگاه آنلاین
پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی

دوره ترمین

کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو

راهکارهای اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی در بخش فرهنگ

محمدباقر دهقانی محمد آبادی^۱

چکیده

برای تحقق اقتصاد مقاومتی باید گزاره های فرهنگی متناسب با آن ایجاد شوند. رهبر معظم انقلاب با ابلاغ برنامه ی اقتصاد مقاومتی، راه توسعه ی اقتصاد کشور را متناسب با شرایط موجود ترسیم کرده اند. اصلاح الگوی مصرف، بازسازی فرهنگ مالیاتی کشور، استفاده ی حد اکثری از رسانه های مذهبی، منابرو مجالس دینی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، نشان دادن جایگاه فرهنگ کارو تولید در اقتصاد مقاومتی، هدفمند سازی رسانه های عمومی، دستگاه های اطلاع رسانی و نهادهای فرهنگی عمومی کشور در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، مبارزه با جریان تبلیغات کالاهای خارجی و فرهنگ اقتصادی خارجی، گزاره های اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی در بخش فرهنگ هستند. سیاستگذاری در بخش اصلاح الگوی مصرف نخستین گام در آماده سازی گزاره ی فرهنگ در اقتصاد مقاومتی است. ایجاد الگوهای مصرف در اقتصاد مقاومتی بر اساس مولفه های ایرانی- اسلامی، ایجاد الگو و وحدت رویه در موضوع مد، و وضع مالیات های جدید برای مصرف کالاها و خدمات از جمله راهکارهای اصلاح فرهنگ مصرف، گزینه هایی مناسب در روند اجرای سیاست های اقتصاد مقاومتی است. فرهنگ مالیاتی با هدف مثبت کردن ذهن مردم برای مشارکت بیشتر آن در اقتصاد کشور تقویت شود. منبر و مجالس دینی باید نقش طرح کننده ی گفتمان اقتصاد مقاومتی را در کشور انجام دهند. ترسیم جایگاه کارو تولید، در توسعه ی اقتصادی، برای اقشار مردم نقش کم نظیری در تحقق اقتصاد مقاومتی دارد. تبدیل شدن رسانه های عمومی کشور و در راس آن صدا و سیما، مطبوعات و سازمان های فرهنگی کشور به عنوان مبلغان فرهنگی و حامیان اقتصاد مقاومتی، جریان فکری عمومی را به سمت اقتصاد مقاومتی هدایت خواهد کرد. ایجاد محدودیت برای تبلیغ کالاهای خارجی در کشور، برخورد با استفاده از الفاظ بیگانه در فعالیت های اقتصادی، تبلیغ بر استفاده از کالای ایرانی مرغوب به جای کالای خارجی ارزانتر، محدود کردن حضور برندهای تجاری خارجی در کشور، گزینه هایی مناسب در جهت اجرا کردن اقتصاد مقاومتی در سطح فرهنگ کشور هستند.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی، فرهنگ، توسعه، اقتصاد

مقدمه

اقتصاد و تامین معاش همواره جزو دغدغه های اصلی و حیاتی بشر بوده است. رژیم های سیاسی امروزه بازیگران اصلی صحنه ی اقتصاد و توسعه هستند. انقلاب اسلامی ایران هم از همان روزهای نخستین به طرح اقتصاد اسلامی پرداخت اما

