

تحلیل سیستمی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی (دلالت‌هایی بر برنامه هفتم توسعه)

امید ایزانلو*

محمد جواد توکلی**

چکیده

اقتصاد مقاومتی به دنبال افزایش قدرت اقتصادی کشور می‌باشد. مسئله اصلی در این تحقیق آن است که سیستم فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی از چه سازوکارهایی برخوردار است؟ فرضیه پژوهش گویای این است که فرهنگ اقتصاد مطلوب ظرفیت آن را دارد که بتواند زمینه تحقق اقتصاد مقاومتی را فراهم سازد. به منظور اثبات این فرضیه با استفاده از روش سیستمی ضمن تبیین مولفه‌های اقتصاد عمومی و فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، به تبیین راهبردهای فرهنگ‌سازی اقتصادی و مکانیسم سیستمی، اثرگذاری این مؤلفه‌ها بر تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته شد. شواهد نظری و عملی حاکی از آن است که این فرهنگ منجر به هم‌افزایی رشد پویا و غیرشکننده، عدالت و حاکمیت ارزش‌های اسلامی می‌شود و از این رهگذر به افزایش درجه مقاومت اقتصادی کشور کمک می‌نماید.

واژگان کلیدی

نظریه سیستمی، فرهنگ اقتصادی، مؤلفه، راهبرد، برنامه هفتم توسعه.

۱. طرح مسئله

فهم و شناخت علمی هر پدیده و رویداد اثرگذار بر اقتصاد جامعه، نیازمند بررسی مؤلفه‌ها و عنصرهای دخیل در آن پدیده است. تا از طریق شناخت جنبه‌های گوناگون آن موضوع بتوان بهترین روش برخورد با آن پدیده را طراحی و پیاده‌سازی کرد. پدیده فرهنگ اقتصادی نیز از این قاعده مستثنا نبوده و یکی از مهم‌ترین موضوعات فراروی اقتصاد مقاومتی است.

طراحی سیستماتیک تصویری کلی از فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی، مهم‌ترین گام در مسیر مقاوم‌سازی اقتصاد است؛ چراکه اولاً برای اینکه یک فرهنگ اقتصادی قادر باشد اجرایی شود، نیاز به مدل و سیستم خاصی است تا مطابق با آن سیستم، فرهنگ‌سازی صورت گیرد؛ دوماً با طراحی و اجرای سیستماتیک فرهنگ اقتصادی سازگار با جامعه اسلامی در شرایط مواجهه با جنگ اقتصادی و بحران‌های اقتصادی خارج از اختیار، آسیب‌پذیری اقتصاد کاهش یافته و درجه مقاومت اقتصادی افزایش می‌یابد؛ سوماً طراحی سازوکار سیستمی فرهنگ اقتصادی به برنامه‌نویسان توسعه کشور کمک می‌نماید تا در برنامه هفتم توسعه با رویکردی جامع و سیستماتیک به فرهنگ اقتصادی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی توجه کنند.

مقاله پیش‌رو، از دریچه نظریه سیستم‌ها به موضوع فرهنگ اقتصادی نگرسته و در پی پاسخ به این سؤال است که این سیستم چگونه به فرهنگ‌سازی اقتصادی سازگار با اقتصاد مقاومتی کمک می‌نماید؟ و برنامه‌نویسان کشور در برنامه ششم توسعه تا چه حد به این مهم دقت داشته‌اند. در این راستا نویسندگان با اتخاذ روش تحلیلی - توصیفی، برای جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتاب‌خانه‌ای بهره برده‌اند.

۲. ادبیات موضوع

فرهنگ تأثیر گسترده‌ای بر اقتصاد یک کشور دارد (Gerif, 1989; Sen, 1997). اقتصاددانان کلاسیک از فرهنگ برای توضیح پدیده‌های اقتصادی استفاده می‌کردند و از نقش مهم فرهنگ در شکل دادن رفتار اقتصادی و بحث در مورد نقش فرهنگ - به‌ویژه به شکل سیستم‌های باور، آداب و عادات - در تجزیه و تحلیل خود آگاه بودند. به‌عنوان مثال آدام اسمیت^۱ استدلال‌های خود در کتاب نظریه احساسات اخلاقی^۲ را به‌عنوان محدودیت برای بخشی از استدلال‌های خود در کتاب ثروت ملل^۳ به نمایش گذاشت. اسمیت در

1. Adam Smith.

2. A Theory of Moral Sentimen.

3. The Wealth of Nations.

این کتاب می‌گوید که نیروی همدلی متقابل همان چیزی است که جامعه را حفظ می‌کند. او در این کتاب انگیزه مهم اعمال آدمی را همدردی می‌داند و به تحلیل رفتار آدمی برپایه همدردی می‌پردازد. او می‌پرسد که چه چیزی ما را به سوی همدردی با دیگران سوق می‌دهد؟ و پاسخ می‌دهد که همدردی دیگر مردمان با ما، در تعامل با دیگران، ما به دنبال همدردی دیگران با خودیم. اصطلاح معروف دست نامرئی آدام اسمیت نیز برای نخستین بار در این کتاب به کار گرفته می‌شود؛ او این اصطلاح را در اینجا به معنی دست نامرئی خداوند به کار می‌گیرد. خداوندی که حسی در ما نهاده که خواهش و همدردی را در توازن قرار دهدیم (یونگ، ۱۳۹۰: ۳ - ۳۰). جان استوارت میل نیز محدودیت‌های فرهنگی را گاهی اوقات حتی مهم‌تر از منافع شخصی می‌دانست (Mill, 1956: 484).

در مباحث اقتصادی تعاریف متعددی از فرهنگ اقتصادی صورت گرفته است. فرهنگ اقتصادی به زمینه فرهنگی رفتارها و فعالیت‌های اقتصادی (Berger, 2013: 85)، هنجارهای شکل‌دهنده و مشخص‌کننده زندگی اقتصادی یک جامعه (Gregg, 2013)، نگرش‌های جامعه نسبت به فعالیت‌های اقتصادی (Schoeman, 1990, P. 98)، ویژگی‌های ضروری فرهنگی شکل‌دهنده رفتار اقتصادی (Storr, 2013: 83) تعریف شده است.

در این مقاله مراد از فرهنگ اقتصادی مجموعه‌ای از باورها و هنجارهای عمومی ناظر به رفتار اقتصادی است. باورهای مزبور پشتوانه هنجارها به‌عنوان قواعد غیررسمی رفتار اقتصادی می‌باشند که در کنار قانون به عنوان قواعد رسمی رفتار اقتصادی بر انتخاب‌های اقتصادی افراد و در نتیجه عملکرد نظام اقتصادی اثرگذار است (North, 1990: 3; Williamson, 2000: 597؛ چاونس، ۱۳۹۰: ۱۲۱). این هنجارها به‌عنوان قواعد غیررسمی رفتار، دارای کارکرد ارزش‌گذاری و ارزش‌دوری بوده و نشان‌دهنده وضع مطلوب می‌باشند (توکلی، ۱۳۹۴). مطابق این تعریف، معمولاً باورهای عمومی و هنجارهای عمومی به‌عنوان دو مؤلفه فرهنگ ذکر می‌شوند (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۱۴). هرچند در برخی تعاریف دیگر، کنش‌ها نیز جزء فرهنگ تعریف شده‌اند (یونگ، ۱۳۹۰: ۱۶)، اما کنش‌ها در واقع برآیند و خروجی هنجارها می‌باشند، که از آن با عنوان سبک زندگی نام‌برده می‌شود.

۳. چارچوب نظری: نظریه سیستم‌ها

اولین موضوعی که باید در مواجهه با فرهنگ اقتصادی، به‌منظور تعیین جهت‌گیری مسیر، مشخص شود، انتخاب رویکردی تحلیلی است.

می‌توان با دو رویکرد و روش متفاوت به مطالعه فرهنگ اقتصادی پرداخت:

الف) در یک رویکرد که رویکرد جزءنگر^۱ است، تصور می‌شود، می‌توان با شناخت ویژگی‌های عناصر و اجزای هر شیء یا پدیده (سیستم) طبیعی و اجتماعی به خاصیت کلی آن پدیده (سیستم) دست یافت (فرشاد، ۱۳۶۲: ۱۸ - ۱۱). مطابق با این رویکرد بررسی هر یک از مؤلفه‌ها و راهبردهای فرهنگ اقتصادی و مطالعه میزان تأثیرشان بر فرایند فرهنگ‌سازی اقتصادی، به صورت مجزا و بدون هم‌بستگی می‌باشد.

