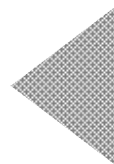


الزامات فرهنگی اقتصاد مقاومتی



حسن بنیانیان^۱

(تاریخ دریافت ۹۴/۲/۵ - تاریخ تصویب ۹۴/۶/۱۶)

چکیده

بعد از تبیین چستی فرهنگ و کارکردهای مختلف آن با توضیح اهمیت فرهنگ از دیدگاه مقام معظم رهبری و بیان تفصیلی تأثیرات مختلف و متنوع فرهنگ هر جامعه در رشد و توسعه اقتصادی جوامع و با تأکید بر این نکته که اساس ضرورت پرداختن به اقتصاد مقاومتی در نظام جمهوری اسلامی، بواسطه پافشاری و تأکید به حفظ اصول و مبانی اسلامی و پیگیری اهداف غایی خود، یعنی گسترش عدالت و رشد مستمر اخلاق و معنویت در جامعه اسلامی ایران بوده است و از این روی، لازم است در جریان استخراج مجموعه اقداماتی که در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مدنظر قرار می‌گیرد و اعمال مدیریت و تحقق آنها، در نهایت باید زمینه‌ساز تحقق اهداف فرهنگی نظام باشد؛ در ادامه با ذکر پیش‌فرض‌های لازم در استخراج الزامات فرهنگی برای تحقق اقتصاد مقاومتی، راهبرد محوری آن را در پذیرش مسئولیت همه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در اصلاح پیامدها و تأثیرات فرهنگی خود روی کارکنان، خدمات‌گیرندگان و فرهنگ عمومی جامعه معرفی نموده و با استناد به بندهایی از مصوبات نقشه مهندسی فرهنگی، اقدامات مورد نظر توضیح داده شده است.

بدیهی است که در این رویکرد، مسئولیت هدایت، آموزش و آماده‌سازی دستگاه‌های سیاسی،

۱- رئیس کمیسیون فرهنگی، اجتماعی و پیوست نگاری فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، info@bonyanian.ir

اجتماعی و اقتصادی برای اصلاح عملکرد فرهنگی خود به عهده سازمان‌های فرهنگی کشور خواهد بود که در کنار آماده سازی افکار عمومی به حرکت فرهنگ ساز دستگاه‌های فرهنگی کمک نمایند.

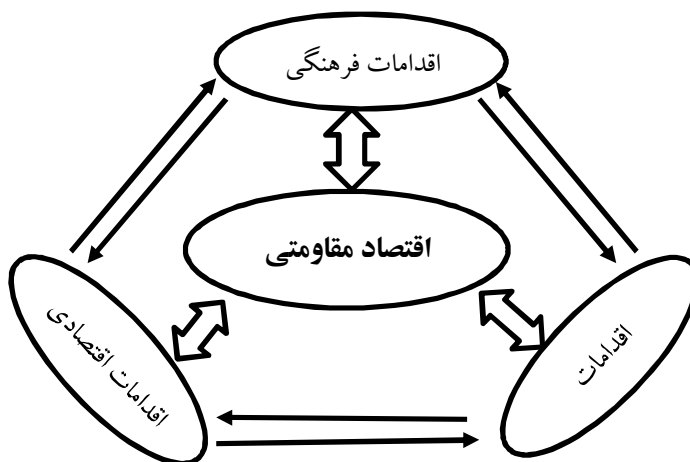
واژگان کلیدی: فرهنگ، نیازهای کلیدی، اقتصاد مقاومتی، توسعه اقتصادی.

مقدمه

تشخیص ضرورت تدوین راهبردهایی خاص برای مدیریت اقتصاد جامعه تحت عنوان «اقتصاد مقاومتی» از سوی مقام معظم رهبری و تأکید بر وجود «استعدادهای سرشار معنوی» و «برخوردار از نیروی انسانی متعهد، کارآمد و دارای عزم راسخ برای پیشرفت کشور» و اشاره به این نکته که «اگر از الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی که همان اقتصاد مقاومتی است پیروی کنیم می‌توانیم الگوئی الهام بخش از نظام اقتصادی اسلامی را عینیت بخشیم» که در مقدمه ابلاغ سیاست‌های مصوب شورای تشخیص مصلحت آمده است، نشان می‌دهد که این راهبرد کلان در نفس خویش تعاملی گسترده با مسائل سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه دارد و لازم است برای تحقق هرچه بهتر این راهبرد کلان، تأثیرات متقابل این سه بعد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بخوبی شناسایی و تبیین شود و براساس این شناسائی، راهکارهای لازم برای بهره‌برداری و هم‌افزایی این سه عرصه کشف و در یک برنامه جامع از طریق اقدامات اجرایی هدفمند مدنظر قرار گیرد.

گرچه هدف این مقاله شناسایی سرفصل کلان اقدامات فرهنگی لازم برای تحقق هرچه بیشتر و سریع‌تر اقتصاد مقاومتی است، اما اگر با نگرشی نظام مند (سیستمی) مورد توجه قرار گیرد، بواسطه تعامل گسترده و مستمر بین ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه با فرهنگ می‌توان بر اساس الگوی زیر:

نمودار شماره (۱)



موضوع را مورد مذاقه قرار دهیم، زیرا نه تنها لازم است در سه سرفصل مشخص شامل:

۱- اقدامات مورد نیاز برای تقویت ظرفیت‌های مدیریت سیاسی کشور در رابطه با اقتصاد

مقاومتی؛

۲- اقدامات مورد نیاز برای تقویت ظرفیت‌های مدیریت اقتصادی کشور در رابطه با

اقتصاد مقاومتی؛

۳- اقدامات مورد نیاز برای تقویت ظرفیت‌های مدیریت فرهنگی کشور در رابطه با اقتصاد

مقاومتی؛

موضوع را دنبال نماییم، بلکه بواسطه آنکه، اصل ضرورت پرداختن به اقتصاد مقاومتی به دلیل پای فشاری نظام جمهوری اسلامی بر مبانی اعتقادی و اسلامی خویش می‌باشد، از این روی، لازم است راهکارهایی با این رویکرد انتخاب و پیشنهاد شود که علاوه بر هم‌افزایی در تحقق اقتصاد مقاومتی، بتواند زمینه‌ساز تقویت الگوهای رفتاری و ارزش‌های اصیل مبتنی بر اعتقادات اسلامی جامعه باشد.

شاید اولین الزامی که باید در مقدمه این مقاله بدان اشاره نمود، لزوم برطرف نمودن ضعف گسترده شناخت علمی از ماهیت و نقش فرهنگ در بین مدیران سیاسی و سیاست‌گزاران و مجریان فعالیت‌های اقتصادی کشور است، علت این ضعف گسترده را باید در عواملی چون:

پیچیدگی ماهیت فرهنگ، استمرار و تغییر تدریجی و بلندمدت فرهنگ، عدم توجه به نقش نیروی انسانی در پیشرفت کشور بواسطه وجود درآمدهای نفتی و در نتیجه عدم توجه به دانش، مهارت و فرهنگ نیروی کار و به دنبال وجود این عوامل بازدارنده، عدم وجود مطالعات عمیق و سازمان‌یافته در موضوعات فرهنگی جستجو کرد. علی‌ایحال، تلقی‌های متفاوت از مفهوم فرهنگ و داشتن ذهنیت‌های متفاوت از چستی فرهنگ بواسطه تجربیات زندگی شخصی بین مدیران و کارشناسان جامعه ایران، موجب می‌شود که در آغاز هر مقاله مرتبط با حوزه مسائل فرهنگی، ناچار باشیم هرچند به اختصار، برای ایجاد یک درک مشترک از مفهوم فرهنگ، ابتدا به چستی فرهنگ و کارکردهای اصلی آن اشاره نمائیم:

چستی فرهنگی و کارکرد آن

گرچه همواره برای شناخت هر موضوع، دقیق‌ترین و نزدیک‌ترین راه، دستیابی به تعریفی جامع و مانع از آن موضوع است، لیکن اختلاف برداشت‌های زیاد و طرح تعاریف متعدد و متنوع برای فرهنگ، نویسنده را مجبور می‌کند به جای ارائه تعریف، به سراغ ماهیت و عناصر تشکیل دهنده فرهنگ رفته و از این طریق به مفهومی مشترک برسیم. کلودلوی استراس^۱ جامعه‌شناس فرانسوی در توضیح پیچیدگی و چستی فرهنگ می‌گوید:

«کندوکاو و شناخت فرهنگ را می‌توان به اکتشاف اقیانوس تشبیه کرد. در سطح این اقیانوس، هنگامی که سوار امواج می‌شویم می‌توانیم مصنوعات، آیین‌ها و رفتارها را مشاهده کنیم و اینها نشان‌دهنده آن چیزهایی است که در سطح اقیانوس قرار دارد. برای مطمئن شدن باید زیر آب نیز نگاه کرد، یعنی برای یافتن دلایل وجود این مصنوعات، آیین‌ها و رفتارها باید پرس و جو کرد. ارزش‌ها و باورها دلایل بروز رفتارهای خاص هستند. اما اگر پایین‌تر برویم و عمیق‌تر بنگریم، فرضیات زمینه‌سازی را می‌بینیم که دستیابی به آن کار ساده‌ای نیست و باید از طریق تفسیر، آنها را استخراج کرد. این عملیات نیازمند تجهیزات صوتی پیشرفته‌ای است تا هم خطرها و تهدیدهای بالقوه و هم فرصت‌ها و گنج‌های نهفته را کشف کنیم. این جاست که می‌توانیم یک جریان زیر

آبی قوی را کشف کنیم، این جریان همان حضور نیروهای پنهان فرهنگ است، فرهنگ خودی و فرهنگ دیگران» (شنایدر، ۱۳۸۲).