^۱. کارشناسی حقوق از دانشگاه شیراز و طلبه ی سطح ۱ حوزه ی علمیه ی میبد

مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

با چالش های متعددی روبرو شده است. جنگ هشت ساله ی تحمیلی، تحریم های ظالمانه، کاهش چشمگیر و عدم ثبات قیمت نفت، تک محصولی بودن، افزایش چشمگیر جمعیت جوان و جویای کار، فرهنگ مصرف زدگی شکننده ، خام فروشی، واردات زیاد ، نظام بانکداری خاص و قاچاق با حجم بالا، از جمله چالش های جدی اقتصاد کشور بوده است. سرانجام رهبر معظم انقلاب اسلامی با تبیین «اقتصاد مقاومتی» راه حرکت مسئولان و مردم در جاده ی پر پیچ و خم اقتصاد توسعه ی کشور را مشخص کردند. بدیهی است در راستای اجرای سیاستهای اقتصاد مقاومتی، فرهنگ نفسی بسیار جدی ایفا میکند. اگر فرهنگ را همان باید ها و نبایدهای جامعه و هنجارهای عرفیموثر بر رفتارهای عمومی بدانیم و ثنیا به این نکته هم توجه کنیم که ایران کشوری است که شاخصه های فرهنگی محسوسی همچون مذهب و عرف را دارد و ثالثا این را در نظر بگیریم که در کشوری زندگی میکنیم که فرهنگ و رفتارهای ناشی از آن ، مهمترین عامل کنش و واکنش جامعه است ، به این نکته رهنمون خواهیم شد که یکی از الزامات اجتناب ناپذیر توسعه و اجرای نقشه ی اقتصاد مقاومتی همان بخش فرهنگ است. هدفمند کردن رابطه ی فرهنگ و توسعه و اقتصاد در ایران، برای اجرای نقشه ی راه اقتصاد مقاومتی ، نیاز به تعاریف ساختاری و بایدها و نبایدهای بسیار دارد. تبلیغات گسترده ی کالاهای خارجی که گاه نامرغوب هم هستند، تبدیل شدن مصرف یه یک شاخصه ی بارز اقتصاد کشور، مد زدگی ، پیشی گرفتن مصرف بر کار و تولید، عدم وجود فرهنگ مالیاتی صحیح و کارآمد، جمعیت جوان و نیازهای متنوع و تلاش کشورهای جهان اول برای فروش کالاهای خود که یکی از عمده ترین اهداف آن ایجاد روحیه ی خودباختگی در کشورهای مصرف کننده و هدف، به منظور تضمین دائمی و اطمینان بخش توسعه ی اقتصاد خود و تضعیف فرهنگ اقتصادی و روش زندگی در کشور های دیگر است ، از جمله مشکلات عمده ی فرهنگ اقتصادی در ایران است. بنابراین اقتصاد مقاومتی برای اجرای کامل نیاز به تدابیر همه جانبه ای در در بخش فرهنگ دارد. مصنف در این مقاله کوشیده است تا با محور قراردادن برنامه ارزشمند اقتصاد مقاومتی که حاصل از نگاه دراز مدت و دلسوزانه رهبر فرزانه انقلاب است ، راهکارهای ملموس و اجرایی فرهنگی اقتصاد مقاومتی را ترسیم کند. اگر نگاه فرهنگ عمومی به مقوله ی توسعه و اقتصاد اصلاح شود ، علاوه بر بی اثر نمودن فشارهای اقتصادی خارجی ، بخش اقتصاد کشور به همان هدف اصیل انقلاب اسلامی که همان اجرای اسلام در همه ی شئون زندگی است، دست میابیم.

اصلاح الگوی مصرف

به صراحت میتوان گفت، سیاستگذاری در زمینه ی اصلاح الگوی مصرف، اولین گام در زمینه ی آماده سازی گزاره ی فرهنگ در اقتصاد مقاومتی است. مصرف بالا و تامل برانگیز که این روزها به بسیاری از کالاهای تجملاتی و لوکس هم کشیده شده است، رواج مدگرایی، میل شدید خانواه ها به خرید به جای کار و تولید و تبدیل شدن مصرف بیشتر به عنوان شاخصی اجتماعی که نمود اعتبار اجتماعی و جایگاه معیشت بهتر است، کمرنگ شدن برخی از مفاهیم دینی موثر در این زمینه همچون قناعت ، مبعوض بودن اسراف نزد خداوند، ارزش و جایگاه بالای کار در دین و ساده زیستی ، حجم گسترده ی تبلیغات کالاهای خارجی به خصوص در زمینه ی اقلام لوکس و تجملاتی و از همه مهمتر فقدان الگوهای مصرفی ایرانی- اسلامی از عوامل توسعه فرهنگ مصرفی در اقتصاد کشور است. در حقیقت مصرف گرایی عامل تخریب

مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

رشد و توسعه ی اقتصاد کشور و منابع ملی است. تجمل گرایی و مصرف زدگی بلای جان اقتصاد مقاومتی است. باید حد تعادلی در زمینه ی مصرف در کشور تعیین شود تا به وسیله ی آن درست مصرف کردن، به جامصرف کردن و الویت قرار دادن تولید و کار بر مصرف را انجام شود. مردمی کردن اصلاح الگوی مصرف یکی دیگر از راهکارهای اصلاح مصرف در اقتصاد کشور است. مقام معظم رهبری فرمودند: «خود مردم باید راه مصرف کالای خارجی را ببندند و آن را مهار کنند»^۱. ایشان همچنین در ابتدای سال ۱۳۸۸ در بیان اصلاح الگوی مصرف فرمودند: مردم عزیزمان توجه داشته باشند که صرفه جویی به معنای مصرف نکردن نیست. صرفه جویی به معنای درست مصرف کردن، به جامصرف کردن، ضایع نکردن مال و مصرف را کارآمد و ثمربخش کردن است.^۲ در بخش اصلاح مصرف مهمترین گزاره ی موجود مردم هستند. مردم به عنوان اصلی ترین عامل تعیین کننده در شئون مختلف فرهنگی، میتوانند از یک سو تعیین کننده ی فرهنگ حاکم بر جامعه باشند و از سوی دیگر نخبگان را به مسیرهای صحیح هدایت کنند.^۳ جبران عقب ماندگی های توسعه و ضرورت پس انداز و سرمایه گذاری مستلزم عدم اسراف است. برای تبیین جایگاه خطرناک مصرف در اقتصاد کشور به عنوان نمونه میتوان به موارد زیر اشاره کرد: مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با اشاره به مصرف بالای آب شهروندان گفت: میزان مصرف آب هر ایرانی دو برابر مصرف جهانی است.^۴ ایران هفتمین مصرف کننده ی لوازم آرایشی در جهان است. میزان مصرف لوازم آرایشی در خاورمیانه هشت درصد مصرف جهانی است که ایران بعد از عربستان در خاورمیانه رتبه ی دوم را دارد که چهارده میلیون خانم ایرانی، بیست و نه درصد مصرف کنندگان خاورمیانه را تشکیل میدهند.^۵

حد مطلوب بهره مندی و استفاده از نعمت های الهی و مصرف ایده آل از دیدگاه اسلام آن است که همراه با رعایت اعتدال و قناعت و به میزان قدر کفاف باشد. اعتدال و میانه روی در مصرف که در روایات از آن تعبیر به قصد و اقتصاد شده پرهیز از اسراف است. اسراف و اقتار، دو حد نامتعادل و نامعقول و غیر قوامی و غیر مشروع مصرف است. حدمشروع و معقول، حد میانه و نظام قوامی قصد، اقتصاد و میانه روی است.^۶ مدیریت مصرف با تاکید بر اجرای سیاست های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه ریزی برای ارتقای کیفیت و رقابت پذیری در تولید، مقابله ی جدی با واردات کالاهای مصرفی، بیان موضع دین در قبال فرهنگ مصرفی در اقتصاد و توسعه، تشویق مردم به سرمایه گذاری در مراکز تولیدی به جای مصرف کردن بی فایده، استفاده از رسانه های عمومی برای تقبیح مصرف در افکار عمومی، ایجاد الگوهای مصرف در اقتصاد مقاومتی بر اساس مولفه های ایرانی - اسلامی، ایجاد الگو و وحدت رویه

^۱ <http://farsi.khamenei.ir>

^۲ همان منبع پیشین.

^۳ www.farhangnews.ir

^۴ www.asriran.com

^۵ www.mashreghnews.ir ۱۳۹۱/۰۲/۲۸

^۶ اسلام و توسعه، ص. ۶۲.

^۷ معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی (ع)، ص ۸۳.

در موضوع مد، و وضع مالیات های جدید برای مصرف کالاها و خدمات از جمله راهکارهای اصلاح فرهنگ مصرف در روند اجرای سیاست های اقتصاد مقاومتی است.