ب) در مقابل رویکرد جزءنگر، رویکرد کل‌نگر و جامع‌نگر یعنی رویکرد سیستمی قرار دارد. مطابق با این رویکرد، شناخت جامعه و پدیده‌های مرتبط با آن نیازمند کاربرد اندیشه سیستمی است (بختیاریان، ۱۳۹۷: ۳). ویژگی مهم این سیستم تعامل و هم‌بستگی بین اجزاء آن است که برای نیل به هدف مشترکی با یکدیگر در ارتباط هستند. به دلیل وجود تعامل متقابل اجزاء، کل، دارای ویژگی‌های متمایزی از اجزاء تشکیل‌دهنده آن است (محمدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷). هنگامی که یک سیستم به اجزایش خرد می‌شود و تنها درصد بررسی هر یک از این اجزا به صورت جداگانه باشیم، ویژگی‌های اصلی سیستم از دست می‌روند؛ همان‌طور که یک‌دست جدا شده نمی‌تواند بنویسد و یک‌چشم جدا شده از کلیت انسان نمی‌تواند ببیند و کارایی خود را از دست می‌دهد (رنجبری و مشرفی، ۱۳۸۲: ۳۸).

شهید صدر در کتاب اقتصاد ما، با وجودی که نامی از تفکر سیستمی نمی‌آورد ولی آدرس‌هایی از روش بررسی اقتصاد اسلامی می‌دهد که بیان‌گر اصول و شیوه‌های تفکر سیستمی نسبت به اقتصاد اسلامی است. در دیدگاه ایشان، همان‌طور که یک شیء محسوس را در ضمن شکل کلی که از مجموعه اشیاء تشکیل شده است، می‌شناسیم و بررسی آن شیء تحت شکل کلی متفاوت از بررسی آن شیء خارج از آن شکل و یا تحت شکل و چارچوب دیگر می‌باشد، جایز نیست در مواجهه با اقتصاد اسلامی، آن را به صورت مجزا از سایر اجزاء برنامه کلی آن بررسی نماییم (صدر، ۱۳۷۵: ۲۹۳).

۴. پیشینه پژوهش

حوزه مطالعات فرهنگ اقتصادی حوزه‌ای نوین در کشور است. هرچند پژوهش‌های مختلفی در مورد ارتباط فرهنگ و اقتصاد صورت گرفته است ولی در حوزه فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی و همچنین تحلیل فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی مرتبط با برنامه ششم توسعه، آثار و پژوهش‌های علمی اندکی به تحریر درآمده‌اند. در ادامه، مطالعاتی که به ابعادی از فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند، ذکر می‌شود:

- بنیانیان (۱۳۹۵)، بعد از تبیین چیستی فرهنگ و کارکردهای مختلف آن، با ذکر پیش‌فرض‌های

1. Elementarism.

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 را توضیح داده است.

- جوادینژاد و همکاران (۱۳۹۵)، مهم‌ترین سیاست‌ها و الزامات فرهنگی تحقق اقتصاد مقاومتی در ایران را، فرهنگ استفاده از تولیدات ملی، اصلاح الگوی مصرف و فرهنگ صرفه‌جویی و قناعت، فرهنگ خودباوری، خوداتکایی (کار و تلاش) و تکیه بر فرهنگ دینی برمی‌شمارند.

- توکلی (۱۳۹۵)، در مقاله نقد لایحه برنامه ششم توسعه از منظر اقتصاد مقاومتی، نگاه اقتصادی محض در برنامه ششم توسعه را سبب غفلت از مشکلات فرهنگ اقتصادی و سیاست‌های فرهنگ‌سازی اقتصادی دانسته است.

- حسینی و همکاران (۱۳۹۱)، به دنبال تبیین جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی هستند. در دیدگاه اینان، فرهنگ است که می‌تواند الزامات و درنهایت اهداف اقتصاد مقاومتی را تحقق بخشد.

- نظرپور (۱۳۹۰)، به دنبال برداشتن گامی مؤثر در جهت تبدیل فرهنگ آرمانی اسلام به فرهنگ واقعی به روش توصیفی و تحلیل محتوا با استفاده از منابع معتبر می‌باشد. در دیدگاه وی بدون تغییر فرهنگ واقعی، امکان توسعه اقتصادی فراهم نمی‌شود و چنانکه فرهنگ آرمانی اسلامی واقعی شود، می‌تواند بسترهای مناسب توسعه اقتصادی را در جامعه اسلامی فراهم آورد.

- رابرت کلینی^۱ و تیزیانا کوکیا^۲ (۲۰۱۸) با بررسی مناطق ۲۰ گانه ایتالیا به دنبال تأثیر رفتارهای اقتصادی بر تاب‌آوری اقتصادی‌اند. در دیدگاه این افراد عوامل فرهنگی در کنار عوامل نهادی، اقتصادی و اجتماعی سبب درجات مختلفی از تاب‌آوری می‌شوند.

- پژوهش دیگری که به دنبال تأثیر متغیرهای فرهنگی بر تاب‌آوری اقتصادی است، پژوهش کیث تانتی^۳ (۲۰۱۵) است. وی به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا متغیرهای فرهنگی بر تاب‌آوری اقتصادی تأثیر می‌گذارند؟ فرضیه نویسنده در تحقیق این است که آن دسته از کشورهای اروپایی که سخت‌کوشی را یک ارزش اخلاقی می‌دانند در مقابل سایر کشورها دارای اقتصاد تاب‌آوری در بحران می‌باشند. در دیدگاه نویسنده همان‌طور که تحقیقی در مورد تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر تاب‌آوری اقتصادی وجود ندارد، هیچ‌گونه مطالعه سیستماتیک در مورد اینکه فرهنگ بر اقتصاد تأثیر می‌گذارد یا

1. Roberto Cellini.
2. Tiziana Cuccia.
3. Keith Tanti.

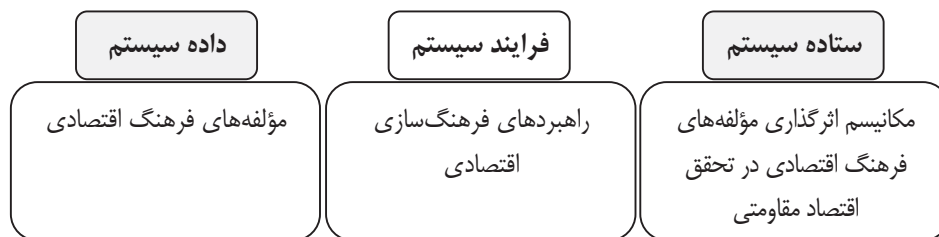
اقتصاد بر فرهنگ، وجود ندارد.

در آثار فوق هرچند برخی از ابعاد فرهنگ اقتصادی مورد کنکاش قرار گرفته ولی تصور روشنی از مکانیسم سیستمی تأثیر فرهنگ اقتصادی بر تحقق اقتصاد مقاومتی صورت نگرفته است. نوآوری مقاله حاضر، در این است که مسئله فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین چالش‌های فراروی ایران اسلامی در شرایطی که اقتصاد ایران با انواع تهدیدهای بیرونی و درونی مواجه است، در چارچوب تئوری سیستم‌ها به شرح و بسط کشانده و آن را در قالبی علمی، روشمند و سازمان‌یافته عرضه داشته است تا از این رهگذر، برنامه‌ریزی شده و هدفمند به فرهنگ اقتصادی سازگار با شرایط فعلی جمهوری اسلامی ایران پرداخته شود. همچنین این نوع تحلیل سیستمی به برنامه‌نویسان برنامه هفتم توسعه کمک می‌نماید تا با نگاهی سیستمی به مسئله فرهنگ اقتصادی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی بپردازند.

۵. یافته‌های تحقیق

۱-۵. سیستم فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی؛ چیستی و عملکرد

همه سیستم‌ها مجموعه عناصرشان یکسان نیست، اما همه آن‌ها یکسری عناصر اصلی و مشترک دارند. در هر سیستمی، منابع ورودی یا داده‌ها^۱ بر اثر فرایند پردازش^۲ به منابع خروجی یا ستاده‌ها^۳ تبدیل می‌شوند (محمدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۴). مجموعه سیستماتیک فرهنگ اقتصادی مانند هر سیستم دیگری از سه بخش اصلی تشکیل شده: داده‌ها (ورودی)، فرایند، ستاده‌ها (خروجی). ورودی این سیستم مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری و منابع دینی است که به‌واسطه راهبردهای فرهنگ‌سازی اقتصادی (فرایند سیستم) منجر به تحقق سیستمی افزایش قدرت اقتصادی کشور (خروجی سیستم) می‌شود. در ادامه به تبیین هر یک از اجزاء این سیستم می‌پردازیم.



