

بسمه تعالی

مولفه های موثر بر فرهنگ سازی و بهره‌مندی از کالاهای ایرانی از منظر

مقام معظم رهبری

رعنا حکمی هروی^۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی مولفه های موثر بر فرهنگ سازی و بهره‌مندی از کالاهای ایرانی از منظر مقام معظم رهبری است. کالای ایرانی که ساخت کشور ایران است و به رشد اقتصادی جامعه کمک خواهد کرد. در ایران کالای ایرانی نیاز به حمایت و مصرف دارد، تا سبب شود که اشتغال افزایش یابد، وابستگی کشور به ممالک دیگر کاهش یابد. حمایت از کالای ایرانی دارای مولفه‌های زیادی است. یافته‌ها حاکی از آن است که مولفه‌های موثر بر فرهنگ سازی کالای ایرانی شامل توجه به جایگاه تولیدات داخلی در اقتصاد ایران، فرهنگ استفاده از کالای ایرانی، افزایش کیفیت و کمیت کالاهای تولید داخلی است. همچنین نقش اقشار مختلف در فرهنگ سازی کالای ایرانی شامل نقش خانواده در مصرف کالای ایرانی و نقش رسانه در فرهنگ سازی کالای ایرانی است. در نتیجه اقشار مختلف بر فرهنگ سازی کالای ایرانی تاثیر دارند که با کمک آنان می توان اقتصاد داخلی به رشد مطلوبی رسد. این مقاله به روش توصیفی و با ابزار کتابخانه‌ای تدوین شده است.

کلید واژه‌ها: فرهنگ سازی، کالای ایرانی، بهره‌مندی از کالای ایرانی، رشد اقتصادی، مقام معظم رهبری.

^۱ طلبه سطح دو مدرسه‌ی علمیه صادقیه تبریز.

مقدمه

مقام معظم رهبری سال ۱۳۹۷ را با نام «حمایت از کالای ایرانی» شروع کرده تا انگیزه‌ای برای تولید و حمایت از کالای ایرانی شود. از طرفی دین اسلام، دین کامل و جامعی است، برای تمام زندگی فردی و اجتماعی انسان برنامه‌ای نهاده که با اجرای آن فرد و جامعه به سعادت خواهند رسید. بی‌تردید یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های اسلام، ارائه راه کار برای آبادانی و رشد اقتصادی جامعه است. در این راستا مقام معظم رهبری نیز مولفه‌هایی را برای فرهنگ سازی کالای ایرانی عنوان کردند تا اقتصاد کشور به رشد مطلوبی رسد. اما در این میان برخی افراد هستند که استفاده از کالای خارجی را به علت کیفیت مطلوب آن بر کالای ایرانی ترجیح می‌دهند که این امر سبب خواهد شد که کشور از لحاظ اقتصادی متضرر شود. اهمیت پرداختن به این موضوع در این است که در چند سال اخیر که کشور ایران توسط شیاطین بزرگ دنیا تحریم شده است، واردات بسیاری از محصولات از کشورهای دیگر ممنوع شده است، جوانان ایرانی تلاش کرده و به تولید محصولات داخلی باکیفیت برای رفع نیازهای جامعه دست یافتند. به همین دلیل ضرورت دارد که بیش از گذشته حمایت و فرهنگ‌سازی استفاده از کالای تولید داخلی انجام شود. تا کشور از نفی سبیل و سلطه‌ی بیگانگان بی‌نیاز شود. به همین دلیل مقاله‌ی حاضر درصدد است تا پاسخگو بدین پرسش باشد که مولفه‌های موثر بر فرهنگ سازی و بهره‌مندی از کالاهای ایرانی از منظر مقام معظم رهبری چیست؟

در بررسی‌های به عمل آمده از سایت‌های معتبر علمی، در پیشینه‌ی مطالعاتی فرهنگ‌سازی کالای ایرانی مقالاتی یافت شده است از جمله:

- «نقش آموزش و پرورش در فرهنگ‌سازی حمایت از کالای ایرانی» به نویسندگی الهام محبی، که نقش آموزش و پرورش کشور را در فرهنگ‌سازی بسیار موثر دانسته است.
- «فرهنگ‌اسلامی، حمایت از کالای ایرانی و مدیران اسلامی» به نویسندگی فاطمه مالکی طبس، بهره‌مندی از تجارت موفق دیگر کشورها، حمایت از تولید ملی از سوی چهره‌های سیاسی و مذهبی، ارتقای کیفیت، آموزش و توسعه و ... را به عنوان فرهنگ‌سازی موثر عنوان کرده است.

- «بررسی فقهی-اقتصادی حمایت از کالای ایرانی و پرهیز از مصرف کالاهای خارجی» به نویسندگی احمد علی یوسفی، به وجوب پرهیز از مصرف کالاهای کشورهای متخاصم با جمهوری اسلامی ایران، مثل آمریکا و رژیم صهیونیستی مگر در فرض اضطرار، مبادلات تجاری سازنده اقتصادی با سایر کشورهای دنیا مگر در فرض سلطه اقتصادی آنان بر اقتصاد ایران و اتحاد کشورهای جبهه مقاومت اسلامی با هم برای تقویت اقتصادی این کشورها در مقابله با کشورهای متخاصم با جبهه مقاومت اسلامی می‌باشد.

وجه تمایز مقاله‌ی حاضر با مطالعات پیشین در این است که این مقاله علاوه بر مولفه‌های موثر بر فرهنگ‌سازی کالای ایرانی، به طور اخص نقش افشار و نهادهای اثرگذار در فرهنگ‌سازی را نیز مورد واکاوی قرار داده است.

۱- مفهوم شناسی

در هر پژوهشی نیاز است تا برخی واژگان مفهوم‌شناسی شود تا مقصود نویسنده از به کارگیری برخی اصطلاحات و نکات روشن شود و از هر گونه ابهامی جلوگیری گردد.

۱-۱. اقتصاد

در لغت نامه‌های عربی «اقتصاد» از «القصد» مستقیم نمودن و استوار داشتن راه است. «اقتصاد»: از این واژه است که بر دو گونه است: اول- اقتصاد پسندیده بطور مطلق در میانه‌روی چیزی که دو طرف افراط و تفریط دارد مثل جود یا بخشش که میان حالت زیاده روی و بخل قرار دارد و شجاعت که حالتی است مابین تهور و ترس و مانند اینها. دوم- اقتصادی است که به طور کنایه از آنچه میان حالت پسندیده و ناپسند قرار می‌گیرد، مثل قرار گرفتن میان عدل و جور [که نه عدالت است و نه جور و ستم].^۱

اقتصاد در لغت‌نامه‌های فارسی به معنای دانش بررسی روش‌های کسب در آمد، مصرف کالاها و خدمات، روابط بازرگانی و سازمان دهی امور مالی برای بهره برداری بهینه از منابع ثروت آمده است.

^۱ راغب اصفهانی، مفردات الفاظ قرآن، ج ۳، ص ۱۹۷؛ ابن منظور، لسان العرب، ج ۳، ص ۳۵۳.

همچنین به معانی؛ میانه روی کردن؛ به اندازه خرج کردن؛ تعادل دخل و خرج را نگه داشتن آمده است.^۱

۱-۲. رشد اقتصادی

به تغییر کمی هر متغیر طی یک دوره معین زمانی، رشد گفته می‌شود.^۲ وقتی کارهای اقتصادی اعم از تولید کالا یا خدماتی که مبتنی بر اقتصاد باشند در مقایسه با دوره‌های قبل از خود افزایش بلند مدت برای تامین نیازهای جامعه داشته باشند به این امر رشد اقتصادی گویند.^۳ در اغلب مواقع با رشد جمعیت و یا تغییرات زیربنایی در جامعه رشد اقتصادی رخ می‌دهد که بیانگر رشد تولید است.^۴ یکی از مهمترین اهداف هر جامعه‌ای آبادانی تمام بخش‌های اقتصادی برای تولید بیشتر و رشد اقتصادی است.^۵

۱-۳. فرهنگ

در لغت به معنای «کشیدن؛ تعلیم و تربیت؛ علم و دانش و ادب؛ کتاب لغت؛ مجموعه آداب و رسوم؛ مجموعه علوم و معارف و هنرهای یک قوم»^۶ آمده است. در اصطلاح جامعه‌شناسان، فرهنگ، بر رسوم و معتقدات، علوم، هنرها و سازمان‌های اجتماعی دلالت می‌کند. فرهنگ از مهم‌ترین ابعاد جامعه به شمار می‌آید، زیرا وقتی از فرهنگ یک جامعه سخن گفته می‌شود، تمام رسوم و آداب فردی و اجتماعی و... موردنظر و توجه قرار می‌گیرد.^۷

۱-۴. فرهنگ‌سازی

^۱ دهخدا، لغت نامه دهخدا، ج ۲، ص ۲۶۶۷؛ انوری، فرهنگ بزرگ سخن، ج ۱، ص ۵۰۴.

^۲ متوسلی، توسعه اقتصادی، ص ۱۱.

^۳ تودارو، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ص ۱۱۷.

^۴ کوزنتس، رشد نوین اقتصادی، ص ۱۱.

^۵ یوسفی، نظام اقتصاد علوی، ص ۳۰۹.

^۶ رضایی اصفهانی، پرسش‌ها و پاسخ‌های قرآنی، ج ۱، ص ۸۷.

