

## چگونگی حمایت خانواده از تولید ملی در عصر جهانی شدن

سیده ژاله کارجو سادات<sup>۱</sup> شهرام رحمانی<sup>۲</sup>

### چکیده

اگر جهانی شدن را به مثابه گسترش روابط اجتماعی به سطح جهانی در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تعریف کنیم، جهانی شدن بازار کار را می توانیم به معنای شکل گیری یک بازار کار جهانی بدانیم که در آن زمینه ها و امکانات لازم برای دسترسی و برقراری ارتباطات آسان میان عرضه و تقاضای نیروی کار در سطح جهانی فراهم آمده است.

در شرایط جدید جهانی شدن که بحران اقتصادی بر اقتصاد ما نیز اثر گذاشته و همچنین تحریم های بسیاری که به نظام جمهوری اسلامی ایران، در ۳۳ سال گذشته تحمیل شده، رهبر معظم انقلاب اسلامی، سال ۱۳۹۱، سال تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی نام گذاری فرمودند. بنابراین توجه ویژه به بحث تولید، کار و سرمایه و نقش آن در پیشرفت جامعه، امری ضروری و مهم است. از این رو توجه به بحث خانواده به عنوان یکی از ساز و کارهای اثر گذار بر تولید ملی ضروری است.

از دیگر دلایلی که می تواند پرداختن به این موضوع را ضروری سازد خنثی سازی توطئه های دشمنان در زمینه های اقتصادی است.

تحریم های اقتصادی اگرچه برای بخش تولید مشکل ساز است ولی در عین حال نشانگر اهمیت تولید ملی در تأمین کالاهای مورد نیاز کشور، خارج از سلطه و تصمیمات کشورهای تحریم کننده بوده و عامل حفاظت از اقتصاد ملی است.

تولید ملی جهاد مردان و حمایت از این تولیدات در قالب گرایش برای خرید کالاهای داخلی، مسئولیت زنان یک خانواده است چرا که مادران در خانواده نقش فرهنگ سازی را بر عهده دارند که می توانند با تربیت نیروی کارآمد و ایجاد روحیه ی خودباوری، مصرف کالای ایرانی و مدیریت مصرف با قناعت، صرفه جویی، پرهیز از تجمل گرایی و عدم گرایش به مصرف کالاهای لوکس خارجی در اجرای فرهنگ صحیح تولید ملی نقش اساسی ایفا کنند.

کلید واژه : خانواده، تولید، ملی، کار، سرمایه، اقتصاد، تولید ملی

۱ - مهندسی کشاورزی - علوم خاک، طلبه سطح ۲ حوزه علمیه ثامن الحجج شهرستان پارس آباد پایه ی دوم

۲ - مدرس قرآن کریم و قاری برگزیده کشوری godas312@yahoo.com

## مقدمه

جهانی شدن واقعیتی است که برای همگان محسوس و ملموس می باشد، امروزه همه ی جوانب زندگی در دنیای معاصر، کم و بیش از فرایند جهانی شدن تأثیر می پذیرند، جهانی شدن تمام مناسبات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار داده است.

واژه ی جهانی شدن، معادل «Globalization» در انگلیسی است. که البته برخی معادل فارسی این واژه را جهانی سازی، برخی دیگر معادل آن را جهان گستری و بعضی دیگر معادل آن را جهان گرایی دانسته اند.

واژه ی جهانی (Global) از چهارصد سال پیش و اصطلاحاتی همچون جهانی شدن (Globalization)، جهانی سازی (Globalizing) و جهانی گرایی (Globalism) از دهه ی ۱۹۶۰ در متون علمی و ادبی به کار گرفته شد.

تعریف های به کار گرفته شده در مورد جهانی شدن، تنوعی چشم گیر دارد که برخی از آنها عبارتند از: «فشردگی جهانی»، «فرایند غربی کردن و همگون سازی جهان»، «ادغام همه ی جنبه های اقتصادی در گستره ای جهانی»، «کاهش هزینه های تحمیل شده توسط فضا و زمان» و

...

گرایش به جهانی شدن و جهانی سازی در ادیان الهی همچون اسلام بسیار قبل از مطرح شدن این امر در جهان کنونی مطرح بوده و ادیان بزرگ الهی هر کدام در پی جهانی سازی بوده اند و اسلام نیز امروزه داعیه ی جهانی شدن دارد. در قرآن کریم نیز در تعبیر مختلفی بر اندیشه ی جهانی سازی اشاره شده است. همچنین خداوند به پیامبر اسلام (ص) فرموده اند: «یا ایها الناس انی رسول الله الیکم جمیعاً» پیامبر گرامی اسلام در دعوت خویش تمام مرزها و حکومت ها و دولت ها را که میان ملت ها فاصله افکنده نادیده گرفته و همه آنها را به یک دین و دولت واحد و مرکزیتی یگانه فرا می خواند.

اما جهانی شدن برای گروهی از اندیشمندان توسعه به معنای دهکده جهانی (Village Global) با جاذبه های فراگیر و برای گروهی دیگر عامل شیوع فقر و جنگهای خونین است. جهانی شدن آثار متفاوتی بر زندگی مردم جهان، اعم از غنی و فقیر، زن و مرد، سیاه و سفید، شهری و روستایی برجای نهاده است.

جهانی شدن بیشترین تأثیر را در حوزه ی اقتصاد داشته است، در نتیجه تحولات ارتباطی، کالاها و خدماتی که تاکنون قابل تجارت نبودند، در مدار تجارت جهانی قرار گرفتند؛ فعالیت هایی که در گذشته در چارچوب ملی صورت می گرفت، در حال حاضر به شکل جهانی و مطابق نیازهای جهانی صورت می گیرد.

ویژگی افزایش ارتباطات جوامع با یکدیگر و افزایش امکان اثر گذاری بر تصمیمات دیگر جوامع در معرفی جهانی شدن، انکار ناپذیر است. از این رو همراه با جهانی شدن درجه ی تأثیر پذیری اقتصاد داخلی، فرهنگ بومی و حاکمیت ملی بیشتر از عوامل خارجی است. البته جوامع می توانند به تناسب میزان حضور فعال در صحنه جهانی، اثر گذاری بیشتری نیز پیدا کنند؛ که کاملاً به نحوه موضع گیری، قدرت، مهارت و فعالیت آن ها بستگی دارد.

زمانی نه چندان دور، کشور پهناور ایران نه تنها در مسیر جاده ابریشم بلکه در طول سواحل طولانی خود یکی از بزرگترین مراکز تجاری جهان برای تبادل انواع کالاهای آن روزگار بشمار می رفت و علاوه بر آن به عنوان یکی از کشورهای برتر در عرصه تولید، نقش عمده ای را در تجارت جهانی بر عهده داشت و بصورت خودکفا بسیاری از محصولات کشاورزی و صنعتی عهد خود را نیز تأمین می کرد.

اما دیری نگذشت که تحت تأثیر نفوذ بیگانگان و تلقین ناتوانی در وجود مردم این سرزمین، نه تنها زمینه ی حذف تولیدات ایرانی فراهم شد، بلکه بتدریج خودباوری تبدیل به یأس و ناامیدی و تمام ظرفیتهای و فرصتها برای همگام شدن با روند رو به رشد غافله تولید نیز بکلی نابود شد.

اینک ایران تولیدکننده با اعمال سیاستهای مزورانه دشمنان این سرزمین و اعمال روشهای نادرست و کوتاه بینانه حکام نالایق قبل از انقلاب، به کشوری مصرف کننده و مصرف گرا و بازاری برای عرضه کالاهای خارجی تبدیل شد که از ساده ترین تا پیچیده ترین محصولات که همواره در ردیف قدیمی ترین محصولات خارجی قرار داشتند، بطور کامل در سیطره کمپانی های مختلف شرقی و غربی قرار گرفته بود.

پس از ظهور انقلاب اسلامی که به حق معجزه قرن نام گرفت، تحت رهبری های شجاعانه ی حضرت امام (ره) و مقام معظم رهبری که پیوسته تحت عناوین مختلف مانند: طرح موضوع خودکفایی در عرصه های مختلف، بتدریج شرایط برای احیاء مجدد موقعیت از دست رفته فراهم و بار دیگر پرچم عزت و اقتدار کشور در مسیر توسعه و تعالی، در ابعاد مختلف مادی و معنوی به اهتزاز درآمد.