شکل ۱ مجموعه سیستماتیک فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی

1. Inputs.
2. Process.
3. Outputs.

۲-۵. مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی

مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی حاکی از هنجارهای اقتصادی است که قواعد غیررسمی در زمینه رفتار اقتصادی مطلوب را تعیین می‌کند (North, 1990: 3). این مؤلفه‌ها را می‌توان در دودسته مؤلفه‌های اقتصادی عمومی و بخشی جای داد. مؤلفه‌های اقتصادی عمومی در مورد همه فعالیت‌های اقتصادی صادق‌اند؛ ولی مؤلفه‌های اقتصادی بخشی به حوزه‌های تولید (ایجاد ثروت و درآمد)، توزیع (انفاق درآمد و ثروت) و مصرف (تأمین معاش) اختصاص دارند. در ادامه به تبیین این مؤلفه‌ها می‌پردازیم.

الف) مؤلفه‌های اقتصادی عام

فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع جمعی بر منافع فردی و عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی از جمله مؤلفه‌های عمومی در فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی می‌باشند که در تمامی حوزه‌های تولید، مصرف و توزیع جریان دارد.

مطابق با مؤلفه فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، سخت‌کوشی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی، چه در تولید و چه در مصرف و توزیع، باید در راه خدا و برای خداوند باشد. این نوع فعالیت باعث می‌شود که تلاش برای کسب روزی حلال و طیب به نوعی عبادت تبدیل شود (صدوق، ۱۴۱۳: ۳ / ۱۵۷؛ مجلسی، ۱۴۰۳: ۴۱ / ۵۸؛ همان: ۱۰؛ نوری، ۱۴۰۸: ۴۶۰؛ ابن‌اثیر جزری، ۱۴۰۹: ۴ / ۲۰۲). در این راستا، اسلام تلاش برای تأمین معاش خانواده را همانند جهاد در راه خدا دانسته (کلینی، ۱۴۰۷: ۵ / ۸۸) و تبلی و بیکاری را نکوهش کرده است (حمیری، ۱۴۱۳: ۱۱۵؛ کلینی، همان: ۹ / ۵۷۵). مطابق با مؤلفه دوم، منافع جمعی بر منافع فردی اولویت دارد و این باور وجود دارد که جامعه همانند یک پیکر به هم پیوسته از افراد تشکیل‌دهنده آن است که همگی باید در صفوف به هم پیوسته (صف / ۴؛ سبأ / ۴۶) در مسیر تکامل الی الله حرکت نمایند (کلینی، همان: ۲ / ۱۶). در این نگرش مصالح هیچ جزئی بدون در نظر گرفتن مصالح سایر اجزا ممکن نیست؛ از این رو همگان در مقابل هم مسئول‌اند (همان: ۱ / ۴۹) و هرکسی همان‌طور که نیازهای خود را می‌بیند، باید نیازهای دیگران را هم در نظر بگیرد. تقدم جهاد نفس بر جهاد با دشمنان ظاهری در منابع دینی که از آن بانام جهاد اکبر در مقابل جهاد اصغر نام‌برده شده است، نشان‌دهنده اهمیت ارجحیت منافع جمعی بر منافع شخصی می‌باشد (همان، ۵ / ۱۳؛ صدوق، ۱۳۷۶: ۱ / ۴۶۶؛ مجلسی، همان: ۶۷ / ۶۵).

مطابق با مؤلفه سوم، هرگونه راهی برای تسلط کفار بر مؤمنین از طرف خداوند نفی شده است (نسا / ۱۴۴؛ آل عمران / ۲۸) و راه صحیح مقابله با هجمه و فشارهای دشمن و در نتیجه ایجاد مشکلات فراوان، مقاومت می‌باشد (بقره / ۲۵۰؛ هود / ۱۱۲؛ طباطبائی، ۱۴۱۷: ۱۱ / ۵۰؛ بیانات رهبری، ۱۳۹۵/۰۳/۰۳).

ب) مؤلفه‌های اقتصادی بخشی

در فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، مؤلفه‌های مشخصی در سه بخش تولید، توزیع و مصرف مطرح است. در بخش تولید، کار و تولید همراه با سخت‌کوشی و خستگی‌ناپذیری برای تأمین نیازهای خود و دیگران، به شدت تشویق (حر عاملی، ۱۴۱۶: ۱۷ / ۲۳؛ ابن‌شعبه حرانی، ۱۳۶۳: ۲۹۵؛ کلینی، همان: ۵ / ۷۲؛ صدوق، همان: ۳ / ۶۹؛ مجلسی، همان: ۱۰۰ / ۹) و تنبلی و راکد گذاشتن سرمایه (توبه / ۳۴؛ کلینی، همان: ۵ / ۹۱؛ طباطبائی، همان: ۹ / ۲۵۸ - ۲۶۰) نهی شده است. براساس مضمون روایات، ارزش کسی که برای تأمین مخارج خانواده، خود را به سختی می‌اندازد، همانند مجاهد در راه خداست (کلینی، همان: ۸۸). در این بخش، مؤلفه‌هایی که با توجه به شرایط بومی کشور باید به آن توجه شود، هنجار شدن افزایش تولیدات داخلی (بیانات رهبری، ۱۳۹۱/۱/۱؛ ۱۳۹۳/۰۲/۱۰) به همراه بهبود کمی و کیفی تولیدات داخلی (همان، ۱۳۹۱/۱/۱؛ ۱۳۹۳/۰۲/۱۰) می‌باشد.

در بخش مصرف، اسراف (شوری / ۲۷؛ قصص / ۵۸؛ اسراء / ۱۶؛ طبرسی، ۱۳۹۵: ۴ / ۱۷۶؛ مکارم شیرازی، ۱۳۶۴: ۶ / ۱۴۹؛ مصطفوی، ۱۴۰۲: ۵ / ۱۱۰) و اقتار (فرقان / ۶۷؛ مائده / ۸۷؛ ابن‌ابی‌جمهور، ۱۴۰۵: ۲ / ۱۴۹؛ کلینی، همان: ۱ / ۴۱۰) نهی شده است. در مقابل بر مصرف حلال و طیب (بقره / ۵۷ / ۱۶۸ / ۱۷۲؛ نحل / ۱۱۴)، قناعت و در حد کفاف بودن مصرف با هدف تأمین متعادل نیازهای افراد (کلینی، همان: ۲ / ۱۴۰؛ نهج‌البلاغه: قصار / ۴ / حکمت ۴۴؛ ابن‌شعبه حرانی، ۱۳۶۳: ۷۹؛ قمی، ۱۴۰۴: ۱ / ۵۱) تأکید شده است. در این بخش مؤلفه‌ای که با توجه به شرایط بومی کشور باید به آن توجه شود مصرف، در چارچوب تولیدات داخلی می‌باشد (بیانات رهبری، ۱۳۹۴/۲/۹؛ ۱۳۹۷/۰۱/۱؛ ۱۳۹۱/۰۵/۰۳).

در بخش توزیع نیز نه تنها بر رعایت عدالت در توزیع درآمد و ثروت تأکید شده (حدید / ۲۵؛ بیانات رهبری، ۱۳۹۱/۰۷/۲۲؛ ۱۳۹۳/۱/۱)؛ بلکه ایثار در راه خدا فراتر از انفاقات واجب (تکافل اجتماعی) (انسان / ۹) به عنوان هنجاری محوری مطرح شده است. در این فرهنگ، انفاقات به واسطه توانمندسازی افراد جامعه، باعث کاهش انگیزه کار و فعالیت در میان نیازمندان و عموم جامعه نمی‌شود و از این طریق به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند. از همین رو، ثواب قرض الحسنه نسبت به صدقه مضاعف است (کلینی، همان: ۴ / ۳۴ و ۱۰؛ مجلسی، همان: ۱۰۳ / ۱۳۸ و ۱۴۰)؛ چراکه ضمن تأمین نیاز فرد و حفظ آبرویش، وی را به کار و تلاش برای بازپرداخت آن وامی‌دارد.

مرتبط با متون فرهنگ‌سازی مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب را وارد کتاب‌های آموزشی نمود. در این زمینه باید اقدام به ایجاد درس‌نامه‌هایی مختص متریبان و مربیان نمود. همچنین متناسب با هر حرفه باید متون و درس‌نامه‌های مشخص و سازگار با مؤلفه‌های بخشی و عمومی فرهنگ اقتصادی مطلوب تدوین شوند و چگونگی اجرای این درس‌نامه‌ها در اصناف مختلف بررسی شود.^۱

۳. در مرحله سوم؛ بعد از تهیه متون، باید اقدام به آموزش این متون نمود. دو نهاد مهم و اثرگذار بر فرهنگ جامعه یعنی آموزش و پرورش و رسانه ملی، در خلال برنامه‌های خود باید از این متون استفاده نمایند.