با بهره‌گیری از خصوصیات ذکر شده در این اظهار نظر می‌توان این برداشت را برای چستی فرهنگی ارائه داد که هر گروه از انسان‌ها که در سرزمینی مستقر می‌شوند، به دلیل نیاز به زندگی در جمع برای گذران امور خود، مجبورند با هم مراودات مختلفی در تعاملات سیاسی، اقتصادی، قضایی و اجتماعی داشته باشند. از این روی، براساس آنچه در فطرت اولیه خود دارند دینی را می‌پذیرند و متأثر از خصوصیت جغرافیایی و طبیعی که بر زندگی آنها تحمیل شده است و حوادثی که در طول تاریخ آن جامعه رخ داده و بالاخره تأثیراتی که از سایر جوامع پذیرفته‌اند، به تدریج یک مجموعه نظام‌مندی از اعتقادات، ارزشها، هنجارها، الگوهای رفتاری پایدار و نمادهایی را به صورت مشترک مورد پذیرش قرار می‌دهند، تا براساس آن به بخش‌های مختلف زندگی اجتماعی خود معنا بخشیده و با هم تفاهم و همزیستی داشته باشند. این مجموعه نظام‌مند از اعتقادات، ارزشها، هنجارها، الگوهای رفتاری و نمادها را که حضور آن در همه ارتباطات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی بین اعضای جامعه و در همه تعاملات افراد با خالق هستی و درون خودشان جریان دارد را فرهنگ می‌نامیم.

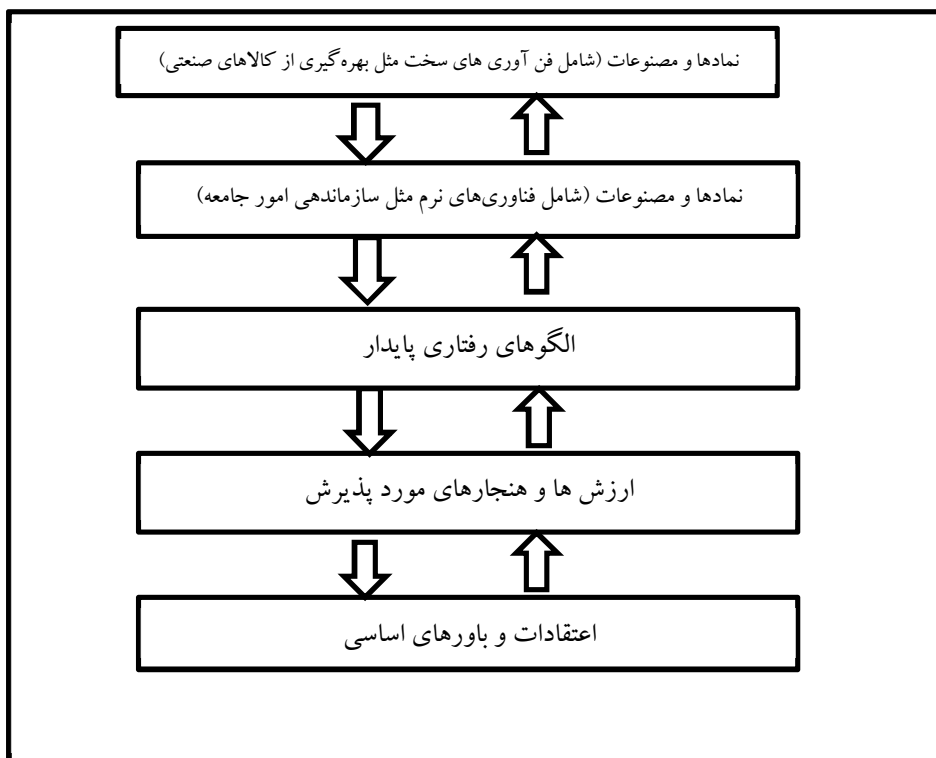
کارکردهای فرهنگ

برای فرهنگ کارکردهای مختلفی ذکر شده است که اهم آن عبارت است از: هویت‌دهندگی و احساس داشتن میراث مادی و معنوی مشترک بین افراد، انسجام بخشی و ایجاد احساس همبستگی بین اعضای جامعه، معنابخشی به افعال و اقدامات افراد، تضمین بقاء و تداوم تاریخی یک ملت، قالب‌ریزی برای شخصیت افراد در زندگی اجتماعی، ایجاد سازگاری بین افراد جامعه. این مجموعه کارکردها موجب می‌شود که فرهنگ نقش مهمی در پیشرفت یا عقب‌ماندگی جوامع مختلف از جمله توسعه اقتصادی آنها ایفا نماید و آنجا که ملتی مورد تهاجم نظامی، اقتصادی و فرهنگی قرار گیرد، نقش برجسته و تعیین‌کننده در فعال‌سازی افراد جامعه برای مقابله با اقدامات دشمنان ایفا کند.

فرهنگ چگونه تغییر می کند؟

گرچه فرهنگ با شکل گیری جامعه معنا پیدا می کند و خود را نشان می دهد و انتظار داریم از ثبات نسبی برخوردار باشد، اما وجود اراده در تک تک افراد جامعه، همراه با علاقه به کسب دانش جدید، وجود روحیه نوآوری و خلاقیت، میل به جلب توجه دیگران، دستیابی به منافع بیشتر، افراد جامعه را ترغیب می کند که با ایجاد تغییر در نمادها، تغییر در الگوهای رفتاری، خلق یا پذیرش فن آوری های جدید و همچنین با پذیرش بخش هایی از اعتقادات و ارزش های فرهنگی سایر جوامع و ایجاد تغییر در شیوه زندگی، بتدریج تغییرات در فرهنگ جامعه را بپذیرند. بدلیل همین تأثیر متقابل عناصر تشکیل دهنده فرهنگ در جامعه است که در بسیاری از مطالعات مربوط به تحولات فرهنگی در توضیح تأثیرات متقابل عناصر تشکیل دهنده فرهنگ، تعاملات را دو طرفه نشان داده اند که این موضوع با پذیرش نظام مند بودن ارتباط عناصر داخلی فرهنگ همخوانی دارد.

نمودار شماره (۲)



با وجود این تعاملات دوطرفه است که می‌توان به تأثیرات مختلف فرهنگ در تحولات اقتصادی جامعه از رهگذر مداخله در مصرف، مداخله در سرمایه‌گذاری، تولید، توزیع و ورود فناوری نرم و سخت اشاره نمود و از طرف دیگر به تأثیرات سازنده و یا مخرب تحولات اقتصادی در فرهنگ جامعه پرداخت.

تفاوت نگاه رهبران و مدیران بخش‌ها در درک اهمیت فرهنگ

رهبران جامعه بواسطه رسالت هماهنگ نمودن پیشرفت‌ها در همه ابعاد جامعه، درک عمیق‌تری از فرهنگ و اهمیت آن دارند و در عوض مدیران بخش‌های مختلف در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، قضایی، بهداشتی و غیره، بواسطه داشتن یک تخصص خاص و درگیری مستقیم با مسائل مادی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این عرصه‌های تک بعدی، از درک ناقص‌تری نسبت به ماهیت فرهنگ و تأثیر آن در حوزه مسئولیت خویش برخوردار هستند، شاید به همین دلیل است که مقام معظم رهبری ناچار می‌شوند هر سال در جمع اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی یا جمع هیأت دولت به کارکردهای مختلف فرهنگ و اهمیت آن اشاره و مخاطبین را به لزوم توجه به آن دعوت نمایند. برای مثال در سال ۱۳۸۳ می‌فرمایند:

«من فرهنگ کشور را در سه عرصه مهم و عام مشاهده می‌کنم؛ اول در عرصه تصمیم‌های کلان کشور است؛ یعنی فرهنگ به عنوان جهت‌دهنده به تصمیمات کلان کشور، حتی تصمیم‌های اقتصادی، سیاسی، مدیریتی و یا در تولید نقش دارد. وقتی ما می‌خواهیم ساختمان بسازیم و شهرسازی کنیم در واقع داریم از این طریق، فرهنگی را تولید می‌کنیم، اشاعه می‌دهیم یا اجرا می‌کنیم. اگر در سیاست خارجی مذاکره‌ای می‌کنیم و تصمیمی می‌گیریم عیناً همین معنا وجود دارد. بنابراین فرهنگ مثل روحی است که در کالبد همه فعالیت‌های گوناگون کلان کشوری حضور و جریان دارد» (بیانات در دیدار رئیس جمهور و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۸۱/۹/۲۶).