این تحول در حدی بوده که هم اکنون بخش قابل توجهی از دستاوردهای علمی دانشمندان و متخصصین ایرانی در عرصه های مختلف به محصولات صنعتی تبدیل و افزایش میزان تولیدات و صادرات در بخشهای گوناگون را به همراه داشته و این همه بیانگر آن است که به تعبیر حضرت امام(ره) ما می توانیم و خواستن توانستن است.

رهبر معظم انقلاب امسال را به عنوان سال تولید ملی نامیده اند. بر این اساس همه ی نیروهای اجتماعی برای تحقق این نیاز اضطراری کشور که ایشان با درایت کامل آن را تشخیص داده اند، باید بسیج شوند تا سال ۹۱ آغاز رشد تولید ملی در کشور ما باشد.

خانواده محل اصلی زندگی، تربیت و دیگر آموزش های انسان و رفتار تمام کارکنان و شاغلان متأثر از فرهنگ خانواده آنهاست. بنابراین، اگر خانواده ها از لحاظ فرهنگی، برخورداری از الگوهای مناسب رفتاری و طرز نگارش صحیح به امور اقتصادی پیشرفت کنند، می توانند باعث پیشرفت فرهنگ کار و تولید در تمام کشور شوند. در جوامع مختلف، اعم از ابتدایی، در حال توسعه و توسعه یافته، خانواده مهمترین عامل تولید و توزیع کالا و خدمات در جامعه است. به همین دلیل، اقتصاددانان خانواده را بنیان زندگی اقتصادی جوامع می دانند.

خانواده در تمام جوامع، از برنامه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، نقش محوری داشته و دارد و در دین مبین اسلام نیز بر این مهم تأکید شده است.

و نقش زنان از همه برجسته تر است و با توجه به جایگاهی که در خانواده و جامعه دارند می توانند پیشتاز حمایت از تولید ملی باشند یکی از حوزه هایی که زنان می توانند نقش آفرین باشند حوزه ی آموزش است. این آموزش می تواند هم در تربیت فرزندان و هم در نقش معلمان در مدارس صورت پذیرد. مادران و معلمان ما می توانند از همان کودکی فرزندان خود را به مصرف کالاهایی که در داخل تولید می شود تشویق کنند و فواید آن را برای آنان شرح دهند تا کودکان بدانند که تا چه اندازه می توانند در توسعه و پیشرفت کشور خود مفید باشند. این یک کار ریشه ای است که می تواند آینده ی کشور را نیز تضمین کند و حتی زمینه را برای اشتغال آنان در کشور فراهم سازد.

فرایند جهانی شدن در تشدید آگاهی خانواده ها به خصوص زنان نسبت به جایگاه زنان مناطق دیگر جهان، ایجاد فرصت های مختلف برای برقراری تماس میان آنها، گسترش مباحث و گفتمان های حقوق بشر، حقوق زنان و مانند آن و هم چنین ایجاد زمینه ها ی نو برای مشارکت آنان برای دگرگون سازی الگوهای نقش جنسیتی موثر بوده است. این تماسها به دگرگون سازی ارزش ها و شیوه زندگی می انجامد. یکی از فرصت های مهم جهانی شدن برای زنان افزایش مشارکت آنان در بازار کار است.

هدف زن ایرانی بر این است که با درک ضرورتهای جهانی از یک سو و با الهام از فرهنگ و استندهای خویش و اعتقادات اسلامی درصدد است الگویی از زن ارائه دهد، که به جز وفاداری به خانواده و فرزندان به پیشرفت و ارتقای خویش در عرصه های مختلف بپردازد و از جهت توسعه کشور نقش بسزایی ایفا نماید.

تاکنون درباره ی این موضوع کتاب یا تحقیقی نوشته نشده است ولی کتابی با عنوان رسانه و نقش خانواده در تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی نوشته حسین رئیسی و انایی و غلام حسین

عیوضی از مرکز پخش پژوهش های اسلامی صدا و سیما سال ۱۳۹۱، در دست می باشد که به طور مجزا به نقش خانواده در حمایت از تولید ملی پرداخته است بلکه نقش رسانه و خانواده را توأم بررسی کرده است. در این مقاله به بررسی ظرفیت ها و نقشی می پردازیم که خانواده در زمینه حمایت از تولید ملی در عصر جهانی شدن بر عهده دارد.

براساس مقاله ی تدوین شده برآینم تا به سؤالات زیر پاسخ دهیم:

۱ – نقش خانواده در تولید ملی چیست؟

۲ – خانواده چه نقشی در مصرف کالای ایرانی دارد؟

## تعریف مفاهیم:

قبل از ورود به بحث لازم است جهت بحث و بررسی پیرامون موضوع، ابتدا برای حصول هر چه بهتر نتیجه، اصطلاحات اساسی را تعریف کرده سپس وارد بحث اصلی می شویم:

### خانواده:

در متون دینی از خانواده با تعبیر «اهل» یاد می شود؛ «اهل الرجال» ابتدا به کسانی گفته می شد که در مسکن واحدی گرد هم می آمدند، سپس به مجاز «اهل بیت مرد» به کسانی گفته شد که نسب واحد داشته باشند.<sup>۱</sup> در فارسی «خانواده» به معنی خاندان، اهل خانه، زن، فرزند و خویشان است.<sup>۲</sup> برای «خانواده» تعریف های اصطلاحی گوناگونی بیان شده که به دو نمونه بسنده می شود:

منظور از خانواده، واحد کوچک اجتماعی است که شامل پدر و مادر و فرزندان است. گاه به معنی گسترده تر، بستگان دور و نزدیک را نیز جزو خانواده به شمار می آورند.<sup>۳</sup>

### تولید ملی :

در لغت به معنی زیانندن، زادن پدید آوردن، پیدا کردن و در اصطلاح عبارت است از هر گونه فعالیت و کار (صرف انرژی) که عنصر یا عناصری از طبیعت را به مصرف انسان نزدیک کند. تولید ملی در یک کشور به ارزش پولی کالاها و خدمات اقتصادی تولید شده به وسیله خانوار،

<sup>۱</sup> - راغب اصفهانی، مفردات راغب، ج ۱، ص ۲۱۹

<sup>۲</sup> - فرهنگ عمید، ج ۱، ص ۷۹۹

<sup>۳</sup> - همان

واحدهای اقتصادی، سازمان های غیر انتفاعی، اتحادیه ها، سازمان های خیریه و غیره اطلاق می شود.<sup>۱</sup>

## کار:

کار در لغت به معنای کاشتن، کاریدن و در اصطلاح به معنای فعالیتی است متشکل از اعمال قوه فکری یا دستی که در برابر آن مزد، معاش یا حق الزحمه کار و کسب گرفته می شود. در محاورات روزانه، این اصطلاح بیشتر به معنای محدودتر یعنی کارهای دستی یا به طور کلی، کارگران دستی به کار می رود. در نظریه اقتصادی، کوشش انسانی یا فعالیتی است که در جهت تولید هدایت می شود و به عنوان یک عامل تولید، کار از مواد اولیه، سرمایه و مدیریت جدا و فقط شامل مساعی کارگران در اشتغال است.<sup>۲</sup>

## سرمایه:

در لغت به معنای مال، ثروت، قابلیت، استطاعت، مبدأ، اصل و در اصطلاح عبارت است از پول یا متاعی که آن را اساس کسب یا بازرگانی قرار دهند.<sup>۳</sup>

## اقتصاد:

در لغت به معنای میانه روی در دخل و خرج و در اصطلاح، حد مطلوب استفاده از منابع به قسمتی است که حداکثر ارضا از میزان معلوم منابع به دست آید یا میزان معین ارضا از کمترین میزان ممکن منابع حاصل گردد.<sup>۴</sup>

## فرهنگ پذیری:

فرهنگ در لغت به معنی ادب و تربیت آمده است و در اصطلاح، عبارت است از راه و روش آموخته زندگی در یک اجتماع معین که به واسطه آن، افراد جامعه، روش ها، آداب و رسوم و ارزش

<sup>۱</sup> - محمد معین، فرهنگ فارسی، ص ۱۱۷۰

<sup>۲</sup> - فرهنگ زبان فارسی، ۸۱۵

<sup>۳</sup> - همان، ص ۵۹۱

<sup>۴</sup> - همان، ص ۸۳

های یک اجتماع معین را می آموزند که متضمن نظام اقتصادی، اجتماعی، ساخت سیاسی، علم، دین، هنر و سرگرمی هاست.<sup>۱</sup>

## بحث اصلی

### خانواده، مهمترین نهاد اجتماعی

خانواده به عنوان اولین کانونی که فرد در آن قرار می گیرد دارای اهمیت قابل توجهی است. اولین تأثیرات محیطی که فرد دریافت می کند از محیط خانواده است و حتی تأثیرپذیری فرد از سایر محیط ها می تواند نشأت گرفته از همین محیط خانواده باشد. خانواده پایه گذار بخش مهمی از سرنوشت انسان است و در تعیین سبک و نوع زندگی آینده، اخلاق، سلامت و عملکرد فرد در آینده نقش بزرگی بر عهده دارد.