^۷ امین زاده، فرهنگ تعلیم و تربیت اسلامی، ص ۲۳۷.

فرهنگ‌سازی جزئی از مسئولیت و وظیفه‌ی همگان است که هرگاه فرهنگی نامناسب و غیر اسلامی و ایرانی مشاهده شده، با این روش بتوان فرهنگ مناسب را جایگزین کرد.^۱ مصباح یزدی در مصاحبه‌ای فرهنگ‌سازی را اینگونه بیان کردند: «فرهنگ؛ این همان چیزی است که من حاضرم در راه آن کشته شوم.» سه عنصر اصلی در فرهنگ اسلامی عبارت‌اند از: الف) باورها و اصول اعتقادات دینی ب) ارزش‌ها و خوب و بدی‌های ثابت و ابدی ج) شیوه‌های رفتاری خاص برخاسته از آن بینش‌ها و ارزش‌ها.^۲

۱-۵. کالای ایرانی

مقام معظم رهبری در تعریف کالای ایرانی اینگونه فرمودند: «کالای ایرانی یعنی محصول نهایی کار و سرمایه و فعالیت اقتصادی و ذهن و ابتکار و همه‌چیز. سرمایه‌گذار با سرمایه‌ی خود، کارگر با کار خود، طراح با ذهن خود و با دانش خود، اینها همه تلاش می‌کنند و محصول [کار آنها] می‌شود کالای ایرانی».^۳

۲. مولفه‌های موثر بر فرهنگ سازی و بهره‌مندی از کالای ایرانی

برای فرهنگ‌سازی کالای ایرانی نیاز است تا عوامل و ساختارهایی را، جامعه و افراد در نظر داشته باشند تا با کمک یکدیگر فرهنگ‌سازی به خوبی انجام شود. در آیات الهی نیز خداوند به این حقیقت اشاره کرده است که چشم داشتن به امکانات دیگران سبب سقوط و تباهی جامعه خواهد شد:

^۱ سایت فرهنگ، فرهنگ سازی چیست و چه فایده‌ای دارد؟، www.myfarhang.com

^۲ سایت دنا، منظور از فرهنگ سازی و یا کار فرهنگی چیست؟، شناسه خبر: ۹۴۹۸۵۷، www.dana.ir

^۳ خامنه‌ای، بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۷/۰۱/۰۱.

نقش رسانه به عنوان یک فضایی که مخاطبان بی‌شماری دارد می‌تواند در فرهنگ‌سازی استفاده از کالای ایرانی تاثیر بسزایی داشته باشد. مخاطبین رسانه که از تمامی سنین است، می‌تواند بیشترین فرهنگ‌سازی را در زمینه‌ی استفاده از تولیدات داخلی داشته باشد.

نتیجه گیری

یکی از مولفه‌های رشد اقتصاد داخلی، تولید کالای ایرانی، حمایت و استفاده از این اجناس است. برای این کار باید در جامعه فرهنگ‌سازی شود تا همگان به جای استفاده از کالای وارداتی و خارجی، تنها به فکر استفاده و مصرف کالای تولید داخلی باشند. مقاله‌ی حاضر با مطالعات پیشین و منابع در دسترس به نتایج زیر دست یافته است:

- مولفه‌های موثر بر فرهنگ‌سازی و بهره‌مندی از کالای ایرانی که شامل توجه به جایگاه تولید داخلی در اقتصاد ایران است. در این مبحث دولت اسلامی مولفه‌هایی را برای تولید در نظام اقتصادی عنوان کرده است. همچنین استقلال اقتصادی و تامین رفاه عمومی را برای همگان در نظر گرفته است که این جز با تولید داخلی امکان پذیر نخواهد بود. فرهنگ استفاده از کالای ایرانی نیز باید در تمامی کشور جا بیافتند و تمامی ارگان‌های دولتی نیاز است که برای فرهنگ‌سازی از کالاهای ایرانی استفاده کنند. افزایش کیفیت و کمیت کالاهای تولید داخلی که در قدیم کالای ایرانی تحقیر شده بود ولی در چند سال اخیر کالاهای با کیفیت و ارزان‌تر از مشابه خارجی، با خدمات پس از فروش مناسب، ضمانت‌های طولانی در بازار یافت می شود.

- نقش اقشار مختلف در فرهنگ‌سازی و بهره‌مندی از کالای ایرانی که شامل نقش پررنگ خانواده است که از سنین کودکی نیاز است به عنوان الگو برای فرزندان خود استفاده از کالای ایرانی را ارجح بدانند، خصوصا در زمینه استفاده از پوشاک که فرزندان با فرهنگ و رسوم ایران آشنا خواهند شد. نقش رسانه با مخاطبین بیشماری که از تمامی سنین دارد بسیار مهم است، در تبلیغات از کالای ایرانی استفاده شود، در فیلم و سریال‌های پر مخاطب نیز همواره در فکر فرهنگ‌سازی استفاده از کالای ایرانی باشند.

فهرست منابع و مآخذ

۱. قرآن کریم ترجمه محسن قرائتی.

الف) کتب فارسی

۲. اسحاقی، سید حسین، ساز و کارهای تولید ملی، قم: مرکز نشر هاجر، ۱۳۹۱ ش.
۳. امین زاده، محمدرضا، تعلیم و تربیت اسلامی، تهران: موسسه در راه حق، ۱۳۷۶ ش.
۴. انوری، حسن، فرهنگ بزرگ سخن، تهران: انتشارات سخن، ۱۳۸۱ ش.
۵. تقی‌زاده، علی اکبر، عزت ملی در پرتو تولید ملی از منظر آیات و روایات، مشهد: انتشارات قدس رضوی، ۱۳۹۶ ش.
۶. تودارو، مایکل، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه: غلامعلی فرجادی، تهران: موسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه، چاپ هشتم، ۱۳۷۸ ش.
۷. حسینی، صدیقه، نقش رسانه در ارتقای تولید ملی و توسعه یافتگی، قم: مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۱ ش.
۸. حکیمی، علی و همکاران؛ الحیاء، ترجمه: احمد آرام، ج ۵، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۰ ش.
۹. دهخدا، علی اکبر، لغتنامه دهخدا، ج ۲، تهران: مجلس شورای ملی، ۱۳۷۵ ش.
۱۰. رئیسی و انانی، حسین، رسانه و نقش خانواده در تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، قم: صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۱ ش.
۱۱. رضایی اصفهانی، محمد علی، پرسش‌ها و پاسخ‌های قرآنی، ج ۱، قم: انتشارات پژوهش‌های تفسیر و علوم قرآن، ۱۳۸۴ ش.
۱۲. سقلاطونی، مریم، زیرنویس و پیام‌های کوتاه ویژه تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، قم: مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۱ ش.

۱۳. سلطانی، مرتضی، اخلاق تبلیغات بازرگانی، قم: مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴ش.
۱۴. صادقی، محمود، آداب و احکام وسایل صورتی و تصویری، تهران: معروف، ۱۳۹۴ش.
۱۵. قبادی قوردلار، مهري، مبانی و الزامات اقتصاد مقاومتی در آموزه‌های دینی، تهران: موسسه بوستان کتاب، ۱۳۹۶ش.
۱۶. کوزنتس، سیمون؛ رشد نوین اقتصادی، مرتضی قره‌باغیان، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲ش.
۱۷. گروهی از پژوهشگران، ساخت ایران، رسانه ملی و حمایت از کالای ایرانی، قم: اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، چاپ اول، ۱۳۹۷ش.
۱۸. متوسلی، محمود، توسعه اقتصادی، تهران: سمت، چاپ اول، ۱۳۸۸ش.
۱۹. مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، اهداف، بایسته‌ها و ضرورت‌ها «حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی»، شماره چاپ دیجیتال: ۱۲۵۵۹، بی‌تا.
۲۰. مرکز تحقیقات اسلامی مجلس شورای اسلامی، بررسی فقهی، حقوقی و اقتصادی حمایت از تولید ملی، تهران: خرسندی، ۱۳۹۵ش.
۲۱. موسایی، میثم، اصول کلی حاکم بر تولید از دیدگاه امام علی (علیه السلام)، نشریه اقتصاد اسلامی، سال چهارم، زمستان ۱۳۸۳ش.
۲۲. نوری، حمیده، نقش خانواده در تجلی اقتصادی مقاومتی، همایش ملی اقتصادی دانش بنیان، ۱۳۹۴ش.
۲۳. یوسفی، احمد علی، نظام اقتصاد علوی، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۶ش.

ب) کتب عربی

۲۴. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت: دار الصادر، ۱۴۱۴ق.

۲۵. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات الفاظ قرآن، تهران: انتشارات مرتضوی، ۱۳۷۴ش.

۲۶. محمدی ری‌شهری، میزان الحکمه، ج ۳، قم: موسسه فرهنگی دارالحدیث، چاپ نهم، ۱۳۹۳ش.

ج)سایت اینترنتی

۲۷. خامنه‌ای، سید علی، بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۱۳۹۷/۰۳/۰۲.

۲۸. —، بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۷/۰۱/۰۱.

۲۹. سایت فرهنگ، فرهنگ سازی چیست و چه فایده‌ای دارد؟، www.myfarhang.com

۳۰. سایت دنا، منظور از فرهنگ سازی و یا کار فرهنگی چیست؟، شناسه خبر: ۹۴۹۸۵۷؛ www.dana.ir