و یا در سال ۱۳۸۶ در همین جمع می‌فرمایند:

«فرهنگ مثل هواست که انسان وقتی که این هوا را استنشاق کرد، با هوایی که استنشاق کرده و با آن جانی که گرفته، می‌تواند دو قدم بردارد و جلو می‌رود؛ بقیه کارها همه برخاسته از آن چیزی

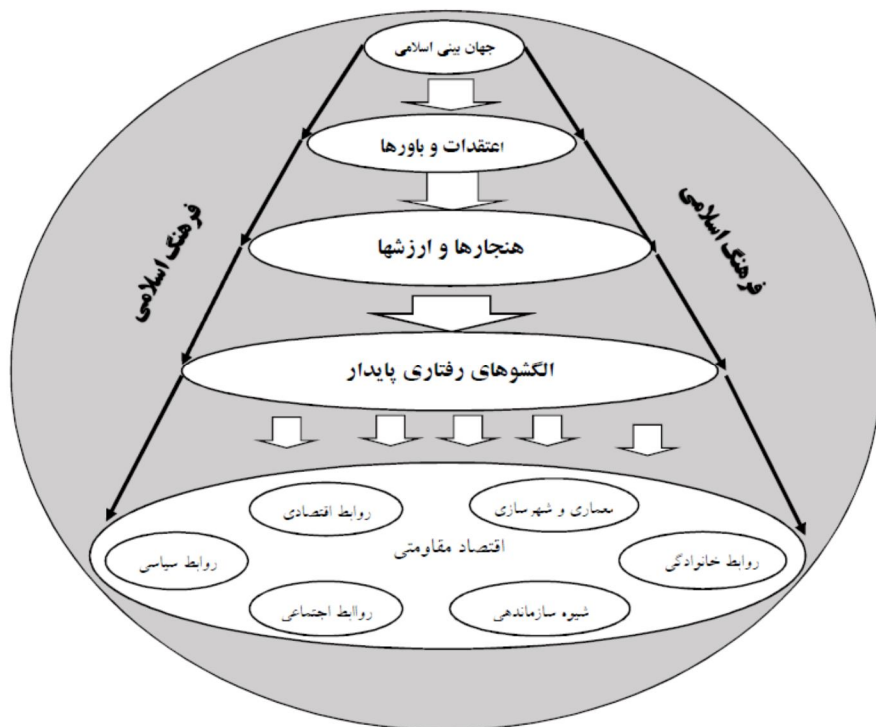
است که شما استنشاق کرده‌اید. اگر چنانچه یک جایی، هوای مسمومی تزریق بشود، نتیجه‌ای که در اندام‌ها دیده خواهد شد، تابع آن مسمومیتی است که در این هواست. اگر فضا را با دود یا مخدوری تخدیر کنند، وقتی شما آن را استنشاق کردید، رفتار شما متناسب با آن چیزی خواهد شد که استنشاق کرده‌اید؛ فرهنگ یک چنین حالتی دارد. خیلی از مشکلات جامعه ما با فرهنگ‌سازی حل می‌شود.» (بیانات در دیدار رئیس جمهور و اعضای هیأت دولت، ۸۶/۶/۴).

و همچنین در سال ۱۳۹۲ خطاب به رئیس جمهور محترم و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌فرماید:

«...اهتمام ویژه شما را در برجسته کردن این موضوع می‌طلبیم. چون شما هر جا هستید، بحمدالله همه‌تان جایگاهی برای گفتن و تأثیرگذاری دارید و منبرهایی در اختیار شما هست؛ از اینها استفاده کنید برای اینکه در جامعه و در چشم نخبگان کشور مسئله‌ی فرهنگ را در جایگاه واقعی و شایسته خود بنشانید؛ این خیلی مهم است. فرهنگ هویت یک ملت است. ارزش‌های فرهنگی روح و معنای حقیقی یک ملت است. همه چیز مترتب بر فرهنگ است. فرهنگ حاشیه و ذیل اقتصاد نیست، حاشیه و ذیل سیاست نیست، اقتصاد و سیاست حاشیه و ذیل بر فرهنگند؛ به این باید توجه کرد. نمی‌توانیم فرهنگ را از عرصه‌های دیگر منفک کنیم...» (بیانات در دیدار رئیس جمهور و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۹۲/۹/۱۹).

جایگاه فرهنگی که قرار است الزامات آن را در تحقق اقتصاد مقاومتی مورد بحث قرار دهیم، موضوعی نیست که در کنار فعالیت‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، قضایی، نظامی و انتظامی قرار داشته باشد. بلکه همانند چسبی قرار است پیوند دهنده همه این بخش‌ها با یکدیگر باشد، همانطور که باید جهت همه این فعالیت‌ها را در راستای ایجاد یک تمدن جدید مبتنی بر مبانی اسلامی را تعیین نماید. از این جهت می‌توان جایگاه اجزا تشکیل دهنده فرهنگ را در نموداری به شکل زیر نشان داد:

نمودار شماره (۳)



با چنین برداشتی از مفهوم فرهنگ و نقش آن در تحولات ابعاد مختلف جامعه از جمله پیشرفت اقتصادی و دست یابی به الگویی از اقتصاد مقاومتی، لازم است ابتدا رابطه فرهنگ و اقتصاد مورد بحث قرار گیرد.

ابعاد رابطه فرهنگ و پیشرفت اقتصادی

با اثبات رابطه فرهنگ و اقتصاد می‌توان دو رویکرد را مورد توجه قرار داد، یک رویکرد داشتن نگاهی ابزاری به تحولات فرهنگی برای تسریع در توسعه اقتصادی جامعه است که نمونه‌های از این نظرات به شرح زیر است:

مایکل تودارو می‌گوید: «توسعه مستلزم تغییر در طرز تلقی عامه مردم است» (تودارو، ۱۳۸۱). فرانسوا پرو معتقد است: «توسعه اقتصادی ترکیبی از تغییرات روحی و اجتماعی ملتی است که

بتواند محصول حقیقی ناشی از اقتصاد را افزایش دهد.» (ستاری فر، ۱۳۷۴).

مک کله لند: «نیاز به کسب موفقیت، عامل توسعه اقتصادی است و آن را باید در نوع تعلیم و تربیت خانوادگی، ارزش‌های فرهنگی و اعتقادات والدین جستجو کرد.» (حریری اکبری، ۱۳۷۸).

جان مانکل: «توسعه اقتصادی نیازمند رفتارهای خاصی است که باید شناسایی شود و سیستم پاداش‌دهی جامعه متناسب با فرهنگ آن جامعه به این رفتار پاداش دهد.» (همان)

اینگلس: «مجموعه‌ای از رفتارهای فرهنگی خاص در خلق انسان نو را، عامل توسعه اقتصادی می‌داند.» (افروغ، ۱۳۷۹).

اورت هگن: «معتقد است تا مردم جوامع فرهنگ سنتی حاکم بر محیط خود جدا نشوند، توسعه اتفاق نمی‌افتد.» (حریری اکبری).

ماکس وبر «در اثر معروفش اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، عامل توسعه اقتصادی غرب را تحول فرهنگی می‌داند.» (وبر، ۱۳۶۴).

رابرت بلاه «توسعه ژاپن را مدیون فرهنگ سامورایی می‌داند.» (حریری اکبری، ۱۳۷۸).

گیلفورد گیرتز «اعلام می‌دارد رشد و توسعه، بیش از هر چیز نیازمند ایجاد تحولات اساسی در ترکیب نهادی و نظام‌های ارزشی جامعه است (متوسلی، ۱۳۷۸).

چارلز ولف: «پیش‌نیاز هر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی موفق خلق ارزش‌ها و شکل‌گیری نهادهایی است که موانع موجود را در تمامی فرایندها تولید از بین برده، انگیزه و محرک‌های مثبتی را در تشدید روند رشد موجب می‌شود.» (افروغ، ۱۳۷۲).

ویلیبرت مور: «کشورهای جهان سوم قادرند علاوه بر انگیزه‌های مادی، از انگیزه‌ها و ارزش‌های فرهنگی بسیاری برای بنیانگذاری ساختار جدید توسعه خویش بهره بگیرند.» (متوسلی، ۱۳۷۸).