نهاد خانواده دو وظیفه ی مهم بر عهده دارد: اول بقای نسل و بقای جامعه، دوم اجتماعی کردن کودکان و دیگر اعضای خانواده؛ یعنی خانواده فرزند را با فرهنگ جامعه آشنا می کند و باعث رشد شخصیت فرزند می شود.

«درست است که نهاد خانواده، کوچکترین واحد اجتماع است، اما در طول تاریخ، همین نهاد مقدس و پاک، خاستگاه و منشأ بسیاری از رویدادها و تحولات مثبت و اثرگذار در عرصه های دینی و مذهبی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، علمی و آموزشی و ... شده است.»<sup>۲</sup>

خانواده به دلیل ویژگی های خود، ساختاری زاینده است. این فرد نیست که خانواده را پدید می آورد؛ بلکه خانواده است که فرد را می سازد. می توان ادعا کرد همه دریافت های روانشناختی، اجتماعی، سیاسی، اخلاقی و اقتصادی و نیز انگیزه ما برای آینده، از قدرت حضور خانواده در زندگی مان سر چشمه می گیرد.<sup>۳</sup>

خانواده نهادی است که با سرنوشت و زندگی تمام انسانها ارتباط تنگاتنگ دارد و چکیده ی هر جامعه است. پیشرفت جامعه از رشد و پرورش فرهنگ و تمدن افراد خانواده سرچشمه می گیرد.

<sup>۱</sup> - همان ، ص ۷۶۷

<sup>۲</sup> - حسن ناصری پور، یکی از بهترین راه ها برای تولید ملی فرهنگ سازی نهاد خانواده است [www.shafaf.ir](http://www.shafaf.ir) خبر ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۱.

<sup>۳</sup> - ویلیام گاردنر، برگردان و تلخیص معصومه محمدی، جنگ علیه خانواده، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان ۸۷، ص ۸۱.

وقتی اعضای خانواده به رکود و عقب گرد فکری و علمی دچار شوند، جامعه در معرض نابودی و سیر نزولی قرار می گیرد و بر عکس، هر اندازه اعضای خانواده ها به خودباوری ملی دست پیدا کنند و تلاش کنند نقش خود را در جامعه به صورت پویا ایفا کنند، جامعه روز به روز پیشرفت خواهد کرد. می توان گفت پیشرفت نهاد خانواده و تقویت ارزش های حاکم بر آن می تواند به پیشرفت کشور منجر شود.

## تربیت نیروی انسانی کار آمد اولین وظیفه خانواده

تولید ملی جهاد مردان و حمایت از این تولیدات در قالب گرایش برای خرید کالاهای داخلی، مسئولیت زنان یک خانواده است چرا که مادران در خانواده نقش فرهنگ سازی را بر عهده دارند.

متأسفانه فرهنگ غلط اسراف، تجمل گرایی و گرایش به مصرف کالاهای لوکس خارجی در کشور رواج پیدا کرده و زنان چون نقش مؤثری در مدیریت اقتصاد خانواده را دارند، می توانند کانون تغییر این فرهنگ غلط قرار گیرند.<sup>۱</sup>

سرمایه های انسانی با ارزشتر از دارایی ها و منابع طبیعی و ذخایر زمینی به شمار می آیند. هرچه قدر برای انسان ها سرمایه گذاری شود، رشد و توسعه ی جامعه بیشتر خواهد شد. بنابراین نگرش، مهارت و تدین افراد، می تواند ظرفیت های تولیدی جامعه را ارتقا دهد و رشد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را سرعت ببخشد آثار مطلوب خود را در سطح خرد و کلان نشان دهد. در سطح خرد بر بازدهی خصوصی افراد خانواده و در سطح کلان، سبب رشد و توسعه همه جانبه کشور می شود.

مقام معظم رهبری در این باره می فرماید:

«عزیزان من، این را همه بدانید، تدین جامعه، تدین جوانان ما، در امور دنیایی هم به ملت و هم به جامعه کمک می کند. خیال نکنید که متدین شدن جوانان اثرش فقط در روز اعتکاف در مساجد یا در شب های جمعه و در دعای کمیل است. اگر یک ملت جوانانش متدین باشند، از هرزگی دور خواهند شد، از اعتیاد دور خواهد شد، از چیزهایی که جوانان را زمین گیر می کند، دور خواهند شد. استعداد آنها به کار می افتد، کار می کنند، در

۱- نقش خانواده در تولید ملی، سایت باشگاه خبرنگاران اراک، ۱۳۹۱/۷/۲۵.



زمینه علم، در زمینه فعالیت های اجتماعی، در زمینه فعالیت های سیاسی کشور پیشرفت می کنند و در اقتصاد همین جور. روحیه معنویت و تدین نقش بسیار مهمی دارد».<sup>۱</sup>

فراهم کردن زمینه های مناسب برای فرزندان، جهت رشد و پیشرفت نیروی انسانی در جامعه از وظایف خانواده می باشد. برای داشتن نیروی انسانی کارآمد باید به خانواده توجه ویژه داشت، زیرا خانواده، مهم ترین محملی است که نیروی انسانی در آن پرورش می یابد. خانواده چون ظرفیت های زیادی در زمینه ی آموزش و پرورش دارد می تواند رفتارهای مطلوب اقتصادی را به فرزندان بیاموزد این آموزش ها هم به صورت کلامی و شفاهی است و هم در قالب رفتار پدر و مادر در شخصیت فرزند تأثیر می گذارد.

«فرهنگ شفاهی در واقع بایسته ها و نبایسته های فرهنگی و هنجارهای اجتماعی است که از طریق مراودات رو در رو و ارتباطات کلامی نسل به نسل منتقل می شود. باید گفت راه های مختلفی برای تولید فرهنگ شفاهی که منتقل کننده دیدگاه های خاص آن فرهنگ در رابطه با مسائل گوناگون است، وجود دارد به عنوان مثال ضرب المثل هایی که از خوراک های محلی یاد می کند نشان می دهد که انتخاب مردم به سمت مصرف غذاهای بومی داخلی بوده است و هم اکنون نیز می توان این فرهنگ را تولید و حفظ کرد و به صورت فرهنگ عمومی و هنجار تبدیل کرد.

باید گفت فرهنگ شفاهی یک جامعه نیز در انتخابگری افراد موثر است. این فرهنگ شفاهی در گفتمان خانواده ها در زمینه انتخاب کالای ایرانی نقش دارد. در واقع باید گفت آن چه فرهنگ خرید کالای ایرانی را تقویت می کند، در رابطه با تربیت فرزندان و هدایت همسران عنصر اصلی و تعیین کننده ای است. کنش گری فرد در زمینه مصرف کالای ایرانی در زیر مجموعه عنوان کلان تحت عنوان عزت نفس ملی مطرح می شود و تمایل به الگوی زندگی مبتنی بر فضیلت نه مبتنی بر لذت است. بنابراین ایجاد فرهنگ شفاهی جامعه در تمایل به مصرف کالای ایرانی، گفتمان عزتمندی و اعتماد به نفس ملی بسیار مهم و ضروری است و می توان گفت الگوی حاکم بر انتخابگری فرد ناخودآگاه کنش های او را رهبری می کند».<sup>۲</sup>

علاوه بر سرمایه فیزیکی، تحصیلات دانشگاهی هم به صورت فردی و هم به صورت جمعی می تواند با توسعه ارتباطات اجتماعی، باعث افزایش بهره وری شود. و مفهوم سرمایه اجتماعی را تولید کند. که سهم نیروی انسانی بسیار ویژه است که با دارا بودن انگیزه بالا سبب بکارگیری صحیح

<sup>۱</sup> - روزنامه ایران، ۱۳۹۰/۱/۱۵، ش ۴۷۵۷، ص ۲۴.

<sup>۲</sup> - زهرا امین مجد، نقش زنان در اصلاح الگوی مصرف و حمایت از تولید ملی، سایت ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر خراسان رضوی ۹۱/۲/۲۷.

سرمایه و منابع می شود. نیروی انسانی باید به گونه ای تربیت شود که کار برایش لذت بخش باشد و این به صورت طبیعی، سبب افزایش فعالیت او می شود. نیروی انسانی متخصص و کارآمد است که امکانات و ظرفیت های کشور را برای توسعه کشور به کار می گیرد.