بازسازی فرهنگ نظام مالیاتی کشور

تامین اجتماعی، مواسات میان مسلمین، قرب به خداوند، حفظ اموال و رشد و نمو مال، منبع مالی برای دولت فلسفه علت های وضع مالیات است^۱ بنابراین حکومت اسلامی میتواند در موارد استثنایی مالیات هایی برای همه با برای خصوص ثروتمندان وضع کند، میتواند تجارت های داخلی یا خارجی را منحصر سازد. درآمدهای مالیاتی بخش اعظم درآمدهای مالیاتی کشورهای توسعه یافته را تشکیل میدهد. در برخی از کشورها، درآمد مالیاتی ۴۹ تا ۵۵ درصد تولید ناخالص ملی است، در حالی که در ایران حداکثر ۷ درصد است.^۲ یکی از مشکلات عمده ی سیستم مالیاتی، ذهنیت منفی مردم نسبت به مالیات است. فرهنگ مالیاتی یکی از راه های نسبتا جدید وصول مالیات است که اعتلای آن باعث بالابردن کارایی دستگاه مالیاتی و جمع آوری بیشتر مالیات میشود. در واقع مالیات نیز که بخش بزرگی از نظام اقتصادی کشور را بر دوش میکشد و نقش بزرگی در توسعه ی کشور را دارد، رابطه عینی با فرهنگ دارد. یکی از مسائل مهم امروزه، تاثیر متقابل فرهنگ و اقتصاد است. اقتصاد، همیشه، به عنوان مقدمات تحقق عینی یک فرهنگ است. به عبارت دیگر اقتصاد ابزار تحقق عینی میباشد و فرهنگ هم همیشه محور جهت دهی به اقتصاد است.^۳ برای تحقق فرهنگ مالیاتی مطلوب در اقتصاد، باید ذهنیت مردم را به طور عینی نسبت به آن مثبت نگاه داشت. به نظر میرسد ترسیم جایگاه مالیات در آموزه های دینی برای مردم، راه موثری در توسعه فرهنگ مالیاتی در اقتصاد مقاومتی است و این را در عرصه فرهنگ این طور باید القا کرد که نظام مالیاتی مورد نظر اسلام در جهت توسعه و رشد منابع انسانی عمل می کند.^۴

استفاده ی حداکثری از رسانه های مذهبی، منابر و مجالس دینی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی

الزاما در کشور ایران، اقتصاد و فرهنگ مرتبط با آن باید با گزاره های اخلاقی هماهنگی و سازگاری داشته باشد. اگر توسعه با رویکرد مادی صرف باشد و انسان نسبت به آن حالت انقیاد و ناسازگاری داشته باشد، طبعاً بین توسعه و مسائل اخلاقی ناسازگاری وجود خواهد داشت^۵ و این با شالوده ی فرهنگ حاکم بر کشور که اخلاقی است تنافی دارد.

همان طور که اسلام در اقتصاد برای فرد اهمیت خاصی قائل است در وقت و جایگاه خودش اهمیت موازی و هماهنگی برای نقش دولت در اقتصاد قائل است.^۶ دین و اقتصاد چند نوع رابطه با هم دارند. یک رابطه ی مستقیم، بین اخلاق و اقتصاد وجود دارد. رابطه ی دیگر از طریق فقه است. مثلا وضع حقوقی بسیاری از معاملات اقتصادی در فقه بیان شده است. رابطه ی دیگر رابطه ی اندیشه های دینی در اقتصاد و رفتارهای اقتصادی جامعه است و اعتقاد به خدا، معاد،

^۱ نگرشی علمی به هزینه و درآمد دولت اسلامی، ص ۱۲۸.

^۲ www.jahaneeghtesad.com

^۳ www.۵۹۸.ir، کدخبر: ۲۱۷۵۵۹

^۴ نگرشی علمی به هزینه و درآمد دولت اسلامی، ص ۸.

^۵ دین و اقتصاد، ص ۵۲.

^۶ دورالفرد فی الاقتصاد الاسلامی، ص ۱۳.