رسانه ملی به علت تأثیرپذیری مستمر و مداوم افکار عمومی از آن، می‌تواند در خلال برنامه‌ها و تبلیغاتی که ارائه می‌کند، مخاطبان زیادی را به خود جلب کند. به همین دلیل رسانه ملی مؤثرترین عامل در فرهنگ‌سازی و تربیت افراد جامعه است. این رسانه به دلیل قابلیت‌هایی که در تغییر فرهنگ موجود و تولید مؤلفه‌های فرهنگی جدید دارد، می‌تواند در نشر مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب جامعه نقش اساسی ایفا نماید (حسینی، ۱۳۹۱: ۱۳۰). بازنمایی فرهنگ اقتصادی، یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در تحولات فرهنگ اقتصادی ناشی از رسانه ملی می‌باشد. در فرایند بازنمایی، مخاطب با تأثیرپذیری از رسانه ملی، می‌کوشد با همانندسازی خود با نمونه بازنمایی شده یا دست‌کم همانندسازی بخشی از باورها و هنجارهای اقتصادی خود، از جمله نحوه مصرف یا تولید و یا توزیع، تصویری مثبت از خود به دیگران ارائه دهد. در این فرایند همانندسازی، مخاطبان تلاش می‌کنند فرهنگ اقتصادی القا شده توسط رسانه را در پیش بگیرند؛ به گونه‌ای که همان کسانی که فرهنگ اقتصادی مغایر با فرهنگ خود را منفی ارزیابی می‌کردند، به وضعیتی می‌رسند که به تدریج به ورود آن فرهنگ اقتصادی مغایر، از طریق روش‌های مستقیم و غیرمستقیم، عادت کرده و سپس تلقی و ارزیابی منفی سابق را نسبت به آن نخواهند داشت (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۸). به عنوان مثال رسانه ملی می‌تواند با بازنمایی تصویر افراد موفق که از طریق فرهنگ کسب درآمد مبتنی بر تولید به موفقیت دست‌یافته‌اند و یا تصویر خانواده‌هایی که در مصرف و خرید خود به مقدار خرید و نوع خرید خود یعنی ایرانی یا غیر ایرانی بودن کالا دقت می‌کنند، فرهنگ اقتصادی جامعه را در راستای مؤلفه‌های عمومی و بخشی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی تغییر دهد. گستردگی رسانه ملی به اندازه‌ای است که براساس نتایج مرکز آمار در سال ۱۳۹۶، ۹۱ درصد مردم برنامه‌های صداوسیما را تماشا می‌کنند.

۱. به عنوان مثال در فرهنگ اقتصادی حرفه‌های مختلف در کشور ما نظام شاگرد و استادی وجود داشت؛ به گونه‌ای که افراد در این نظام ویژگی‌های مختلف را آموزش می‌دیدند.

جدول ۲: افراد ۱۵ ساله و بیش‌تر برحسب وضعیت تماشای برنامه‌های

سیمای جمهوری اسلامی ایران: ۱۳۹۶

شرح	جمع	داشته	نداشته
تعداد	۶۰۳۴۱۰۴۶	۵۵۱۳۲۸۶۰	۵۲۰۸۱۸۶
درصد	۱۰۰	۹۱,۴	۸,۶
مأخذ: مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار-۱۳۹۶			

متأسفانه در سالیان اخیر بازنمایی فرهنگ اقتصادی در رسانه ملی، با آسیب‌هایی از جمله ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی، ترویج فرهنگ تجمل‌گرایی و کسب درآمد بر مبنای شانس مواجه بوده است. نهاد آموزش و پرورش نیز به‌واسطه گستردگی و شمول آن، تأثیر آن بر تغییر و انتقال فرهنگی (یونسکو، ۱۳۷۵: ۱۴۴)، نقش آشکار و پنهان در انتقال ارزش‌ها و مفاهیم فرهنگی (نویید ادهم، ۱۳۹۴: ۲) پرورش و رشد کودکان، نوجوانان و جوانان و تربیت و تأمین نیروی انسانی جامعه، یکی از مهم‌ترین نهادهای فرهنگ‌سازی اقتصادی است.

کودکان و نوجوانان عمدتاً در سنین کودکی و نوجوانی وقت خود را در مدارس می‌گذرانند. در این دوران آن‌ها از معلم خود الگو می‌گیرند. شکل‌گیری شخصیت اقتصادی کودکان در این سنین بستگی به ارائه الگوی مناسبی از مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی به آموزش‌دهندگان به‌منظور ترویج در بین کودکان و نوجوانان است. با توجه به مؤلفه‌های ارائه‌شده در زمینه فرهنگ اقتصادی سازگار با اقتصاد مقاومتی، می‌توان به‌شکل زیر به القای این مؤلفه‌ها در آموزش و پرورش پرداخت.

جدول ۳: چگونگی القای مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب

در اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش

بتواند	بداند		
بتواند الگوهایی از کسانی که مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی به‌منظور تحقق اقتصاد مقاومتی انجام می‌دهند را نام ببرد.	فعالیت اقتصادی را باید با نیت الهی و مخلصانه انجام دهد.	عمومی: فعالیت اقتصادی برای خدا و در راه خدا / منافع جمعی /	مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی
بتواند نمونه‌هایی از تقابل منافع جمعی و منافع فردی در تحقق مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی را نام ببرد. توضیح دهد که تقدم منافع جمعی بر	تأمین منافع جمعی بر منافع فردی اولویت دارد.	عدم پذیرش سلطه و نفوذ اقتصادی	مطلوب در اقتصاد مقاومتی

منافع فردی چه نقشی در تحقق مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی دارد.			
بتواند چرایی تأثیر منفی سلطه اقتصادی بر تحقق مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی با ذکر نمونه‌هایی نام ببرد.	بداند باید با سلطه و نفوذ اقتصادی دشمن مقابله کند.		
بتواند	بداند		
قادر باشد نمونه‌هایی از تلاش مضاعف در بخش اقتصادی که منجر به تحقق مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی شده است را نام ببرد. قادر باشد اثرات منفی تنبلی و بیکاری را بر عدم تحقق کارکردهای مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی را بیان نماید	فعالیت اقتصادی مضاعف همراه با خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی و بیکاری لازمه تحقق فرهنگ اقتصادی مطلوب اقتصاد مقاومتی در بخش تولید می‌باشد.		
بتواند نقش نیت الهی داشتن را در تحقق مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی توضیح دهد	در فعالیت اقتصادی باید نیت الهی داشته باشد	تولید: سخت‌کوشی و تلاش مضاعف / خستگی‌ناپذیری و پرهیز از تنبلی / راکد نگذاشتن سرمایه / بهبود کمی و کیفی تولید / تولید داخلی / خارجی	
قادر باشد با مثال سرمایه‌هایی به‌کاررفته در یک کارخانه را نام برده و نقش هر یک از این سرمایه‌ها را در فرایند افزایش تولید داخلی توضیح دهد.	ضرورت راکد نگه نداشتن سرمایه را بداند. نقش سرمایه‌گذاری را در تولید داخلی بداند.		
بتواند مواردی از تولیدات داخلی را در مقایسه با تولیدات خارجی نام ببرد. بتواند چرایی مهم بودن تولیدات داخلی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی با ذکر مثال‌هایی توضیح دهد. قادر باشد لیستی از تولیدات داخلی و خارجی را نام برده و فواید و ضررهای تولید داخلی را نام ببرد.	بداند تولید داخلی رکن اصلی تحقق اقتصاد مقاومتی را دارد. بداند فرق تولید داخلی و خارجی چیست؟ و ضرورت و اهمیت آن را بداند.		
بتواند با ذکر مثال‌های از تولیدات داخلی، نقش افزایش کمی و کیفی تولید را در موفقیت آن محصولات نام ببرد. با انجام یک فعالیت اقتصادی مانند تهیه	بداند در تولید دو بعد کمی (افزایش میزان تولید) و کیفی (اتقان در عمل) مهم است.		