در کنار این نظریه‌ها و دیدگاه‌ها، نظریه جامع‌تری مطرح است و آن این است که با نگاه نظام‌واره به کلیت جامعه، فرهنگ را جزئی از یک سیستم نظام اجتماعی می‌داند و برای متغیرهای فرهنگی، اجتماعی با اقتصاد تعامل‌های چند جانبه می‌بیند که از جمله این دانشمندان می‌توان به نظرات افرادی مثل پارسونز، اسپنسر و مید اشاره نمود:

پارسونز: «نظام فرهنگی بر جنبه‌های دیگر جامعه نظارت دارد و اگر بخواهیم تحولات جامعه را درک کنیم، نخست باید به تحولات فرهنگی توجه کنیم» (Parsons, 1988).

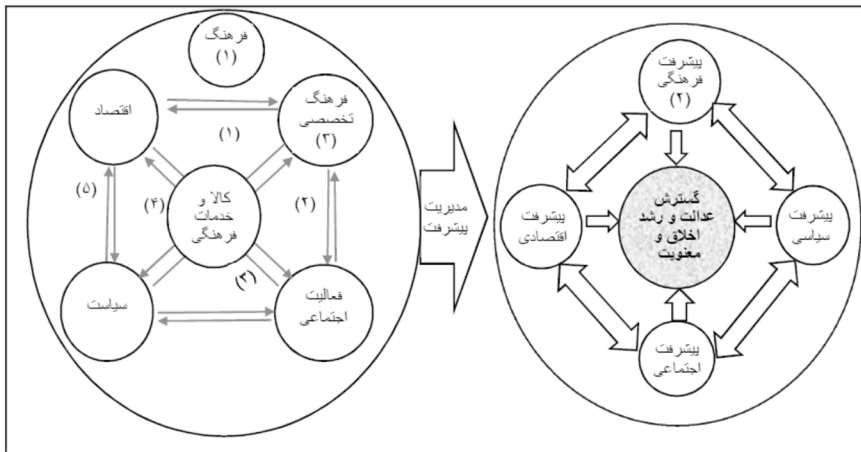
اسپنسر: «نظام فرهنگی به عنوان یک زیر نظام در کلیت نظام اجتماعی، در تعاملی مستمر با بقیه

اجزای نظام عمل می‌کند و در تعاملی پویا با سایر نظام‌ها تأثیر می‌گذارد و تأثیر می‌پذیرد» (Spencer, 1874).

مید: «... و از این رهگذر است که بسیاری از باورها و ارزش‌های ذهنی افراد در کنش‌های اقتصادی و سیاسی جامعه مداخله می‌کنند» (Mead, 1971).

بدیهی است با توجه به نگرش اسلام به زندگی اجتماعی و مزرعه دیدن زندگی دنیایی برای رشد و تکامل اخلاقی و معنوی انسان و دستیابی به فلاح اخروی، این دیدگاه برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی پیشرفت اقتصادی ما مناسب‌تر خواهد بود. روابط این دیدگاه را می‌توان در الگوی زیر ترسیم نمود:

نمودار شماره ۴



این الگو بر این نکته محوری تأکید دارد که در جامعه اسلامی، مجموعه فعالیت‌های مدیران راهبردی در مراحل سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تخصیص منابع و طی مراحل اجرا باید به نحوی باشد که:

اولاً: پیشرفت در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منجر به گسترش عدالت و رشد اخلاق و معنویت شود.

ثانیاً: سیاست‌ها و راهکارهای اجرایی در هر عرصه‌ای، نقشی هم‌افزا و کمک‌کننده به سایر بخش‌ها داشته باشد تا امکان افزایش بهره‌وری و تسریع در پیشرفت عمومی کشور فراهم شود.

در این الگو که می‌تواند راهنمای دستیابی به الزامات فرهنگی اقتصاد مقاومتی قرار گیرد، چهار عنوان فرهنگی ملاحظه می‌شود که به ترتیب عبارتند از:

۱- فرهنگ(۱): که معرف فرهنگ موجود جامعه ایران است و بطور طبیعی مجموعه‌ای از خصوصیات مثبت و منفی را در بر می‌گیرد.

۲- پیشرفت فرهنگی(۲): معرفی کننده خصوصیات فرهنگی است که بر اساس تبیین فرهنگ مطلوب استخراج می‌شود و به مدیریت راهبردی کشور نشان می‌دهد که آسیب‌ها و موفقیت‌ها در عرصه فرهنگی چه مسیری را طی می‌کند و باید برای حل چه مسائلی در فرهنگ برنامه‌ریزی کرد.

۳- فرهنگ تخصصی(۳): معرفی کننده بخش‌هایی از فرهنگ موجود جامعه است که بطور مستقیم اقتصاد، سیاست، و مسائل اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در مطالعات دانشگاهی تحت عنوان «فرهنگ اقتصادی»، «فرهنگ سیاسی»، و «فرهنگ اجتماعی» مورد بررسی قرار می‌گیرد.

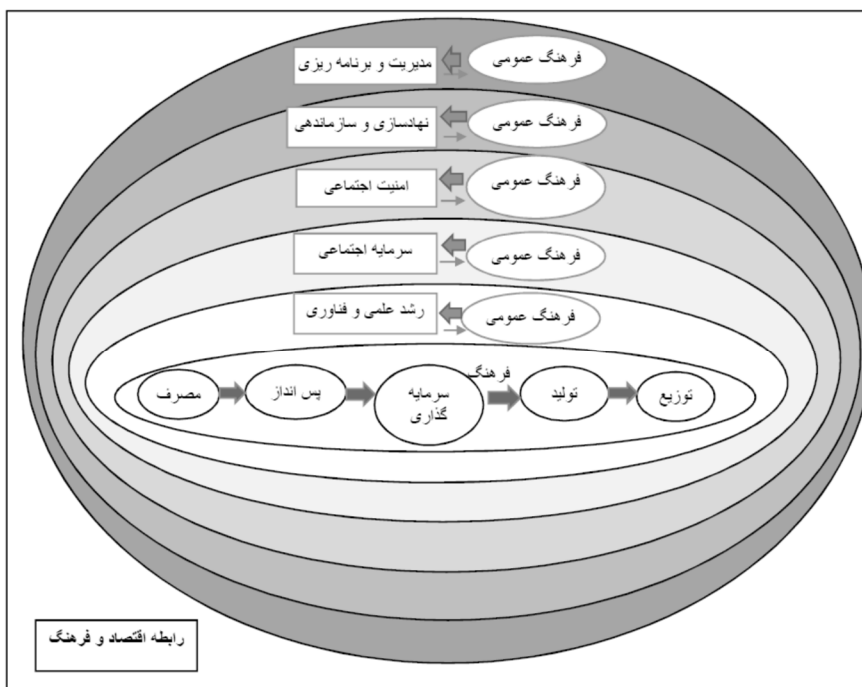
۴- کالا و خدمات فرهنگی(۴): با شناخت فرصت‌ها و آسیب‌های فرهنگ عمومی و همچنین شناخت دقیق‌تر فرهنگ اقتصادی، فرهنگ سیاسی، و فرهنگ مورد نیاز برای افزایش کارایی نهادهای اجتماعی مثل قوه قضائیه، بهداشت و درمان، دفاع و غیره و برنامه‌ریزی راهبردی برای مدیریت و اصلاح آن، لازم است کالا و خدمات فرهنگی و هنری متناسبی تولید شود.

همانطور که در نمودار شماره(۴) ملاحظه می‌شود، می‌توان تأثیرات فرهنگی جامعه را در پیشرفت اقتصادی کشور به دو دسته عوامل فرهنگی مستقیم و غیر مستقیم تقسیم نمود: عوامل فرهنگی مستقیم: عواملی هستند که در فرهنگ هر جامعه بر فرایند مصرف، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، تولید و توزیع کالا و خدمات تأثیر می‌گذارد. (فلش شماره ۱) عوامل غیرمستقیم فرهنگی: عواملی هستند که با تأثیرگذاری فرهنگ روی عوامل سیاسی و اجتماعی زمینه‌ساز پیش‌برندگی یا بازدارندگی رشد اقتصادی را فراهم می‌سازد. (فلش ۳ و ۲) و (فلش ۵ و ۴) در نمودار شماره(۴).