«اقتدار عمومی جامعه در تحقق حمایت از تواید ملی نقش مهمی دارند باید توجه داشت که افزایش سرمایه ملی محقق نمی شود جز با تولید ملی و بالا بردن تلاش و کوشش. بخشی از زنان جامعه تولید کننده و مولد هستند و در بحث اشتغال و پرورش نیروی کار فعالیت می کنند همچنین مبارزه با تنبلی و بیکاری و پرورش نسلی توانمند و تولید کننده یکی از وظایف مهم زنان است»<sup>۱</sup>.

بر همین اساس خودباوری در بین جوانان ایرانی باید افزایش یابد و اعتقاد همه جانبه به این شعار که «ما می توانیم» و اینکه ایرانی می تواند هر کالایی را تولید کند باید در نظام آموزشی و صنعتی کشور نهادینه شود.

دستیابی به خودکفایی و استقلال در صورتی محقق خواهد شد که همه ی ابزارهای استقلال در کنار یکدیگر فراهم شود. «ما می توانیم» از شعارهای اصولی و واقعیتی است که طی سال های اخیر و در دولت نهم مطرح شد که می بایست بر اساس آن نیازهای خودمان توسط تولیدات داخلی تأمین شود. ایران به عنوان کشور مصرف کننده عظیم مواد خوراکی و ابزار و وسایل از سوی برخی کشورها هدف گرفته شده نوع نیازهای داخل باید سنجیده شود و باید با شناخت کافی به سمت تولید گام برداشت. البته تولیدکنندگان داخلی هم باید با کیفیت بهتر اجناس ارزان تری را عرضه کنند که این اهداف جز با تحقق شعار ما می توانیم میسر نخواهد شد.

ایجاد روحیه خودباوری در سطح کشور، به ویژه میان خانواده ها و تولید کنندگان، یکی از راه های تقویت تولید ملی است. ایران و ایرانی می تواند کالاهای بسیار با کیفیتی تولید کند باید این چنین روحیه ای را در سطح کشور ایجاد کنیم. کالاهایی که قابلیت رقابت با کالاهای خارجی را داشته باشند و بتوانند بهتر از نمونه خارجی باشند. تقویت روحیه خودباوری در ملت و جوانان با شعار «ما می توانیم»، باید سرلوحه همه مسیر جوانان و متخصصان امروزی ایران اسلامی قرار گیرد.

<sup>۱</sup> - معصومه ظهیری، روزنامه رسالت، ۹۱/۱/۲۱، ش ۷۵۱۳.

## مصرف کالای ایرانی اولویت اول خانواده:

اگر نقش نان آور بودن و تصمیم گیری رادر نظر بگیریم نقش مردان مهم است اما در حوزه مطالعات خانواده بررسی نقش و جایگاه زنان اهمیت ویژه ای دارد. زنان به عنوان مدیران داخلی خانواده با توجه به الگوی زیست خانوادگی در زمینه تهیه کالا و مایحتاج، نظردهندگان اصلی می باشند به همین دلیل نقش زنان در حمایت از کار و سرمایه ایرانی قابل توجه است.

برخی از افراد در مواقع خرید عادت کرده اند انگشت انتخاب خود را به سوی کالای خارجی نشانه می برند. حتی وقتی قرار است یک وسیله کم اهمیت خریداری کنند در برخی موارد که مشابه داخلی دارد کالای خارجی که بی کیفیت تر است انتخاب می کنند.

امسال که به نام سال تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی نام گذاری شده است، باید سرآغازی برای فرهنگ سازی در خانواده ها برای ارجح دانستن کالای ایرانی به کالاهای خارجی باشد. در این صورت هم چرخ صنعت تندتر از قبل می چرخد، هم با ایجاد رقابت میان تولیدات داخلی، بر کیفیت آن افزوده می شود.<sup>۱</sup>

اگر ما بر اساس نسخه نظام سرمایه داری مصرف را برای لذت بدانیم بدون تردید محدود کردن ما برای مصرف کالای ایرانی و داخلی سخت و بی معنی است زیرا خود را آزاد می دانیم تا برای تأمین لذت هر نوع کالایی را مصرف کنیم. در مقابل در الگوی مصرف برای زندگی، عبادت و خدمت، لزوم مصرف کالای داخلی قابل فهم تر است، زیرا در این الگو مصرف برای بقا و تأمین مایحتاج اولیه در کنار الگوهای دیگر قرار می گیرد و با یکدیگر مغایرتی ندارد، به خصوص اگر یک بینش ارزشی بر تفکر ما حاکم باشد. این بینش بسیاری از ارزش ها از جمله حمایت از تولید ملی را در کنار خود قرار می دهد.

حمایت از تولید ملی تحت الگوی کلان عزتمندی مسلمانان و زیر بار ذلت نرفتن را نشان می دهد. چرا که طبق فرمایش قرآن مجید «لن يجعل الله الكافرين على المؤمنين سبيلاً....»

قاعده نفی سبیل بر این تفکر حکومت می کند و عزتمندی مسلمانان در سطح کلان باعث می شود مصرف کالای داخلی را سرلوحه کارمان قرار دهیم.

اگر سبک زندگی اصلاح شود و مصرف اقتصادی در مسیر تأمین نیازهای انسانی برای زندگی توحیدی و تأمین نیازهای اولیه و طبیعی باشد یعنی فرد در حد نیاز مصرف کند تا سلامت تأمین

<sup>۱</sup> - نقش خانواده در تولید ملی، باشگاه خبرنگاران اراک، ۱۳۹۱/۱/۲۵

شود و بتواند کار و عبادت کند نگاه به الگوي حمايت از کار و سرمايه ايراني و مصرف کالاي ايراني آسان مي شود.<sup>۱</sup>

مصرف کالاهای خارجی و توجه نکردن به توليدات داخلی همچون ويروسی در کشور در حال گسترش است و عوارض سوء آن در تمامی جنبه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور قابل مشاهده است. اگر به گوشه گوشه‌ی منزلان نگاه کنیم متوجه انواع کالاهای لوکس و ضروری می‌شویم که در خانه‌هایمان جا خوش کرده‌اند در حالی که کالاهای داخلی در انبار کارخانه‌ها خاک می‌خورند و منتظر نگاه ما هستند تا شاید آن‌ها نیز در گوشه‌ای از خانه‌ی ما جای خود را پیدا کنند. بسیاری از کارشناسان اقتصادی کشور، علت توجه نکردن مصرف کنندگان به خریداری کالاهای ايراني را هجوم گسترده‌ی انواع کالاهای مصرفی بادوام و بی‌دوام خارجی که به صورت قانونی و غیرقانونی وارد مرزهای کشور می‌شوند، دانسته‌اند.<sup>۲</sup>

«زنان در زمان ناصر الدین شاه مصرف تنباکو را تحریم کرده و موجی را در این زمینه در کشور ایجاد کردند در زمان کنونی نیز می‌توانند مصرف اجناس خارجی را تحریم کرده و کالای ايراني را جایگزین آن کنند».<sup>۳</sup>

نقش خانواده‌ها به خصوص زنان در مصرف کالای ايراني بسیار مهم و حایز اهمیت است. زنان می‌توانند با انتخاب محصولات داخلی از تولید ملی حمایت کنند و الگوی مصرف خانوار را اصلاح نمایند. در صورت تداوم این امر کودکان و نوجوانان هم با الگوبرداری از خانواده‌های خود به مصرف کالا و محصولات داخلی روی می‌آورند و این همان برنامه ریزی بلند مدت برای فرهنگ سازی استفاده از توليدات ملی است که می‌تواند بسیار تأثیر گذار باشد.<sup>۴</sup>

فرهنگ مصرف در بین مردم باید تغییر کند و رویکرد مناسبی به مصرف کالاهای تولید داخل ایجاد شود. این مسأله سبب می‌شود که مردم در مقایسه با کالاهای ايراني و خارجی احساس کنند که وظیفه آنها تقویت توليدات داخل است.

اگر می‌خواهیم که مردم به کالاهای خارجی عادت نکنند، باید از کالای ايراني حمايت کنیم زیرا حمايت از توليدات داخلی پاسداری از اقتصاد ملی و تداوم راه شهیدان است.