مالکیت حقیقی او بشر و اموال آن و نیز اعتقاد به حسابرسی در روز قیامت در رفتارهای اقتصادی مومنان موثر است. طرح سوالاتی از قبیل رابطه ی زهد با توسعه ی اقتصاد اسلامی چگونه است؟ واژه های توکل، رزق مقسوم و قضا و قدر با توسعه ی اقتصادی چه رابطه ای دارند؟ دیدگاه اسلام درباره ی پنتاگونو ارمغان بهزیستی چیست؟ وام بانکی و اوراق مشارکت با سود قطعی، چگونه با ضوابط اسلامی سازگار است؟ آیا اسلام نظام اقتصادی دارد؟

از سوی دیگر دین در ایران مهم ترین عامل موثر و تعیین کننده ی فرهنگ و رفتارهای عمومی است. به عنوان مثال گفتن این عبارت از یک مجلس دینی که امام رضا (ع) در کوچکترین چیزها، حتی آنکه در نظر مردم بی ارزش و و دورریختنی جلوه میکند، اسراف را روا نمیداند^۱، تأثیر بیشتری از همه ی ابزارهای آموزشی در جامعه را بر روی رفتار مردم دارد. اعتماد گسترده و بی نظیر مردم به پایگاه های دینی، رابطه ی تاریخی و ناگستنی حاکمیت و مذهب در کشور و وجود فرهنگ اقتصادی مطلوب و رهگشا در اسلام از جمله علل مطلوب بودن استفاده از این نهادها در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی است. تکامل روحی، آسایش و رفاه اجتماعی، تکامل مادی بنیان جامعه در مقابل دشمنان اهداف اساسی اقتصاد اسلامی است.^۲ تبیین اهداف مذکور، بیان اوامر و نواهی شرعی در زمینه مصرف و اقتصاد از منابر، ترسیم چارچوب های توسعه ی اقتصادی در آموزه های دینی، طرح گفتمان اقتصاد مقاومتی در مجالس دینی، تشویق اقشار جامعه به تولید و کار، مذمت اسراف و مصرف زدگی در اسلام، منع کردن از خرید کالاهای خارجی که نمونه ی مشابه داخلی دارد، تشویق مردم به پرداخت مالیات، ترغیب به خرید کالاهای ایرانی، الگو سازی رفتارهای اقتصادی شخصیت های برجسته ی دینی و سبک زندگی و دیدگاه آنان راجع به اقتصاد و فرهنگ حاکم بر آن همچون حضرت علی (ع)، امام مهدی (ع)، شیخ انصاری، شهید مطهری، امام خمینی و مقام معظم رهبری، راهکارهای اجرایی اقتصاد مقاومتی در بخش فرهنگ با تاکید بر استفاده از ظرفیت پایگاه های دینی است.

نشان دادن جایگاه فرهنگ کار و تولید در اقتصاد مقاومتی

ترسیم جایگاه کار و تولید، در توسعه ی اقتصادی، برای اقشار مردم نقش کم نظیری در تحقق اقتصاد مقاومتی دارد. پیامبر اکرم (ص) می فرماید: کسب روزی مشروع بر هر مرد و زن واجب است. از دیدگاه اسلام کار و تلاش، جهت امرار معاش و رفع نیاز خود و دیگر افراد جامعه است.^۳ ایشان همچنین میفرماید: هرکس در زندگی خویش بار دوش مردم شود، از رحمت خدا محروم است.^۴ انسان همواره باید آزاد بماند و بر کرامت انسانی اش، آسبیبی وارد نیاید.^۵ تامین این آزادی و کرامت تا حدود زیادی به فرهنگ کار و تولید بستگی دارد. در واقع توسعه ی اقتصادی و کار رابطه ای متقابل و عینی دارند، یعنی هرچه توسعه ی اقتصادی در کشوری تحقق یابد، کار هم توسعه پیدا میکند و هرچه که کار و تولید افزایش

^۱ معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی، ص ۲۸۰.

^۲ همان، ص ۷۳.

^۳ اسلام و توسعه، ص ۳۶.

^۴ خطوط اصلی اقتصاد اسلامی، ص ۷.

^۵ منبع پیشین، ص ۶.

مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

یابد، توسعه ی اقتصادی هم رشد بیشتری خواهد داشت. بزرگترین ایده و آرزوی انسان های محروم، برقراری مساوات و تشکیل جامعه ی بی طبقه بوده است که تا تحقق آن تا حدود زیادی به توسعه ی فرهنگ کار بستگی دارد.