به منظور مراعات اختصار می‌توان این مجموعه عوامل را تحت عناوین تأثیر فرهنگ بر رشد علمی و فناوری جامعه، سرمایه اجتماعی، امنیت اجتماعی، توان نهادسازی و سازماندهی امور،

ظرفیت‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی جامعه خلاصه نمود و در نمودار زیر نشان داد:

نمودار شماره (۵)



برای درک عمیق‌تر ابعاد گسترده معضلات فرهنگی فرا راه پیشرفت اقتصادی کشور از جهت رابطه مستقیم فرهنگ با فرایندهای رشد اقتصادی می‌توان به نمونه‌هایی از شاخص‌های مصرف کالا و خدمات در وضع موجود اشاره نمود:

وزیر نیرو در تاریخ ۹۳/۲/۸ اعلام می‌کند: در سال ۱۳۹۰ شاخص شدت مصرف انرژی ایران ۶۱۹ بوده است که ۹ برابر ژاپن و نروژ، ۷ برابر کشورهای نوظهور توسعه OECD، ۵ برابر ترکیه، ۳ برابر عربستان و ۴ برابر شاخص متوسط مصرف انرژی دنیا بوده است.^۱

بانک جهانی: میانگین آب مصرفی سرانه جهان ۵۸۰ مترمکعب برای هر نفر در سال است و در

۱ - با توجه به منبع ذیل در تاریخ ۹۲/۲/۸

ایران ۱۳۰۰ متر مکعب است.^۱

رئیس سازمان غذا و دارو در تاریخ ۹۳/۹/۱۵ اعلام می‌کند: ایران از نظر جمعیت هفدهمین کشور و از نظر مصرف لوازم آرایشی و بهداشتی هفتمین کشور دنیا است.^۲

در بخش خدمات، انجمن تحقیقات راینولوژی ایران اعلام کرده است که در کشور ایران ۷ برابر کشور آمریکا جراحی زیبایی بینی صورت می‌گیرد.^۳

طبق گزارش WHO فقط ۵ تا ۱۵ درصد زایمان در جهان سزارین می‌شود در حالی که بر اساس اطلاعات موجود در ایران در سال ۱۳۹۱، ۴۰/۴ درصد زایمان‌ها با روش سزارین بوده است.^۴

اینکه چه عواملی جامعه ما را دچار بحران مصرف نموده است و نقش اعتقادات، ارزش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادهای جامعه در شکل‌گیری الگوهای مختلف مصرف چیست؟ بحث تفصیلی دیگری را طلب می‌کند. اما خلاصه آن عبارت است از:

- شفیته‌گی به فرهنگ غرب در بخش بزرگی از جامعه و تلاش برای همانندسازی از طریق مصرف کالاهای وارداتی؛
- دامن زدن و بازتولید این شفیته‌گی از طریق رسانه‌های ارتباطی مدرن؛
- زیاده‌خواهی‌های ذاتی انسان و پیوند آن با ضعف‌های فرهنگی باقی مانده از گذشته؛
- شکل‌گیری دولتی بزرگ با بهره‌گیری از درآمدهای نفتی در ساختار اداره کشور که با حضور در همه جغرافیای کشور به الگوسازی‌های مصرف‌گرایانه دامن زده است؛
- دامن زدن به توسعه مصرف از رهگذر وعده‌های انتخاباتی کاندیداهای مجلس و رؤسای جمهوری با تکیه بر درآمدهای نفتی؛

۱- با توجه به منبع ذیل در تاریخ ۹۱/۲/۳۱:

www.kargar.ir/8536

۲- با توجه به منبع ذیل در تاریخ ۹۳/۳/۱۵:

www.asriran/fa/news/369534

۳- با توجه به منبع ذیل در تاریخ ۹۲/۱/۹:

www.shafaf.IR/fa/news/175848

۴- با توجه به منبع ذیل:

www.muy.ac.IR/7398

- توسعه مصرف در ذات نظام بازار و توسعه مبتنی بر الگوهای وارداتی و هم‌افزایی آن از طریق فناوری‌های ارتباطی.

بطور طبیعی وقتی در جامعه‌ای الگوی مصرف کالاها و خدمات دارای مشکلات عدیده‌ای باشد با تأثیرگذاری بر پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و سازوکارهای توزیع در هر مرحله مشکلاتی را به اقتصاد تحمیل می‌کند.

از جهت بررسی تأثیرات غیرمستقیم فرهنگ بر عوامل سیاسی و اجتماعی، لازم است ضمن توضیح اجمالی هر یک از این عوامل، مندرج در نمودار شماره (۵) مصداق‌هایی از کارکردهای وضع موجود را یادآور شویم.

۱- فرهنگ و رابطه آن با رشد علم و فن آوری در ایران امروز

گرچه با تأکیدات مکرر مقام معظم رهبری، قدم‌های بلندی در گسترش و توسعه علم و فن آوری برداشته شده است، اما بواسطه وجود موانع فرهنگی متنوع در جامعه، علی‌رغم رشد سریع نظام دانشگاهی کشور، آسیب‌ها و کاستی‌های زیادی را شاهد هستیم.

وجود روحیه مدرک‌گرایی افراطی، عدم وابستگی ذهنی بعضی از نخبگان به خدمت در کشور، بی‌برنامه‌گی در تأسیس رشته‌های علمی و بی‌توجهی به نیازهای کشور، نبودن روحیه مراجعه به تحقیق و پژوهش در بین مدیران اجرایی برای تصمیم‌گیری، نمونه‌هایی از این کاستی‌هاست که یکی از آثار آن آمار بالای بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و عدم اشتغال بسیاری از آنها در غیر از رشته تحصیلی خود است. به عنوان نمونه‌ای از کاستی‌ها می‌توان به بیکاری فارغ‌التحصیلان بویژه در بعضی از رشته‌ها اشاره نمود:

در حال حاضر بیکاری بین فارغ‌التحصیلان صنعت و فن آوری ۴۱/۶ درصد، علوم رایانه‌ای ۳۰/۴ درصد، روزنامه نگاری ۳۰/۳ درصد، علوم حیاتی ۲۶/۶ درصد، هنر ۲۶/۴ درصد اعلام شده است.^۱

۱- با توجه به منبع ذیل:

۲- سرمایه اجتماعی و نسبت آن با فرهنگ

سرمایه اجتماعی که در تلقی عمومی به نوع و میزان اعتماد بین اقشار، گروه‌ها و سازمان‌های مختلف اشاره می‌کند، نقش مهمی در میزان پیشرفت اقتصادی جوامع دارد، «چو» یکی از جامعه‌شناسان مشهور، سرمایه اجتماعی را در سه سطح توضیح داده است:

«سطح فرد: در برگیرنده جنبه‌هایی از سازمان اجتماعی مانند شبکه‌های روابط اجتماعی افراد، خانواده‌ها، ارزش‌ها، و هنجارهای مرتبط با آن است که تأثیر مثبت یا منفی بر اجتماع به مثابه یک کل دارد.

سطح میانی: شامل روابط عمومی و افقی در بین افراد و گروه‌های مختلف مانند شرکت‌های تجاری می‌شود. روابط عمومی میان افراد و شرکت‌های مختلف، به وسیله روابط سلسله مراتبی و توزیع نابرابر قدرت میان اعضاء مشخص می‌گردد.

سطح کلان: این سطح شامل سرمایه اجتماعی محیط سیاسی و اجتماعی می‌شود که ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد و امکان گسترش هنجارها را فراهم می‌آورد. در این سطح، روابط و ساختارهای نهادی و رسمی مانند رژیم سیاسی، حاکمیت قانون، نظام قضایی، آزادی مدنی و سیاسی وجود دارد» (چو، ۲۰۰۲). همانطور که ملاحظه می‌شود این موضوع تعامل بسیار گسترده با فرهنگ جوامع دارد^۲ و اگر آن را در چهار عرصه^۱ -۱- اعتماد مردم به یکدیگر ۲- اعتماد مردم به حکومت و نهادهای اصلی جامعه ۳- اعتماد نهادهای مذکور به یکدیگر ۴- اعتماد حکومت و این نهادها به مردم، طبقه‌بندی نمائیم، می‌توانیم به قضاوتی نسبی از وضعیت موجود کشور برسیم.

۳- نسبت فرهنگ با امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی چه در بعد میزان واقعی امنیت و چه در بعد میزان احساس امنیت در افراد، یکی از عوامل تعیین‌کننده در شکل‌گیری واحدهای تجاری، تولیدی پیشرفته با نگاهی بلندمدت در بخش خصوصی است.

۱- Yuau, K., Chou

۲- با توجه به منبع ذیل:

امنیت اجتماعی به عوامل گسترده‌ای ارتباط پیدا می‌کند که لایه سطحی آن به مسائلی مثل میزان سرقت، کلاهبرداری، قتل و غیره بر می‌گردد. در سطوح عمیق‌تر آن به نوع قوانین، کیفیت قوانین، نحوه اجرای قوانین ارتباط پیدا می‌نماید و در مجموع احساس وجود امنیت و یا عدم احساس امنیت در یک جامعه، نقش تعیین کننده در حضور بخش خصوصی فعال و خلاق در اقتصاد جامعه دارد. بدیهی است نوع اعتقادات، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری هر جامعه که از عناصر اصلی تشکیل دهنده فرهنگ است، نقش تعیین کننده‌ای در ایجاد امنیت و احساس امنیت دارد.

در حال حاضر بواسطه گستردگی ابعاد فساد در ساختار اداری کشور، موجب شده نهاد‌های بین‌المللی بر اساس معیارهای خاص خود رتبه ایران را بین ۱۷۷ کشور جهان ۱۴۴ ارزیابی کنند. گر چه می‌توان با نقد معیارهای آنها، این رتبه را مورد انتقاد قرار داد، اما وقتی در تریبون‌های رسمی از قول بالاترین مقامات ارشد قوه قضائیه و مدیران ارشد اجرایی از اختلاس‌ها و سوءاستفاده‌های مالی کلان پرده برداری می‌شود، نماد تلخی از پایین بودن امنیت اجتماعی بخصوص امنیت اقتصادی جامعه است.

۴- ظرفیت‌های فرهنگ در توان‌سازی و سازماندهی

وقتی بحث از ورود در اقتصاد مدرن متناسب با شرایط زمان است، عامل ظرفیت نهادسازی مناسب و توان سازماندهی امور در بین افراد یک جامعه، یکی از پارامترهای مهم در شکل‌گیری سازمان‌های کارآمد و حرکت عمومی یک جامعه به سمت پیشرفت است. برای مثال، اینکه دانش‌آموختگان تحصیل کرده یک جامعه توان آن را داشته باشند که با تعامل صحیح با یکدیگر ظرفیت‌های وجودی خویش را به هم پیوند دهند و با ارائه خدمتی یا تولید کالایی نیازی از جامعه را برطرف سازند، در شکل‌دهی به حضور ظرفیت‌های جدید در سازندگی کشور بسیار مؤثر است و طبیعی است که این مسئله علاوه بر ضرورت وجود مهارت در بین مدیران جامعه، مستلزم شکل‌گیری اعتقادات و الگوهای رفتاری مناسب بین اقشار مختلف بویژه جوانان است که تعاملی گسترده با تحولات فرهنگی کشور دارد.

۵- مدیریت و برنامه‌ریزی

مدیریت با مفهوم سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تخصیص منابع و اجرای صحیح اقدامات از پیش طراحی شده، در هر جامعه‌ای نقشی تعیین کننده در افزایش بهره‌وری و ارتقاء اثربخشی فعالیت‌ها خواهد داشت. این مسئله‌ای است که باید از کوچکترین واحد جامعه یعنی داشتن برنامه در کاربرد منابع یک انسان در زندگی شخصی خود آغاز و در تفکر مدیران میانی تداوم و در سطح ملی برای هماهنگ‌سازی برنامه‌های وزارتخانه‌های مختلف و قوای سه گانه کشور دنبال شود. در غیر این صورت، بسیاری از منابع جامعه در جریان تضاد منافع سازمان‌ها و رقابت‌های غیر منطقی بین سازمان‌های دولتی و اعمال تفکرات فردی و اعمال نفوذ جریان‌های مختلف سیاسی، اجتماعی از بین می‌رود. مشکلی که هم اکنون گریبان اکثر کشورهای در حال توسعه را گرفته است، رابطه مستقیم این مسئله با فرهنگ هر جامعه، در همه سطوح، نقشی تعیین کننده خواهد داشت.

به عنوان یک نمونه از ضعف توان مدیریت و برنامه‌ریزی در کشور می‌توان به پایین بودن سطح بهره‌وری نیروی انسانی در کشور اشاره کرد.

برای مثال: رئیس انجمن بهره‌وری ایران اعلام می‌دارد در طی ۳۰ سال فاصله بین ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۰ شاخص بهره‌وری ایران رشدی نداشته و مابین بیست کشور آسیایی مقام نوزدهم را داریم^۱. وی در جای دیگر مدعی می‌شود که بین سال‌های ۷۵ تا ۸۶ میانگین رشد ارمنستان با ۶۳/۲، اسلواکی ۶۲/۶، بلغارستان ۵۸/۸، کره جنوبی ۵۵/۶، ترکیه ۵۱/۵، چین ۴۶/۱، آذربایجان ۳۴/۷ و ایران ۱۶/۲ بوده است.

همانطور که ملاحظه نمودید، فرهنگ از زوایای مختلفی بصورت مستقیم و غیرمستقیم میزان رشد و توسعه اقتصادی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و متأسفانه در شرایط موجود ایران، عوامل گسترده‌ای، نقش مخرب و بازدارنده در پیشرفت کشور دارد که مواردی از آن ذکر شد. شاید توجه به همین ابعاد گسترده تأثیرگذاری موانع فرهنگی است که مقام معظم رهبری با اشرافی که بر مسائل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور دارند صلاح دانسته‌اند در پیام

۱- با توجه به منبع ذیل، در تاریخ ۸۶/۹/۱۳:

نوروزی خود در سال ۷۶ به جلوگیری از اسراف توصیه کنند. و در سال ۷۷ مردم را به صرفه‌جویی دعوت نمایند و سال ۸۷ را به نام سال نوآوری و شکوفایی نام گذاری کنند و سال ۸۸ را سال اصلاح الگوی مصرف بنامند و سال ۸۹ را تحت عنوان «همت مضاعف و کار مضاعف» یاد کنند و سال ۹۰ را «سال جهاد اقتصادی» بنامند و سال ۹۱ را «سال تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی» معرفی نمایند، و سال ۹۲ را با عنوان «سال حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی» مطرح نمایند و بالاخره سال ۹۳ را با نام گذاری «سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی» همگان را به تلاشی همه جانبه دعوت نمایند.

الزامات فرهنگی

با این توضیحات این سؤال مطرح می‌شود که برای تحقق اقتصاد مقاومتی در شرایط امروز ایران اسلامی چه الزامات فرهنگی نیاز است؟ به عبارت دیگر چه تغییراتی باید در فرهنگ جامعه امروز ایران رخ دهد تا همزمان سه هدف زیر محقق شود:

- ۱- شرایط زندگی روزمره مردم بهبود مستمر پیدا کند.
- ۲- در مقابل فشارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی دشمن مقاومت نماید.
- ۳- در بلندمدت آرمان‌های فرهنگی نظام جمهوری اسلامی تحقق یابد.

همانطور که قبلاً نیز اشاره شد برای دستیابی به مجموعه سیاست‌ها و اقدامات فرهنگی پشتیبانی‌کننده اقتصاد مقاومتی باید چند پیش فرض زیر را به عنوان اصول حرکت مدنظر قرار داد:

- ۱- فشارهای اقتصادی دشمن همزمان با اقدامات فرهنگی، سیاسی و نظامی علیه توان و ظرفیت‌های نظام جمهوری اسلامی در جریان است.
- ۲- اقدامات فرهنگی مدنظر برای تقویت بنیادهای اقتصادی داخل وقتی کارآمد است که همزمان، توان تقویت بنیادهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی داخل را در مقابل همه دسیسه‌های دشمن داشته باشد.
- ۳- اقدامات فرهنگی مورد نظر برای تقویت و تحقق اقتصاد مقاومتی زمینه‌ساز تحقق اهداف اصلی نظام، یعنی ارتقاء سطح عدالت و زمینه‌ساز رشد اخلاق و معنویت باشد.

۴- همانطور که در بند هشت مبانی نقشه مهندسی فرهنگی ذکر شده است، همه افراد، سازمان‌ها و نهادهای جامعه از آن جهت که از فرهنگ تأثیر می‌پذیرند و بر فرهنگ تأثیرگذار هستند، باید نقش خود را در تقویت فرهنگ پشتیبانی‌کننده از اقتصاد مقاومتی شناسایی و اصلاح کنند.

۵- همانطور که باید در همه سازمان‌های جامعه افزایش اثربخشی و بهره‌وری مدنظر قرار گیرد، لازم است همزمان به موضوع همکاری و تعاون با سایر سازمان‌ها برای ارتقاء سطح هم‌افزایی سازمان‌ها کمک شود.

بنابراین اگر بر اساس مطالعات انجام گرفته در رابطه با فرهنگ اقتصادی جوامع در حال توسعه، لازم است در حوزه فرهنگ عمومی یک سلسله تحولات بینشی، گرایشی و رفتاری رخ دهد که از جمله آنها:

- ارتقاء نگرش علمی در تصمیم‌گیری آحاد جامعه بویژه بین مدیران؛
- ایجاد باور به لزوم برنامه‌ریزی و آینده‌نگری در بین آحاد جامعه بویژه مدیران؛
- توسعه روحیه همکاری و کار جمعی در همه عرصه‌های زندگی بویژه در فعالیت‌های اقتصادی؛
- ارزش قائل شدن برای وقت خود و دیگران؛
- اعتقاد به نظم‌آفرینی و نظم‌پذیری در جامعه، بویژه در بین مدیران؛
- قانون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری، ارتقاء روحیه کار و تلاش و ... می‌باشد.

بنابر آنچه در مقدمه مقاله ذکر شد وقتی این موارد برای کشور ما و شرایط خاصی که در آن قرار داریم مفید خواهد بود که به موازات آن چند تحول فرهنگی تکمیلی رخ دهد که از جمله آنها عبارتند از:

۱- بند هشت مبانی نقشه مهندسی فرهنگی: هر فرد (حقیقی و حقوقی) به تناسب جایگاه اجتماعی و توانمندی‌های خود در تغییر و تحولات فرهنگی تأثیرگذار و تأثیرپذیر است.

۱- پذیرش و باور این واقعیت بین مدیران و کارگزاران اقتصادی جامعه که نظام جمهوری اسلامی بواسطه تأکید بر اصول و مبانی اعتقادی خود همواره در معرض تهدیدات مختلف از جمله تهدیدات اقتصادی است.

۲- ایجاد این باور بین آحاد جامعه که در حال حاضر هر گونه کمک سازنده برای پویایی اقتصاد داخلی یک فعالیت ارزشمند معنوی هم خواهد بود، همانطور که هر گونه تخریب اقتصادی نوعی همکاری با دشمنان نظام اسلامی تلقی می‌شود.

۳- ایجاد این باور که جامعه ایران به اندازه کفایت منابع و ظرفیت لازم برای عبور از موانع و تهدیدات دشمن وجود دارد.

۴- ایجاد این اعتقاد و الگوی رفتاری که در شرایط موجود ایران، تلاش برای بهبود کیفیت کالا و خدمات به موازات خرید کالا و خدمات ایرانی یک وظیفه الهی و انسانی است.

۵- ایجاد این بینش در بین همه افراد جامعه که همه ما ایرانیان، به دلیل آنکه در یک یا چند نقش اقتصادی مثل مصرف کننده، پس انداز کننده، سرمایه گذار، تولید کننده مشارکت داریم، حتماً یک عامل اقتصادی خواهیم بود. و این نقش‌ها می‌تواند مثبت یا مخرب باشد. همانطور که قبلاً اشاره شد یک عامل فرهنگ ساز هم خواهیم بود.

۶- ایجاد این بینش بین کارگزاران اقتصادی که هر فعالیت اقتصادی متناسب با ابعاد و موقعیتی که دارد، موجی از تأثیرات مثبت و منفی فرهنگ اقتصادی را در فعالیت سایر کارگزاران اقتصادی ایجاد می‌کند.

برای مثال از پرتلاشی و انضباط یک کارگر در یک کارخانه که زمینه فعالیت بیشتر سایر کارگران را فراهم می‌سازد تا آثار مخرب یک تاجر واردکننده کالای مخرب فرهنگ و سلامت جسم و اقتصاد جامعه تا سیاستگزاری صحیح برنامه‌نویسان اقتصادی برای فردای جامعه ایران، همه و همه با نحوه کار کردن خود، نه تنها منابع مستقیم خود را بکار می‌گیرند که با تأثیرگذاری فرهنگی روی دیگران، امواج دیگری و مصرف منابع را رقم می‌زنند.

ضرورت‌های عملی شدن الزامات فرهنگی

همانطور که در فهرست تحولات فرهنگی لازم برای تحقق اقتصاد مقاومتی ملاحظه گردید، ما نمی‌توانیم بر اساس مبانی نظری اقتصاد و مبتنی بر بازار تعریف شده در مکتب لیبرالیسم، اقتصاد

خود را مدیریت نماییم، بلکه باید بتوانیم با فعال‌سازی همه وجوه انسانیت مطرح شده در انسانها، از همه ظرفیت‌های اعتقادی و انگیزشی آنها استفاده نماییم تا با اقدامات فرهنگی توأم با فعالیت‌های اقتصادی مفید، اکثریت آحاد جامعه را به مرحله‌ای از بلوغ فکری و تصمیم‌گیری برسانیم که همه تصمیمات کوچک و بزرگ خود را ذیل منافع جامعه تنظیم نمایند و همگان یاد بگیرند که برای هر تصمیم فردی و اجتماعی خود چه می‌دهند و ما به ازاء آن چه می‌گیرند و در موقع محاسبه داده هر تصمیم، توجه داشته باشند که علاوه بر مصرف عمر و سایر منابع خود از امکانات مختلف جامعه مثل امنیت، نظم، بهداشت و دهها سرمایه‌گذاری ملی بهره می‌برند و در موقع محاسبه ستاده هر تصمیم، ملاحظه نمایند که در کنار تحقق اهداف فردی خود، چه تأثیری بر تحقق اهداف جامعه خواهند داشت. جاری شدن این نظام تصمیم‌گیری در بستر جامعه، مستلزم نوع متفاوتی از اعمال مدیریت بر فرهنگ جامعه است که از آن به عنوان «مدیریت فرهنگی» نام برده می‌شود. مدیریت فرهنگی به راهبرد کلانی در اعمال مدیریت امور جامعه اشاره می‌کند که سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و تخصیص‌دهندگان منابع در سازمان‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، ضمن حداکثر کردن میزان تحقق اهداف بخش‌های خود، به تحقق اهداف فرهنگی جامعه کمک می‌کنند. این راهبرد کلان که بر اساس تحقق اهداف غائی مندرج در قانون اساسی تحت عنوان مهندسی فرهنگی با عبارت «فرایند بازطراحی، اصلاح و ارتقاء شئون و مناسبات نظام‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور بر اساس فرهنگ مهندسی شده با توجه به شرایط، ویژگی‌ها و مقتضیات ملی و جهانی است»^۱.

در نقشه مهندسی فرهنگی ذکر شده و به طور مشخص به عنوان یکی از راهبردهای سیزده گانه این نقشه به تصویب رسیده است.^۲

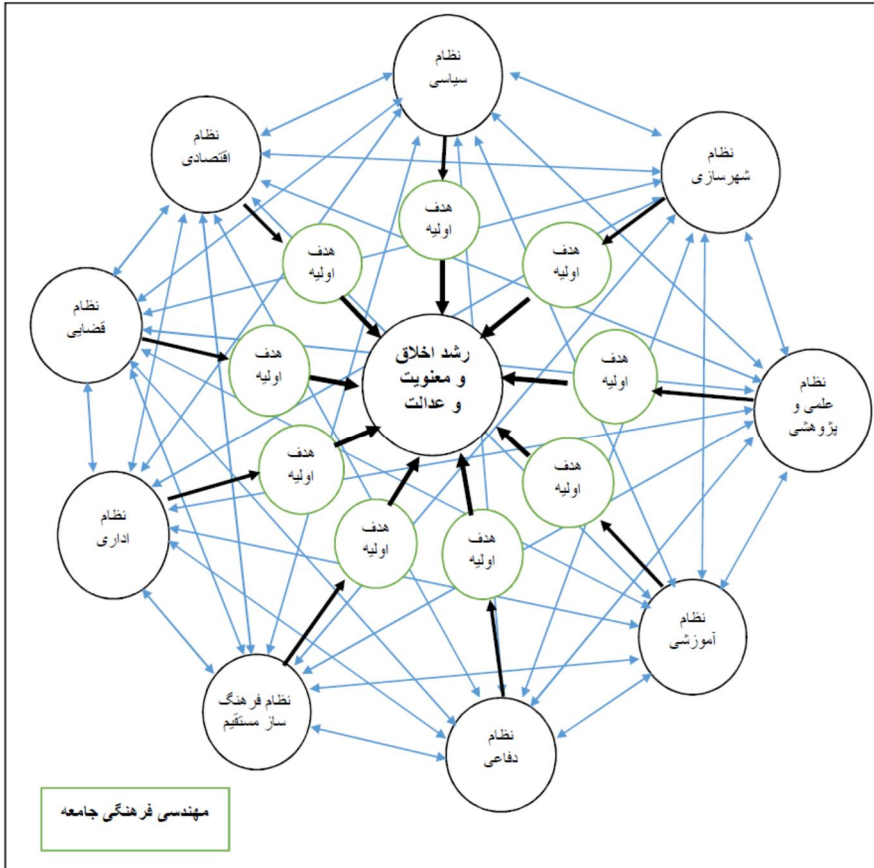
در این رویکرد مدیریتی پیوندهای قطع شده سیاست‌ها، طرح‌ها و فعالیت‌ها با اهداف فرهنگی و اقتصادی جامعه که عامل مهمی در کاهش اثربخشی و بهره‌وری فعالیت‌های مختلف در همه سازمان‌ها و نهادهای اجرایی کشور است مجدداً با هم پیوند می‌خورد، یعنی اگر در وزارت نیرو

۱ - کلیات نقشه مهندسی فرهنگی مصوب پایان سال ۱۳۹۲.

۲ - راهبرد کلان ۱۲: بازنگری و اصلاح اهداف و کارکردهای فرهنگی نظام‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مبتنی بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور.

سدی ساخته می‌شود؛ در همان طرح، همزمان با مطالعه قراردادان پیامدهای اقتصادی، زیست محیطی، آثار و پیامدهای فرهنگی آن مدنظر قرار می‌گیرد.

برای روشن شدن موضوع می‌توان این رویکرد را در قالب الگوی زیر مورد توجه قرار داد:



بر اساس این الگو و رویکرد مدیریت فرهنگی، همه مدیران و کارگزاران سازمانها و نهادهای اجرایی باید یاد بگیرند و باور کنند که چگونه سه بعد فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی را با هم تلفیق کنند. به ترتیبی که:

- ۱- اهداف سازمانی را با حداکثر بهره‌وری تحقق بخشند؛
- ۲- در شیوه پیگیری تحقق اهداف، به پیامدهای فرهنگی آن توجه کنند؛
- ۳- در تعامل با همه سازمانها و نهادها حداکثر همکاری و هم افزایی را داشته باشند.

این رویکرد در سطح اجرای طرح ها و فعالیت‌های مهم تحت عنوان «پیوست نگاری فرهنگی» مطرح شده است و به عنوان یکی از اقدامات ملی ذیل راهبرد ۱۲ نقشه مهندسی فرهنگی با این عبارت آمده است: «استقرار نظام پیوست‌نگاری فرهنگی و ایجاد سازوکار پیش‌بینی، ارزیابی و پیشگیری از تأثیرات و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات نظام‌های مختلف هماهنگ با شورای عالی انقلاب فرهنگی».

اما در سطح مدیریت راهبردی سازمان‌های ملی، مثل وزارتخانه‌ها بدین معنا است که کلیه لایه‌های تأثیرگذاری فرهنگی این وزارتخانه‌ها مورد توجه قرار گیرند، شامل:

- بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی عملکرد هر سازمان روی کارکنان خود؛
 - بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی کالا و خدمات مورد ارائه وزارتخانه‌ها روی مراجعه‌کنندگان؛
 - بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی عملکرد وزارتخانه‌ها در فرهنگ عمومی جامعه.
- با گسترش و عملیاتی شدن این گفتمان در همه سازمان‌ها و نهادهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اعمال سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تحقق عملی آن، به طور طبیعی بسیاری از ملزومات اقتصاد مقاومتی مانند موارد ذیل، مدنظر قرار می‌گیرد:
- اصلاح تدریجی الگوی مصرف با تکیه بر مصرف کالای داخلی؛
 - بهره‌گیری حداکثری از علم و فناوری در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی؛
 - افزایش بهره‌وری از منابع انسانی، مالی و تجهیزاتی؛
 - همکاری و تعامل با همه سازمان‌ها و نهادهای مرتبط؛
 - همراه‌سازی همه ظرفیت‌های انگیزه‌ساز در نیروی انسانی؛
 - توجه کامل به دانش، مهارت و فرهنگ نیروی کار در کلیه سطوح؛
 - کاهش تدریجی از اتکاء به منابع نفتی و بهره‌گیری از همه منابع متنوع کشور؛
 - مبارزه همزمان با آثار تهاجم فرهنگی و پیامدهای مخرب جهانی شدن.

اجرای این رویکرد به مفهوم واقعی، نیازمند تدوین برنامه‌ای جامع برای توسعه متوازن در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی اجتماعی و فرهنگی است، به ترتیبی که با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی تعاملی با دادن اختیارات مناسب درون سازمانی، به سلسله مراتب مدیران از طریق برنامه‌ریزی راهبردی، تعاملات سازمان‌ها با یکدیگر هماهنگ شده و اقدامات درون

سازمانی از رهگذر آموزش، توجیه و فرهنگ‌سازی دنبال شود، تا امکان افزایش بهره‌وری و اثربخشی کارکرد سازمان‌ها فراهم شود. بدیهی است که اعمال این سیاست راهبردی، مستلزم طراحی نظام ارزیابی و نظارت متناسب با خود می‌باشد.

در پایان لازم است این نکته را یادآور شود که زیربنای راهکار ارائه شده، این مبنای نظری است که نمی‌توان برای فرهنگ‌سازی در سطح جامعه، سازمان خاصی را در نظر گرفت و مدعی شد که این سازمان می‌تواند پیش‌نیازها و پیامدهای فرهنگی همه بخش‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را جبران نماید و این قابلیت را داشته باشد که برای آماده‌سازی فرهنگ جامعه برای تحقق سیاست‌ها و اقدامات همه فعالیت‌های سازمان‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی اقدام نماید. بلکه باید پذیرفت که در هر سازمانی متناسب با نیازهای فرهنگی و کارکردهای فرهنگی آن باید ساختار متناسب طراحی شود و سازمان‌های فرهنگی موجود جایگاه خود را در نقش هدایت‌گری، آموزش دهنده‌گی و نظارت‌کننده بر فعالیت‌های فرهنگ‌ساز بخش‌های مختلف ارتقاء بخشند.

نتیجه‌گیری

- فرهنگ به عنوان نظامی از اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری و نمادها، نقشی تعیین‌کننده در پیشرفت و رشد اقتصادی جوامع دارد.
- لزوم تحقق اقتصاد مقاومتی با مفهوم اقتصادی که بتواند در مقابل فشارهای همه‌جانبه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دشمنان نظام اسلامی مقاومت نماید، بواسطه پافشاری نظام جمهوری اسلامی به حفظ اصول اساسی خود، از جمله تأکید بر حفظ استقلال و تلاش برای گسترش عدالت و رشد مداوم اخلاق و معنویت در جامعه اسلامی است.
- راهبردها و راهکارهای مورد اتخاذ در عرصه فعالیت‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی باید تقویت‌کننده اهداف غایی نظام، یعنی گسترش عدالت و رشد اخلاق و معنویت باشد.
- در کنار مجموعه تحولات فرهنگی که در همه کشورهای در حال توسعه برای تقویت اقتصاد آنها ضرورت دارد، تحولات فرهنگی خاصی در نظام جمهوری اسلامی باید صورت گیرد تا عزم لازم برای تحقق اقتصاد مقاومتی فراهم شود.

- ایجاد اعتقاد و باور مشترک بین مدیران ارشد نظام در مواجهه اجتناب‌ناپذیر با استکبار جهانی، تکیه بر ظرفیت‌های داخلی، لزوم شکل‌گیری مدیریت جهادی در سلسله مراتب مدیران جامعه از الزامات قطعی شکل‌گیری اراده برای تحقق اقتصاد مقاومتی است.
- نقش‌آفرینی همه افراد و سازمان و نهادهای جامعه در تحولات فرهنگی و اقتصادی جامعه می‌طلبد که مدیران جامعه دانش و مهارت تلفیق ملاحظات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌های خود را پیدا کنند.
- اجرای محتوای تصویب شده در نقشه مهندسی فرهنگی کشور که در پایان سال ۱۳۹۲ به تصویب اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است، سرفصل راهکارهای تحقق الزامات فرهنگی اقتصاد مقاومتی را معرفی نموده است.
- شکل‌گیری باور مشترک بین مدیران اجرایی، گفتمان‌سازی ملی، فعال‌سازی همه مدیران در چارچوب پیگیری اهداف خاص سازمانی خود برای شناسایی و معرفی اقدامات فرهنگی مورد نیاز سازمان خود، تدوین این مجموعه اقدامات و هماهنگ‌سازی آن در قالب یک سند ملی و کامل کردن آن به عنوان یک برنامه جامع فرهنگی و شروع به اجرا و نظارت علمی بر مراحل اجرای آن، از ضرورت‌های تحقق اقتصاد مقاومتی است.

منابع

- افروغ، عماد (۱۳۷۹)، *چشم‌اندازی نظری به تحلیل طبقاتی و توسعه*، تهران، نشر توسعه و فرهنگ دانش.
- تودارو، مایکل (۱۳۸۱)، *توسعه اقتصادی در جهان سوم*، ترجمه غلامعلی فرجادی، نشر کوهسار، چاپ دهم.
- حریری اکبری (۱۳۷۸)، *مدیریت توسعه*، نشر قطره.
- ستاری فر، محمد (۱۳۷۱)، *درآمدی بر سرمایه توسعه*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- سوزان سی، شنایدر و ژان، لویی کابریو (۱۳۸۲)، *مدیریت در پهنه فرهنگ‌ها*، ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- کلیات نقشه مهندسی فرهنگی مصوب پایان سال ۱۳۹۲.

- متوسلی، غلامعباس (۱۳۷۸)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، نشر سمت، تهران، چاپ هشتم.
- وبر، مارکس (۱۳۷۱)، *اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری*، ترجمه عبدالمحمود انصاری، نشر سمت.

- Chou, Yuau K., (2002), *Madolling Social Capital and Growth*, University of Melbourne, Research Paper, Number865.
- <http://isna.ir/fa/news/93071407555/>
- Mead.g.h (1967), *Mind, Selt and Society*, University of Chicago Press.
- Parsons, Talcoot (1951), *The Social System*, iii, Nois free Press.
- Spencer, H. (1991), *Principles of Sociology*, vol3, London.
- www.asriran/fa/news/369534
- www.blogfa.com/post/9060asr
- www.fararu.com/171034
- www.irib.news/IP/45653
- www.muy.ac.IR/7398
- www.shafaf.IR/fa/news/175848
- wwwkargar.ir/8536