## الف) مصرف لوازم خانگی ايراني و تأثیر آن بر اقتصاد ملی

<sup>۱</sup> - نقش زنان در اصلاح الگوي مصرف و حمايت از تولید ملی، ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر خراسان رضوی، خبر ۹۱/۲/۲۷

<sup>۲</sup> - فاطمه اسماعیلی، مصرف کالای ايراني پاسخی به تحریم های خارجی، برهان، ۱۳۹۱

<sup>۳</sup> - معصومه ظهیری، روزنامه رسالت، ش ۷۵۱۳، ۹۱/۱/۲۱

<sup>۴</sup> - هوشنگ سلیمانی، فرهنگ سازی برای مصرف محصولات داخلی، اقامه دوماهنامه داخلی ستادهای نماز جمعه، ش ۵۸، ص ۱۴

یکی از مواردی که این روزها در زندگی برخی ایرانی‌ها به چشم می‌خورد تجمل‌گرایی و روی آوردن به مصرف‌گرایی است. در حالی که چنین امری با مسیر حرکت فعلی جامعه کاملاً متفاوت است. بنابراین باید شعارزدگی را کنار گذاشت تا آثار و نتایج منفی تجمل‌گرایی و زیاده‌خواهی‌ها آشکار شود. در عصر جهانی شدن یکی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های رسانه‌هایی چون سینما و تلویزیون در غرب تولید و تعریف سبک زندگی برای مخاطبان متفاوت با استفاده از تبلیغات گسترده است.

ما نیز می‌توانیم بر اساس معیار غنی اسلامی و میهنی خود سبک زندگی مختص خودمان را طراحی کنیم که اساسی‌ترین ویژگی آن تولید و مصرف داخلی با تکیه بر کلیدها و محورهایی چون دوری از اسراف و معیار قرار دادن نگاه قرآنی و دینی باشد.

در مبارزه با عادت زشت خرید کالای خارجی باید همه راهکارهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، جزایی و ... را به کار بست و به یاد داشت این پدیده، یک پدیده چند بعدی است و در مبارزه با آن باید همه ی ابعاد را در نظر گرفت.

در این مبارزه باید از کار فرهنگی، تبلیغات و آماده سازی فکر و رفتار نوجوان و حتی کودکان بهره جست و از تأثیر رسانه های دیداری و شنیداری و مکتوب برای اصلاح رفتار اجتماعی استفاده کرد.

با توجه به اینکه زنان نقش موثری در مدیریت اقتصاد خانواده دارند پس با مصرف بهینه و صحیح کالاهای داخلی، قناعت و صرفه جویی را پیشه خود قرار داده و مانع از رواج تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی شوند. اگر زنان که معمولاً بیشترین نقش را در خرید لوازم مورد نیاز زندگی در خانواده ها ایفا می‌کنند، گرایش به کالاهای با کیفیت تولید داخل داشته باشند، تقاضا برای تولید داخل افزایش و برای اجناس خارجی کاهش می‌یابد و در نتیجه عرصه تولید در کشور شکوفا می‌شود.<sup>۱</sup>

«خرید لوازم خانگی» بخش عمده ای از سبد کالای خانواده های ایرانی را از قبیل یخچال، تلویزیون، ماشین لباس شویی و ... تشکیل می‌دهد که در این میان «زنان» حرف اول و آخر را در خرید این کالاها می‌زنند. نقش زن در اداره امور منزل از اهمیت خاصی برخوردار است و زنان به عنوان گرداننده اصلی خانه، استفاده بیشتری از وسایل منزل می‌کنند و به همین دلیل معمولاً انتخاب

<sup>۱</sup> - اعظم مرادی، خانواده و حمایت از تولید ملی، روزنامه رسالت، شماره ۷۵۹۹، ۹۱/۱/۲۸

و «خرید» لوازم منزل با نظر بانوی خانه صورت می گیرد. پس می توان گفت نقش زن خانه در خرید کالای ایرانی و عمل به شعار امسال بسیار پر رنگ تر از نقش مردان است؛ که البته این به معنای نقش نداشتن مردان نمی باشد.

زنان به عنوان مسئولین اقتصادی خانواده که معمولاً وظیفه تهیه و خرید اقلام مورد نیاز خانواده را بر عهده دارند به رونق تولید ملی کمک کنند. متأسفانه امروز در بسیاری از خانواده ها و بخصوص در میان بانوان خرید اجناس خارجی و مارک دار بخصوص در مورد پوشاک و لوازم خانگی رواج یافته است که این موضوع ضربات سنگینی بر صنعت نساجی و تولید لوازم خانگی کشور زده است و باعث بیکاری جوانان بسیاری شده است. اگر فرهنگ خرید کالای ایرانی در میان زنان نهادینه شود کشور ما رشد و جهش خوبی در زمینه تولید خواهد داشت.<sup>۱</sup>

تهیه جهیزیه عروس از کالاهای ایرانی نیز می تواند بر رشد و پیشرفت این صنعت در کشور اثر بسزایی داشته باشد. بیشتر لوازم خانگی، هنگام تهیه جهیزیه خریده می شوند. خانواده هنگام خریدن این کالاها، باید ایرانی بودنشان را در نظر داشته باشند.

نخریدن کالای ایرانی به معنای ماندن تولیدات در انبارهاست و اینکه هزینه های صرف شده برای تولید نه تنها به سود تبدیل نشده بلکه با زیان نیز مواجه شده است. این اتفاق باعث می شود کم کم تولیدکنندگان نه انگیزه ای برای تولید داشته باشند و نه پولی که برای این فعالیت اقتصادی سرمایه گذاری کنند. با کاهش میزان تولید عاقبتی جز افزایش نرخ بیکاری و کاهش شاخص های اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی، ارزش افزوده، رشد اقتصادی و ... ندارد.

« نمود بارز تقوا در میان تولید کنندگان تولید محصول با کیفیت برای رقابت با کالاهای خارجی است. در صورتی که تولید کنندگان داخلی بر اساس وظیفه دینی و ملی، به تولید کالای با کیفیت بپردازند هیچ شخصی به سراغ کالاهای خارجی نخواهد رفت و این امر خودکفایی و توسعه کشور را به دنبال خواهد داشت. اما در حال حاضر استفاده از کالاهای خارجی به فرهنگ ناپسندی در میان مردم تبدیل شده است. مردم باید متوجه باشند در صورتی که کالای داخلی را خریداری کنند زمینه ایجاد اشتغال، افزایش ثروت کشور و غرور ملی را فراهم خواهند کرد».<sup>۲</sup>

۱- علی رستمی، نقش زنان در حمایت از تولید ملی، روزنامه رسالت، ش ۷۵۱۳، ۹۱/۱/۲۱

۲- سید رضا تقوی، نقش زنان در حمایت از تولید ملی، [www.zanefarda.ir](http://www.zanefarda.ir)، ۱۳۹۱/۱/۲۲

« زنان می‌توانند با اولویت قرار دادن اجناس ایرانی در سبد خرید خانوار به رونق تولید ملی کمک کنند. هم‌اکنون مصرف کالاهای خارجی در میان مردم کشور رواج یافته است. لذا باید به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی و فرهنگ سازی شود که مردم به مصرف کالای داخلی بویژه در بخش لوازم خانگی گرایش پیدا کنند. سیاست‌ها باید به گونه‌ای باشد که از ورود کالای قاچاق به کشور جلوگیری شود چرا که ورود کالای قاچاق صنعت تولید در کشور را فلج می‌کند. هم‌اکنون بسیاری از تولیدی‌های داخلی به دلیل ورود بی‌رویه اجناس چینی تعطیل شده و تعداد زیادی از کارگران بیکار شده‌اند».<sup>۱</sup>

تشویق مردم به مصرف کالاهای داخلی یک وظیفه عمومی است. برای این که مردم را متوجه به این مسأله کنیم باید وجدان عمومی جامعه را به آن حساس کرد. علاوه بر این باید مخاطبان رسانه‌ها را که هم تولیدکنندگان و هم مصرف کنندگان هستند تشویق به مطالبه کیفیت بالا در کالاهای داخلی نمود تا به این ترتیب با بالا رفتن مصرف تولیدات داخلی ایراد بی کیفیتی هم به آن وارد نباشد.

عشرت شایق نماینده مجلس هفتم نیز طی مصاحبه ای گفت:

«برای اصلاح الگوی مصرف باید تولیدات داخلی را جایگزین محصولات خارجی کنیم و زنان و خانواده ها نیز باید تصمیم بگیرند برای تهیه وسایل منزل و جهیزیه فرزندان شان از کالاهای داخلی استفاده کنند نه اجناس خارجی. نقش رسانه ملی در این زمینه بسیار کلیدی است و القای استفاده از کالای ایرانی در همه برنامه ها ضرورتی محسوس است».<sup>۲</sup>

## ب) خانواده و حمایت از تولیدات فرهنگی و اقتصادی کشور

محصولات فرهنگی هر کشوری می تواند زمینه ساز رشد و توسعه فرهنگی آن کشور باشد و محصولات فرهنگی هر کشوری، با فرهنگ کشور تولیدکننده محصولات رابطه نزدیکی دارد و این نکته را باید یادآور شویم که تولید ملی تنها تولید محصولات اقتصادی نیست، بلکه توجه به تولید محصولات فرهنگی نیز حائز اهمیت است. بنابراین در مسأله ی تولید ملی به تولیدات فرهنگی نیز بها داد و برنامه ریزی کرد. زیرا خانواده ها با خرید این گونه محصولات، از تولیدکنندگان آنها حمایت می کنند.

در ادامه، به نقش خانواده در حمایت از این محصولات فرهنگی می پردازیم.

### حمایت از صنعت تولید اسباب بازی

<sup>۱</sup> - لاله افتخاری، نقش زنان در حمایت از تولید ملی ، [www.zanefarda.ir](http://www.zanefarda.ir) ، ۱۳۹۱/۱/۲۲

<sup>۲</sup> - فاطمه تواناعلمی، نقش کلیدی زنان در حمایت از تولید ملی ، روزنامه خراسان ۱۳۹۱/۱/۳۱

انتخاب اسباب بازی های مناسب نقش مهمی در آموزش و تربیت کودکان دارد. کودکان امروز، آینده سازان فردا يك شعار نیست بلکه واقعیتی است که باید برای ساختن ایرانی آباد از هم اکنون برای آن برنامه ریزی شود که در سال تولید ملی باید به مهمترین بخش زندگی آنها که سرگرمی است، عنایت ویژه صورت گیرد.

این توجه چیزی جز ساخت انواع اسباب بازی در داخل کشور نیست زیرا هر يك از کودکان از اسباب بازیهای در اختیار خود پيامی می گیرند که ما نباید فرصت این پيام دهی را به بیگانگان بدهیم. در کنار تأثیر روحی و روانی اسباب بازیها بر کودکان، جنبه بهداشتی آنها در کاربرد مواد اولیه سالم از قبیل رنگ و لوازم پلاستیکی نیز باید مد نظر قرار گیرد که به یقین این بخش با تعهد تولیدکننده ایرانی امکانپذیرتر است.

بهترین فرصت و شیوه عملی برای آموزش فرهنگ ایرانی و تربیت کودکان باهوش برای آینده کشور، در اختیار گذاشتن اسباب بازی هایی متناسب با فرهنگ و آداب و رسوم این مرز و بوم است.<sup>۱</sup>

کودک هنگام بازی، ناخواسته از شخصیت های این بازی ها الگو می گیرد و این بر رفتار کودک نیز اثر می گذارد. کودک ناخواسته با فرهنگی غیر از فرهنگ جامعه اش آشنا می شود، در حالی که این فرهنگ ها با جامعه ای که کودک در آن زندگی می کند هیچ سنخیتی ندارد.

خانواده ها با خرید اسباب بازی های خارجی نباید به راحتی اجازه دهند که فرهنگ بیگانه وارد محیط گرم خانواده شود.

غفلت از این امر و باز گذاشتن این در برای ورود هر میهمان ناخوانده ای از هر کشوری، ذهن و روح کودک امروز و پدر و مادر فردا را چنان آشفته می سازد و جامعه فردا را از ریشه هایش چنان دور می کند که دیگر نمی توان برایش کاری کرد. عروسک و اسباب بازی، نمادی برای فرهنگ هاست و در هر کشوری آن را بر مبنای تاریخ، اسطوره و نشانه های فرهنگی خودشان می سازند که در جای دیگر، این نشانه ها شناخته شده نیست.

استفاده کودکان از اسباب بازی های خارجی سبب می شود، هم به تولید ملی در این زمینه آسیب وارد شود و هم کودکان به جای اینکه با فرهنگ ایرانی آشنا شوند، فرهنگ واصطلاحات خارجی را فرا بگیرند و از همان ابتدا، حس خودباوری ملی آنان تحت تأثیر قرار گیرد.<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> - ماهنامه اینترنتی شهرزاد، ش ۱۵۹۷۹، ۱۳۹۱/۱/۲۸



## حمایت از تولید بازی های رایانه ای

امروزه با ورود بازی های رایانه ای به محیط خانواده، قسمت زیادی از اوقات فراغت کودکان با بازیهای رایانه ای پر می شود. متأسفانه بسیاری از بازیهای رایانه ای خارجی هستند و بر شخصیت کودک اثر می گذارند و برخی فرهنگ ها و ناهنجاری ها را بر کودک القا می کنند و آن چنان که دوست دارند ذهن کودک ایرانی را به سمت خواسته های خود می کشانند. یکی از روشهای مقابله با این معضل اجتماعی که همه گیر می شود این است که والدین به جای خرید بازی های خارجی، از بازیهای رایانه ای ایرانی استفاده کنند که هم متناسب با فرهنگ ایرانی است و هم می توانند متناسب با سن کودک بازی ها را انتخاب نمایند. این امر هم از آسیب ها و زیان های بازی های رایانه ای خارجی کم می کند و هم به ارتقای فرهنگ ایرانی کمک می کند و در نهایت از تولید کننده داخلی حمایت می کند.

## حمایت از هنرهای دستی

امروزه بسیاری از خانواده ها از صنایع دستی برای تزئین خانه ها استفاده می کنند. بهتر است این صنایع دستی تولید داخل باشد. تهیه و خرید و فروش صنایع دستی هر کشور باعث غنی شدن فرهنگ آن کشور می شود.

صنایع دستی سرمایه ملی است؛ زیرا جزء قدیمی ترین هنر هاست که مردم هر سرزمین زندگی روزمره خود را با آن گذرانده اند و از طرفی نشان دهنده ی فرهنگ قدیمی هر کشور است.

تولیدات صنایع دستی که یک صنعت بومی است و با سرمایه کم می تواند ایجاد اشتغالزایی کند و علاوه بر رونق بازار داخلی، ظرفیت عرضه در بازارهای خارجی را هم به وجود می آورد و از طرف دیگر از ورود کالاهای خارجی به کشور جلوگیری می کند.

یکی از مهم ترین شرایط توسعه اقتصادی، بهبود استفاده از نیروی انسانی است. در کشورهای فقیر، به خصوص در مناطق روستایی، ذخیره مهم نیروی انسانی وجود دارد که هیچ کاری انجام نمی دهند، زیرا کاری برای آنان وجود ندارد. برای استفاده کامل از نیروی انسانی در روستاها و نیروی انسانی فعال بیکار در شهرها، بهترین کار سرمایه گذاری در رشته های صنایع دستی است. این

---

<sup>۱</sup> - حسین رئیسی وانی و غلام حسین عیوضی، رسانه و نقش خانواده در تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۹۱، ص ۶۳

صنایع علاوه بر احتیاج به نیروی انسانی فراوان به سرمایه کمی نیازمندند و با ابزارهایی ساده می‌توان آن‌ها را گسترش داد و اشتغالزایی کرد. اگر از منظر تسلط اقتصادی نیز به صنایع دستی بنگریم، می‌بینیم عاملی در این صنایع وجود ندارد که موجب تبعیت کشور در حال توسعه از کشوری توسعه‌یافته شود، زیرا تمام عوامل تولید اعم از سرمایه، کار و مواد اولیه محلی و داخلی‌اند و به گرفتن وام و استخدام متخصص خارجی نیازی نیست. تولید فرآورده‌های دستی خود قسمتی از تولید ملی را تشکیل می‌دهد و افزایش تولید صنایع دستی در بهبود وضع طبقات کم‌درآمد کشور موثر است و بدین ترتیب به توزیع عادلانه درآمد سرانه کمک می‌کند.

از آنجا که صنایع دستی اساساً متکی به منابع داخلی است، معمولاً بیش از ۹۰ درصد ارزش داده‌ها (Inputs) در این فعالیت‌ها که عمدتاً شامل نیروی کار، مواد اولیه مصرفی و وسایل و ابزار کار است در داخل کشور فراهم می‌شود و طبعاً هرگونه افزایش تولید و فروش فرآورده‌های دستی اثر مستقیمی در ازدیاد تولید ناخالص ملی دارد. از این رو امروزه برخی از ممالک در حال توسعه که در حقیقت صاحبان اصلی صنایع دستی‌اند به جای صدور مواد خام نظیر پنبه، پشم، کنف، چوب، ابریشم، سنگ و ... تلاش می‌کنند این‌گونه مواد را به محصولات دستی که تجربه و تبحر ساخت آن‌ها را دارند تبدیل کنند و فرآورده‌های تولید شده خود را که ارزش افزوده فوق‌العاده‌ای یافته‌اند به ممالک دیگر به‌ویژه کشورهای پیشرفته صادر کنند.<sup>۱</sup>

## خانواده و مدیریت مصرف

مصرف در میان متغیرهای اقتصادی به اندازه‌ای اهمیت دارد که برخی اقتصاددانان، هدف نهایی از انجام فعالیت‌های اقتصادی از جمله تولید، پس انداز و سرمایه‌گذاری را مصرف می‌دانند. چنان که کینز، یکی از اقتصاددانان نام‌دار چنین می‌گوید:

«غایت هر فعالیت اقتصادی مصرف است»<sup>۲</sup>

نقش مصرف در اقتصاد مهم است، اما در اسلام مصرف هدف غایی نیست، بلکه نگاه ابزاری است. زیرا هدف غایی در اسلام در تمام کارها و فعالیت‌ها نزدیکی به خداست.

خداوند در قرآن می‌فرماید: «وَ اِنَّ اِلٰی رَبِّكَ الْمُنْتَهٰی»<sup>۱</sup>؛ به درستی که پایان کار به سوی خداست.

۱- نقش صنایع دستی در تولید ملی و ازدیاد درآمد سرانه، تفاهم روزنامه اینترنتی کاریابی و اشتغال در ایران، ۱۳۹۱/۸/۳۰

۲- جان مینارد کینز، نظریه عمومی و اشتغال و بهره‌وری، ترجمه: منوچهر فرهنگ، ج ۱، ص ۱۳۱.

منظور از نزدیک شدن به خداوند، کاهش فاصله زمانی و مکانی نیست، بلکه حقیقتی است که کمال نهایی انسان محسوب می شود و آن را [قرب خدا] می نامیم. مرتبه ای است از وجود که در آن استعدادهای ذاتی مشخص، با سیر و حرکت اختیاری خودش به فعلیت می رسد.<sup>۲</sup>

ایجاد تعادل بین دخل و خرج نیاز به مدیریت دارد. مدیریت صحیح منابع اقتصادی به تحکیم بنیان خانواده، کاهش تنش ها و مشکلات خانوادگی و در نتیجه، رشد و توسعه اقتصادی کشور می شود.

افراد کم درآمد نیاز بیشتری به مدیریت هزینه دارند. افرادی که درآمد مناسبی دارند اگر هم در هزینه کرد درآمد دچار خطا و اشتباه شوند، فرصت جبران اشتباه را دارند، اما برای اقشار کم درآمد امکان جبران اشتباه سخت تر است.

مشارکت پدر و مادر در مدیریت مالی خانواده، موفقیت خانواده در امور مالی و کاهش مشکلات اقتصادی را در پی دارد، اما برخی جامعه شناسان معتقدند، زنان به دلیل دقت در اداره امور مالی خانواده، موفقیت بیشتری دارند.

ساده زیستی و توجه به ارزش های دینی اصولی بودند که مردم در گذشته رعایت می کردند و زندگی راحت تری داشتند اما امروزه با توجه به ابزارهای جهانی شدن از جمله تلوزیون، ماهواره، اینترنت و... ظهور پدیده تجمل گرایی و چشم هم چشی و مصرف گرایی به جای ارزش های گذشته، خانواده ها با مشکلات فراوانی روبرو هستند.

بی شک زنان که بخش عمده ای از جمعیت جامعه را تشکیل می دهند، با ایفاء نقش خود در مدیریت خرید کالا و محصول، استفاده بهینه از محصولات مصرفی و غیر مصرفی، می توانند، تعالی جامعه را در نیل به اهداف بلند خود به دنبال داشته باشند. نقش زنان در دوران حیات انقلاب اسلامی، دفاع مقدس، پاسداری از آزمان های نظام بر کسی پوشیده نیست. آنان همواره در صف مقدم مبارزه علیه استکبار گام برداشته اند، امید می رود جامعه زنان کشور در این زمینه هم با مدیریت و درایت خود و ترجیح مصرف کالای داخلی، زمینه های حمایت از تولید ملی را برای همیشه به ارمغان آورند تا شاهد رقابت سالم تولید کنندگان داخلی در ارائه محصول با کیفیت با مشابه خارجی آن باشیم. زنان می توانند حامیان خوبی برای تولید کالای ایرانی باشند.<sup>۳</sup>

۱ - نجم ۴۲

۲ - محمد تقی مصباح یزدی، جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی مرکز چاپ و نشر ۱۳۶۸ ص ۶۸

۳ - نقش مهم بانوان در توسعه تولید ملی، خبرگزاری دانشجویان ایران استان آذربایجان شرقی، ۱۳۹۱/۷/۱۲

بنابراین جامعه زنان رسالت سنگینی را بر عهده دارند. از یک سو فعالیت در مشاغل اجتماعی و از دیگر سو، تدبیر و مدیریت خانه و تربیت فرزند به طور همزمان باعث می شود تا بانوان تلاش مضاعفی داشته باشند.<sup>۱</sup>

## الگوی مطلوب مصرف خانواده

ایجاد یک الگوی کاملاً بومی و دینی اقتصادی که وابستگی های ما را به اقتصاد بیرونی تا حد زیادی کاهش دهد و به جامعه کمک کند تا عین ارتباط با بیرون در مورد نیازهای اساسی خویش کاملاً متکی به خود باشد، ضروری است.

بهترین راه یافتن الگوی مناسب مصرف، سنجش باورها و ارزش های خانواده است. اسلام به تعادل در مصرف بسیار اهمیت داده است،

«قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَ الطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ...»<sup>۲</sup>؛ ای فرزندان آدم جامعه خود را در هر نمازی برگزید و بخورید و بیاشامید و [لی] زیاده روی نکنید که او اسرافکاران را دوست نمی دارد. امام علی علیه السلام به عاصم بن زیاد، که لباس ضخیم پوشیده و خانه و زندگی اش را ترک کرده بود، فرمود:

«آیا از خانواده ات خجالت نمی کشی؟ آیا به فرزندان رحمت نمی کنی؟ آیا گمان می کنی خداوند چیزهای پاکیزه را بر تو حلال کرده، ولی دوست ندارد تو از آنها برداشت کنی؟ تو در برابر خداوند کوچک تر از آن هستی! آیا خداوند نمی فرماید: و زمین را [با هزاران منفعت] برای [زندگانی] خلق مقرر کردیم که در آن میوه های گوناگون و نخل خرما با پوشش است»<sup>۳</sup>

از امام رضا علیه السلام نقل شده است :

«بر شخص صاحب مال واجب است بر مخارج زندگی خانواده وسعت بخشد»<sup>۴</sup>.

از دیدگاه اسلام، مقدار مصرفی که برای ادامه حیات انسان و حفظ نفس از ابتلا به بیماری ها و ناراحتی های بدنی و روحی ضرورت دارد، بر افراد واجب است. خداوند نعمت های پاک را حلال کرده و از تحریم و مصرف نکردنشان نهی فرموده است:

۱ - سید حسین اسحاقی، فعالیت اقتصادی زنان و تبلور آن در سال جهاد اقتصادی، ماهنامه پیام زن شهریور ۱۳۹۰ ص ۱۲.

۲ - اعراف ۳۱

۳ - نهج البلاغه، خطبه ۲۰۹

۴ - محمد بن حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۵، ص ۲۴۹

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ»<sup>۱</sup>؛

ای کسانی که ایمان آورده‌اید چیزهای پاکیزه‌ای را که خدا برای [استفاده] شما حلال کرده حرام بشمارید و از حد مگذرید که خدا از حدگذرندگان را دوست نمی‌دارد، و از آنچه خداوند روزی شما گردانیده حلال و پاکیزه را بخورید و از آن خدایی که بدو ایمان دارید پروا دارید.

خداوند در جای دیگر می‌فرماید:

«لَا جَرَمَ أَنَّكَ تَدْعُونَنِي إِلَيْهِ لَيْسَ لَهُ دَعْوَةٌ فِي الدُّنْيَا وَلَا فِي الْآخِرَةِ وَأَنْ مَرَدَّنَا إِلَى اللَّهِ وَأَنَّ الْمُسْرِفِينَ هُمْ أَصْحَابُ النَّارِ»<sup>۲</sup>

آنچه مرا به سوی آن دعوت می‌کنید به ناچار نه در دنیا و نه در آخرت [درخور] خواندن نیست و در حقیقت برگشت ما به سوی خداست و افراطگران همدمان آتشند.