<p>یک کاردستی، آن را با کاردستی دوست خود مقایسه کند و ببیند اتقان عمل تا چه اندازه باعث افزایش بهره‌وری و کیفیت محصول شده است.</p>			
<p>بتواند</p>	<p>بداند</p>		
<p>مثال‌های از اسراف و اقتار را در اطراف خود بیان کند. آثار اسراف را در عدم تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی را تشریح کند.</p>	<p>با مفهوم اسراف و اقتار و قناعت آشنا شود و بداند اسراف و اقتار نهی شده و بر قناعت و رعایت حد کفاف تأکید شده است.</p>		
<p>مواردی را که مصرف می‌کند، منشأ تولید آن‌ها را بیان کند و انگیزه خود از مصرف آن‌ها را بیان کند. با برشمردن موارد از مصرف، بیان کند که مصرف وی و اعضای خانواده‌اش چه نقشی در تولید داخلی دارد. ارتباط میان چیزهایی که هرروز مصرف می‌کند را بر روی افزایش تولید داخل توصیف کند.</p>	<p>بداند در مصرف باید کالای داخلی مصرف نماید. نقش و اهمیت مصرف در جهت‌دهی به افزایش تولید داخل را بداند.</p>	<p>مصرف: اسراف / اتراف / اقتار / قناعت / حد کفاف / مصرف کالای داخلی / مصرف کالای خارجی</p>	
<p>قادر باشد بین مصرف تولید داخلی و خارجی، تولید داخلی را انتخاب کند. مصرف کالای خارجی را نوعی خیانت به استقلال اقتصادی کشور بداند.</p>	<p>بداند مصرف کالای خارجی باعث عدم تحقق اقتصاد مقاومتی می‌شود.</p>		
<p>بتواند</p>	<p>بداند</p>		
<p>توضیح دهد که چرا در انفاقات، نیت الهی این قدر مهم است. در مورد انگیزه خیرین تحقیق کند و در جشن‌های خیرین برای جمع‌آوری کمک شرکت کند. نمونه‌های از انفاق‌های اطراف خود را معرفی کند. مصادیقی از افراد نیازمند را با ذکر اولویت‌ها معرفی کند.</p>	<p>با مفهوم عدالت توزیعی و توزیع عادلانه درآمد آشنا شود. توزیع عادلانه درآمد و ثروت را ارزشی محوری بداند. بداند که توزیع درآمد بر مبنای کار و نیاز (انفاق) می‌باشد. مهم‌ترین اصل در انفاق، نیت و انگیزه الهی می‌باشد بداند خداوند مالک حقیقی اموال می‌باشد و نیازمندان در اموال وی سهم دارند.</p>	<p>توزیع: عدالت توزیعی / ایثار و از خودگذشتگی / توانمندسازی فقرا</p>	
<p>در مورد برخی از مشکلاتی که باعث عدم تحقق مؤلفه‌های فرهنگ</p>	<p>انفاق‌هایی که برای رضای خدا و در قالب پرداخت‌های انتقالی به‌منظور</p>		

اقتصادی در اقتصاد مقاومتی می‌شوند و همچنین تأثیر انفاق بر رفع این مشکلات بحث کنند.	دستگیری از نیازمندان انجام می‌گیرد، همگی ارزشمند هستند.			
دلایل ثواب بیشتر قرض و ترجیح آن بر صدقه را توضیح دهد. نقش توانمندسازی را در تحقق اقتصاد مقاومتی توضیح دهد.	برخی انفاقات می‌توانند، باعث رفع برخی مشکلات اقتصادی شوند و در نتیجه اقتصاد در جامعه اسلامی مقاوم‌تر شود. رعایت اولویت بین انفاق‌ها و ترجیح توانمندسازی (ترجیح قرض بر صدقه)			

با توجه به مؤلفه‌های اساسی استخراج‌شده، به‌منظور اثرگذاری نظام آموزش و پرورش در اقتصاد مقاومتی ابتدا متریبان در مقاطع تحصیلی مختلف باید با مفهوم فرهنگ اقتصادی آشنا شوند تا درک لازم نسبت به شرایط کشور به وجود آید، سپس مفاهیم موردنیاز را متناسب با هر مقطع تحصیلی استخراج و نسبت به گنجاندن آن‌ها در برنامه‌های درسی اقدام نمود. بدین منظور ابتدا باید ویژگی‌های متناسب با هر مقطع تحصیلی شناخته شود تا بتوان به کمک این ویژگی‌ها بنا بر ظرفیت‌ها به سطح‌بندی مفاهیم اقتصادی متناسب با هر مرحله سنی پرداخت

۴. در مرحله چهارم؛ می‌توان با استفاده از سیاست‌های تنبیهی و تشویقی اقدام به فرهنگ‌سازی سازگار با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی نمود. اقدامات تشویقی احتمال وقوع رفتارهای متناسب با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی را افزایش می‌دهند. در مقابل، سیاست‌های تنبیهی موجب محدودسازی رفتار اقتصادی افراد می‌شود. این سیاست‌ها، غالباً هزینه‌بر می‌باشند و هدفشان ایجاد فرهنگ خاصی در افراد به‌منظور تغییر در رفتار اقتصادی می‌باشد.^۱

اعمال اقدامات تنبیهی و تشویقی در قالب دو نوع سیاست‌های مادی و معنوی امکان‌پذیر است. باید تلاش شود که این دو نوع سیاست به‌صورت سازگار با یکدیگر عمل نمایند و تأکید بر یکی، دیگری را تخریب نکند. لذا باید موازنه بین این‌ها برقرار باشد تا سیاست‌های مادی، منجر به تخریب سیاست‌های معنوی نشود.^۲ در غیر این صورت، توجه صرف به سیاست‌های مادی و اقتصادی محض، موجب می‌شود

۱. به‌عنوان مثال برای از بین بردن اسراف در مصرف برق، در صورتی که در زمان اوج مصرف مقدار برق مصرفی افزایش یابد، فرد باید جریمه افزایش مصرف برق را بپردازد و در صورتی که در این زمان مصرف برق را کاهش دهد، با اعمال سیاست تشویقی، هزینه برق مصرفی را کاهش می‌دهیم.

۲. به‌عنوان مثال کارآفرینی که به فعالیت‌های تولیدی علاقه‌مند است را آن‌قدر با جایزه (سیاست مادی) تشویق کنیم که دیگر بدون جایزه، فعالیت تولیدی نکند. برای رفع این مشکل باید به تقویت جنبه‌های باوری و ارزشی این کارآفرین نیز

فرهنگ اقتصادی افراد جامعه، تنها در صورتی با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب سازگار باشد که منافع مادی برای آن‌ها داشته باشد. در این صورت نگاه افراد فقط نگاه بازاری بوده و در انجام کارهای عام‌المنفعه که نفع مستقیم مادی برای فرد ندارد، سستی می‌ورزند. همچنین باید در این سیاست‌ها به تعیین مقدار و میزان آن‌ها و شمول اثرگذاری‌شان توجه داشت.^۱ چه اینکه گاهی برخی سیاست‌ها باعث ایجاد تغییر در برخی افراد نمی‌شود.^۲

بدیهی است که این راهبردها در یک فرایند سیستمی هماهنگ و سازگار عمل می‌نمایند به گونه‌ای که بعد از تدوین متون درسی، سازمان یا معاونتی که متکفل امر فرهنگ‌سازی اقتصادی است، اقدام به استفاده از این متون و تهیه درس‌نامه آموزشی می‌نماید. همچنین سازمان مزبور با ایجاد سازوکارهای تشویقی و تنبیهی تلاش می‌کند تا مفاهیم مذکور هر چه بیشتر نهادینه شوند.

۳-۵. مکانیسم سیستمی اثرگذاری مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی

همان‌طور که قبلاً گفته شد، هر سیستم از داده‌ها، فرایند و ستاده‌ها تشکیل شده است. لازمه توانمندی هر ساختار سیستمی در بازدهی بالای خروجی آن سیستم مطابق باهدف‌های از قبل مشخص شده، می‌باشد. زمانی سیستم فرهنگ اقتصادی کارآمد تلقی می‌شود که قادر باشد بر محور پی‌ریزی راهبردهای فرهنگ‌سازی اقتصادی، منجر به افزایش درجه مقاومت اقتصادی کشور و کاهش آسیب‌پذیری‌های اقتصادی شود.

با حاکمیت مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، از یک‌سو افراد جامعه به‌دلیل نهمی از تبلی و بیکاری، ممنوعیت راکد نگه‌داشتن سرمایه و عبادت دانسته شدن فعالیت تولیدی، به‌دنبال افزایش فعالیت تولیدی می‌باشند. از سوی دیگر در فرایند تولید منافع جامعه در نظر گرفته شده و افراد جامعه چون خود را در شرایط جنگ تمام‌عیار اقتصادی می‌بینند و برایشان استقلال اقتصادی کشور مهم است، فعالیت‌های تولیدی خود را با توجه به افزایش تولید داخلی تنظیم می‌کنند؛ در نتیجه رشد اقتصادی افزایش می‌یابد. این رشد چون درون‌زاست و در داخل کشور اتفاق افتاد است رشدی با ثبات و پویا می‌باشد.

با فعالیت اقتصادی، افراد جامعه کسب درآمد می‌کنند، بخشی از این درآمد یا با توجه به حاکمیت ارزش‌های اسلامی و حرمت اسراف و اقتار و تأکید بر مصرف کالای داخلی، در چارچوب حد کفاف

پرداخت، تا در صورت فقدان جایزه نیز با انگیزه درونی اقدام به فعالیت تولیدی کند.