رهبر فرزانه ی انقلاب فرمودند: ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم، امروز کار آفرینی معنایش این است.^۱ یکی از عوارض بزرگ بیکاری فقر است. فقر که حد تفریط و دست نیافتن به حد توازن اقتصادی است، مانع اساسی رشد و تعالی سطح فرهنگ است.^۲ بدیهی است هر چه روحیه ی کار و کارگری و تولید در کشوری تضعیف شود، رشد اقتصاد آن کشور کند تر خواهد شد. چرا از یک سو با افزایش بیکاری و معضلات اجتماعی، اقتصاد آن جامعه به سمت انفعال پیش میرود و به یک وارد کننده تبدیل خواهد شد و برای تامین هزینه ی واردات، مخارجی را که باید صرف تولید و اشتغال شود، از کشور خارج و به صورت سرمایه های کلان به اقتصاد کشور صادرکننده، تزریق میکند. ایران اسلامی امروز برای تحقق برنامه ی اقتصاد مقاومتی، به یک حرکت جهادی عمومی برای کار احتیاج دارد و طبیعی است هدف نهایی برای مومن از کسب مال و کار کردن، رضایت خداوند است.^۳ کار اقتصادی افزون بر جهت کسب درآمد و رفع نیاز که باعث رغبت مومن به آن میشود، ارزش ذاتی نیز دارد.^۴ البته تاثیر گذاری کار کردن اقشار جامعه در فرآیند توسعه اقتصادی کشور متفاوت است. اسلام، اختلاف اشخاص از لحاظ قدرت بدنی و قابلیت های عقلی و عملی را با حجم امکانات مادی، متناسب میداند.^۵ محبوب بودن و قداست شغل، منغور بودن بیکاری، ارتباط کسب حلال و دینداری، وجوب کسب معیشت، لزوم آبادی زمین و مطلوب بودن آسایش زندگی و مطلوبیت ذاتی کار اقتصادی از علل ترغیب اسلام به انجام کار برای توسعه ی اقتصادی است.^۶ بنابراین یکی از لوازم تحقق اقتصاد مقاومتی، اشاعه ی فرهنگ کار سالم در جامعه است، به طوری که همگان خود را در برابر بسط فرهنگ تولید و کار مسئول بدانند.

به نظر میرسد، بیان جایگاه بالای کار در فرهنگ اقتصادی اسلام، حمایت همه جانبه از شرکت ها و اشخاص کارآفرین و علی الخصوص دانش بنیان و تبدیل سازی آنها به الگوهای فرهنگ اقتصادی و معرفی آنها به افکار عمومی، ایجاد زنجیره ی ارتباطی بین مراکز علمی و دانشگاهی کشور و مراکز تولیدی و کار آفرین، هدایت سرمایه های عمومی به سمت مراکز تولیدی و کار و تشویق جوانان به ریسک پذیری کار آزاد و تولیدی به جای مشاغل استخدامی و اداری، از بارزترین مولفه هایی باشد که بستر پیشبرد اقتصاد کشور به سمت اقتصاد مقاومتی را هموار خواهد کرد.

^۱ <http://farsi.khamenei.ir>

^۲ معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی (ع).

^۳ موجز اساس الاقتصاد الاسلامی، ص ۳۹

^۴ کارو دین، ص ۲۷.

^۵ منبع پیشین، ص ۷۶.

^۶ کار و دین، ص ۲۵.

هدفمندی سازی رسانه های عمومی، دستگاه های اطلاع رسانی و نهادهای فرهنگ عمومی کشور در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی

تبدیل شدن رسانه های عمومی کشور و در راس آن صدا و سیما، مطبوعات و سازمان های فرهنگی کشور به عنوان مبلغان فرهنگی و حامیان اقتصاد مقاومتی، جریان فکری عمومی را به سمت اقتصاد مقاومتی هدایت خواهد کرد. چرا که تا افکار عمومی در مسیر حرکت اقتصاد کشوری همراهی نکنند، چرخ های توسعه به راه نخواهند افتاد. کشور های موفق در امر توسعه ی تکنولوژی، به ویژه مراحل پیشرفته ی آن بدون رویارویی و هدایت فرهنگ عمومی توان رسیدن به چنین مرحله ای را نداشتند.^۱ به نظر میرسد ایجاد مجموعه های سمعی و بصری به خصوص متناسب با نوجوان و جوان، معرفی اخبار حوزه های اقتصاد مقاومتی به افکار عمومی، استفاده از هنرمندان و ورزشکاران و فعالان عرصه ی فرهنگی برای نشر گسترده ی فرهنگ اقتصاد مقاومتی، مذمت کردن اسراف و مصرف زیاد در مطبوعات و معرفی آن به عنوان یک ضد ارزش فرهنگی، استفاده کردن از برندها و محصولات ایرانی در مجموعه های تلویزیونی، خریدن کالای ایرانی را به عنوان عامل برتری فرهنگ در نزد افکار عمومی و ارائه ی راهکارهای مردم برای حل معضلات اقتصاد کشور در رسانه های فرهنگی، نقش تعیین کننده ای در راستای به بار نشستن برنامه ی اقتصاد مقاومتی در جهت توسعه ی کشور خواهند داشت.

مبارزه با جریان تبلیغات کالاهای خارجی و فرهنگ اقتصادی خارجی

پخش تبلیغات گسترده ی کالاهای خارجی از شبکه های تلویزیونی، که چندی است به شبکه های ماهواره ای هم کشیده شده است، نصب بیلبوردهای تبلیغاتی کالاهای خارجی، ترویج برخی از مفاهیم فرهنگی مغایر با اقتصاد مقاومتی نظیر مصرف بیشتر، استفاده از سود سپرده های بانکی به جای کار اقتصادی و معرفی اقتصاد کشورهای غیر اسلامی به عنوان یک اقتصاد خوب و مطلوب و تقلید از سبک زندگی و مدهای رایج در کشورهای غربی، استفاده از عبارات انگلیسی و دیگر زبان های بیگانه در روی تابلو و یا دیگر وسائل تبلیغی واحدهای صنفی و تجاری، استفاده از کالاهای خارجی در برنامه های تلویزیونی و نشر برندهای تجاری خارجی به عنوان کالای برتر و مشتری پسند تر، از جمله مواردی است که در جریان فرهنگ سازی برای توسعه ی اقتصاد کشور، مانع تراشی میکنند. بدترین پیامد تبلیغات پرحجم و همه جانبه ی رسانه ها، تغییر آرام و تدریجی نظام های ارزشی و باورهای فردی و اجتماعی ما درباره ی شیوه های زندگی است.^۲ در تبلیغات یک شرکت ارتباطی، رابینسون کروزه و گلا دیاتو و یا سوپرمن در تبلیغ یک بانک خصوصی جولان میداد.^۳ رهبر عزیز انقلاب فرمودند: اصلا ممنوع کنید و بگویید هیچکس حق ندارد در این وزارتخانه جنس خارجی مصرف کند.^۴ علاوه بر ترویج و تبلیغ مفاهیم حوزه ی فرهنگ مقاومت همچون جهاد و مبارزه، در حوزه ی

^۱ اسلام و توسعه، ص ۱۲.

^۲ مجله ی ارمغان، شماره ی ۸، پایگاه حوزه.

^۳ www.sinanews.

^۴ http:farsi.khamenei.ir.

مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

اقتصادی نیز بایستی مفاهیم فرهنگی مناسبی، بسط و توسعه یابد. قانون تبلیغات محیطی مصوب جلسه ی ۵۷۱ مورخ ۱۳۹۱/۰۲/۱۲ شورای فرهنگ عمومی اشعار میدارد:

ماده ی (۱) تبلیغ کالا و خدمات خارجی که مشابه داخلی دارد، ممنوع است.

ماده ی (۲) تبلیغ کالا و خدمات خارجی، داخلی که نام خارجی دارد، ممنوع است.

ماده ی (۵) هر نوع تبلیغات بازرگانی شرکت ها، کالاها و خدمات خارجی، از طریق تابلوهای اختصاصی واحدهای صنعتی، توزیعی فروشگاه ها و مراکز خرید ممنوع است. به نظر میرسد ایجاد محدودیت برای تبلیغ کالاهای خارجی در کشور، برخورد با استفاده از الفاظ بیگانه در فعالیت های اقتصادی، تبلیغ بر استفاده از کالای ایرانی مرغوب به جای کالای خارجی ارزانتر، محدود کردن حضور برندهای تجاری خارجی در کشور، گزینه هایی مناسب در جهت اجرا کردن اقتصاد مقاومتی در سطح فرهنگ کشور هستند.