در اسلام، همه کالا و خدماتی که استفاده و بره بردن از آنها حرام شده، مانند خوردن گوشت خوک، سگف مردار، حیوانات ذبح شرعی نشده، استفاده از آلات لهو و لعب، سحر، شعبده بازی، منکرات، فحشا و ... و همچنین مشاغل و کسب‌های کالا یا خدمات محرمه در ردیف مصارف حرام قرار می‌گیرد. نصرف اشیای زیان بار مانند سم نیز ممنوع است.<sup>۳</sup>

انتخاب، قلب اقتصاد خانواده است. بهترین انتخاب، تصمیمی اقتصادی است. این تصمیم‌گیری برای خانواده‌های مختلف، متفاوت است و با توجه به درآمد خانواده‌ها، ترجیحات و سلیقه‌های اعضای خانواده، نوع زندگی، سن و جنس اعضا و آداب و رسوم آنها تعیین می‌شود و هر خانواده، خود باید به بهترین انتخاب دست بزند. با برخورد آگاهانه، کسب دانش و فرا گرفتن اصول علمی اقتصاد خانواده، می‌توان بهترین تصمیم‌ها را به منظور دستیابی به اهداف بهتر اتخاذ کرد و زندگی بهتر و مرفه‌تری فراهم آورد.

خانواده در مصرف خودش باید به اقتصاد ملی توجه داشته باشد و برنامه ریزی برای مصرف کالاهای مورد نیازش را بر اساس پیشرفت اقتصاد کل کشور تنظیم کند؛ یعنی خانواده باید بکوشد با

<sup>۱</sup> - مائده ۸۷-۸۸

<sup>۲</sup> - غافر ۴۳

<sup>۳</sup> - روح اله موسوی خمینی، تحریر الوسیله، جلد ۲، ص ۱۶۳

انتخاب کالای ایرانی، هم مصرف خودش را مدیریت، و هم به رشد و پیشرفت اقتصاد ملی کمک می کند.<sup>۱</sup>

---

<sup>۱</sup> - حسین رئیسی وانایی و غلام حسین عیوضی، رسانه و نقش خانواده در تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۹۱، ص ۹۴

**pdfMachine**

**Is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!**

Produce quality PDF files in seconds and preserve the integrity of your original documents. Compatible across nearly all Windows platforms, if you can print from a windows application you can use pdfMachine.

Get yours now!

## نتیجه گیری

امسال که به نام سال تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی نام گذاری شده است، باید سرآغازی برای فرهنگ سازی در خانواده ها برای ارجح دانستن کالای ایرانی به کالاهای خارجی باشد. فرهنگ سازی از خانواده یکی از مؤثرترین و بهترین راهکارها برای حمایت حقیقی از تولید ملی به شمار می رود.

تولید ملی جهاد مردان و حمایت از این تولیدات در قالب گرایش برای خرید کالاهای داخلی، مسئولیت زنان یک خانواده است چرا که مادران در خانواده نقش فرهنگ سازی را بر عهده دارند.

همه ما باید در یک عزم ملی تصمیم بگیریم که کالای ساخت داخل مصرف کنیم و در این راه همه با هم و متحد و یکپارچه باشیم. باید به یکدیگر گوشزد کنیم و خود نیز با تمام وجود باور داریم که در شرایط فعلی معقولترین گزینه در زمینه مصرف، انتخاب کالای داخلی است. باید باور کنیم و دیگران را نیز در این باور شریک سازیم که هر جنس ایرانی که خریده می شود، چرخ چند کارخانه به گردش درمی آید و معاش ده ها خانواده تأمین می شود. به امید آنکه در پرتو عزم ملی و بیداری فرد فرد ملت بزرگ ایران، در آینده ای نزدیک شاهد شکوفایی اقتصاد ایران و ارتقاء کمیت و کیفیت کالاهای ایرانی باشیم.

## منابع:

\* قرآن کریم

\*نهج البلاغه

- ۱- تواناعلمی فاطمه ، نقش کلیدی زنان در حمایت از تولید ملی ، روزنامه خراسان ۱۳۹۱/۱/۳۱
- ۲- حر عاملی ، وسائل الشیعه، ج ۱۵ ، قم، موسسه آل بیت ۸، ۱۴۱۴ هـ
- ۳- راغب اصفهانی، مفردات راغب، ج ۱ ، تهران، انتشارات مرتضوی، ۱۳۸۳
- ۴- رستمی علی ، نقش زنان در حمایت از تولید ملی، روزنامه رسالت، ۹۱ / ۱ / ۲۱ ، ش ۷۵۱۳
- ۵- روزنامه ایران، ۱۳۹۰ / ۱ / ۱۵ ، ش ۴۷۵۷
- ۶- رئیسی وانایی حسین و غلام حسین عیوضی، رسانه و نقش خانواده در تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۹۱
- ۷- سلیمانی هوشنگ، فرهنگ سازی برای مصرف محصولات داخلی، اقامه دوماهنامه داخلی ستادهای نماز جمعه، ش ۵۸
- ۸- ظهیری معصومه ، روزنامه رسالت، ۹۱ / ۱ / ۲۱ ، ش ۷۵۱۳
- ۹- عمید حسن، فرهنگ عمید، ج ۱ ، انتشارات پارمیس ۱۳۸۹
- ۱۰- گاردنر ویلیام ، برگردان و تلخیص معصومه محمدی، جنگ علیه خانواده، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان ۸۷
- ۱۱- مصباح یزدی محمد تقی ، جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی مرکز چاپ و نشر ۱۳۶۸
- ۱۲- مشیری مهشید ، ، فرهنگ زبان فارسی، تهران، سروش، چاپ سوم، ۱۳۷۴
- ۱۳- معین محمد، فرهنگ فارسی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۷۵
- ۱۴- مرادی اعظم ، خانواده و حمایت از تولید ملی ، روزنامه رسالت، ۹۱ / ۱ / ۲۸ ، شماره ۷۵۱۹
- ۱۵- موسوی خمینی سید روح اله ، تحریر الوسیله، ترجمه علی اسلامی، قم، انتشارات اسلامی، ۱۳۷۳
- ۱۶- مینارد کینز جان ، نظریه عمومی و اشتغال و بهره وری، ترجمه: منوچهر فرهنگ، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۸۰
- ۱۷- اسحاقی سید حسین ، فعالیت اقتصادی زنان و تبلور آن در سال جهاد اقتصادی، ماهنامه پیام زن شهریور ۱۳۹۰
- ۱۸- افتخاری لاله ، نقش زنان در حمایت از تولید ملی، ۱۳۹۱ / ۱ / ۲۲ ، [www.zanefarda.ir](http://www.zanefarda.ir) ،
- ۱۹- اسماعیلی فاطمه، مصرف کالای ایرانی پاسخی به تحریم های خارجی، برهان، ۱۳۹۱



۲۰- امین مجد زهرا، نقش زنان در اصلاح الگوی مصرف و حمایت از تولید ملی، سایت ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر خراسان رضوی ۹۱/۲/۲۷

۲۱- تقوی سید رضا، نقش زنان در حمایت از تولید ملی، ۱۳۹۱/۱/۲۲، [www.zanefarda.ir](http://www.zanefarda.ir)

۲۲- ماهنامه اینترنتی شهرزاد، ۱۳۹۱/۱/۲۸، ش ۱۵۹۷۹

۲۳- ناصری پور حسن، یکی از بهترین راه ها برای تولید ملی فرهنگ سازی نهاد خانواده است

۲۰ [www.shafaf.ir](http://www.shafaf.ir) اردیبهشت ۱۳۹۱

۲۴- نقش صنایع دستی در تولید ملی و ازدیاد درآمد سرانه، تفاهم روزنامه اینترنتی کاریابی و اشتغال در ایران، ۱۳۹۱/۸/۳۰

۲۵- نقش خانواده در تولید ملی، سایت باشگاه خبرنگاران اراک، ۱۳۹۱/۷/۲۵

۲۶- نقش مهم بانوان در توسعه تولید ملی، خبرگزاری دانشجویان ایران استان آذربایجان شرقی، ۱۳۹۱/۷/۱۲

**pdfMachine**

**Is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!**

Produce quality PDF files in seconds and preserve the integrity of your original documents. Compatible across nearly all Windows platforms, if you can print from a windows application you can use pdfMachine.

Get yours now!