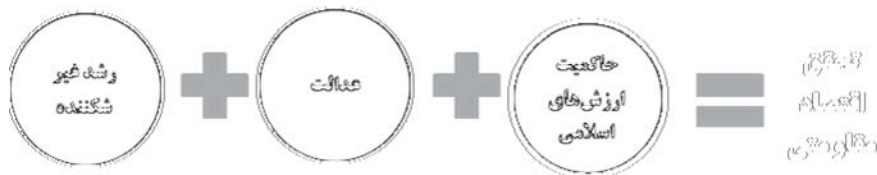
۱. به‌عنوان مثال، گاهی میزان جرایم رانندگی، تنها بر رفتار طبقه متوسط اثرگذار ولی برای ثروتمندان بی‌تأثیر است.

۲. به‌عنوان مثال تعریف جایزه اقتصاد مقاومتی برای نفرات اول می‌تواند تنها اقویا را برای رقابت بیشتر تشویق کند ولی برای ضعفا اثری ندارد.

مصرف می‌شود. مازاد بر حد کفاف یا سرمایه‌گذاری و یا سراغ انفاق و تکافل اجتماعی می‌رود. در هر دو صورت رشد اقتصادی افزایش می‌یابد. تکافل اجتماعی نیز به بعد توانمندسازی فقرا و نیازمندان کمک نموده و باعث وارد شدن آن‌ها در چرخه فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. در نتیجه رشد اقتصادی همراه با عدالت هم‌زمان افزایش می‌یابد.

تفکیک سرمایه‌گذاری از انفاقات (تکافل اجتماعی) و جهت‌دهی انفاقات به سمت توانمندسازی، این پیام را دارد که در این فرهنگ هیچ تعارضی بین رشد، عدالت و افزایش مقاومت اقتصادی وجود ندارد و این متغیرها به صورت تصاعدی هم‌افزا می‌باشند و منجر به حاکمیت ارزش‌های اسلامی در جامعه می‌شوند. سرمایه‌گذاری بیشتر، منجر به درآمد بیشتر و درآمد بیشتر، دوباره منجر به مصرف در حد کفاف یا انفاق و یا سرمایه‌گذاری می‌شود. در هر سه صورت رشد اقتصادی هم‌افزا با عدالت و مقاومت اقتصادی منجر به حاکمیت ارزش‌های اسلامی در جامعه می‌شود.

شکل ۲ هم‌افزایی رشد، عدالت و مقاومت اقتصادی همراه با معنویت
در پرتو حاکمیت مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی



ترویج مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، همچنین باعث کاهش تولید کالاهای تجملاتی و واردات کالاهای غیرضروری در جامعه می‌شود؛ چراکه به علت نپهی از اسراف و تأکید بر مصرف در حد کفاف، درآمد مازاد به اقشار کم‌درآمد جامعه منتقل می‌شود. لذا تقاضا برای کالاهای تجملاتی و واردات کالاهای غیرضروری در جامعه کاهش می‌یابد.

برخی شواهد تاریخی چه در صدر اسلام و چه در دوره کنونی نشان می‌دهد که شکل‌گیری و تقویت مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی باعث شده رشد اقتصادی نه تنها همراه با عدالت اقتصادی باشد؛ بلکه رشدی پایدار و غیرشکننده باشد. چنین فرهنگی اقتصاد را در مسیر اصلی خود قرار داده و باعث می‌شود که علاوه بر تحقق اهداف اقتصادی، پیشرفت اقتصادی در خدمت حاکمیت ارزش‌های اسلامی نیز قرار بگیرد.

تجربه مشارکت مردم ایران در جنگ تحمیلی و همچنین مشارکت مردمی که کمک به آسیب‌دیدگان

تحلیل سیستمی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی (دلالت‌هایی بر برنامه هفتم توسعه) □ ۱۶۳

حوادث طبیعی همچون سیل و زلزله بیانگر کارایی چنین فرهنگی در دستیابی به اهداف مزبور است. نهادهایی همچون جهاد سازندگی و بسیج نقش مؤثری در تقویت مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی، در کشور داشته‌اند. نمونه اخیر اثرگذاری این فرهنگ در کاهش مشکلات اقتصادی کشور را می‌توان در حرکت‌های مردمی در مواجهه با بحران کرونا دانست.

۴-۵. تحلیل برنامه ششم توسعه از منظر فرهنگ اقتصادی: دلالت‌هایی بر برنامه هفتم توسعه

آنچه با بررسی محتوای قانون برنامه ششم توسعه کشور به دست می‌آید، نشان‌دهنده دو جهت‌گیری متفاوت در موضوع فرهنگ اقتصادی است. جهت‌گیری اول که می‌توان آن را فعال ساختن اقتصاد فرهنگ نام‌گذاری کرد به دنبال استفاده از ظرفیت‌های درآمدزای این حوزه (ورزش، گردشگری و آموزش) برای اقتصاد ملی است. جهت‌گیری دوم سیاست حمایت از فرهنگ است و تلاش می‌کند با کمک‌های عمدتاً مالی و حقوقی از حوزه‌های فرهنگی، برای تداوم حیات، از آن‌ها حمایت کند. حوزه فرهنگ اقتصادی نیز ذیل این جهت‌گیری تعریف شده است.

قانون برنامه ششم توسعه در حوزه فرهنگ به صورت مشخصی تکمیل‌کننده سیاست فعال ساختن اقتصاد فرهنگ از طریق دو سازوکار اصلی واگذاری و حمایت از حقوق مالکیت فرهنگی است (قانون برنامه ششم توسعه، ۱۳۹۶: بخش هفدهم ماده ۹۲). هرچند در ابتدای این ماده به صورت گذرا بر مقاوم‌سازی فرهنگی و اجرای سند مهندسی فرهنگی کشور اشاره شده است ولی در ادامه تمام بندهایی که بیان می‌شوند، نشان‌دهنده عدم توجه برنامه‌ریزان به فرهنگ‌سازی اقتصادی و توجه بیشتر به اقتصاد فرهنگ و رفع موانع کسب درآمد از این طریق می‌باشد. محورهای مطرح در این ماده، نشان می‌دهند که مسئله اقتصاد فرهنگ و تکمیل فرآیند واگذاری در حوزه فرهنگ به بخش غیردولتی مهم‌ترین دغدغه دولت در بخش فرهنگ در قانون برنامه ششم توسعه است. بنابراین مبنای پایه‌ای در مباحث فرهنگی در این برنامه اقتصاد فرهنگ است و دولت بر مبنای هزینه - فایده به دنبال رفع موانع بازار محصولات فرهنگی است؛ بدون اینکه برنامه یا الگوی قابل توجهی نسبت به ارزش‌ها و باورهای تولیدی توسط این محصولات، داشته باشد. این برنامه برخلاف تأکید سند مهندسی فرهنگی کشور بر فرهنگ اقتصادی (سند مهندسی فرهنگی کشور، ۱۳۹۳: ۲۹، ۴۲، ۴۶، ۸۵، ۸۶، ۱۱۳) توجه ویژه‌ای به این امر اختصاص نداده است. هرچند خود سند مهندسی فرهنگی کشور نیز (۱۳۹۱/۱۲/۲۵) قبل از ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی (۱۳۹۲/۱۱/۲۹) مصوب شده است و در آن به اقتصاد مقاومتی و فرهنگ‌سازی اقتصادی سازگار با آن توجه نشده است.

همچنین فقدان رویکرد سیستمی به مسئله فرهنگ اقتصادی، موجب شده که عمده راهبردهای لایحه از سنخ سیاست‌های پولی و مالی باشد و جایی برای راهبردهای فرهنگ‌سازی اقتصادی به چشم نخورد. این در حالی است که هم‌اینک حتی اقتصادهای پیش‌روی همانند اقتصاد آمریکا به ضرورت تعلیم و تربیت اقتصادی پی برده و بیش از ۶۶ سال است که به برنامه‌ریزی دقیق جهت تقویت فرهنگ اقتصادی مردم خود مبادرت ورزیده‌اند (ر. ک: طغیانی و زاهدی وفا، ۱۳۹۱) اهمیت راهبردهای فرهنگ اقتصادی به‌خصوص با توجه به اهمیت مقوله فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی دوچندان می‌شود. جای خالی توجه به مقوله فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در برنامه به چشم می‌خورد؛ به‌عنوان مثال در بخش راهبرد آموزشی، وظایفی که این برنامه بر عهده صداوسیما گذاشته است عبارت‌اند از: ترویج فرهنگ ایثار و شهادت (قانون برنامه ششم توسعه، بند پ ماده ۸۶)، تسهیل و اگذاری مجوزهای فرهنگی، نحوه تقسیم درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات تلویزیونی (همان، بند ب ماده ۹۲)، بسترسازی برای حضور بین‌المللی در عرصه‌های فرهنگی، هنری (همان، بند چ ماده ۹۲) ترویج ازدواج، ضد ارزش بودن طلاق و آسیب‌های اجتماعی آن برای زوجها و فرزندان، فرهنگ افزایش پایداری زوجها به خانواده و حفظ حرمت خانواده را به‌عنوان محورهای اصلی سبک زندگی اسلامی - ایرانی (همان، بند ب ماده ۱۰۴) و یا برخی از وظایفی که بر عهده آموزش و پرورش است، عبارت‌اند از: اجرای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (قانون برنامه ششم توسعه، ماده ۳۶)، تهیه نظام رتبه‌بندی معلمان و استقرار نظام پرداخت‌ها (همان)، ارتقای جایگاه آموزش و پرورش به‌مثابه مهم‌ترین نهاد تربیت نیروی انسانی (همان)، توسعه و تسهیل سفرهای فرهنگی دانش‌آموزی (همان). همان‌طور که مشاهده می‌شود، در هیچ‌یک از این موارد به فرهنگ اقتصادی و تأثیر آن بر مقاومت‌سازی اقتصاد اشاره نشده است.

پیشنهاد می‌شود با توجه به آسیب‌های مذکور، مواد زیر به برنامه هفتم توسعه افزوده شوند:

۱. نهادهای فرهنگ‌ساز کشور از جمله آموزش و پرورش و رسانه ملی مکلف به برنامه‌ریزی جهت ایجاد و ارتقای شاخص‌های فرهنگ اقتصادی مقاومتی باشند.
۲. وزارت آموزش و پرورش موظف است برنامه جامع تعلیم و تربیت عمومی اقتصاد مقاومتی را تا انتهای سال اول برنامه تدوین و براساس آن کتاب‌های درسی را بازنگری کند.
۳. رسانه ملی موظف است تا انتهای سال اول اقدام به بازنگری سیاست‌های مرتبط با تولید فیلم، سریال و تبلیغات بازرگانی سازگار با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی نماید و شاخص‌هایی را به‌منظور تعیین میزان اجرای صحیح این سیاست‌ها مشخص نماید.
۴. مجمع تشخیص مصلحت موظف است با همکاری شورای عالی انقلاب فرهنگی ملی

فرهنگ‌سازی اقتصادی را ظرف مدت یک سال، براساس نظریه سیستمی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی تدوین و به نهادهای مربوطه جهت تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی و اجرا ابلاغ نماید.

۵. در طی سال‌های ۱۴۰۵ - ۱۴۰۰ موضوع فرهنگ‌سازی اقتصادی سازگار با اقتصادی مقاومتی، در پروژه‌های مصوب ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی در بودجه‌ریزی سالانه از اولویت برخوردار باشد.

۶. نتیجه

آسیب‌ها و مشکلات ناشی از شرایط جنگ تمام‌عیار اقتصادی و همچنین مخاطرات و عدم اطمینان ناشی از تحولات خارج از اختیار مانند بحران‌های مالی، اقتصادی و سیاسی و ...، موجب شد تا مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی را به‌عنوان الگویی بومی و علمی و برآمده از نظام اقتصادی اسلام مطرح نمایند. سؤال محوری این مقاله این بود که تحقق اقتصاد مقاومتی و فائق آمدن بر آسیب‌ها و مشکلات اقتصادی، نیازمند چه فرهنگ اقتصادی است؟ یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که باید به‌صورت سیستمی به مسئله فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی پرداخته شود. مطابق با رویکرد سیستمی، سیستم فرهنگ اقتصادی در اقتصاد مقاومتی از سه بخش ورودی (مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی)، فرایند (راهبردهای اجرایی‌سازی مؤلفه‌ها) و خروجی (مکانیسم اثرگذاری مؤلفه‌ها بر افزایش مقاومت اقتصادی) تشکیل شده است. مطابق با این رویکرد، فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی دارای مؤلفه‌هایی است که باعث نهادینه شدن هنجارهایی همچون انجام فعالیت اقتصادی در راه خدا و برای خدا، اولویت منافع عمومی بر منافع فردی، عدم پذیرش سلطه، سخت‌کوشی در طلب کسب روزی حلال و طیب با تأکید بر افزایش تولیدات داخلی، مصرف در سطح کفاف با اولویت مصرف تولیدات داخلی و عدالت در توزیع درآمد با تأکید بر بعد توانمندسازی، می‌شود. برای فرهنگ‌سازی این مؤلفه‌های ابتدا باید اقدام به ایجاد سازمان‌هایی در نهادهای فرهنگ‌ساز نمود. سازمان‌هایی که متکفل امور اجرایی فرهنگ‌سازی اقتصادی باشند. سپس اقدام به تهیه متون مرتبط با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی نمود. بعد از تهیه متون، باید اقدام به آموزش این متون نمود. دو نهاد مهم و اثرگذار بر فرهنگ جامعه یعنی آموزش و پرورش و رسانه ملی، در خلال برنامه‌های خود باید از این متون استفاده نمایند. در این میان اعمال سیاست‌های تشویقی و تنبیهی به‌عنوان ساختار پشتیبان فرهنگ‌سازی اقتصادی استفاده می‌شود.

این فرهنگ در جنبه کارکردی منجر به هم‌افزایی رشد، عدالت و مقاومت اقتصادی همراه با افزایش معنویت و ارزش‌های اسلامی در جامعه می‌شود. با شکل‌گیری مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی، سخت‌کوشی و پرتلاشی در بخش تولید داخلی تقویت می‌شود؛ مصرف در حد کفاف مدیریت می‌شود؛ و مازاد درآمد

افراد برای فقرزدایی و گسترش توانمندسازی و افزایش تولیدات داخلی مصرف می‌شود. نتیجه شکل‌گیری چنین فرهنگی افزایش هماهنگ و هم‌افزای رشد اقتصادی همراه با رشد بهره‌وری و تقویت درون‌زایی، گسترش عدالت و توانمندسازی، افزایش مصرف کالاهای داخلی، کاهش مصرف کالاهای خارجی، کاهش مصارف تجملی و افزایش حاکمیت ارزش‌های اسلامی می‌باشد.

محتوای قانون برنامه ششم توسعه کشور در حوزه فرهنگ‌سازی اقتصادی از دو مشکل فقدان رویکرد سیستمی به مسئله فرهنگ‌سازی اقتصادی و عدم توجه کافی به مسئله فرهنگ اقتصادی رنج می‌برد. سیاست برنامه‌نویسان برنامه ششم توسعه به صورت مشخصی تکمیل‌کننده سیاست فعال ساختن اقتصاد فرهنگ از طریق دو سازوکار اصلی واگذاری و حمایت از حقوق مالکیت فرهنگی است و در موضوع فرهنگ اقتصادی به نقش راهبردهای فرهنگ‌سازی اقتصادی مانند راهبرد آموزشی توجه لازم را نداشته‌اند. پیشنهاد می‌شود با توجه به آسیب‌های مذکور، مواد زیر به برنامه هفتم توسعه افزوده شوند:

۱. نهادهای فرهنگ‌ساز کشور از جمله آموزش و پرورش و رسانه ملی مکلف به برنامه‌ریزی جهت ایجاد و ارتقای شاخص‌های فرهنگ اقتصادی مقاومتی می‌باشند.

۲. وزارت آموزش و پرورش موظف است برنامه جامع تعلیم و تربیت عمومی اقتصاد مقاومتی را تا انتهای سال اول برنامه تدوین و براساس آن کتاب‌های درسی را بازنگری کند.

۳. رسانه ملی موظف است تا انتهای سال اول اقدام به بازنگری سیاست‌های مرتبط با تولید فیلم، سریال و تبلیغات بازرگانی سازگار با مؤلفه‌های فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی نماید و شاخص‌هایی را به منظور تعیین میزان اجرای صحیح این سیاست‌ها مشخص نماید.

۴. مجمع تشخیص مصلحت موظف است با همکاری شورای عالی انقلاب فرهنگی سند ملی فرهنگ‌سازی اقتصادی را ظرف مدت یک سال، براساس نظریه سیستمی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی تدوین و به نهادهای مربوطه جهت تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی و اجرا ابلاغ نماید.

۵. در طی سال‌های ۱۴۰۵ - ۱۴۰۰ موضوع فرهنگ‌سازی اقتصادی سازگار با اقتصادی مقاومتی، در پروژه‌های مصوب ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی در بودجه‌ریزی سالانه از اولویت برخوردار باشد.

۷. منابع و مأخذ

قرآن کریم.

نهج البلاغه، ۱۳۷۹، ترجمه محمد دشتی، قم، امیرالمؤمنین علی علیه السلام.

۱. ابن ابی‌جمهور، محمد بن زین‌الدین، ۱۴۰۵ ق، *عوالی اللئالی العزیز فی الاحادیث الدینیة*، مقدمه شهاب‌الدین نجفی مرعشی، تصحیح مجتبی عراقی، قم، مجتبای عراقی.

- تحلیل سیستمی فرهنگ اقتصادی مطلوب در اقتصاد مقاومتی (دلالت‌هایی بر برنامه هفتم توسعه) □ ۱۶۷
۲. ابن اثیر جزری، علی بن محمد، ۱۴۰۹ ق، *اسد الغابه فی معرفة الصحابه*، بیروت، دار الفکر.
 ۳. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۳۶۳، *تحف العقول عن آل الرسول*، قم، جامعه مدرسین.
 ۴. بختیاریان، مریم، ۱۳۹۷، *نظریه سیستم‌های اجتماعی (مطالعه عملکرد سیستم هنر از منظر نیکلاس لومان)*، تهران، هرمس.
 ۵. برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۶.
 ۶. بنیانیان، حسن، ۱۳۹۵، «الزامات فرهنگی اقتصاد مقاومتی»، *راهبرد توسعه*، ش ۱۲، ص ۱۳۱ - ۱۰۵.
 ۷. بیانات رهبری.
 ۸. توکلی، محمدجواد، ۱۳۹۴، «چیستی و کارکرد مبانی فلسفی اقتصاد»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۱۳، ص ۱۰۷ - ۷۷.
 ۹. توکلی، محمدجواد، ۱۳۹۵، «نقد لایحه برنامه ششم توسعه از منظر اقتصاد مقاومتی»، *همایش برنامه ششم توسعه از دیدگاه اقتصاد اسلامی*.
 ۱۰. جوادی‌نژاد، فریبا؛ مهرداد نوابخش و علیرضا کلدی، ۱۳۹۵، «مطالعه سیاست‌ها و الزامات فرهنگی تحقق اقتصاد مقاومتی در ایران»، *پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، ش ۱۷، ۹۲ - ۷۳.
 ۱۱. چاونس، برنارد، ۱۳۹۰، *اقتصاد نهادی*، ترجمه محمود متوسلی، علی نیکونستی و زهرا فرضی‌زاده، تهران، دانشگاه تهران.
 ۱۲. حرعاملی، محمد بن حسن، ۱۴۱۶ ق، *وسائل الشیعه*، بیروت، دار الفکر.
 ۱۳. حسینی، سید عبدالرضا؛ عطاالله رفیعی آتانی و سید محمدحسین حسینی، ۱۳۹۳، «بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی»، *پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، ش ۱۰، ص ۱۴۶ - ۱۲۱.
 ۱۴. حسینی، سیده صدیقه، ۱۳۹۱، *نقش رسانه در ارتقای تولید ملی و توسعه یافتگی*، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
 ۱۵. حمیری، عبدالله بن جعفر، ۱۴۱۳ ق، *قرب الإسناد*، قم، مؤسسه آل‌البیت علیه السلام.
 ۱۶. رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۷۸، *آنومی یا آشفتگی اجتماعی*، تهران، سروش.
 ۱۷. رنجبری، بهزاد و رسام مشرفی، ۱۳۸۲، «تفکر سیستمی و سیستم‌های متفکر»، *ماهنامه تدبیر*، ش ۱۳۰، ص ۴۷ - ۵۳.
 ۱۸. سند مهندسی فرهنگی، ۱۳۹۱، تهران، شورای عالی انقلاب فرهنگی.
 ۱۹. صدر، سید محمدباقر، ۱۳۷۵، *اقتصادنا*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.

۱۶۸ □ فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، دوره ۱۸، تابستان ۱۴۰۰، ش ۶۵

۲۰. صدوق، محمد بن علی، ۱۳۷۶، *الأمالی*، تهران، کتابچی.
۲۱. صدوق، محمد بن علی، ۱۳۸۵ ق، *علل الشرائع*، نجف، مکتبه الحیدریه.
۲۲. صدوق، محمد بن علی، ۱۴۱۳ ق، *من لایحضره الفقیه*، قم، جامعه مدرسین.
۲۳. طباطبائی، سید محمدحسین، ۱۴۱۷ ق، *المیزان*، بیروت، اعلمی.
۲۴. طبرسی، فضل بن الحسن، ۱۳۹۵ ق، *مجمع البیان*، تهران، مکتبه الاسلامیه.
۲۵. طغیانی، مهدی و محمدهادی زاهدی وفا، ۱۳۹۱، «امکان بهره‌گیری از آثار تمدن اسلامی در طراحی و تدوین الگوی اسلامی- ایرانی فرهنگ اقتصادی»، *معرفت اقتصادی*، ش ۲، ۷۶-۵۵.
۲۶. فرشاد، مهدی، ۱۳۶۲، *نگرش سیستمی*، تهران، امیرکبیر.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ ق، *کافی*، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
۲۸. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ ق، *بحارالانوار*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۲۹. محمدی، داوود؛ مجید رمضان و محمدرضا ابراهیمی، ۱۳۸۹، *تجزیه و تحلیل سیستم‌ها (تفکر سیستمی) با رویکرد تصمیم‌گیری و حل مسائل سازمانی*، تهران، ققنوس.
۳۰. مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶، *نتایج آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار*.
۳۱. مصطفوی، حسن، ۱۴۰۲ ق، *التحقیق فی کلمات القرآن*، تهران، مرکز الکتب لترجمه و النشر.
۳۲. مکارم‌شیرازی، ناصر و جمعی از نویسندگان، ۱۳۶۴، *تفسیر نمونه*، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
۳۳. نظرپور، محمدتقی، ۱۳۹۰، «گستره اثرگذاری فرهنگ اسلامی بر توسعه اقتصادی»، *اقتصاد اسلامی*، ش ۳۸، ص ۲۰۰-۱۷۵.
۳۴. نوری، محمدتقی، ۱۴۰۸ ق، *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، قم، مؤسسه آل‌البیت علیه السلام.
۳۵. نوید ادهم، مهدی، ۱۳۹۴، *تبیین نقش آموزش و پرورش در مهندسی فرهنگی کشور*، تهران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۳۶. یونسکو، اوژن، ۱۳۷۵، «در چالش توسعه، *نامه پژوهش*، ترجمه محمد فاضلی»، پیش‌شماره ۱، ص ۱۵۲-۱۴۱.
۳۷. یونگ، الک. د، ۱۳۹۰، *فرهنگ و اقتصاد در باب ارزش‌ها، علم اقتصاد و کسب و کار بین‌المللی*، تهران، ققنوس.

38. Berge, Peter L, 2013, *Our economic culture*, in pfaenhauer, Michaela & Berge, Peter L, *The New Sociology of Knowledge: The Life and Work of Peter L. Berger*, Transaction Publishers, New Brunseick. (U. S. A) and London. (U. K).

39. Cellini, Roberto & Tiziana Cucci, 2018, *Do behaviours cultural markets affect economic resilience? An analysis of Italian regions*, Italy, University of Catania.
40. Gregg, Samuel, 2013, *Becoming Europe: Economic Decline, Culture, and How America Can Avoid a European Future*, Encounter Books.
41. Greif, A, 1989, Reputation and Coalitions in Medieval Trade: Evidence on the Maghribi Traders, *Journal of Economic History*, Vol. 49, No. 4, p. 857 - 882.
42. M. Govinda Rao & Kunal Sen, 1997, "Internal Migration, Center - State Grants, and Economic Growth in the States of India: A Comment on Cashin and Sahay", *IMF Staff Papers*, Palgrave Macmillan, vol. 44 (2), p. 283 - 288, June.
43. Mill, John Stuart, 1956, *A System of Logic*, London, Longmans, Green and Co.
44. North, D. 1990, *institutions, institutional change and economic performance*, cambridge, ambridge university.
45. Schoeman, Nicolaas J. 1990, The development of economic thought in the economic culture of south Africa, in Gemper, Bodo B. *The Market System, Structural Change, and Efficient Economies: the international trend towards indicative targeting*, Transaction Publishers, New Brunswick. (U. S. A) and London. (U. K).
46. Storr, Henry Virgil, 2013, *Understanding the culture of markets simultaneously published*, in the USA and Canada by Routledge.
47. Tanti, Keith, 2015, *Cultural Values and Economic Resilience*, University of Malta.
48. Williamson, oliver E., 2000, The New Institutional Economic: Taking Stock", Looking Ahead; *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXVIII, Sep, P. 595 – 613.