نتیجه گیری

برای اجرای کامل اقتصاد مقاومتی باید سازو کارهای فرهنگی مناسب با آن ایجاد شود. نهاد های عمومی و اجرایی باید تلاش کنند تا اصلاح الگوی مصرف عملی شود که یکی از بهترین راه های عملی کردن آن مردمی کردن مصرف است، یعنی خود مردم کالای خارجی را نخرند. فرهنگ مالیاتی در کشور بستر سازی شود تا مالیات به عنوان بخش بزرگی از اقتصاد نقش آفرینی کند. پایگاه های مذهبی نقش تعیین کننده و راهبردی در به هدف رسیدن اقتصاد مقاومتی دارند و باید گفتمان اقتصاد مقاومتی را اشاعه دهند. ترویج فرهنگ کار و تولید برای پیشرفت اقتصاد کشور ضروری است. کار باید به عنوان یک اولویت تلقی شود همچنان که مصرف باید محدودتر شود. به نظر میرسد استفاده از نهادهای فرهنگی عمومی و اطلاع رسانی و در راس آنها صدا و سیما نقش بسیار مهمی در اجرای اقتصاد مقاومتی خواند داشت. باید شرایط تبلیغ برای برندهای خارجی محدودتر شود و از تبلیغات عمومی برای کالاهای اقتصادی بیگانه ممانعت شود تا مسیر پیشرفت و توسعه کشور در بستر فرهنگ برای تحقق اقتصاد مقاومتی فراهم شود.

منابع

مقایسه ای بین سیستم های اقتصادی، جلد دوم، حسین مظاهری، دفتر انتشارات اسلامی، وابسته به جامعه ی مدرسین حوزه ی قم، تاریخ چاپ نا مشخص

دین و اقتصاد، گفتگو با غلامرضا مصباحی، محمد جواد شریفی، مرکز انتشارات حوزه علمی قم، بهار ۱۳۸۲
معیارهای اقتصادی در تعالیم رضوی (ع)، محمد حکیمی، قم دفتر تبلیغات اسلامی حوزه ی علمی قم، چاپ دوم، ۱۳۷۶

نگرشی علمی به هزینه و درآمد دولت اسلامی، حسن آقا نظری، محمدتقی گیلک حکیم آبادی، ترجمه ی محمد جواد شرفی و حمیده انصاری، پژوهشکده ی حوزه و دانشگاه، چاپ اول، بهار ۱۳۸۲

مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت

اسلام و توسعه ، جمال خلیلیان ، مرکز مطالعات حوزه های علمیه ، چاپ اول ، پاییز ۱۳۸۱
خطوط اصلی اقتصاد اسلامی ، شماره ی ۲ ، کمیته ی فرهنگی جهاد سازندگی ، ۱۳۵۸
کار و دین ، مجید رضایی ، کانون اندیشه ی جوان ، چاپ اول ، ۱۳۸۱
دورالفرد فی الاقتصاد الاسلامی ، شهید المحراب سید محمدباقر الحکیم، النجف الاشرف، مطبعه العترة الطاهره، ۲۰۰۵
میلا دی
موجز الاساس الاقتصاد الاسلامی، غلامرضا المصباحی ، سید هادی العربی ، قم الهادی ، طبعه الاولى ، ۱۴۲۰ه.ق

www.hawzah.net

www.assriran.com

www.mashregnews.ir

www.farhangnews.ir

www.۰۹۸.ir

www.jahaneeghtesad.com

<http://farsi.khamenei.ir>

www.sinanews.ir



SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



توجه: ترمینال

بررسی مقاله ای متون (مقدماتی)

کارگاه آنلاین
بررسی مقابله ای متون (مقدماتی)



PROPOSAL
پروپوزال

توجه: ترمینال

پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی

کارگاه آنلاین
پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی



توجه: ترمینال

آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو

کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو