

رشد آموزش علوم اجتماعی

فصلنامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع رسانی
برای دبیران، دانشجوینان و کارشناسان آموزش و پرورش
دوره ۵۶ سیزدهم زمستان ۱۳۸۸
شماره ۴۵ بی دربی

بسم الله الرحمن الرحيم

- نگاهی فرهنگی به الگوی مصرف | ۲
مهرنوش باستانی، مهدی رؤف | ۴
آموزش و پرورش و اقتصاد سالم | دکتر احمد همدانی | ۱۴
فناوری های نوین اطلاعات و کاهش هزینه ها | امیرضا اصنافی | ۲۰
تأثیرات متقابل فرهنگ و اقتصاد در جامعه | آزاد احمدی | ۲۸
رویکرد جهانی شدن در آموزش و پرورش | مریم پاکدامن | ۳۴
معلمان و الگوی مصرف در تحقق | محمود حدادی | ۳۸
حمید قاضی زاده، هوشنگ قاضی زاده خلیفه محله | ۴۶
جهانی شدن و فرهنگ پذیری | ترجمه جعفر نجات | ۵۲
زن، توسعه و الگوی مصرف | فخری امام جمعه | ۶۰

۱. سعی شود مطالب ارسالی پیشتر جنبه کاربردی داشته باشد و از پرداختن طولانی به مبانی نظری و تئوری بپرهیز شود.
۲. مطالبی را که برای درج در مجله می فرستید، با آموزش راهنمایی تحصیلی مرتبط باشد و در جای دیگری هم چاپ نشده باشد.
۳. مطالب ترجمه شده با متن اصلی ارسال شود.
۴. بهتر است متن را از طریق پست الکترونیکی (E-mail) برای ما بفرستید.
۵. نثر مطالب روان و از نظر دستور زبان فارسی درست باشد و در انتخاب واژه های علمی و فنی دقت لازم مبذول شود.
۶. مجله در رد، قبول، اصلاح و تلخیص مطالب رسیده مجاز است.
۷. در ابتدای مطالب ارسالی، واژه های کلیدی نوشته شود.
۸. شماره تلفن تماس و نشانی دقیق پستی حتما نوشته شود.

- مدیر مسئول: محمد ناصری
- سردبیر: دکتر مسعود فرزندان مقدم
- مدیر داخلی: دکتر احمد کلاه مال همدانی
- هیئت تحریریه: دکتر فضیله خانی، دکتر حبیب الله فصیحی، دکتر شهلا باقری، فریبرز بیات، محمد مهدی ناصری
- ویراستار: بهروز راستانی
- طراح گرافیک و طرح جلد: پرینسا سندسی
- نشانی دفتر مجله: تهران، ایرانشهر شمالی، پلاک ۲۶۶
- صندوق پستی: ۱۶۵۹۵/۱۷۹
- تلفن: ۸۸۳۴۴۷۵۷
- شماره: ۸۸۳۰۱۴۸۷
- پایگاه اینترنتی: www.roshdmag.ir
- رایانامه: info@roshdmag.ir
- تلفن پیام گیر نشریات رشد: ۸۸۳۹۲۳۳ و ۸۸۳۰۱۴۸۲
- کد مدیر مسئول: ۱۰۲ کد مشترکین: ۱۱۴
- نشانی امور مشترکین: تهران، صندوق پستی: ۱۶۵۹۵/۱۱۱
- تلفن امور مشترکین: ۷۷۳۳۶۵۶-۷۷۳۳۶۵۵
- شماره گان: ۱۱۰۰۰ نسخه
- چاپ: شرکت افست (سهامی عام)

نگاشتی فرهنگی

مهم‌ترین نتیجه‌ی حاصل از طرح موضوع «الگوی مصرف» از سوی مقام معظم رهبری در آغاز سال ۱۳۸۸، مطرح شدن ضرورت اصلاح و نظیر نظام اقتصادی کشور است؛ اصلاح و تغییری با نگاهی آسیب‌شناسی نه، براساس تعدیل منطقی. در

یحب المعتدین و کلو مما رزقکم الله حلالاً طیباً و اتقوا الله الذی انتم به مؤمنون»: ای کسانی که ایمان آورده‌اید، چیزهای خوبی که خداوند بر شما حلال کرده است، بر خود حرام نکنید و از آن چه حلال کرده است نیز تجاوز (و زیاده‌روی) ننمایید. همانا خداوند تجاوزکاران از حریم‌ها (و محدوده‌های تعیین شده) را دوست نمی‌دارد و از آن چه خداوند به شما روزی داده، در حالی که حلال و نیکوست، بخورید و تقوای الهی را که به آن اعتقاد دارید، پیشه‌ی خود سازید.

در این آیه‌ی کریمه، رویکرد (جهت‌گیری) درست استفاده از نعمت‌های الهی برای معیشت و زندگی، مورد تأکید قرار گرفته که مهم‌ترین پیام آن، «اعتدال در مصرف» است. هم‌چنین روی آورده‌ایی که از روی نادانی و جهالت، مصرف بعضی نعمت‌های الهی را تحریم و دوری جستن از آن نعمات را تکلیف می‌کنند، مورد سرزنش قرار گرفته‌اند.

از سوی دیگر، در حوزه‌ی نظام اقتصادی کلان نیز، هنگامی که بتوانیم منافع شخصی افراد را با منافع جمعی و ملی هم‌سو کنیم، قانون‌مداری در یکایک بخش‌های اقتصادی جریان می‌یابد و در چارچوب نظامی منطقی قرار می‌گیرد.

واقع، شیوه‌های مصرف باید مبتنی بر الگو و مدلی باشند که از یک‌سو، باورهای جامعه‌ی مصرف‌کننده را تحت تأثیر و جهت بخش خاص قرار دهند و از سوی دیگر، نظام تولید و توزیع را دارای انضباط اقتصادی کنند؛ تا در سایه‌ی آن سیاست‌ها و برنامه‌های کلان و خرد اقتصادی، دارای ثبات کافی و هم‌چنین در برابر نوسان‌های اقتصادی از واکنش‌های منطقی برخوردار شوند.

از نگاهی دیگر، فرهنگ مصرف صحیح نیز که به معنی نگرش متعالی و آمیخته با تدبیر در معیشت و زندگی است، در پناه این موارد شکل می‌گیرد: استفاده‌ی شایسته از داشته‌های فرهنگی، مذهبی و ملی؛ مبارزه با فرهنگ مصرف‌گرایی، اسراف و تبذیر و تجمل‌پرستی، مدگرایی؛ ترویج قناعت و میانه‌روی در مصرف؛ بهره‌برداری بجا و به اندازه از مواهب طبیعی و امکانات خدادادی؛ به‌کارگیری شیوه سیره‌ی اسلامی؛ پرهیز از افراط و تفریط در رفع نیازها؛ استفاده از زیبایی‌ها و شیرینی‌های سرشار زندگی.

خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید: «یا ایها الذین آمنوا، لاتحرموا طیبات ما أحل الله لکم و لاتعتدوا ان الله لا

بازگویی مصرف



با شکل‌گیری یک مدل و الگوی مناسب مصرف، نیازهای طبیعی، به صورت هماهنگ و متعادل جهت می‌گیرند و رشد می‌یابند و این، زمینه‌ی شکل‌گیری عدالت اقتصادی است؛ چرا که عدالت اقتصادی یعنی رفع همه‌ی نیازهای طبیعی افراد جامعه، متناسب با امکانات و نوع آن نیازها. رشد و توسعه‌ی متوازن و پایدار نیز، در گرو عدالت اقتصادی است. زیرا با رشد، توسعه‌ی متوازن و پایدار، اقتصاد ناسالم و غیرمولد، از میان می‌رود و بستر لازم برای شکوفایی و بروز همه‌ی استعدادها و امکانات طبیعی و انسانی فراهم می‌آید و بهره‌برداری از آن امکانات نیز چارچوبی منطقی پیدا می‌کند.

در نظام تعلیم و تربیت، می‌باید از هر دو زاویه، یعنی، نگاه فرهنگی و نگاه اقتصادی به بحث الگوی مصرف پرداخت و در اندیشه و عمل، به دستاوردهایی رسید تا ارزش‌ها و رهنمودهای اسلامی از یک‌سو و جامعه‌ی امروز و نیازهای آن از سوی دیگر، مطمح نظر قرار گیرند و خواسته‌ها و مطالبات آن‌ها را پاسخ بگویند.

بدون تردید، نظام اسلامی ما نیز که در آستانه‌ی سی‌ویکمین سالگشت آن قرار داریم و دهه‌ی مبارک فجر نیز نقطه‌ی روشن و آشکار چنین مطالبات بر حقی است، ایجاب می‌کند بحث الگوی مصرف را در حوزه‌های فرهنگی و اقتصادی جدی بگیریم تا منویات انقلاب اسلامی و رهبری معظم آن به درستی محقق شود.



مہر نوش باستانی
کارشناس الہیات و فقہ و حقوق اسلامی
مہدی رئوف
کارشناس ارشد مدیریت

عکاس: علیہ رحیمی

بنیان حائفکرے الگو مصرف و آموزش و پرورش

اشاره

به نظر می‌رسد که الگوی مصرف به یکی از دغدغه‌های جامعه و مسئولان کشور تبدیل شده است. آنچه در این میان کمتر مورد توجه قرار گرفته بنیان‌های فکری این پدیده است که در این مقاله بدان پرداخته شده از سویی نیز ارتباط این پدیده با نظام آموزش و پرورش فوق‌العاده حائز اهمیت است. لذا این دو پدیده را در ارتباط با یکدیگر در مقاله‌ی حاضر بررسی کرده‌ایم.

کلیدواژه‌ها: مصرف، بهره‌وری و رفتارسازی در مصرف

براساس چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق سال ۱۴۰۴ هجری شمسی، کشورمان باید کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه باشد. از این‌رو ضروری است، ویژگی‌های این چشم‌انداز مورد توجه قرار گیرند و سپس احصا شوند. مقام معظم رهبری، بسترسازی‌های لازم برای نیل به آن را هر سال در پیام‌های نوروزی و در طول سال به ملت بزرگ ایران در قالب موضوع‌هایی هم‌چون انضباط مالی - انضباط اقتصادی، نوآوری و شکوفایی، وحدت ملی - انسجام اسلامی، اصلاح الگوی مصرف بیان داشته‌اند. هم‌چنین، در کنار فرمایش رهبر معظم انقلاب اسلامی، می‌توان با درس‌گیری از شرایط حاکم بر اقتصاد جهانی در چند سال اخیر و بالاخص در ماه‌های گذشته، مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری و توجه ویژه به موضوع اصلاح الگوی مصرف برای کشور عزیزمان را شکل داد.

به صراحت می‌توان عنوان کرد که پس از جنگ تحمیلی و گرایش کشور به بازسازی و افزایش رفاه نسبی اجتماعی در مصرف کالاها، شاهد بی‌ضابطه‌گی در کشور، اعم از بخش دولتی و خصوصی بوده‌ایم و هر یک از مسئولان بخش‌های گوناگون، موضوع اصلاح الگوی مصرف توسط شهروندان را، در مقوله‌هایی هم‌چون مصرف بالای نان و ضایعات مربوطه، مصرف بی‌رویه‌ی آب، مصرف بی‌حد انرژی (آب، برق، گاز، سوخت و...)، بالا بودن مصرف کاغذ و... اعلام داشته‌اند. پیام نوروزی رهبر معظم انقلاب اسلامی این موضوع را از حالت توجه عمومی به تکلیف شرعی مبدل کرده است تا هم مسئولان کشور در قوای سه‌گانه، و هم شخصیت‌های اجتماعی و آحاد مردم، در تدوین برنامه‌های مدون، همراهی و همکاری کنند.

شبکه‌ی مفهومی اصلاح الگوی مصرف

در فرهنگ لغت فارسی، «مصرف» به معنی خرج کردن است. لیکن تعابیر گوناگونی را می‌توان بر آن مترتب دانست. جامعه‌شناسان، اقتصاددانان، مهندسان بخش‌های تولیدی - صنعتی، مدیران بخش‌های گوناگون و... هر یک مصرف و جلوگیری از اسراف را براساس نگاه‌های درون‌بخشی خود مورد توجه قرار می‌دهند. لذا

ضرورت داشتن تعریف جامع و در عین حال روان و قابل اجرا، با در نظر گرفتن اقبال همه‌ی آحاد ملت احساس می‌شود که در آن، زیرساخت‌ها، آداب، عادات و فرهنگ، در قالب الگویی قابل قبول و مطلوب پیشنهاد شود.

از طرف دیگر، «اسراف» نیز عبارت است از: بیهوده خرج کردن مال، زیاده‌روی در خورد و خوراک، حیف و میل کردن مواد غذایی، هدر دادن منابع کمیاب، زیاده‌روی در انواع امورات و... که حاکی از خارج شدن از حد اعتدال است. بنابراین، اندازه نگه داشتن در مخارج نسبت به درآمد براساس ضرورت‌ها، و پس‌انداز لازم از مازاد مصرف، می‌تواند افراد را در مقابل اسراف محافظت کند. به عبارت دیگر، چنان‌چه تغییری در شیوه‌ی زندگی در کره‌ی خاکی ایجاد نشود، نسل‌های آینده که به غذا، سرپناه و بهداشت مناسب نیاز دارند، به این امور دست نمی‌یابند و در این زمینه، عواملی نظیر رشد جمعیت و مصرف‌گرایی، تهدیدی عمده برای نسل‌های آینده تلقی خواهند شد. مواردی هم‌چون خرید کالای بسیار گران به جای خرید کالای با قیمت پایین‌تر و با کیفیت مشابه، نظیر خرید خودروهای خارجی با انواع برندها، مثالی از اسراف تلقی می‌شود.

«تبذیر» نیز حکایت از ریخت و پاش دارد. برای مثال، تهیه و تدارک غذای مهمانی بیش از تعداد مهمان، ابراز همدردی در مجالس ترحیم با چند صد شاخه گل به جای چند شاخه و... همگی دلالت بر تبذیر دارند. فردی که در رفتارهای اجتماعی خود اسراف می‌کند، در حالی که می‌تواند در حد و ظرفیت خود به خود، بخورد و بپوشد، مازاد بر نیاز او بلااستفاده می‌ماند، از مصادیق اسراف است.

شهید مرتضی مطهری: نیز در این زمینه گفته‌اند: «از آن جهت که مواد خام اولیه، قبل از انجام کار، به همه‌ی افراد تعلق داشته است، نمی‌توان ادعا کرد که پس از انجام کار تعلق آن به دیگران سلب می‌شود. اما بدون شک کاری که شخصی روی آن انجام داده، سبب می‌شود که او نسبت به دیگران اولویت داشته باشد. اثر این اولویت این است که حق دارد استفاده مشروع از آن ببرد؛ یعنی استفاده‌ای که با هدف‌های طبیعت و فطرت هماهنگی دارد. چون در عین حال این مال به جامعه تعلق دارد. از این‌رو اسراف و تبذیر و هرگونه استفاده‌ی نامشروع از مال ممنوع است. پس به فرض محال، اگر شخصی می‌توانست محصولی را بدون دخالت طبیعت به وجود آورد، باز هم حق تضييع و اسراف آن را نداشت».

مصادیق مصرف و اسراف از منظر قرآن کریم

در فرهنگ و آموزه‌های دینی، تأکید فراوانی بر صرفه‌جویی و استفاده از نعمت الهی شده است. خارج شدن از حد اعتدال که در تعریف واژگان اسراف به آن پرداخته شد، موضوعی است که به کرات در قرآن کریم به آن اشاره شده است؛ از جمله در آیات ۱۲۷ سوره‌ی طه، ۶۷ سوره‌ی فرقان، ۳۱ سوره‌ی اعراف، ۲۸ و ۴۳

سوره‌ی المؤمن (غافر)، ۱۵۱ سوره‌ی شعرا، ۱۴۱ سوره‌ی انعام، ۸۳ سوره‌ی یونس، ۹ سوره‌ی انبیا. این آیات حاوی نمونه‌هایی از اشارات مستقیم این کتاب آسمانی به مسرفان است. ترجمه‌ی آیات مذکور به شرح زیر است:

سوره‌ی طه آیه‌ی ۱۲۷: «این چنین اسراف‌کاران و کسانی را که به آیات پروردگارشان ایمان نمی‌آورند، جزا می‌دهیم. هر آینه عذاب آخرت سخت و پایدارتر است.»

سوره‌ی فرقان آیه‌ی ۶۷: «و آنان که چون هزینه می‌کنند، اسراف نمی‌کنند و خست نمی‌ورزند، بلکه میان این دو، راه اعتدال را می‌گیرند.»

سوره‌ی اعراف آیه‌ی ۳۱: «بخورید و بیاشامید، ولی اسراف نکنید که خدا اسراف‌کاران را دوست نمی‌دارد.»

سوره‌ی المؤمن (غافر) آیه‌ی ۲۸: «هر آینه خدا هیچ گزافکار دروغ‌گویی را هدایت نمی‌کند.»

سوره‌ی المؤمن (غافر) آیه‌ی ۴۳: «بی‌شک آن‌چه شما مرا به آن دعوت می‌کنید، یارای آتش نیست که در دنیا و آخرت کسی را به سوی خود خواند. حال آن‌که بازگشت ما به سوی خدای یکتاست و گزافکاران در جهنم باشند.»

سوره‌ی شعرا آیه‌ی ۱۵۱: «فرمان اسرافکاران را نپذیرید.»
سوره‌ی انعام آیه‌ی ۱۴۱: «و اوست که باغ‌هایی آفرید نیازمند به داربست و بی‌نیاز از داربست و درخت خرما و کشتزار با طعم‌های گوناگون و زیتون و انار، همانند در عین ناهمانند. چون ثمره آوردند، از آن‌ها بخورید و در روز درو حق آن را نیز بپردازید و اسراف نکنید که خدا اسراف‌کاران را دوست ندارد.»

سوره‌ی یونس آیه‌ی ۸۳: «از بیم آزار فرعون و مهتران قوم، جز گروهی از آن‌ها به موسی ایمان نیاوردند، و فرعون در زمین برتری جست و او از گزاف‌کاران بود.»

سوره‌ی انبیاء آیه‌ی ۹: «سپس هر وعده‌ای که با ایشان نهادیم برآوردیم، و آن‌ها و هر کس را که خواستیم رهانیدیم و گزافکاران را هلاک کردیم.»

از این آیات کریم به درستی می‌توان دریافت که اسراف و تبذیر تا چه حد نامطلوب و نامناسب است و نشان می‌دهد که پرهیز از اسراف، احترام و تعظیم به نعمت‌های پروردگار است.

مصادیق مصرف و اسراف در بیانات امامان (ع)

براساس تعالیم علوی، انسان در مصرف محدود است. حتی در مصرف شخصی اموال خویش باید به جامعه و نیازهای آن توجه داشته باشد و بداند که مصرف افزون از حد، در حقیقت اسراف در حق اجتماع است، نه اسراف در مال شخصی. بی‌تردید، انسان مالک کالاهایی است که به طور مشروع به دست می‌آورد و مصرف آن‌ها به میزان دل‌خواه جایز است، ولی مصرف اضافی به حقوق جامعه

زیان می‌رساند. بنابراین، انسان دین‌باور باید به نیازهای جامعه توجه داشته باشد، به آلودگی‌های زیست محیطی بنگرد، در محدودیت منابع دقت کند، وضعیت کلی جامعه و تولید هر کالا را بسنجد، و نیازهای بخش‌های اجتماعی را در نظر بگیرد.

در «نهج‌البلاغه» احادیث فراوانی در خصوص مصرف و اسراف آمده است. در این‌جا به چهار حدیث در این زمینه اشاره می‌شود:

حدیث ۲/۶۸۹۹: «هر چه از میانه‌روی زیادتر باشد، اسراف است.»
حدیث ۲/۵۱۸۸: «اسراف را رها کن، نه از گشاده‌دستی اسراف‌گر ستایش می‌شود و نه به بینوایی او دل‌سوزی.»

حدیث ۲/۸۹۰: «ولخرجی، نشانه‌ی تهیدستی است.»
حدیث ۲/۹۰۵۷: «کسی که به ولخرجی افتخار می‌کند، با ورشکستگی و تهیدستی تحقیر خواهد شد.»

در روایات موجود از ائمه‌ی اطهار، امامان و معصومین نیز، بارها بر ضرورت پرهیز و دوری جستن از اسراف تأکید شده است. پاره‌ای از این روایات به قرار زیرند:

رسول اکرم (ص): «شکم‌بارگی، اسباب نافرمانی خداوند است. کم‌خوری از پاکدامنی است و پرخوری از اسراف.»

حضرت علی (ع): «از پرخوری (مصادیق اسراف) پرهیزید که سبب قساوت قلب، تبلی در به جا آوردن نماز و تباهی بدن می‌شود.»

حضرت علی (ع): «هیچ‌گاه قناعت پیش نیاید، جز آن‌که حرص و طمع از میان برود.»

حضرت علی (ع): «شانه‌ی اسراف‌کننده سه چیز است: به مقداری که حق ندارد بخورد، می‌خورد. به مقداری که حق ندارد بیوشد، می‌پوشد. به مقداری که حق ندارد بخرد، می‌خرد.»

حضرت علی (ع): «آن‌که به حد میانه بسنند می‌کند، هرگز هلاک نگردد.» هم‌چنین آن حضرت می‌فرماید: «آن‌که حد میانه را به خوبی رعایت نکند، زیاده‌روی تباهاش می‌سازد.»

امام سجاد (ع): «پرده‌ای بین من و اسراف حایل کن و با در پیش گرفتن انفاق و میانه‌روی، به زندگی من قوام بخش و راه‌های صحیح مصرف و اندازه‌گیری در معیشت را به من تعلیم فرما و به لطف خود مرا از ارتکاب تبذیر بر کنار دار.»

امام جعفر صادق (ع): «می‌فرمایند رسول خدا بر عایشه وارد شد. پاره نانی بر زمین دید و نزدیک بود آن را زیر پا بگیرد. آن را برگرفت و تناول نمود و سپس به عایشه فرمود: نعمت‌های الهی را تعظیم و تکریم کن، زیرا این چنین نیست که نعمت‌های خداوندی از میان گروهی رخت بریند و سپس به زودی به آن‌ها برگردد.»

گذری بر مقوله‌ی مصرف

در مورد مکاتب و نظریات مرتبط با موضوع مصرف، مقاله‌ای با عنوان «چالش‌ها و چشم‌اندازهای اصلاح الگوی

مصرف» توسط «مؤسسه‌ی مطالعات دین و اقتصاد» به چاپ رسیده که حاوی مطالب تجمیعی خوبی است. در این مقاله بیان شده است که تا قبل از ربع اول قرن بیستم، تلقی‌های منفی از مصرف در فرهنگ اروپایی (خواه در زبان فرانسه و خواه در زبان انگلیسی) وجود داشت. به عبارت دیگر، در فرهنگ فرانسه و انگلیس، با تعابیری هم‌چون چپاول کردن، خراب کردن، از بین بردن و از توان انداختن، معادل‌سازی می‌شد. به همین دلیل، ۲۵ سال اول قرن بیستم، برداشت از مصرف عموماً منفی و ملامت‌آمیز از خشونت بود که این برداشت کاملاً با نظر **ماکس وبر** در خصوص اخلاق پروتستان انطباق داشت.

در اخلاق پروتستان دو مؤلفه‌ی کلیدی که وبر آن‌ها را منشأ توسعه‌ی اروپا به حساب می‌آورد، وجود دارد: اول این که در جهان بینی پروتستان، شرط رستگاری انسان این است که تا سرحد توان تلاش کند، به گونه‌ای که وبر معتقد بود: انباشت سرمایه برای کارآفرینان اروپایی ارزش نفس‌الامری دارد. مؤلفه‌ی دیگر اخلاق پروتستان، اکتفا به حداقل مصرف است. یعنی انسان پروتستان برای رسیدن به رستگاری خود را مؤظف می‌داند، تا جایی که در توان دارد کار کند و تا جایی که امکان دارد، از مصرف‌های غیرضرور خودداری ورزد.

وبر و بسیاری از نظریه‌پردازان برجسته عقیده دارند که این رویکرد مهم‌ترین منشأ دگرگونی‌های توسعه‌ای در کشورهای صنعتی بوده است. اما شواهد بی‌شمار تاریخی نشان می‌دهند، از سال‌های ۱۹۰۰ تا ۱۹۲۵ که نظام تولید انبوه موضوعیت پیدا کرد و کشورهای صنعتی توانستند به توانایی بی‌سابقه‌ای دست پیدا کنند، بار منفی فرهنگی درباره‌ی مصرف جای خود را بسیار سریع به تشخیص هویت افراد برحسب الگوی مصرف داد و بر آن اساس، فرد مورد ارزیابی قرار گرفت.

به این ترتیب به نظر می‌رسد در تجربه‌ی کشورهای صنعتی دو مورد مهم را مشاهده می‌کنیم:

۱. تقدم ارتقای بنیه‌ی تولیدی نسبت به الگوی مصرف. یعنی همواره بنیه‌ی تولیدی در کشورهای صنعتی مقدم بر الگوی مصرف بوده است و در واقع، تغییرات در الگوی مصرف به دلیل تغییرات در بنیه‌ی تولیدی آن‌ها پدیدار شده است.

۲. پیوند معنی‌دار بین درآمد و مصرف که در چارچوب ارتقای بهره‌وری مستمر نیروی کار قابل توضیح است. یعنی پویایی‌های پدیده‌ی مصرف‌راه، هم از نظر تغییراتی که در نوع کالاهای مصرفی افراد پدیدار شد و هم از منظر تنوع و تغییراتی که در به کار گرفتن کالاهای مصرفی با آن‌ها روبه‌رو هستیم، مشاهده می‌کنیم. درست به اندازه‌ی تقدم بنیه‌ی تولیدی، تقدم بهره‌وری و توانمندی درآمدی را شاید

هستیم و الگوهای مصرف به تبع این دو تحول در کشورهای صنعتی تغییر کرده‌اند.

اینک می‌خواهیم به صورت ویژه درباره‌ی مسائل اقتصادی یک کشور در حال توسعه صحبت کنیم. سرمنشأ بسیاری از سؤ تفاهم‌هایی که در حوزه‌ی مسائل اقتصادی پدید می‌آیند، به این برمی‌گردد که ما با یک مفهوم به نام اقتصاد روبه‌رو هستیم که در سه سطح تحلیلی متفاوت (خرد، کلان و توسعه) مطرح می‌شود. هر کدام از این سه سطوح تحلیل اقتصادی بنیان‌های انسان‌شناختی، هستی‌شناختی و روش‌شناختی خاص خود را دارند و همین‌طور از دغدغه‌ها و مسائل محوری متفاوتی برخوردارند.

بنابراین، وقتی در مورد الگوی مصرف صحبت می‌کنیم، باید توجه داشته باشیم، اگر در مبحث خرد صحبت به میان آمد، در آموزه‌های سطح خرد، اصل با حاکمیت مصرف‌کننده است و مصرف‌کنندگان برحسب میزان آرای پولی که می‌توانند داشته باشند، حق تأثیرگذاری درباره‌ی این که چه چیزی به چه میزان و چگونه تولید شود، پیدا می‌کنند. این در حالی است که وقتی در سطح کلان بحث کنیم، بیشتر ذهنمان روی قاعده‌های رفتاری که نسبت مصرف را با متغیرهای کلان نظیر پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، توزیع درآمد و رشد اقتصادی مشخص می‌کند، متمرکز است. سرانجام وقتی از منظر ملاحظات توسعه‌ای به این پدیده نگاه می‌کنیم، در واقع تمام تمرکزمان روی مسئله‌ی تناسب بنیه‌ی تولیدی جامعه با الگوی مصرفی آن‌هاست و از این منظر، نهادهای پشتیبانی‌کننده‌ی این دو، مورد توجه قرار می‌گیرند.

در تجربه‌ی کشورهای صنعتی و در فرایند آن چه طی بیش از دو قرن گذشته در این کشورها شاهد هستیم، تا زمانی که توانایی مربوط



عکاس: رضا بهرامی

به تولید انبوه پدید نیامده بود، همه‌ی ساختارها و نهادها، موضع‌گیری شدیدی علیه گسترش تمایلات مصرفی داشتند. لیکن به محض این‌که بنیه‌ی تولیدی ارتقای معنی‌داری پیدا کرد، عناصر جدیدی وارد فرهنگ شد و در مدت کوتاهی، تحولی بنیادی در الگوهای مصرفی کشورهای صنعتی پدید آمد.

شواهد تجربی نشان می‌دهند، دهه‌ی اول قرن بیستم گرایش اغلب کشورهای صنعتی، هم‌چنان ناظر بر برشمردن مصرف‌های غیرضرور و به‌خصوص گرایش به مصرف کالاهای لوکس و تجملی است. از این به بعد و به محض این‌که قدرت تولید انبوه پدیدار شد، مسائلی مثل بازاریابی، تبلیغات، فروش اقساطی، علائم تجاری و ترویج اخلاق مدگر موضوعیت پیدا کرد. تا قبل از آن، کشورهای صنعتی همه‌ی فضیلت‌ها را در حداقل مصرف سامان داده و نهادهای پشتیبان آن را هم ایجاد کرده بودند، اما از این دوره به بعد، «راهبرد محوری» آن‌ها به وجود می‌آید و وقتی راهبرد محوری به وجود آمد، همان‌گونه که **گالبرایت** در کتاب «جامعه‌ی برخوردار» نوشته است، دوران حاکمیت مصرف کننده به پایان می‌رسد.

از نظر او، سیستم‌های تبلیغاتی از این دوره به بعد برای این‌که امکان مصرف هرچه بیشتر را پدید آورند، از تمام عناصر و امکاناتی که روی ذهن مصرف‌کنندگان می‌تواند تأثیر بگذارد، استفاده کردند. در نهایت کار را به جایی رساندند که برخلاف همه‌ی ادوار تاریخ تمدن بشری که همه‌ی هویت افراد براساس شغل و کار افراد تعریف می‌شد، به تدریج شاهد شرايطی هستیم که هویت افراد برحسب الگوی مصرف و سبک زندگی آن‌ها تعریف می‌شود.

آن‌چه که این تجربه را نسبت به تجربه‌ی کشورهای در حال توسعه متمایز می‌سازد این است که کشورهای در حال توسعه، قبل از این‌که

بنیه‌ی تولیدشان را بتوانند تغییر دهند، در معرض طیف گسترده‌ای از فرصت‌های مصرفی قرار می‌گیرند و اگر هوشمندی نظام‌های تصمیم‌گیری نباشد، شکافی که بین بنیه‌ی تولیدی و مصرف‌های ممکن روز وجود دارد، می‌تواند به مهم‌ترین پاشنه‌ی آشیل توسعه و امنیت ملی آن‌ها تبدیل شود. پدیده‌هایی مثل گسترش و تعمیق نابرابری‌ها و انواع وابستگی‌ها از این زاویه به خوبی قابل تحلیل هستند.

در تجربه‌ی ایران، **ناصرالدین شاه قاجار** از سفرهایش به اروپا، مقداری کالاهای مصرفی لوکس می‌آورد و این کالاها مورد تقاضای دیگر خانواده‌ها در سطوح بالای حکومت قرار می‌گیرند. این جاست که اقتصاد ایران برای اولین بار با چالش مهمی روبه‌رو می‌شود. در این زمینه، برای این‌که بتوانیم به این نیازهای مصرفی جدید پاسخ دهیم، از طریق بنیه‌ی تولیدی موجود نمی‌توانیم درآمد ارزی خلق کنیم. در این مرحله، برای تأمین نیازهای مصرفی باید منابع و

درآمدهای ارزی در اختیار داشته باشیم و به این منظور باید بتوانیم کالاهایی تولید کنیم که در کشورهای صنعتی متقاضی دارد. در دوره‌ی قاجار این مسئله را به درستی درک نکردند و به پویایی‌های مصرف هم توجه نشد. در نتیجه از این زاویه ما در معرض تن دادن به غیرعادی‌ترین امتیازها قرار گرفتیم. شکافی که بین نیازهای مصرفی وارداتی ما با بنیه‌ی تولیدی‌مان ایجاد شده بود، از طریق دادن امتیازات غیرعادی به کشورهای پیشرفته پوشش داده شد و به موازات آن، شکاف افزایش پیدا کرد.

در نیمه‌ی دوم عمر حکومت قاجاریه، زمانی که این مصارف گسترش پیدا کرده بودند، مجبور شدیم بسیاری از امکانات اقتصادی‌مان را در اختیار کشورهای اروپایی قرار دهیم تا بتوانیم شکاف بین بنیه‌ی تولیدی و مصرف وارداتی را پوشش دهیم. در میان کشورها، به ندرت کشورهایی پیدا می‌شوند که امتیاز انحصاری نشر اسکناس خود را به خارجی‌ها واگذار کرده باشند. در تمام دنیا، سیاست‌گذاری و اجرای امور گمرکی در زمره‌ی مهم‌ترین امور اقتصادی کشور محسوب می‌شود، در حالی که ما برای مدتی طولانی این دو امتیاز را به خارجی‌ها واگذار کرده بودیم. این تنها بخشی از واقعیت‌های اسفبار آن دوران است. یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های نظام تولید صنعتی در دوره‌ی پس از عصر تولید انبوه، این بود که دائماً نیازهای جدید خلق کند. اگر به تجربه‌ی تاریخی ایران نگاه کنیم، در می‌یابیم که در پنج سال اول دهه‌ی ۱۳۴۰، درصد خانوارهای ایرانی که یخچال داشتند، کمتر از ۱۲ درصد بود. تا سال ۱۳۶۰، درصد خانوارهای شهری که فریزر داشتند، کمتر از ۳ درصد بود. لیکن خانوارهای شهری در حال حاضر حتی نمی‌توانند تصور کنند که بدون یخچال، فریزر و حتی لوازم صوتی می‌توان زندگی کرد.



عکاس: رضا بهرامی

وجه دیگر تصاعدی شدن مصرف جدید این است که مصرف‌های جدید، گرچه در کوتاه مدت حکم مصرف تجملی و لوکس را دارد، اما به محض آن که مصرف لوکس چند دوره تکرار می‌شود، جزو مصرف‌های ضروری می‌شود و ناتوانی حکومت در پاسخ‌گویی به آن، بنیان‌های مشروعیت نظام را به چالش می‌کشد. توجه به الگوی مصرف نشان می‌دهد، وابستگی و امتیازات خفت‌باری که در دوره‌های قاجار و پهلوی داده‌ایم تا این شکاف را پر کند، به اعتبار تحولات جدید می‌تواند بسیار اسف‌بارتر باشد. برای مثال باید توجه کنیم، در حال حاضر الان در نقطه‌ی عطف جدیدی قرار داریم که عبارت است از ورود به «عصر دانایی» که بحث ما درباره‌ی الگوی تولید و مصرف، این بحث را وارد مدار جدیدتری کرده است و باید اقتضات آن را هم بشناسیم. به عبارت دیگر، باید به‌طور هم‌زمان، در کنار تجربه‌های تاریخی، به حال و آینده نیز توجهی درخور داشته باشیم.

موج سوم انقلاب صنعتی که از آن به عنوان عصر دانایی نام برده می‌شود، از منظر بنیه‌ی تولیدی، جهان را وارد مداری جدید کرده است که اصطلاحاً به آن «تولید ناب» گفته می‌شود. قبل از رسیدن به تولید انبوه، مهم‌ترین ویژگی تولیدات کارگاهی این بود که هر یک از تولیدات متناسب با سلیقه‌ی مصرف‌کننده‌ی خاص تولید می‌شد. اما وقتی وارد مرحله‌ی تولید انبوه شدید، این موضوع به چالش کشیده شد. یعنی مهم‌ترین مشخصه‌ی تولید انبوه این است که با سلیقه‌ی یک مشتری معین خود را هماهنگ نمی‌کند، بلکه با استفاده از علوم مثل روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، به شناسایی طیف‌های عمده‌ی سلیقه‌ها دست می‌زند و به‌طور یکسان و در مقیاس انبوه تولید می‌کند.

روش‌های جلوگیری از اسراف

امروز با واقعیتی تلخ در کشورمان مواجه هستیم که در بروز آن، همه به گونه‌ای مقصرند. قرار گرفتن در صدر مصرف‌کنندگان با داشتن رکورد بالاترین سطح مصرف به نسبت جمعیت در زمینه‌های گوناگون انرژی، نان، پوشاک و... واقعیت تلخی است که متأسفانه به عنوان یکی از موانع بزرگ در توسعه‌ی کشور مطرح است، ولی کمتر راهکار عملی برای مقابله با آن ارائه می‌شود.

تحمل این واقعیت وقتی برای ما سخت‌تر می‌شود که با توجه به موارد ذکر شده در آیات قرآن، روایات و پند و اندرزهای ائمه‌ی اطهار و به دستورات مرتبط با اصلاح الگوهای مورد نیاز، هنوز به باز تعریف جدیدی از بایدها و نبایدها در الگوی مصرف نرسیده‌ایم. آن‌چه که این بازتعریف‌ها را برای شهروندان محسوس می‌نماید، نهادهای دولتی، اجتماعی، مدیریتی و سیاسی کشور هستند که می‌باید ایفاکننده‌ی نقشی مهم و اساسی در این زمینه باشند. لیکن متأسفانه باید به این واقعیت اعتراف کرد که ارگان‌های دولتی و

اداری کشور، خود یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان هستند که با درایت صحیح می‌توانند بخش عمده‌ای از مشکلات را برطرف سازند. این جمله بدان معناست که صرفه‌جویی، علاوه بر این که در حوزه‌ی عمده‌ای از اقتصاد و مدیریت شخصی معنا و مفهوم می‌یابد، در حوزه‌ی اقتصاد مدیریت عمومی نیز اهمیت دارد.

وضعیت مصرف کالا در کشور

مصرف‌گرایی یعنی استفاده از کالاها به منظور رفع نیازها و امیال که شامل خرید کالاهای مادی و خدماتی است. در این زمینه مصادیق زیادی را در کشورمان می‌یابیم که مقوله‌ی مصرف با مازاد بر نیاز آن، آمیخته و موجب می‌شود با بحث اسراف هم‌خوانی پیدا کند. در موضوع‌های شفاف‌ی که از دهه‌های گذشته در مورد اصلاح الگوی مصرف برای کالاهای راهبردی مطرح شده بود، راه‌های اصلاح آن احصا نشد و یا حداقل اگر احصا نیز نشد، زمینه‌های اجرای آن به خوبی مورد اطلاع‌رسانی قرار نگرفت. بیان وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های مسئول در بالا بودن مصرف برای مواردی هم‌چون مصرف بالای نان و ضایعات مربوطه، مصرف بی‌رویه‌ی آب و هدر روی آن، دورریز و زباله شدن غذاهای مازاد پخته شده و نیم‌خور، نمونه‌های بارزی از اسراف هستند که آمار زیر و مقایسه‌ی آن با میانگین کشورها، جای تأمل دارد:

- متوسط مصرف سرانه‌ی شکر ۳۰ کیلوگرم (سه کیلوگرم بالاتر از میانگین جهانی)
- متوسط مصرف سرانه‌ی روغن ۱۷ کیلوگرم (۴/۵ کیلوگرم بالاتر از میانگین جهانی)
- متوسط مصرف سرانه‌ی برنج ۴۰ کیلوگرم (۲۵ کیلوگرم پایین‌تر از میانگین جهانی) که می‌تواند تحسین‌برانگیز باشد.
- متوسط مصرف سرانه‌ی نان ایران ۱۶۰ کیلوگرم و ضایعات نان ۱۱ تا ۱۳ درصد است.

با توجه به تعاریف و مفاهیم مصرف و اسراف، و هم‌چنین توضیحات فوق، اصلاح الگوی مصرف ضروری است. هدف از اصلاح الگوی مصرف، استفاده‌ی مطلوب از منابع، ارتقای شاخص‌های کشور، کاهش هزینه‌ها، مصرف بهینه‌ی وسایل و تجهیزات تولیدی و... است. فناوری‌های روز دنیا موجب شده‌اند که مصرف‌کنندگان با به‌روز بودن، این فناوری‌ها را از آن خود کنند. این در حالی است که به دلیل افزایش مصرف ارز، خرید اقلام لوکس خود از مصادیق اسراف و تبذیر است. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که هر چند الگوی مصرف در کشور نیازمند اصلاح و سامان‌دهی در نظریه‌های دانشگاهی و اقتصادی است، ولی پرهیز از مصرف نابجا و بی‌رویه و هم‌چنین جلوگیری از اسراف و ریخت‌پاش (تبذیر) را نباید در دیگران جست‌وجو کرد، بلکه هر فردی از لحاظ شرعی و اخلاقی موظف است که در شیوه‌ی مصرف خود تجدیدنظر کند.

کنیم، بلکه این موضوع به ارائه‌ی الگویی مطلوب در امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، با نگرش توسعه‌ای برای کشور در سال ۱۴۰۴ هجری شمسی، نیاز دارد.

روش‌های تغییر مصرف

روش‌های تغییر مصرف در بخش‌های متفاوت، با هدف اصلاح الگوی مصرف در امور جاری زندگی مردم، باید نهادینه شود. در این زمینه، برخی تغییرات با رفتارسازی بین شهروندان صورت می‌پذیرند و برخی نیز به تغییرات زیرساختی نیاز دارند.

الف) رفتارسازی‌های جاری

یکی از نکات حائز اهمیت در زمینه‌ی اصلاح الگوی مصرف در جامعه این است که علاوه بر مواردی هم‌چون مصرف بالای نان، مصرف زیاد آب، مصرف بی‌حد انرژی (برق، گاز و...) مصرف کاغذ بیش از حد در ادارهی امور دستگاه‌ها و... که توسط افراد حقیقی و حقوقی به کرات بیان می‌شوند، مواردی نیز وجود دارند که از منظر فردی و یا خانوارها امری عادی تلقی می‌شوند، لیکن تأمل در هر یک از آن‌ها می‌تواند پرهیز از مصرف بی‌رویه، ابتدا برای خود فرد و سپس برای کشور، قلمداد شود. این موارد عبارت‌اند از:

- خرید لوازم کیفی (استحکام و دوام) برای منازل، در جهت کاهش خریدهای غیرضروری که نتیجه‌ی آن‌ها در میان مدت و درازمدت مشخص می‌شود.

- توجه ویژه به تمیز نگه داشتن لوازم، منزل، خودرو و... به جای تمیز کردن آنان.

- استفاده از لامپ‌های کم‌مصرف با هدف صرفه‌جویی در برق مصرفی.

- آگاه بودن به خاموش کردن لامپ‌های اضافی در منازل، ادارات و...
- آگاه بودن از نحوه‌ی صرفه‌جویی در آب مصرفی منازل و ادارات.
- برنامه‌ریزی وزارت‌خانه و دستگاه ذی‌ربط برای تفکیک آب شرب و سایر مصارف آب برای تمامی اماکن دولتی، عمومی و خانوارها.
- تفکیک آب مصرفی آپارتمان‌ها توسط دستگاه‌های مسئول برای مشترکان.

- سرویس مستمر سالانه‌ی تجهیزات تأمین‌کننده‌ی حرارت در دستگاه‌های اداری و منازل، با هدف جلوگیری از اتلاف انرژی.

- برنامه‌ریزی هدف‌دار روزانه برای خروج از منازل به منظور جلوگیری از مصرف بی‌رویه عوامل تأثیرگذار نظیر بنزین، به هم ریختن اعصاب و روان، سلامت جسم و...

- استفاده از خودروهای دارای فناوری بالا و کم مصرف، به همراه گسترش مطلوب شبکه‌های حمل‌ونقل عمومی در سطح شهرها.
- استفاده از مواردی هم‌چون مسکن، خودرو، و لوازم زندگی، از نظر کمی و کیفی در حد اعتدال.

- جلوگیری از خرید اقلامی که جنبه‌ی تشریفاتی دارند، بیش از مقدار احتیاج.

چنان‌چه توجه کنیم، هر زمان که اصلاح الگوی مصرف با هدف جلوگیری از اسراف مطرح می‌شود، موضوع پرداختن صرف به امور جاری و ظاهری مبنای عمل قرار می‌گیرد. در نگاه اولیه، تمامی دست‌اندرکاران اصلاح الگوی مصرف، مواردی هم‌چون ضایعات نان، مصرف آب، مصرف کاغذ، مصرف انرژی و... را مطرح می‌کنند. این در حالی است که افزایش درآمدهای نفتی طی سال‌هایی موجب افزایش مصرف در کشور شد. اگرچه افزایش رفاه اجتماعی موجب ثبات نسبی در تمامی بخش‌ها می‌شود، لیکن موضوع مهم‌تر افزایش مصرف بی‌رویه است که به عنوان خاری در این دوران که نوسانات قیمت جهانی نفت را تجربه می‌کنیم، می‌باشد. از طرف دیگر، رکود جهانی حاکم بر کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی، موجب کاهش درآمدها و کاهش مصرف در آن کشورها شده است که هنوز کشور ما شوک لازم در این زمینه را درک نکرده است. سرانه‌ی بالای زباله در سطح کشور که مربوط به برنج، نان، کاغذ، منسوجات، پلاستیک، شیشه و... است، مصرف بی‌رویه و خارج از اعتدال را نشان می‌دهد.

موضوع اصلاح الگوی مصرف که سال‌آغازین آن را تجربه می‌کنیم، به مدت زمان مشخص با برنامه‌های کاری آشکار و زیربنایی نیاز دارد.

بنابراین، اصلاح الگوی مصرف توجه صرف به وضعیت موجود نیست، بلکه با فرهنگ‌سازی و نهادینه‌کردن روش صحیح در استفاده از منابع بخش‌های متفاوت، زمینه‌ی ارتقای شاخص‌های مرتبط را همراه با کاهش هزینه‌ها به همراه می‌آورد. این موضوع از چند منظر قابل بررسی است:

- تغییرات ساختاری در فرایند اقلام تولیدی از طریق تنظیم قوانین، آیین‌نامه‌ها و مقررات اجرایی.

- استفاده از روش و فناوری مورد نیاز برای هر یک از بخش‌ها به منظور مصرف مطلوب.

- استانداردسازی مصارف با توجه به ابعاد بین‌المللی و استانداردهای جهانی.

- فرهنگ‌سازی نحوه‌ی مصرف با هدف اصلاح رفتارهای مصرفی.

- جلوگیری از پرت انرژی کشور در بخش‌های متفاوت (خدماتی، تولیدی، تجاری، خانگی، پالایشگاه‌ها، نیروگاه‌ها، خطوط انتقال و...).

- آموزش اصلاح الگوی مصرف با تعریف استانداردهای منطقی برای حوزه‌های گوناگون از طریق مدارس به منظور نهادینه‌شدن در نسل‌های بعدی کشور.

- توجه به روش‌های نوین با هدف تغییر ساختارها در روش‌های سنتی.

موارد یاد شده نشان می‌دهند که نباید اصلاح الگوی مصرف را صرفاً به چند کالای مشخص و راهبردی در کشورمان محدود

● سامان‌دهی هزینه‌ی مربوط به کنفرانس‌ها و سمینارها به مناسبت‌های گوناگون.

موارد فوق نشان می‌دهند که الگوهای مصرفی حاکم بر کشور، برای تغییر به فرهنگ‌سازی نیاز دارند که تنها از طریق برنامه‌ریزی توسط مسئولان امکان‌پذیر است.

ب) رفتارسازی‌های زیرساختی

در مورد اموری که به رفتارسازی‌های زیرساختی مربوط می‌شوند، می‌توان با بازنگری و بازمهندسی مصرف اقلام و نهادینه‌شدن روش مطلوب و صحیح استفاده از منابع ملی، و نیز شاخص‌سازی برای موارد فوق، زمینه‌ی توجه به روش‌های مطلوب را فراهم کرد. به این روش‌ها از طریق بسترسازی‌های مورد نیاز به شرح زیر، می‌توان دست یافت:

● تبدیل الگوی مصرف مطلوب به یک فرهنگ عمومی در بخش‌های دولتی و خصوصی و خانوارها از طریق برنامه‌های مدون.

● پی‌گیری سیاست دولت نهم در زمینه‌ی هدفمند ساختن یارانه‌ها به عنوان پلی به منظور فرهنگ‌سازی برای اصلاح الگوی مصرف در دولت دهم، از طریق ابزارهای سیاسی آن پس از تصویب در مجلس شورای اسلامی.

● تغییر مصارف در بخش‌های گوناگون طبق الگویی استاندارد و با درایت مورد نیاز در داخل کشور، و سپس در نظر گرفتن استانداردهای جهانی با حفظ صیانت از فرهنگ کشورمان.

● ضرورت آزادسازی اقلام راهبردی کشور نظیر گندم، با هدف تغییر رفتار مصرفی خانوارها و در نتیجه، اصلاح الگوی مصرف برای کاهش حجم ضایعات (اسراف).

● ضرورت اصلاح مقدماتی ساختاری با هدف اصلاح سیستماتیک و مدیریت مورد نیاز به جای اصلاح فردی در الگوی مصرف.

● یکی از معضلات کنونی، وجود اطلاعات پراکنده در زمینه اصلاح الگوی مصرف است که فاقد ارایه راه کارهای یکسان و واحد می‌باشد و دستگاه‌ها خود سرانه و بعضاً بدون آگاهی مدیریت‌های بالادستی اقدام به الگوسازی غیررسمی می‌نمایند (نظیر آبونمان اخذ شده آب، برق و... توسط شرکت‌های مربوطه) و مدیریت‌های بالادستی نیز با این بخش‌ها با مشکل مواجه می‌شوند.

● روی آوردن به آموزش‌های زیرساختی به جای صدور بخشنامه‌ها، همایش‌ها و سخنرانی‌ها.

فرهنگ‌سازی

به نظر می‌رسد که در اصلاح الگوی مصرف، آگاهی از رفتارهای منطقی افراد در مصرف موارد عام و خاص، جزو نکاتی است که به بسترسازی توسط تک‌تک دستگاه‌های مسئول برای بازتعریف استانداردهای مورد توجه و اطلاع‌رسانی شفاف آن‌ها نیاز دارد. صرف بیان مطالب کلی دستگاه‌ها مکفی نیست و نیازمند پیش‌تعریف هر یک از این دستگاه‌ها و نهادها برای

شاخص‌های مورد توجه است. با تجمیع این شاخص‌ها و تعریف ملون و مصوب آن‌ها، می‌توان نحوه‌ی مصرف و تهیه‌ی اقلام را فرهنگ‌سازی و سامان‌دهی کرد. به این منظور می‌باید موارد زیر را مورد توجه قرار داد:

● پی‌گیری مجدانه‌ی شعار اصلاح الگوی مصرف و فرهنگ‌سازی برای فراهم آوردن زمینه‌های اجرای آن.

● نگاه جدی به عملکرد دستگاه‌های دولتی به عنوان اولین عامل مصرف‌بی‌رویه.

● پرهیز از ظاهرسازی تصمیمات اساسی و فرهنگ‌سازی آن‌ها با هدف جلوگیری از پرداخت هزینه‌های مضاعف.

● اصلاح الگوی مصرف از طریق اصلاح الگوی تولید (مثال تولید خودروسازی کشور).

● استفاده از تجارب کشورهای اسلامی در الگوسازی غذای مصرفی روزانه با هدف کاهش دورریزی.

● تعویض قطعات و وسایل ارزان قیمت و پرمصرف با قطعات و تجهیزات پربازده.

● اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی در مورد ضایعات نان به صورت روزانه، ماهانه و سالانه که می‌تواند از حجم واردات گندم به داخل کشور جلوگیری کند.

● کاهش واردات بیش از اندازه‌ی کاغذ به کشور.

● جلوگیری از بروز نگرانی برای کمبود کالاهای راهبردی به منظور جلوگیری از افزایش مصرف گرایبی.

● جلوگیری از تبلیغاتی که مصرف‌گرایی مازاد بر نیاز را در اذهان تداعی کند.

بخش آموزش

اصلاح الگوی مصرف باید به صورت جامع و با در نظر گرفتن تمام ابعاد جامعه صورت پذیرد. یکی از ابعاد، موضوع آموزش است و در این زمینه توجه به نکات زیر ضروری است:

همواره بنیهای

تولیدی در

کشورهای

صنعتی مقدم بر

الگوی مصرف

بوده است و در

واقع، تغییرات در

الگوی مصرف به

دلیل تغییرات در

بنیهای تولیدی

آن‌ها پدیدار

شده است

چنان‌چه تغییری در

شیوه‌ی زندگی در کره‌ی

خاکی ایجاد نشود،

نسل‌های آینده که به غذا،

سرپناه و بهداشت مناسب

نیاز دارند، به این امور

دست نمی‌یابند و در این

زمینه، عواملی نظیر رشد

جمعیت و مصرف‌گرایی،

تهدیددی عمده برای

نسل‌های آینده تلقی

خواهند شد

- اختصاص سؤالات مهر در بازگشایی مدارس، به مقوله‌ی اصلاح الگوی مصرف توسط رییس‌جمهور محترم.
- جلوگیری از سفرهای زائد مسئولان و فرستادن پیک به ادارات و مدارس برای آوردن بخش‌نامه‌های کاغذی و به تبع آن، کم شدن سفرهای زائد و آلودگی شهر.
- آموزش تمامی فرهنگیان و دانش‌آموزان در زمینه‌های علمی و دینی و راه‌های اجرایی شدن الگوی مصرف تا به یک فرهنگ عمومی برای سال‌های آتی و نسل‌های آینده تبدیل شود.
- ثبت‌نام دانش‌آموزان به صورت هوشمندانه و اینترنتی در مدارس.
- برقراری دولت الکترونیک و حذف کاغذ بازی بین ادارات و مدارس.
- استفاده از تخته‌ی سفید در مدارس.
- استفاده از لپ‌تاپ در آموزش‌های درسی (در میان مدت، مقرون به صرفه‌تر از خرید مصارف هزینه‌ای است).
- در زمینه‌ی اصلاح الگوی مصرف در بخش انرژی، ایزوگام ساختمان، جداره‌بندی ساختمان از نظر مسائل سرمایه‌ی و گرمایشی، مجهز کردن شیرآلات به چشم الکترونیک و استفاده از لامپ‌های کم مصرف.
- بررسی روش‌های کاری برای استفاده‌ی چند باره از کتب ثابت درسی که طی چند سال تغییری در آن‌ها اعمال نمی‌شود.
- بازنگری در استفاده از نیروی انسانی متخصص در مدارس و استفاده‌ی چند منظوره از این نیروها به منظور جلوگیری از مازاد بودن نیروهای آموزشی (نظیر دبیران دین و زندگی، عربی، زمین‌شناسی، زیست‌شناسی و...)

- اصلاح روش‌های جدید تدریس با استفاده از نظرات اندیشمندان داخلی در مطالعات صورت پذیرفته‌ی بین‌المللی.
- آموزش مدیریت مصرف انرژی به خانوارها در استفاده از لوازم برقی هم‌چون یخچال، یخچال فریزر، ماشین لباس‌شویی، کولر، تلویزیون، روشنایی، جاروبرقی، ظرف‌شویی و... .
- آموزش الگوی مصرف از طریق اخطار کتبی در دو مرحله، اخطار کتبی به همراه جریمه در سه مرحله و اخطار تشدید.
- آموزش‌های مستمر روزانه از طریق رسانه‌ی ملی، رادیو، مطبوعات و... برای اصلاح الگوی مصرف.
- تعیین مکان‌هایی برای آموزش الگوی مصرف در استفاده از منابع، ظرفیت‌ها و زمان.
- آموزش نیروی انسانی دستگاه‌ها در بهره‌برداری صحیح از تأسیسات، و سرویس و نگاه‌داری مناسب آن‌ها.
- آموزش کارکنان فنی برای خرید تجهیزات پربازده.
- در هر صورت، اصلاح الگوی مصرف موضوعی بنیادی و اعتقادی است و به آموزش یک‌پارچه شهروندان کشور در قالب عام و کارکنان دستگاه‌های اجرایی کشور در قالب امور خاص نیاز دارد.

رویکردهای اجرایی برای وزارت آموزش و پرورش

- وظیفه‌ی ذاتی و اصلی وزارت آموزش و پرورش فرهنگ‌سازی و آموزش درست مصرف کردن به معلمان، دانش‌آموزان و اولیای آن‌هاست. این موضوع موجب می‌شود تا تغییرات مربوط به پرهیز از اسراف به صورت نظام‌مند در نسل‌های آینده پی‌گیری شود و خود عاملی برای ساخت استانداردهای مطلوب در قالب شاخص‌های مرتبط با علوم اسلامی ما و هم‌چنین معیارهای جهانی در این زمینه شود. موارد متعددی وجود دارند که می‌باید از این وزارت‌خانه آغاز شوند و برخی از آن‌ها بدین شرح‌اند:
- دریافت پیشنهادها و خلاقانه و نوآورانه‌ی دبیران و کارکنان آموزش و پرورش برای الگوسازی مصرف استاندارد.
- تغییر شیوه‌های آموزشی دبیران در فضای کاری محدود کلاس‌ها و برقراری ارتباط با محیط‌های کاری مرتبط.
- بهره‌گیری مطلوب از رایانه در برقراری ارتباط کاری دبیران با دانش‌آموزان.
- بررسی راه‌های کاهش هزینه‌ی وارده به وزارت آموزش و پرورش، اداره‌ی استان‌ها و مناطق شهری.
- فرهنگ‌سازی در مدارس و دانشگاه‌های کشور از طریق آموزش عمومی در مورد تعاریف مشخص، شاخص‌سازی الگوی مصرف و آموزش عمومی.
- آموزش عمومی مدرسان دوره‌های متفاوت تحصیلی و استادان دانشگاهی در مورد شاخص‌هایی که توسط دستگاه‌های مسئول جمع‌آوری می‌شوند.



عکاس: رضا بهرامی

نوع نگرش به وزارت آموزش و پرورش از دو منظر قابل تامل است: از یک سو، میزان انتظارات از این وزارتخانه به عنوان دستگاه آموزش و پرورش فرزندان این مرز و بوم و آینده‌سازی برای ایران توسعه یافته، بسیار زیاد است، و از طرف دیگر، به رغم تلاش‌های آموزشی که برای دانش‌آموزان صورت می‌پذیرد، دولت به دلیل هزینه‌های سرسام‌آور حقوق، دستمزد و... این وزارتخانه، نمی‌تواند به مثابه وزارتخانه‌هایی که بودجه‌ی فراوانی دارند، به آن توجه کند. همین موضوع به بررسی راهکارهای لازم برای ارتقای کیفیت آموزش و پرورش فرزندان کشور نیاز دارد. اگر آموزش و پرورش موفق باشد، سایر بخش‌های کشور نیز موفق‌تر خواهند بود.

● تشکیل اتاق‌های کاری در سطح وزارتخانه، ادارات مناطق و مدارس برای استانداردسازی شیوه‌های اصلاح الگوی مصرف در سطح عام و کلان برای ارتقای فرهنگ نسل‌های آینده.

● سرمایه‌گذاری مناسب در این وزارتخانه به منظور آن که نتیجه کاری طی سنوات، با هزینه‌های بسیار پایین‌تر حاصل شود.

● تهیه و تدوین کتاب‌های مورد نیاز برای اصلاح الگوی مصرف در دوره‌های گوناگون تحصیلی.

● بیان مطالب اصلاح الگوی مصرف در قالب جزوات کوچک توسط دبیران مختلف بالاخص دبیران دین و زندگی در مدارس.

● نهادینه کردن چگونگی درست زندگی کردن در دانش‌آموزان دوره‌های گوناگون تحصیلی.

● فراخوان مقاله‌نویسی برای موضوع اصلاح الگوی مصرف توسط دستگاه‌های مسئول، از جمله وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری و...

پیشنهاد‌های اجرایی

یکی از اقداماتی که وزارت آموزش و پرورش، به عنوان اهرم اصلاح الگوی مصرف کشور در قوه مجریه، می‌تواند مورد توجه قرار دهد تا سایر دستگاه‌ها نیز با هماهنگی‌های لازم به هم‌فکری واحد در این زمینه برسند، این است که با در نظر گرفتن موارد ذکر شده، زمینه‌ی اجرایی شدن پیشنهاد‌های زیر را فراهم کند:

● صدور مصوبه‌ی هیئت محترم وزیران برای اصلاح الگوی مصرف کشور و تشکیل واحدهای مربوطه در یکی از معاونت‌های وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و دستگاه‌های کشور.

● انجام پژوهش‌های مورد نیاز برای بخش الگوسازی مصرف توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

● تشکیل شورای عالی الگوی مصرف در سطح سران قوا برای سیاست‌گذاری‌های لازم در سطح ملی، حسب رهنمودهای مقام معظم رهبری.

● یافتن راه‌های انطباق الگوی مصرف کشور با الگوی اقتصاد اسلامی و در حد نیاز کشور.

● توجه به الگوی مصرف در برنامه‌ی پنجم توسعه در تمام بخش‌ها، همانند الگوی مصرف بهینه‌ی انرژی در برنامه‌های دوم و سوم (به الگوی مصرف در برنامه‌ی چهارم توسعه کم‌توجهی شد).

● مطالعه و برنامه‌ریزی لازم برای جلوگیری از مصرف بی‌رویه‌ی واردات در مقابل تولید داخل کشور.

● بازنگری جدی در نظام آموزشی مصرف.

● بازنگری در الگوی تجارت خارجی.

● جلوگیری از رانت‌های مالی در خریدهای خارجی و داخلی و بازنگری مجدانه در این زمینه با آرامش لازم و به دور از سیاسی‌کاری.

● بازنگری در واردات کشور، به منظور حفظ تولید داخل محوری به جای مصرف محوری.

● برگشت دادن زباله‌های مصرفی مربوط به اقلام تولیدی به چرخه‌ی تولید. ضرورت دارد، سامان‌دهی موارد بازیافتی و چگونگی بازگشت آن‌ها را به مدار تولید مورد توجه قرار دهیم.

● تشکیل واحد الگوسازی اصلاح مصرف در دستگاه‌ها، زیر نظر بالاترین مقام هر دستگاه.

● بازنگری در نیروی انسانی دستگاه‌ها، با هدف افزایش کیفیت امور، کاهش نیروی انسانی و...

● تنظیم لایحه‌ای توسط دولت و تقدیم آن به مجلس محترم شورای اسلامی برای سامان‌دهی و اصلاح الگوی مصرف.

● انجام مطالعات تجمیعی برای استانداردسازی مصرف و نظارت مدیریتی بر مصرف‌گرایی بخش‌های گوناگون.

● جلوگیری از انحراف مباحث اصلاح الگوی مصرف و ایجاد یک مرکز واحد برای تجمیع و تلفیق اقدام‌های مربوط به دستگاه‌ها.

● تهیه‌ی تیزر و کلیپ‌های تبلیغاتی برای اصلاح الگوی مصرف.

● در کنار اطلاع‌رسانی صحیح و رسمی، معرفی مصرف‌گرایی ناصحیح به نحو مطلوب از طریق مطبوعات، رسانه‌ی ملی و... به اقبال گوناگون جامعه.

● ترویج فرهنگ جمع‌آوری اقلام بازیافتی در کشور. در این زمینه می‌توان از تجارب کشورهای دیگر استفاده کرد و در قالب فیلم‌های مستند مردم را آگاه ساخت.

● برنامه‌ریزی برای آموزش در زمینه‌ی نظارت بر بخش تولید به منظور استفاده از تجهیزات نوین به جای تجهیزات فرسوده و قدیمی، و نیز کنترل توزیع و مصرف.

منابع

۱. مؤمنی، فرشاد، چالش‌ها و چشم‌اندازهای اصلاح الگوی مصرف. مؤسسه‌ی مطالعات دین و اقتصاد. ۱۳۸۸
۲. حکیمی، محمد. مجموعه‌ای از چشم‌انداز امام علی (ع). کانون اندیشه جوان. ۱۳۸۷

آموزش و پرورش و اقتصاد سالم

دکتر ناظمی اردکانی
بازنویسی: دکتر احمد کلاهمال همدانی

عکاس: سیدرضا حسینی

۱۴

رئیس‌د آموزش و
علوم اجتماعی

شود. امروزه همه می‌دانیم که در کشور ما، الگوهای مصرف گوناگونی وجود دارند که اغلب آن‌ها با شرایط محیط اجتماعی و فرهنگی ما متناسب نیستند. بنابراین الگوهای موجود باید بازبینی و اصلاح شوند تا روند تحولات اقتصادی جامعه، روندی قابل قبول گردد. در صورتی که الگوهای نامتجانس و غیرمنظم همچنان پیاده‌سازی شوند، ضربات تدریجی اما بسیار عمیقی بر اقتصاد سالم و پویا وارد می‌آید و مجموعاً حرکت‌هایی شکل می‌گیرند که می‌توان از آن‌ها تحت عنوان اقتصاد زیرزمینی و یا اقتصاد پنهان نام برد. یکی از دلایل شکل‌گیری اقتصاد پنهان، ضعف در بنیان و ساختار اقتصاد ملی هر کشور است. طبیعی است که اصلاح الگوی مصرف، ابتدا در حوزه‌ی نظامی مورد توجه قرار گیرد و لازم است که با جدیت طراحی و مهندسی شود. آن‌گاه

اصلاح «الگوی مصرف»، طبیعه‌ی اصلاح و تغییر نظام اقتصادی کشور است. در نظام فرهنگ اقتصادی اسلام، اصل بر تولید حداکثر و مصرف جامع و متعادل است که باید به اصل محوری در طراحی نظام اقتصادی تبدیل شود. در نظام مدیریت، مدل‌سازی و الگوسازی نقش اساسی دارد. در اقتصاد نیز چنین است. به ویژه اگر محور مصرف مدنظر باشد، بر اهمیت الگوسازی تأکید ویژه می‌شود. الگو یا مدل، مبتنی بر مفروضاتی است که در فکر و ذهن یک فرد یا جامعه ریشه دارد، و این زمانی است که باورها در قالب شکل و اندازه‌ی متناسبی قرار گیرند و دارای ساختاری منظم و حساب شده باشند. زمانی که این مفروضات به مدل تبدیل شوند، آن باورها و مفاهیم مهندسی شده‌اند. مصرف نیز باید در قالبی مناسب و متناسب با شرایط، اندازه‌ها و قالب و ساختار اجتماعی الگوسازی



اسلام از سوی این افراد، انتظاری بیهوده خواهد بود. آن‌ها براساس فرهنگ اقتصادی دیگری تصمیم خواهند گرفت که این تصمیمات خود می‌توانند بحران‌زا باشند.

در این میان، نقش نظام آموزش و پرورش به دلایل بسیار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نخست آن‌که حدود ۲۰ میلیون نفر تحت پوشش این وزارت‌خانه‌ی مهم و اساسی قرار دارند که بهره‌مندی آنان از الگوی صحیح مصرف می‌تواند، حرکتی انقلابی را در حوزه‌ی اقتصادی شکل دهد و سامانه‌ی اقتصادی کشور را به اهداف والای خود بسیار نزدیک کند. دوم آن‌که این نهاد اجتماعی مسئولیتی بنیادین و اساسی در فرهنگ‌سازی کشور دارد. شاید نتوان هیچ نهادی را به اندازه‌ی این وزارت‌خانه در فرهنگ‌سازی مؤثر و حتی مخرب یافت. مؤثر از آن‌رو که بنیان‌های فرهنگی ما در آن‌جا شکل می‌گیرد و مخرب از آن‌جا که اگر این تربیت اقتصادی، متناسب با شرایط اندیشه‌ای و اجتماعی و معیارهای زندگی ایرانی-اسلامی پیش نرود، انقلابی زیر پوستی شکل می‌گیرد که بنیان‌های همه‌ی باورها و اعتقادات را سست و در نهایت تخریب خواهد کرد. از این منظر، نقش آموزش و پرورش در اصلاح الگوی مصرف و در سالم‌سازی اقتصاد کشور اساسی‌ترین نقش می‌تواند باشد.

تولید بالا و مصرف کم

اقتصاد سرمایه‌داری و سایر مکاتب اقتصادی بنابر آموزه‌های خود، مصرف را موتور محرکه‌ی تلاش اقتصادی انسان فرض می‌کنند. این مکاتب معتقدند: انسان تا بدهکار نباشد، هرگز تلاش نخواهد کرد. بر همین اساس، انسان غربی باید برده‌وار تلاش کند، چرا که نیازهای مصرفی او شدت بخشیده شده‌اند و همواره به نظام بدهکار است و باید این بدهی را بپردازد. به عبارت دیگر، هرچه مصرف افزون‌تر باشد، زندگی اقتصادی‌تر و مشخص‌تر خواهد بود. این نقطه‌ی انحرافی در واقع به مصرف بدون منطق دامن می‌زند و اقتصاد سالم و پویا را در معرض خطر قرار می‌دهد.

در فرهنگ اقتصادی اسلام، خود تلاش اقتصادی و تولید موضوعیت دارد و عبادت دانسته می‌شود. در عین حال در این مکتب، مصرف هم به اندازه‌ی نیاز انسانی در جای خود موضوعیت دارد. یعنی اسلام برای مصرف اهمیت قائل است و درست مصرف کردن را نوعی عبادت تلقی می‌کند. بر نیازهای واقعی انسان در حوزه‌ی اقتصادی تأکید می‌ورزد و نسبت به نیازهای کاذب، بی‌اعتناست و برای آن‌ها ارزشی قائل نیست. قاعده در فرهنگ اقتصادی اسلام، بر تلاش حداکثر و مصرف به اندازه‌ی نیاز استوار است. برای مهندسی فرهنگی اقتصاد، این قاعده باید به عنوان قاعده‌ی اصلی لحاظ شود.

متأسفانه امروزه فرهنگ فعلی اقتصادی جامعه بر همان قاعده‌ی تولید بیشتر برای مصرف بیشتر استوار است و انگیزه‌های مادی تنها محرک

که بحث از اندیشه و نظر است، ما با حوزه‌ی فرهنگ سروکار خواهیم داشت. بی‌تردید، طرح الگوی مصرف در حوزه‌ی مهندسی فرهنگ قرار می‌گیرد که مقدم بر اقدام و عمل است. فرهنگ‌های مختلف، الگوهای مصرف و تولید متفاوتی را به بشر ارائه می‌دهند. هر کدام از فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها دارای باورهای زیرساختی در حوزه‌ی الگوی مصرف‌اند و براساس آن، روش‌هایی را برای خود انتخاب می‌کنند. بنابراین باورها و روش‌ها، مبنای شکل‌گیری الگوی مصرف هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند. به طور قطع فرهنگ اسلامی نیز الگوی مصرف خاصی را به جامعه ارائه می‌کند. در طول سال‌های گذشته، بخش‌هایی از این الگو به جامعه ارائه شده، اما با توجه به استقرار نظام جمهوری اسلامی لازم است که همه‌ی این الگو برای جامعه تبیین شود.

الگوها و مدل‌ها، ابتدا باید در حوزه‌ی نظر شکل بگیرند و طراحی شوند. سپس با تعامل با نظام اقتصادی، ساختار و نظام اقتصادی مطلوب بازسازی و مدیریت شود تا اصلاح الگوی مصرف پیاده‌سازی شود. اگر این الگوی مهندسی، طراحی و برای جامعه تبیین شود، اما نظام قدیمی اقتصاد بر کشور حاکم باشد، هرگز این الگو در کشور پیاده نخواهد شد. برای مهندسی فرهنگ اقتصادی، باید به منابع و آموزه‌های دینی رجوع کنیم، اصول اساسی مهندسی فرهنگ را برای اقتصاد اسلام از این منابع به دست آوریم و ذهن همه‌ی افراد جامعه را با این فرهنگ آشنا سازیم. اگر ذهن مسئولان دستگاه‌های اقتصادی با این فرهنگ آشنا نباشد، انتظار تصمیم‌گیری صحیح و براساس فرهنگ اقتصادی

از آموزش و پرورش کشور به

عنوان یک نهاد فرهنگی

انتظار می‌رود، در

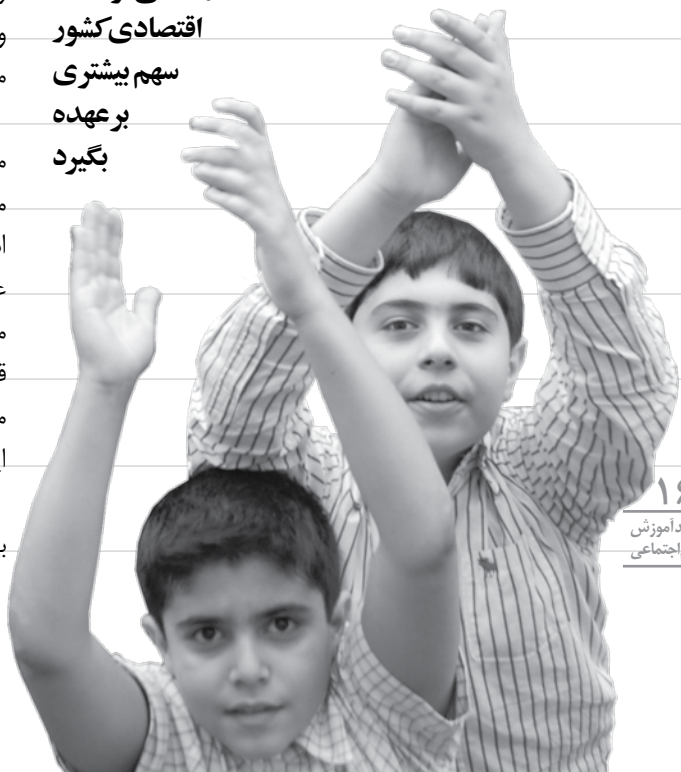
مهندسی فرهنگ

اقتصادی کشور

سهام بیشتری

بر عهده

بگیرد



این اقتصاد محسوب می‌شوند. در چنین فرهنگی احتکار، انباشته کردن ثروت، کمک نکردن به دیگران، ضربه زدن به دیگران برای سود بیشتر، استفاده از هر ابزاری برای رسیدن به هدف، ربا، تولید کالایی که به ضرر انسان و سلامتی اوست، اعمال منافی اخلاق و... چون واجد سود است، پذیرفته می‌شود و نفی نمی‌شود. آموزش و پرورش می‌باید در تغییر این فرهنگ سست و غلط پیشتاز باشد و با آموزش‌های نظری و کاربردی بکوشد، فرهنگ اقتصادی سالمی را بر جامعه حاکم سازد.

انگیزه‌ی جامعه‌ی اسلامی برای پذیرفتن این اصل، انطباق رفتارهای جامعه‌ی مسلمان با هویت فرهنگ اسلامی است. الگو و مصداق کامل اصل تلاش حداکثر و مصرف در حد نیاز در فرهنگ اسلامی، امیرالمؤمنین است. ایشان در سال‌هایی که در حکومت حضور نداشتند، یک تولیدگر اقتصادی برتر بودند و در عین حال مصرف ایشان حداقلی و در حد ضرورت و متعادل بود.

◆ الگوی مصرف و تأمین نیازها

اصل محوری دیگر در فرهنگ اقتصادی اسلام، و در واقع تعریف الگوی مصرف در این فرهنگ، تأمین نیازها به صورت جامع و متعادل است. آسیب‌زا بودن مصرف نامتعادل امری واضح است. انسان از خوردن و آشامیدن زیاد دچار آسیب می‌شود. یعنی انسان مسلمان باید شهوت خود را در تأمین نامتعادل نیازها کنترل و تنظیم کند. مفهوم عدالت، نخست در الگوی مصرف و تولید تعریف می‌شود. با دست‌یابی به دو اصل تولید حداکثر و مصرف در حد نیاز، مفهوم عدالت محقق خواهد شد و این حدها در آموزه‌های دین اسلام تعریف شده‌اند؛ چنان که حدود در عبادت، در کار و در استراحت مشخص شده‌اند.

براساس الگوی مصرف اسلامی، همه‌ی نیازهای افراد جامعه باید به صورت کامل، اما در حد و اندازه‌ی خودشان تأمین شوند. البته این نیازها به نیازهای مادی محدود نمی‌شوند و نیازهایی مانند نیاز به احترام و منزلت اجتماعی، نیاز به تکامل درونی و نیاز به علم‌آموزی و معرفت را نیز دربرمی‌گیرند. رشد جامعه فقط در صورت تأمین همه‌ی این نیازها میسر می‌شود. برای مثال، جامعه در دوران دفاع مقدس با رعایت بخشی از این الگوها به رشد و اعتلا رسید. یعنی گرچه ما با تمام توان در برابر دشمن ایستادیم و هزینه‌ی زیادی را تحمل کردیم، رشد و برداشت نیز داشتیم که ساخته شدن انسان‌هایی که از نظر رشد و تکامل انسانی به جایگاه والایی رسیدند، یا توانایی‌های قابل توجهی برای کمک به اداره‌ی جامعه پیدا کردند، از آن جمله است.

ساخته شدن انسان‌ها، به‌وسیله‌ی تأمین نیازهای آنان به صورت جامع و متعادل امکان‌پذیر می‌شود. واضح است که در دوران دفاع مقدس، نیازهای مادی رزمندگان به‌طور کامل و زیاد تأمین نمی‌شد، اما تأمین این نیازها تا حدودی در الگوی مصرف اسلامی انجام می‌شد.

آنچه که در مورد رزمندگان برآورده می‌شد، اما در مورد جوانان امروز برآورده نمی‌شود، نیازهای متعالی آنان، مانند نیازهای اجتماعی، احترام و خودشناسی بود. به همین دلیل، از میان مردم عادی و پایین جامعه، فرماندهان بزرگ و توانایی به وجود می‌آمدند.

متأسفانه امروز در جهت آن الگوها حرکت نمی‌کنیم. چرا که بسیاری از مدیران در جامعه با مدیریت مصرف از منظر اسلامی آشنایی لازم را ندارند و به همین سبب بر نیازهای مادی مردم تأکید و آن‌ها را شدت می‌بخشند. این وظیفه‌ی آموزش و پرورش است که مدیریت مصرف را بر مبنای آموزه‌های دینی و متناسب با شرایط و مقتضیات زمان به یادگیرندگان و مخاطبان خود بیاموزد تا هنگامی که عملاً وارد چرخه‌ی زندگی می‌شوند، دانش و مهارت لازم را برای مصرف بهینه داشته باشند. در تعامل مسئولین نظام با مردم، باید نیازهای آنان به صورت جامع و متعادل مورد توجه قرار بگیرد. زیرا تحریک نیازهای مادی و غریزی انسان‌ها کار ساده‌ای است و زمانی که روی این نیازها تمرکز شود، از نیازهای دیگر جامعه غفلت می‌شود و در این زمان، حتی با تأمین نیازهای مادی، رضایت در افراد جامعه شکل نمی‌گیرد.

حضرت امام (ره) در طول دوران دفاع مقدس، هرگز نیازهای مادی بسیجیان و رزمندگان را تحریک نکردند. بیشترین نیازی که امام (ره) تحریک می‌کردند، منزلت انسانی و نیاز به احترام بود که در جمله‌ی زیبای «هن بر دست و بازوی شما بوسه می‌زنم»، متجلی بود.

◆ وظیفه‌ی مهندسی فرهنگی

در سال ۱۳۸۱، مقام معظم رهبری وظیفه‌ی مهندسی فرهنگی جامعه را برعهده‌ی شورای عالی انقلاب فرهنگی گذاشتند. متأسفانه با گذشت سال‌های زیادی از این موضوع کارهای جدی قابل اعتنایی، مانند «مهندسی فرهنگ اقتصادی جامعه» انجام نشده است تا مدیران کشور بتوانند براساس این فرهنگ، قانون و قاعده ایجاد و آن را عملیاتی کنند. بدون داشتن و تسلط بر فرهنگ اقتصادی اسلام، نظام‌هایی مانند نظام بانک‌داری، تلفیقی از فرهنگ اقتصادی اسلامی و غربی و در واقع مشرکانه خواهد بود. به همین سبب، نظام توزیع و یا تولید درستی را نیز نمی‌توانیم طراحی کنیم.

چنین امر خطیری بدون حضور و مشارکت اندیشمندان مسلمان امکان‌پذیر نیست. همه‌ی این اندیشمندان در دانشگاه‌ها و حوزه‌ها باید تلاش کنند براساس مفروضات فرهنگ اسلامی، مدل و الگویی طراحی کنند و تا زمانی که از اجمال به تفصیل و از کلیات به جزئیات این فرهنگ نرسیم، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم مردم در عمل آن را رعایت کنند.

اولین بند سیاست‌های کلی برنامه‌ی پنجم که توسط مقام معظم رهبری ابلاغ شد نیز، به موضوع مهندسی فرهنگی اختصاص یافته است.

مطمئناً فرهنگ اقتصادی ما با فرهنگ اقتصادی رایج در جوامع غربی مبتنی بر مصرف حداکثر، سازگار نیست. در فرهنگ اقتصادی اسلام، تأمین نیازها باید بگونه‌ای باشد که سلامتی بدن و سلامتی فکر را تأمین کند و حتی بعضی از دستورات عبادی اسلام برای حفظ سلامتی وضع شده‌اند. با وجودی که در طول سال‌های بعد از انقلاب در فرهنگ اقتصادی جامعه تغییرات جدی ایجاد شده است، اما در دهه‌ی چهارم انقلاب، مجموعه‌ی تحولات و تغییرات باید جامع و کامل باشد و نمی‌توان بر تغییرات خرد و ذره‌ای اکتفا کرد. از این رو باید به مهندسی فرهنگ اقتصادی کشور پیش از گذشته توجه کرد و آن را در دستور کار همه‌ی نهادهای فرهنگی - آموزشی و نیز مالی - اقتصادی قرار داد. این میسر نمی‌شود مگر آن که تعاملی جدی و نظام‌مند و براساس معیارهای دینی، بین اندیشمندان مسلمان حوزه و دانشگاه از یک سو و نهادهای مذکور از سوی دیگر تحقق یابد.

باید در این زمینه نیز الگوهایی قابل پیروی به جهان اسلام ارائه کنیم و همان گونه که فرهنگ دفاع خود را به جهان منتقل کردیم و براساس آن مقاومت در نقاط گوناگون جهان اسلام به پیروزی منجر شد، در حوزه‌های دیگر مانند اقتصاد نیز باید چنین الگویی را به جهان ارائه کنیم. در زمینه‌ی رشد علمی نیز، الگوی ما مبتنی بر پیشرفت علمی جدی بدون حمایت و با مخالفت دنیای علمی موجود، برای بسیاری جوامع قابل ارائه خواهد بود که البته باید در معرض دید جهان قرار بگیرد. در واقع در این الگو، اراده‌ی انسان و رفتارهای عبادی، فرهنگی و تکلیفی وارد می‌شود.

بسیاری از دانشمندان ما با وجود امکان مهاجرت به غرب و بهره‌مندی از امکانات بیشتری که می‌توانند در اختیار بگیرند، به همان دلایل ذکر شده، از این کار صرف نظر می‌کنند. این افراد در واقع به جای رفتار اقتصادی، رفتار فرهنگی انجام می‌دهند. این به آن معناست که در این نظام فرهنگی تولید علم، به تولید علم از زاویه‌ی اقتصادی نگریسته نمی‌شود، بلکه به عنوان کاری برای اعتلای یک فرهنگ، منزلت جامعه و عرق ملی انجام می‌شود. در این میان، نقش آموزش و پرورش به دلیل گستردگی جمعیت و زیربنایی بودن آن در اداره‌ی کشور، فوق‌العاده اهمیت می‌یابد. آموزش و پرورش در این میان، نقش تولید فرهنگ و آماده‌سازی بستر

فرهنگ اقتصادی را بهتر از سایر نهادهای دیگر می‌تواند ایفا کند. به عبارت دیگر، از آموزش و پرورش کشور به عنوان یک نهاد فرهنگی انتظار می‌رود، در مهندسی فرهنگ اقتصادی کشور سهم بیشتری برعهده بگیرد. حضور این نهاد در چشم‌انداز فرهنگ اقتصاد می‌تواند بسیار پررنگ باشد و در واقع، این نهاد می‌تواند ساکنان دار هدایت فرهنگی اقتصاد کشور تلقی شود. یقیناً آموزش و پرورش باید با توجه به ظرفیت‌های موجود خود و انتظاری که از آن می‌رود، در ایجاد حمیت ملی برای مصرف بهینه و سالم‌سازی زیربنایی اقتصاد کشور نقش داشته باشد.

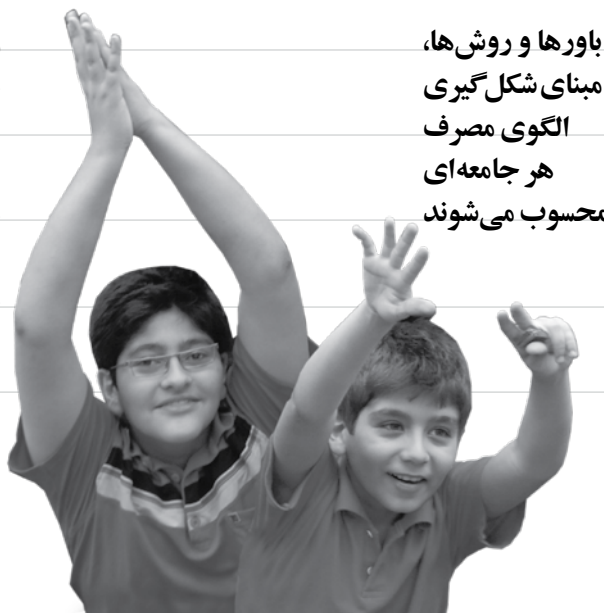
اگر نظام اقتصادی حاکم کم تولید و پر مصرف باشد، بدون شک اهداف چشم‌انداز محقق نمی‌شود. برای محقق شدن این اهداف، نظام اقتصادی باید مانند کوهنوردی که برای رسیدن به قله، کم حجم‌ترین تجهیزات و بیشترین تلاش را به کار می‌برد، باید پر تولید و کم مصرف باشد. تولید زیاد به معنی تلاش فکری و فیزیکی جدی است که باعث می‌شود، منابع ما در جایی که لازم است مصرف شود. از جمله، برای این که دچار ازدیاد یک محصول کشاورزی نشویم که حتی موجب جنجال و استفاده‌ی سیاسی شود، می‌توان مانند بسیاری کشورها در بعضی مناطق برای کاشتن آن محصول و در بعضی مناطق دیگر برای نکاشتن آن محصول، یارانه پرداخت کرد. چنین یارانه‌ای، نه تنها بر مصارف ملی نخواهد افزود، بلکه از این مصارف خواهد کاست. چرا که در هزینه‌ی حمل و نقل بسیاری از محصولات که از تولید آن‌ها تمرکز دایی شده است، صرفه‌جویی خواهد شد.

به خاطر داشته باشیم که چشم‌انداز کشور برای ۲۰ سال تعیین شده و اتفاقاً مهم‌ترین عناصر آن، عناصر اقتصادی هستند که این حوزه به شدت تحت تأثیر فرهنگ اسلامی و دینی است. به عبارت دیگر، به نوعی چشم انداز ۲۰ ساله‌ی کشور نیز بر مبنای فرهنگ اقتصادی طراحی شده است. اگر می‌خواهیم اهداف این چشم‌انداز محقق شود، راهی نداریم جز آن که به فرهنگ اقتصادی توجه ویژه‌ای کنیم. در واقع منابع ما در جایی مصرف می‌شوند که ضرورت دارد و به شکلی بهینه به کار گرفته خواهند شد.

یکی از الزامات تحقق چشم‌انداز، بهره‌وری است و بهره‌وری یعنی درست انجام دادن یک کار درست. هر دوی این‌ها، یعنی کار درست و درست انجام دادن آن کار، مبتنی بر فرهنگ اقتصادی است و این مسئله اهمیت توجه به فرهنگ اقتصادی و وظیفه‌ی نظام فرهنگی را روشن‌تر می‌کند. به این منظور، باید سازمان‌های کشور را که برخی از آن‌ها با نظام طراحی شده در ۵۰ سال پیش عمل می‌کنند، مهندسی مجدد کرد تا این دستگاه‌ها بتوانند، با تولید بیشتر و مصرف کمتر و انجام کار درست، به اهداف چشم‌انداز نزدیک‌تر شوند. در واقع، الگوی مصرف باید در کارایی و اثربخشی افراد و نظام‌ها مطرح شود.

در نظام تولید علم و آموزش و پرورش، به خصوص در نظام اقتصادی، باید تحول ایجاد کرد تا انقلاب اسلامی استمرار پیدا کند. این کار به

**باورها و روش‌ها،
مبنای شکل‌گیری
الگوی مصرف
هر جامعه‌ای
محسوب می‌شوند**



تحرک ویژه‌ای نیاز دارد که از آن تحت عنوان نهضت نرم‌افزاری و یا نهضت تولید علم و اندیشه یاد می‌شود. تأکید مقام معظم رهبری در وهله‌ی اول بر حوزه‌ی نظر و فکر است و طرح و تشریح نهضت نرم‌افزاری نیز مبین همین موضوع است. امروز دانشمندان زیادی وجود دارند که گرچه تحصیل کرده‌ی نظام علمی غرب هستند، مشکل اصلی ناکامی اقتصاد غرب را علم اقتصاد غرب می‌دانند؛ همان‌گونه که برخی اندیشمندان غربی مانند فوکویاما نیز به همین نتیجه رسیده‌اند.

تغییر در نظام اقتصادی

امروزه ظرفیت ارائه‌ی الگوهای اقتصاد نوین، توسط صاحب‌نظران متعهد اقتصادی کشور وجود دارد. خواسته‌ی مقام معظم رهبری، ایجاد تغییر در نظام اقتصادی فعلی است که اصلاح الگوی مصرف طلیعی آن است. برخلاف شیوه‌ی فعلی مصرف مسرفانه‌ی منابع کشور، باید در مصرف منابع وسیع‌تر کشور رسیک کمی را پذیرفت و برعکس، از منابعی که محدودترند، باید با پذیرفتن ریسک بالا و به‌کاربردن خلاقیت، بیشترین بهره‌ر را برد. در کنار نظام فرهنگ اقتصادی، نظام فرهنگی اجتماعی و حتی خود نظام فرهنگی نیز به مهندسی مجدد و باز تولید نیاز دارد. چرا که عملکرد دستگاه‌های فرهنگی جامعه هم‌افزا و موفق نیست.

آسایش در نظام اقتصادی تأمین می‌شود و آرامش در نظام فرهنگی است. رشد سرمایه‌ی انسانی در کشور ما بالاتر از همه‌ی کشورهای دنیاست. چرا که فرهنگ اقتصادی ما فرهنگ مناسب‌تری برای رشد انسانی است. با وجودی که در غرب به اقتصاد فرهنگ و تعامل آن با فرهنگ اقتصادی آن‌ها از فرهنگ است. در واقع اقتصاد فرهنگ آن‌ها با این دید طراحی شده است. با توجه به این که فرهنگ تأمین‌کننده‌ی نرم‌افزار نظام اقتصادی و تبیین‌کننده‌ی ارزش‌ها و اصول آن است، نظام اقتصادی باید سخت‌افزار نظام فرهنگی را تأمین کند. تبیین و تعیین شیوه و مدلی که براساس آن، نظام اقتصادی، سخت‌افزار نظام فرهنگی را تأمین کند نیز برعهده‌ی نظام فرهنگی است. رشد اقتصاد فرهنگ با رشد اقتصادی و رشد فرهنگ ملازم است و در واقع، رشد اقتصادی کشاورزی، صنعتی و تجاری، باید تابعی از رشد اقتصادی فرهنگ باشد. چرا که تعامل این دو، هم‌افزایی راهبردی و باارزشی در جامعه ایجاد می‌کند.

«وقف» در نظام فعلی اقتصادی ما متأسفانه موضوعیت ندارد و خارج از آن قرار گرفته است. با توجه به اصل تولید حداکثر و مصرف متعادل، وقف می‌تواند نقش زیرنظام اصلی و محوری را در کلان نظام فرهنگ اقتصادی اسلام بازی کند.

نظام مالیات برای تأمین هزینه‌های عمومی مردم، از غرب اقتباس شده است. در دین اسلام نیز، سه عنصر خمس، زکات و وقف وجود دارد. نمی‌توان هر دوی این نظام‌ها را اصل گرفت و به هر دو به یک شدت عمل کرد. این مسئله باید در نظام اقتصادی حل شود.

با توجه به این که نمی‌توان از مال غیر و مال حرام وقف کرد، اگر در نظام اقتصادی ما، معیار ارزش و تأثیر یک بنگاه یا فرد به میزان وقف آن بازگردد، آن‌گاه مسئله‌ی تأمین متعادل نیازها پیاده می‌شود. بعضی از بزرگان کشور که صاحب درآمد بالایی هستند، می‌توانند برای الگوسازی در این زمینه پیش قدم شوند. شایان ذکر است، یکی از استادان دانشگاه که مبدع فناوری جدیدی بود، درآمدهای حاصل از این فناوری را برای پژوهش در همان زمینه وقف کرد.

برداشت‌ها و نتایج

از مجموع مطالب فوق می‌توان برداشت‌هایی کرد که در مسیر سالم‌سازی اقتصادی، ما را به اندیشه‌هایی اساسی مسلح می‌کنند:

۱. طراحی و ساخت مدل‌های اقتصادی و مهندسی مجدد اقتصاد کشور براساس فرهنگ اقتصادی اسلام، ضرورت فعلی جامعه‌ی ما برای پیش‌گیری از آسیب‌های اقتصادی و به ویژه فساد اقتصادی است.

۲. نظام سرمایه‌سالاری و حاکمیت آن بر اندیشه‌ی برخی اقتصاددانان و طراحان اقتصادی کشور، فساد زاست و در نتیجه، به جرم‌های مالی و اقتصادی منتهی می‌شود.

۳. مهم‌ترین عنصر در نظام اقتصادی کشور، طراحی الگوی مصرف براساس نگرش‌های اسلامی، هم‌چون تولید انبوه و مصرف کم و متعادل است.

۴. لازم است بر مبارزه با آسیب‌های اقتصادی، به ویژه شکل‌گیری اقتصاد پنهان، بر مبنای مهندسی مجدد اقتصاد بر مبنای فرهنگ اسلامی، یعنی مهندسی فرهنگی اقتصاد تأکید شود.

۵. امروز، به‌کارگیری فرهنگ اقتصادی اسلام هم‌چون خمس، زکات و وقف، و طراحی نظامی بر مبنای نیازهای روز و جست‌وجوی پاسخ مناسب برای آن‌ها از سیستم طراحی شده براساس فرهنگ نهفته در متون و منابع اسلامی، ضرورت دارد.

۶. نیاز است بر تولید دانش و اندیشه در حوزه‌ی اقتصاد بر مبنای فرهنگ اسلامی و جدایی‌گزینی از اقتصاد سرمایه‌سالاری به دلیل فسادزایی ذاتی آن، تأکید شود.

۷. معیارها و شاخص‌های اقتصادی باید بر مبنای الگوهای اسلامی موجود، هم‌چون اقتصاد اسلامی حاکم در زمان دفاع مقدس اخذ شود و بر به‌روزرسانی آن به تناسب مقتضیات و نیازهای اصیل امروزی تأکید شود.

۸. ضرورت دارد، در نظام اقتصادی و نگرش مهندسان و طراحان اقتصادی کشور، براساس فرهنگ اقتصادی اسلام تغییر و تحول به وجود آید.

فناوری‌ها و نوین اطلاعات کامپیوترها



امیررضا اصنافی

دانشجوی دکترای کتابداری و اطلاع‌رسانی

چکیده

یادگیری فرایندی است که به صورت هدفمند، سبب ایجاد تغییر در رفتار انسان می‌شود. پس از یادگیری، یادگیرنده قادر به انجام کاری است که تا پیش از آن توانایی انجامش را نداشت. یادگیری به معنای کسب اطلاعات و اندیشه‌های تازه است. عادت‌های متفاوت، مهارت‌های متنوع، راه‌های گوناگون حل مسائل، مطالعه‌ی یک کتاب، گوش دادن به یک سخنرانی، فکر کردن درباره‌ی یک مطلب و غیره، تجربیاتی محسوب می‌شوند که ممکن است به یادگیری بینجامند. در این میان، به کارگیری تجهیزات فناورانه در امر یادگیری، نظیر وبلاگ‌ها، پادکست‌ها و مانند آن، می‌تواند در ارتقای امر آموزش در مدارس، فواید اقتصادی کاربرد فناوری نوین را در مدارس بیان کند و به تشریح این کاربردها بپردازد.

کلیدواژه‌ها: آموزش و پرورش، فناوری‌های اطلاعاتی، اقتصاد اطلاعات.

اقتصاد، حسابداری، جامعه‌شناسی و علوم رفتاری، بلا تکلیفی و تردید در مورد اطلاعات را کاهش می‌دهند و آن را برحسب نرخ‌های معامله مبتنی بر عرضه و تقاضا می‌سنجند. اندیشه‌ی حسابداران درباره‌ی هزینه‌ها و سودمندی‌ها (بدهکاری‌ها و بستانکاری‌ها) است، حال آن‌که دل‌مشغولی جامعه‌شناسان، سودمند بودن اطلاعات برای توده‌ی مردم است. رفتارشناسان، تغییرات، معرفت و رفتاری را که اطلاعات به دنبال دارد، مطالعه می‌کنند. پس واضح است که ارزش‌گذاری اطلاعات، جریانی سراسر است و تک مرحله نیست.

اطلاعات، قبل از ارزشمند شدن برای هر کس، از میان مراحل بسیاری می‌گذرد. مدت‌ها قبل از این‌که کسی اطلاعات را تشخیص دهد، ابتدا در یک حالت پنهان و در انتظار چشم‌انداز صحیح، موجودیت پیدا می‌کند. بعد ما درمی‌یابیم که داده‌های خام و سازمان‌نیافته، ممکن است برای پاره‌ای موارد به کار آیند. ما آن‌ها را گردآوری، سازمان‌دهی و تحلیل می‌کنیم و نتایجی را از آن‌ها دریافت می‌داریم. هم اطلاعات و هم نتایج ما می‌توانند مورد گفت‌وگو قرار گیرند. فقط وقتی اطلاعات درک شده است که ما بتوانیم بر آن ارزش بگذاریم و به آن پاسخ و واکنش نشان دهیم. تعریفی از ارزش واقعی اطلاعات، فقط در این مرحله‌ی پایانی می‌تواند مطرح شود. اطلاعات به خودی خود فاقد ارزش است. ارزش اطلاعات از درک و کاربرد بعدی و آینده‌ی آن مشتق می‌شود. قبل از این مرحله‌ی آخری، نمی‌توانیم بیش از آن‌چه که از تخمین ارزش اطلاعات حاصل شده است، کاری کنیم. جامعه فقط محصول و نتیجه‌ی اطلاعات را ارزش می‌نهد.

اقتصاد اطلاعات

«دایره‌المعارف پیوسته‌ی ویکی‌پدیا»، اقتصاد اطلاعات را رشته‌ای از علم اقتصاد می‌داند که به مطالعه‌ی چگونگی تأثیرات اطلاعات بر تصمیمات اقتصادی می‌پردازد. گسترش و نشر اطلاعات خیلی آسان، اما کنترل و نظارت بر آن خیلی دشوار است. خلق آن آسان، ولی اعتماد به آن سخت است و بر بسیاری از تصمیمات ما تأثیر می‌گذارد. به هر حال، این از طبیعت خاص اطلاعات است که بسیاری از استانداردهای نظریه‌های اقتصادی را پیچیده می‌کند. اقتصاد اطلاعات بر سه بخش تمرکز دارد:

۱. **بررسی نامتقارن‌های اطلاعاتی:** این بخش با بررسی تصمیماتی که به واسطه‌ی آن‌ها، معاملاتی در یک بخش اطلاعاتی پیش‌تر یا بهتر از بخش دیگر است، سروکار دارد.
۲. **اقتصاد کالای اطلاعاتی:** در این مورد خاطر نشان می‌شود که خرید و فروش اطلاعات همانند خرید و فروش کالای معمولی نیست؛ اطلاعات، کالای غیررقابتی است. نخست بدین معنی که خرید اطلاعات، به معنای این‌که شخص دیگری بتواند آن را بخرد، نیست. دوم اطلاعات تقریباً ارزش حاشیه‌ای صفر دارد که معنی آن فقط یک‌بار مالک نخستین نسخه بودن است و هیچ ارزشی برای ایجاد نسخه‌ی دوم وجود ندارد.

ماهیت جامعه‌ی اطلاعاتی امروز به گونه‌ای است که هیچ‌کس به‌طور مستقل نمی‌تواند به خواسته‌های خود در زندگی روزانه دست یابد؛ چون انسان‌ها در خلأ زندگی نمی‌کنند و نیازمند تعامل با یکدیگر هستند. در جامعه‌ی اطلاعاتی، سازمان‌ها رکن اصلی اجتماع را تشکیل می‌دهند. آن‌ها، ما و جامعه را احاطه کرده‌اند. این وظیفه‌ی سازمان‌های متفاوت است که نیازهای افراد گوناگون را تشخیص دهند و درصدد اقیان آن‌ها برآیند. هر یک از ما به‌عنوان مصرف‌کننده، هم‌روزه از خدماتی بهره‌مند می‌شویم. استفاده از اتوبوس و مترو، مراجعه به دندان‌پزشک، سوخت‌گیری خودرو، دریافت پول از خودپرداز، پرسش از یک کتاب‌دار مرجع و غیره، نمونه‌هایی از خدمات عرضه شده توسط مؤسسات هستند. هر مؤسسه‌ای که در آن مشغول تحصیل یا کار هستیم، خود یک سازمان با پیچیدگی‌های خاص است.

جامعه، «اطلاعات» را به‌عنوان یک کالا و مالکیت آن را در حکم یک دارایی در نظر می‌گیرد. اقتصاددانان تمایل دارند که اطلاعات را به شیوه‌ای یکسان، همانند دارایی‌های فیزیکی به حساب آورند، ولی هیچ رشته‌ی دانشگاهی، الگوی پذیرفته‌شده‌ای را برای این طرز تلقی به ما ارائه نداده است. رشته‌ها به گونه‌ای متفاوت به اطلاعات توجه می‌کنند و توسعه‌ی نظام‌هایی برای سنجش اطلاعات، از توسعه‌ی چنین نظام‌هایی برای کالاهای فیزیکی دشوارتر است. برای تعیین ارزش اطلاعات، نظام قیمت‌گذاری به کار رفته است. ولی آیا این بهترین مفهوم را می‌رساند؟ مقاله‌ی حاضر در نظر دارد، پس از معرفی ارزش‌های اطلاعات و بیان مفهوم اقتصاد اطلاعات، به موضوع به‌کارگیری فناوری‌های نوین در مدارس که سبب صرفه‌جویی‌هایی در این حوزه می‌شود، بپردازد.

ارزش اطلاعات و اقتصاد اطلاعات

اطلاعات، عنصری از تجارت شده است. در زمان‌های پیش‌تر، کام‌یابی مبتنی بر معیارهایی چون مال و ثروت، منابع فیزیکی، نگارش، غذا، آتش یا جان‌پناه بود. امروزه، افراد و حرفه‌های موفق و کامیاب، آن‌هایی هستند که اطلاعات را تحت کنترل دارند: توسعه، دست‌رسی، تحلیل و ارائه‌ی اطلاعات. ما دوران خود را «عصر اطلاعات» نامیده‌ایم. به خرید و فروش اطلاعات دست می‌زنیم و گاهی به‌وسیله‌ی پول و گاهی آن را با اطلاعات دیگر، مبادله می‌کنیم. اطلاعات، به‌عنوان عنصری از تجارت، یک کالا است، ولی به‌طور کلی، نظریه‌ی اقتصادی و حسابداری پذیرفته شده‌ی درباره‌ی اطلاعات وجود ندارد. چارچوب‌های فراوانی هستند که ما می‌کوشیم، اطلاعات را در قالب آن‌ها از نظر بگذرانیم و تعریف کنیم. کوشش‌های متنوعی نیز برای سنجش اطلاعات صورت می‌گیرند: تصمیم‌گیری در مورد این‌که چه نوع ارزشی دارند و تشخیص این‌که چه قدر با ارزش هستند؟ مثلاً رشته‌هایی چون

۳. فن آوری اطلاعات [wikipedia.2006]

اقتصاد اطلاعات مطالعه و بررسی تولید، توزیع، بازاریابی، قیمت گذاری، فروش، مصرف و تمامی درآمدهایی است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق تولید، انتشار، فروش، ذخیره، پردازش، و دسترسی به اطلاعات حاصل می شود. اقتصاد اطلاعاتی - یعنی اقتصاد اطلاعات محور، اقتصاد دانش محور، اقتصاد دیجیتال و یا اقتصاد اینترنت - را می توان اولین معیار و وسیله ای برای پیشرفت اقتصادی که ناشی از تحولات اجتماعی و اقتصادی از سال ۱۹۶۰ تا کنون است، به حساب آورد.

مفهوم یادگیری

به نظر می رسد یادگیری فرایندی است که به صورت هدفمند، سبب ایجاد تغییر در رفتار انسان می شود. پس از یادگیری، یادگیرنده قادر به انجام کاری است که تا پیش از آن توانایی انجامش را نداشت. یادگیری به معنای کسب اطلاعات و اندیشه های تازه است. عادت های متفاوت، مهارت های متنوع، راه های گوناگون حل مسائل، مطالعه ای یک کتاب، گوش دادن به یک سخن رانی، فکر کردن درباره ای یک مطلب و غیره، تجربیاتی محسوب می شوند که ممکن است به یادگیری منجر شوند [هیلگارد، ۱۳۷۱]. بنابراین، بشر به قصد یادگیری به کسب اطلاعات می پردازد؛ زیرا به واسطه ی کسب اطلاعات است که میزان آگاهی وی افزایش می یابد و نکاتی را می آموزد که قبلاً از آن ها آگاهی نداشت.

یادگیری از قرن ها پیش در زندگی انسان وجود داشته و هدف آن انتقال فرهنگ انسانی از نسلی به نسل دیگر بوده است. انسان معاصر، چون با مسائل متعدد و گوناگونی مواجه است که موفقیت او در زندگی به حل شدن آن ها بستگی دارد، باید به سرعت بر مقدار اطلاعات و تجارب خود بیفزاید.

طی ۵۰ سال گذشته، رایانه و انقلاب ارتباطی، روش انجام امور در بسیاری از سازمان ها را به نحو قابل توجهی تغییر داده است. به گفته ی چارلز جان شر^۱ (۲۰۰۰)، اکنون ما در جهانی بدون سیم زندگی می کنیم. ضرورت های ارتباطات علمی، تجاری و نظامی باعث شده اند، بسیاری از پیشرفت های ارتباط از راه دور ایجاد شوند. با تحولات رقوم، اکنون می توان داده ها و اطلاعات را (در قالب های متفاوت) به هر گوشه ی جهان ارسال کرد [دیگان، ۲۰۰۳].

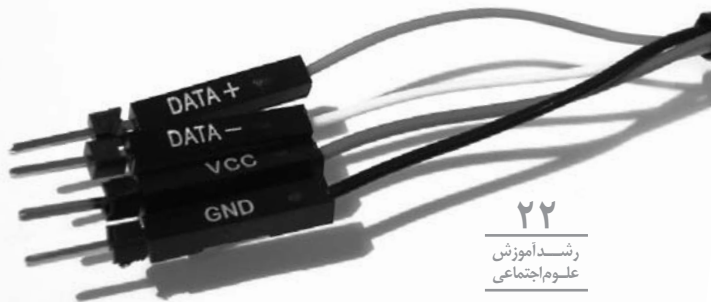
پیدایش و گسترش سریع و دور از ذهن فناوری های نوین اطلاعاتی - ارتباطاتی، باعث تغییر در چگونگی، چرایی، چیستی، مکان و زمان یادگیری شده و حتی فرد آموزش دهنده را نیز از تحول بی نصیب نگذاشته است [Abbot, 1994]. تحولات گسترده در عرصه ی فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی، بر یادگیری و آموزش نیز اثر گذاشته و نوع تازه ای از یادگیری، به نام «یادگیری الکترونیکی» را به وجود آورده است.

کوهن (۱۹۷۰) معتقد است که مدل پیشرفت علم، تحول از یک پارادیم و به پارادیم دیگر است و در هر حوزه ی فکری می توان پارادیمی را یافت. فناوری اطلاعات پارادیم جدیدی است که در هر حوزه ای کاربرد دارد و ضمن ایجاد پارادیم های دیگر، سبب تغییر چهره ی جهان ما شده و امکان آموزش متناسب با نیازهای عصر حاضر را فراهم آورده است. آموزش مجازی یا الکترونیکی را می توان به عنوان پارادیم جدیدی در حوزه ی آموزش و یادگیری در نظر گرفت؛ به گونه ای که این شیوه ی آموزش، امکان یادگیری را برای افراد، بدون توجه به محدودیت های زمانی و مکانی به صورت مادام العمر فراهم آورده است. از زمان پیدایش یادگیری الکترونیکی چندین دهه می گذرد. پخش برنامه های رادیویی و تلویزیونی که از دهه ی ۱۹۲۰ مرسوم بوده است، استفاده از فیلم های ویدئویی، میکروفیش، میکروفیلم و پروژکتور آورده، مقدمه ای برای پیدایش تحولات عظیم در عرصه ی یادگیری بوده اند. اما رشد گسترده ی یادگیری الکترونیکی، از زمان اختراع رایانه ها از دهه ی ۱۹۶۰ آغاز شد. مریبان، به قابلیت آموزشی رایانه ها پی بردند و از آن ها در جهت آموزش استفاده کردند. پیدایش لوح های فشرده که حاوی نرم افزارهای آموزشی متفاوت بودند و سرانجام، ظهور و گسترش روزافزون وب جهانگستر، یادگیری را از حالت سنتی به سوی پیشرفته به حرکت واداشت [Abermathy, 1998].

یادگیری الکترونیکی چیست؟

دانشمندان، تعاریف متعددی را در این مورد بیان داشته اند. **یوردان و وگن**^۲، یادگیری الکترونیکی را تحویل محتوای آموزشی از طریق رسانه های الکترونیکی مثل ماهواره ها، لوح های فشرده، اینترنت و «کسترانت»^۳ تعریف کرده اند. **موریسون**^۴، یادگیری الکترونیکی را استفاده از قابلیت های خاص اینترنت به منزله ی روشی برای آموزش افراد می داند. **بوچی، ویپند و واتسون**، یادگیری الکترونیکی را پیشبرد

به کارگیری تجهیزات فناورانه در امر یادگیری، نظیر وبلاگ ها، پادکست ها و مانند آن، می تواند در ارتقای امر آموزش در مدارس، فواید اقتصادی کاربرد فناوری نوین را در مدارس بیان کند و به تشریح این کاربردها پردازد



یادگیری با استفاده از فناوری دانسته‌اند که یادگیرنده در آن، با استفاده از فناوری‌های پیشرفته مثل همایش از راه دور، گروه‌های بحث، و آموزش از طریق وب، به دانش و اطلاعات دست پیدا می‌کند. برج^۵ اظهار می‌دارد که یادگیری الکترونیکی به‌دست آوردن دانش از طریق رسانه‌هاست. در مجموع از تعاریف فوق استنباط می‌شود که یادگیری الکترونیکی، عبارت است از فراهم‌آوردن دانش توزیع‌شده و استفاده از آن از طریق رسانه‌های الکترونیکی و مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، همانند ماهواره، تلویزیون، تلفن‌های تصویری، لوح‌های فشرده و شبکه‌های اینترنتی.

نقش وب ۲/۰ در آموزش

در نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۹۹۰ و نیز اوایل قرن ۲۱، وب کاربران را به سوی اطلاعات می‌کشاند، اما پیدایش وب ۲/۰ با ساختار جدید و دگرگون‌شده، باعث شد تا اطلاعات به سوی کاربران کشیده شود. چنین توانایی منحصر به فردی، حاصل ترکیب دو عنصر «محتوا» و «فناوری» بوده است که در قالب‌های گوناگونی چون دایره‌المعارف‌های الکترونیکی نظیر «ویکی‌پدیا»^۶، نرم‌افزارهای اشتراک تصویر مثل «فلیکر»^۷، «شبکه‌های اجتماعی»^۸ چون «اورکات»^۹، وبلاگ‌ها و غیره به دنیا عرضه شد. نسل جدید وب برای هیچ کاربری تبعیضی قائل نشده است و همه می‌توانند در انتشار و اشتراک اطلاعات و دانش خود با دیگران سهمیم باشند [Stock, 2007]. شاید به همین دلیل است که مجله‌ی معروف «تایمز»، فرد برگزیده‌ی سال ۲۰۰۶ را «شما» معرفی می‌کند. شما و هر کسی که وبلاگ می‌نویسد، در شبکه‌ی اجتماعی عضو می‌شود، فایل تصویری را در اینترنت بارگذاری می‌کند و به هر نوعی دیگر با مشارکت خود به ارزش شبکه‌ی اینترنت می‌افزاید، نقش مهمی ایفا می‌کند. اهمیت این نقش امروز چنان روشن شده است که شایستگی عنوان «فرد سال» را دارد [Times, 2006].

طی چند سال گذشته، پارادایم جدید از ارتباطات اینترنتی در قالب «رسانه‌ی اجتماعی»^{۱۰} پدید آمده که تعامل اطلاعاتی بین کاربر و مراکز اطلاع‌رسانی را تسهیل کرده است. رسانه‌ی اجتماعی بیان‌کننده‌ی فناوری‌ها و عملکردهای آنلاین کاربران در جهت تبادل و اشاعه‌ی اطلاعات است که در قالب‌های گوناگون متنی، صوتی، و تصویری به‌صورت متفاوتی چون وبلاگ و پادکست ارائه می‌شوند [Wikipedia, 2007].

وب ۲/۰، «وب خواندنی - نوشتنی»^{۱۱} که با تصور استغفنز^{۱۲} (۲۰۰۶) از مصادیق نوین نسل بعدی شبکه‌ی بزرگ جهانی است، به کاربران اجازه‌ی ایجاد، تغییر و انتشار محتوای دینامیک از هر نوع را می‌دهد، در صورتی که به‌نظر می‌رسد، دیگر ابزارهای وب ۲/۰ به جمع‌آوری و یکسان‌سازی این محتوا می‌پردازند. سبک‌ها و روش‌های متفاوتی در وب ۲/۰ عرضه شده‌اند که گروهی همانند وبلاگ‌ها، منشأ مشخصی ندارند، اما جهان اطلاعات را دگرگون ساخته‌اند.

وب ۲/۰ مکانی تعاملی برای فراگیرندگان است تا به ایجاد دانش بپردازند و ایده‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. اگر بپذیریم که ایجاد دانش، بخشی از آموزش است، می‌توان گفت که وب ۲/۰ ابزاری است که توانایی پاسخ‌گویی به این نیاز را دارد. در دنیای امروز، اغلب ابزارهای پیوسته به‌صورت رایگان در اختیار کاربران قرار دارند، به‌طوری که استادان، دانشجویان، و دانش‌آموزان می‌توانند از این امکانات در منزل، دانشگاه و مدرسه استفاده بکنند. شاید بتوان پادکست را در زمره‌ی چنین سبکی قرار داد که علاوه بر تأمین نیاز اطلاعاتی کاربران، به آن‌ها حق شرکت در انتشار اطلاعات را در دنیای کنونی خواهد داد، اما آیا می‌توان در آموزش از پادکست‌ها و سرویس پادکستینگ در کتابخانه‌ها بهره جست؟ آیا پادکست قابلیت‌های سایر ابزارها و رسانه‌های آموزشی را در تقویت سبک شنیداری در فرایند یادگیری دارد؟ با توجه به افزایش توجه کاربران به پادکست [AusTria, 2007]، پیش‌بینی می‌شود پادکست‌ها نیز به‌دلیل ویژگی‌هایی که در ادامه ذکر می‌شوند، هم‌چون وبلاگ‌ها با استقبال خاص کاربران روبه‌رو می‌شوند و مورد استفاده‌ی افشار مختلف جامعه، به‌خصوص متخصصان آموزش قرار گیرد.

در وب ۲/۰ اطلاعات به واحدهای کوچک‌تری از محتوا تقسیم می‌شود. این واحدهای کوچک‌تر به گونه‌ای سریع‌تر و ساده‌تر در اختیار کاربران گوناگون قرار می‌گیرند. در وب ۲، برای عرضه‌ی خدمات غالباً از نرم‌افزارهای اجتماعی استفاده می‌شود. نرم‌افزار اجتماعی، اساساً به طیفی از برنامه‌های نرم‌افزاری تحت وب اطلاق می‌شود. این برنامه‌ها به کاربران اجازه می‌دهند با سایر کاربران تعامل داشته باشند و اطلاعات خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند. ارتباطاتی که با واسطه‌ی رایانه برقرار می‌شوند، خیلی سریع جای خود را میان اعضای جامعه‌ی اطلاعاتی می‌گشایند. سایت‌هایی چون فلیکر، یوتیوب^{۱۳}، مای اسپیس^{۱۴}، آمازون و ای بی^{۱۵}، از این برنامه‌ها و نرم‌افزارها استفاده می‌کنند. به این نوع نرم‌افزارها، «نرم‌افزار مشارکتی» نیز گفته می‌شود. چون از طریق آن‌ها کاربران می‌توانند به اشتراک اطلاعات با یکدیگر بپردازند. فناوری‌های اجتماعی یا «محاوره‌ای»^{۱۶} در سازمان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ به‌خصوص سازمان‌هایی که خدمت‌محور و مشتری‌مدار هستند. کتابخانه‌ها به‌عنوان یکی از سازمان‌های مشتری‌مدار که در راستای مدیریت دانش گام برمی‌دارند، می‌توانند از این نرم‌افزارهای اجتماعی نهایت بهره را ببرند.

ابزارهایی که در قالب نرم‌افزارهای اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرند، ابزارهای ارتباطی و تعاملی هستند. این ابزارها امکان ارتباط گروهی از کاربران را فراهم می‌آورند. بنابراین امکان تعامل شنیداری، دیداری و نوشتاری از طریق این نرم‌افزارهای اجتماعی میان انواع گروه‌های کاربران وجود خواهد داشت. انواع نرم‌افزارهای اجتماعی قابل استفاده توسط کاربران عبارت‌اند از: «مسنجر» چه

وبلاگ‌ها به ارائه‌ی یک رسانه‌ی کامل در جهت سوادآموزی می‌پردازند. نویسندگان هم‌چنان که روی کاغذ می‌نویسند و می‌خوانند، باید به راحتی از رایانه‌ها و اینترنت هم استفاده کنند. زیرا وبلاگ‌ها به مهارت‌های فنی استثنایی نیاز ندارند، اما تا حدودی آگاهی از کاربرد زبان‌های برنامه‌نویسی در محیط وب به‌منظور سفارشی‌کردن وبلاگ، مورد نیاز است. وبلاگ‌ها به‌طور عادلانه برای تمامی گروه‌ها و هر دو جنس زن و مرد قابل استفاده هستند و هنوز رسانه‌ای را برای یادگیری زبان‌های برنامه‌نویسی فراهم می‌سازند.

وبلاگ‌ها، شیوه‌ای عالی برای ترکیب فناوری آموزشی و حکایت‌گویی درون کلاس و آن‌سوی دیوارهای مدرسه هستند. به‌دلیل این‌که قالب وبلاگ‌ها شبیه نگارش‌های روزانه‌ی شخصی است، که در آن فرد به ذکر ماجراها و رویدادهای زندگی شخصی و سرگذشت خود می‌پردازد، فضایی را برای خلاقیت و بیان شخصی فراهم می‌سازند. ایجاد پیوندها به سایر وبلاگ‌ها، همانند ارتباط میان هم‌تایان در دنیای غیرمجازی است. طراحی از پیش تعیین‌شده، درک مستقیم و یادگیری ساده‌ی استفاده از آن که نظام جالبی است، وبلاگ را به‌طور منصفانه برای بسیاری از گروه‌های سنی و هر دو جنس مذکر و مؤنث قابل استفاده ساخته است. معلمان نیز می‌توانند به راحتی برای تکمیل دروس خود از آن استفاده کنند.

به‌دلیل آن‌که وبلاگ‌ها در محیط اینترنت قابل دستیابی و استفاده هستند، وبلاگ‌نویسان می‌توانند در هر لحظه از زمان و هر مکان که یک ارتباط اینترنتی موجود و برقرار است، به وبلاگ‌های خود دسترسی داشته باشند. این فرصتی برای یادگیری مستمر، خارج از محیط کلاس است. وبلاگ‌ها، هم به‌صورت فردی و هم

از طریق سرویس «یاهو» و چه از طریق سرویس «گوگل»، گروه‌های بحث الکترونیکی، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها و ویک پدیا. از این ابزارهای نوین می‌توان در جهت مشارکت کاربران برای تبادل اطلاعات، به‌ویژه در حیطه‌ی آموزش در مدرسه‌ها سود جست. نرم‌افزارهای اجتماعی به حضور مجازی و ترویج چگونگی استفاده از خدمات، کمک می‌کنند.

بنابراین توجه به این نوع فناوری‌ها، در محیط‌های آموزشی به‌طور مستمر، توسط مدیران، سیاست‌گذاران، والدین و معلمان مقدم خواهد بود. این نوع آموزش از نظر اقتصادی بسیار مقرون به صرفه است؛ به گونه‌ای که هم معلمان و هم دانش‌آموزان می‌توانند در بهره‌گیری از آن، توجهات اقتصادی کلانی را داشته باشند. تحصیل با کمک فناوری‌های نوین، اشاره به شیوه‌هایی دارد که افراد در آن می‌توانند به سهولت، در یادگیری هر زبان طبیعی دیگر، فناوری را مورد استفاده قرار دهند. کاربردهای فناوری‌های آموزشی دوسویه دارند: آن‌ها می‌توانند هم سوادی را که به صورتی سنتی افراد را به یادگیری تشویق می‌کند، ترقی ببخشند و هم به پیشبرد تحصیل دیجیتال موردنیاز در عصر پردازند. در بخش بعدی، دو فناوری عمده‌ی قابل استفاده در آموزش و پرورش یعنی «وبلاگ‌ها»^{۱۷} و «پادکست‌ها»^{۱۸}، مورد بحث قرار خواهند گرفت.

کاربرد وبلاگ‌ها در کلاس

در گذشته، ابزار سنتی آموزش، تنها به حضور در کلاس و استفاده از برخی وسایل کمک‌آموزشی محدود بود. اما در سال‌های اخیر، به مقوله‌ی استفاده از فناوری‌های نوین در آموزش توجه بسیاری شده است.



عکاس: طیبه رحیمی

به صورت مشارکتی موجود هستند و به انتشار مطالب می پردازند. وبلاگ مکانی است که پدیدآورنده می تواند در آن به انتشار شخصی عقاید و نیز مطالب خود بپردازد و آن را در سطح عالی توسعه دهد. در کلاس، دانش آموزان می توانند در محیطی مشترک، یک فضای شخصی نیز برای خواندن و نوشتن در اختیار داشته باشند، عقاید خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و به سؤال و جواب با سایرین بپردازند. به این ترتیب، پیوستگی اجتماعی گسترش پیدا می کند.

دانش آموزان می توانند احساسات و ادراکات خود را درباره هر موضوعی بیان کنند. مثلاً یک کلاس علمی، می تواند به گسترش تبادل دروس آموخته شده پس از یک تجربه علمی، کمک کند. بحث درباره مفاهیم بنیادین در ریاضیات می تواند به دانش آموزان کمک کند، منطق را ورای فرمول ها درک کنند. ماجراهای غیرداستانی می توانند به دانش آموزان کمک کنند، خودشان را در موقعیت یک برش خاص از تاریخ یا زمینه های انسانی قرار دهند. یک وبلاگ جهانی می تواند به طور صادقانه، دانش آموزان را با فرهنگ و سیاست بین المللی آشنا کند. به طور خلاصه، هر رشته ای دانشگاهی می تواند از وبلاگ ها برای رهیافت یک سبک از فرایادگیری استفاده کند که در آن، مفاهیم یا قرائن به تفصیل، هم به صورت فردی و هم به شکل گروهی، مورد بحث قرار می گیرند و بین افراد مبادله می شوند و اندیشه ها درباره محتوای آموزشی پیشین به وجود می آیند.

وبلاگ ها فرصت عالی را برای مربیان به منظور پیشرفت سواد از طریق حکایت گویی و گفتنمان فراهم می آورند. حکایت گویی و سواد، بنیاد توسعه ای زبان و بیش از آن، بنیاد یادگیری هستند. نقل ماجراها از کودکی تا بزرگسالی اهمیت خود را حفظ می کند، زیرا ماجراها به افراد امکان می دهد، تجربیات و احساسات خود را به شیوه ای جالب و سرگرم کننده بیان کنند و این کار به آن ها کمک می کند، جهان پیرامون خود را درک کنند و روابط متقابل با همتایان خود را توسعه دهند و تقویت نمایند. از این گذشته، حکایت گویی، موجب ارتقای سواد شفاهی به عنوان یکی از مهم ترین جنبه های آموزش می شود. ویژگی های وبلاگ هم چون فضای شخصی که به وجود می آورند و برقراری پیوند میان یک جامعه پیوسته، زمینه ای ارتباطی عالی رایانه مداری را برای تعاملات مشارکتی در قالب حکایت گویی و گفتنمان به وجود می آورد. سهولت استفاده و دسترسی از هر مکان و در هر لحظه از زمان به وبلاگ ها، آن ها را به ابزاری عالی برای مربیان تبدیل کرده است. استفاده و درک آن، هم برای وبلاگ نویسان و هم برای معلمان که بخواهند وبلاگ ها را برای تکمیل تدریس به دانش آموزان به کار ببرند، ساده است.

وبلاگ محیطی را فراهم می کند که در آن یادگیری، به کلاس محدود نمی شود و پدیدآورندگان می توانند در صورتی که ارتباط اینترنتی برقرار باشد، به وبلاگ های خود دسترسی داشته باشند.

بسیاری از پژوهشگران انتظار دارند که حیطه ای فعالیت وبلاگ ها گسترش پیدا کند. اهمیت مطالعه روی وبلاگ ها را در کنار زمینه های ارتباطی رایانه مدار، به خصوص توجه به شیوه هایی که در آن ها کودکان و نوجوانان از اینترنت استفاده می کنند، و شیوه هایی که مدیران مدرسه، سیاست گذاران و مربیان برای ترقی یادگیری می توانند مورد استفاده قرار دهند، نمایان می سازد. درک شباهت ها و اختلاف ها میان گروه های جنسی، قومی و سنی به توسعه ای بیش تر رویکردهای شخصی برای تکمیل دروس در کلاس و افزایش قابلیت کاربرد وبلاگ ها در محیط های آموزشی کمک خواهد کرد.

کاربرد پادکست ها در کلاس

استفاده از رسانه های صوتی در امر آموزش، پدیده ای جدیدی نیست. **دابریج (۱۹۸۴)** دریافت که استفاده از رسانه های صوتی تأثیر بسزایی در آموزش دارد و درک فراگیرنده را در این امر افزایش می دهد. **وودز و کلر (۲۰۰۱)** در تحقیق خود بیان داشتند که تجربه ای استفاده از پست الکترونیکی صوتی، توانست رضایت مندی فراگیرندگان را در آموزش افزایش دهد. **لی و چان (۲۰۰۵)** پس از پژوهشی اعلام داشتند که استفاده از فایل های صوتی - آموزشی، اضطراب فراگیرندگان را برای حضور فیزیکی در کلاس به میزان قابل توجهی کاهش می دهد. **چینری (۲۰۰۶)** استدلال می کند، زمانی که در امر یادگیری از رسانه های صوتی استفاده شود، دانشجویان دیگر کشورها قادر خواهند بود بر زبان کشوری که در آن مشغول تحصیل هستند، بیش تر تمرکز داشته باشند و مطالب را بهتر درک کنند.

پادکست می تواند از یادگیری پیوسته حمایت، و سبک شنیداری را در فراگیرندگان تقویت کند و با دیگر فعالیت های یادگیری الکترونیکی ترکیب شود. از طریق آن می توان طیف گسترده ای از دانش آموزان را برای یادگیری، به خصوص برای یادگیری مبتنی بر عمل، تحت پوشش قرار داد. برای مثال، نحوه ای استفاده از یک نرم افزار، دستگاه یا پایگاه خاص می تواند در قالب پادکست توضیح داده شود و دانش آموزان از آن به عنوان «دست نامه ای کار خود» استفاده کنند. یعنی حتماً لازم نیست که مطالب به صورت رسمی در آن

ویژگی های وبلاگ هم چون فضای شخصی که به وجود می آورند و برقراری پیوند میان یک جامعه پیوسته، زمینه ای ارتباطی عالی رایانه مداری را برای تعاملات مشارکتی در قالب حکایت گویی و گفتنمان به وجود می آورد

قابلیت آی‌پاد برای دانشجویان غیربومی دانشگاه بسیار مناسب است و به این طریق ایشان می‌توانند تمرکز بیش‌تری بر مطالب ارائه شده در کلاس‌ها داشته باشند.

کتاب‌دار متخصص رسانه در کتاب‌خانه‌ای در «هامپتون»، برای عرضه‌ی کتاب‌های صوتی به دانشجویان این دانشگاه از پادکست‌ها استفاده کرده است. در این کتاب‌خانه کتاب‌های ضبط‌شده به دانشجویانی که می‌خواهند هم‌زمان هنگام مطالعه، به شنیدن فایل صوتی کتاب بپردازند، عرضه می‌شوند. دانشجویانی که سر کلاس آن‌قدر توانایی ذهنی ندارند که خود را با سخنان استاد همراه کنند، می‌توانند از پادکست برای شنیدن مجدد مباحث کلاس بهره بگیرند [Stephens, 2005].

سخن آخر

به‌کارگیری فناوری‌های نوین در بخش‌های آموزشی، سودهای هنگفتی را از محل افزایش بهره‌وری نصیب این بخش‌ها خواهد کرد. به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری در چنین بخش‌هایی، جزئی از خدمات محسوب خواهند شد. با به‌کارگیری شیوه‌های نوین آموزش و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌توان چهره‌ی کلیشه‌ای از مدرسه و معلم را در هم شکست و چهره‌ای ماندگار و خدمت‌مدارتر را به جامعه عرضه داشت. مدیران مدارس باید به این باور رسیده باشند که برای موفقیت در عرصه‌ی خدمت‌رسانی به کاربران خود، باید به‌صورت راهبردی برنامه‌ریزی کنند. زیرا در دنیای امروز، اطلاعات به‌عنوان عنصری از تجارت مطرح می‌شود.

نخستین نکته‌ی بارز در یادگیری در عصر جدید، تغییر در محیط فیزیکی یادگیری است. به‌کارگیری ابزارهای فناورانه، موجبات تغییر در محیط کلاسی و نقش معلم را فراهم می‌آورد. به این ترتیب،

مطرح شوند. از پادکست‌ها می‌توان در امر یادگیری زبان به‌ویژه زبان دوم بهره گرفت و فراگیرنده را از حیث مکالمه، درک مطلب، و تلفظ صحیح کلمات اغنا کرده و مصاحبه‌ها، گزارش‌های سفر، گفت‌وگوها، سخن‌رانی‌ها، معرفی منابع تازه و مکالمات را نیز می‌توان به‌عنوان محتوای پادکست‌ها در اختیار دانشجویان قرار داد. به‌نظر می‌رسد که با ایجاد پادکست‌های ویژه توسط دانش‌آموزان، مهارت‌های یادگیری و نیز فعالیت‌های مشارکتی آنان تقویت می‌شود، زیرا در این راه به‌صورت فراگیرنده‌ی مطلق عمل نمی‌کنند، بلکه نظرات و یافته‌های خود را نیز با ایجاد این پادکست‌ها بیان می‌دارند و نوعی یادگیری تعاملی و مشارکتی در این راه شکل می‌گیرد.

دانش‌آموزی که به هر دلیل نتوانسته است سر کلاس‌های خود حاضر شود تا از مطالب گفته شده در کلاس استفاده کند، به جای استفاده از جزوات دست‌نویس کلاس، به راحتی می‌تواند از طریق شنیدن پادکست‌های تهیه شده توسط کتاب‌خانه، به محتوای جزوات دست‌یابد و به این طریق خود را با جریان کلاس همراه سازد. دانش‌آموزان با شنیدن مکرر پادکست‌های موردنظر خود، دارای قدرت درک بالا خواهند شد و بهتر می‌توانند بر موضوع تمرکز داشته باشند. ضمن این‌که مخاطبان بیش‌تری نیز قادر خواهند بود از مطالب موجود در پادکست بهره ببرند.

اساسی‌ترین مزیت پادکست در امر آموزش، سهولت شنیدن منابع آموزشی در هر زمان و هر مکان بدون نیاز به داشتن دانش فنی گسترده است. لیکن در زمینه‌ی استفاده از پادکست‌ها در امر آموزش مسائلی وجود دارد که باید آن‌ها را مورد توجه قرار داد. پادکست‌ها به‌عنوان مواد آموزشی، باید قابل جست‌وجو، قابل استفاده‌ی مجدد و دست‌رس‌پذیر باشند. آن‌ها باید با نیازهای آموزشی فراگیرندگان و اهداف آموزشی هم‌خوانی داشته باشند. پادکست‌ها باید طوری طراحی شوند که در نظام‌های مدیریت محتوا بتوان آن‌ها را تحت دروس و رشته‌های مختلف گنجانند؛ به گونه‌ای که به «خودآموزی» نیز به‌طور مؤثر کمک کند. قیمت پایین و پیشرفته بودن ابزارهای استفاده از پادکست‌ها، کاربرد آن‌ها را به سمت یادگیری بیش‌تر سوق داده است. [Chan & Lee, 2005].

کتاب‌خانه‌ی مجازی «دانشگاه گواتمالا»، سخن‌رانی‌ها، مواد درسی و فیلم‌های مستند را به‌صورت پیوسته از طریق وب‌سایت کتاب‌خانه در اختیار کاربران و فراگیرندگان قرار می‌دهد. فراگیرندگان می‌توانند منابع موردنیازشان را روی «آی‌پاد»ی خود ذخیره و در هر زمان و هر مکان از مطالب آن استفاده کنند. برخی کتاب‌خانه‌ها از آی‌پاد برای گسترش و بهبود دسترسی به خدمات کتاب‌خانه‌ای استفاده می‌کنند. آی‌پاد به‌تدریج جای‌گزین نوارهای کاست شده است و کاربران می‌توانند از آن برای شنیدن فایل‌های صوتی موردنظر، همانند مطالب مذهبی، سخن‌رانی‌های کلاسی، کتاب‌های گویا که به‌خصوص برای نابینایان کاربردی هستند، استفاده کنند. این

یادگیری الکترونیکی،

عبارت است از

فراهم آوردن دانش

توزیع شده و استفاده از

آن از طریق رسانه‌های

الکترونیکی و مبتنی بر

فناوری‌های اطلاعاتی و

ارتباطی، همانند ماهواره،

تلویزیون، تلفن‌های

تصویری، لوح‌های فشرده و

شبکه‌های اینترنتی



منابع

۱. دیگان، ماریلین؛ تانر، سیمون. ۲۰۰۳. آینده دیجیتال کتابخانه‌ها (راهبردهایی برای عصر اطلاعات). ترجمه‌ی عباس گیلوری. ۱۳۸۲. تهران: دبیرش.
۲. محسنی، منوچهر. جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی. تهران: دیدار، ۱۳۸۰.
۳. هیلگارد، ارنست؛ باور، گوردن. نظریه‌های یادگیری. ترجمه محمدنقی براهنی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی. ۱۳۷۱.
4. Abbot, J. Learning makes sense: recreation education for a changing future. Letchworth: Education. 1994.
5. Abernathy, D. J. "The WWW of distance learning: Who does what and where?". Training and Development, Vol. 52, No. 9: 291998, 30-.
6. Austria, Joy L. Developing Evaluation Criteria for Podcasts. Libri, vol. 57, pp. 1792007, 207-.
7. Berge, Z. L. "Barriers to online teaching in post-secondary institution: Can policy changes fix it? The online of distance learning administration. [on-line]. Available: <http://www.Westga.edu/distance/jssummer12.html>. 2007.
8. j. Cassell, 2004. "Towards a Model of Technology and Literacy Development: Story Listening Systems," Journal of Applied Developmental Psychology, volume 25, 75105-.
9. Carver, C.A., Jr. R.A. Howard, R.A., and W.D. Lane. Enhancing student learning through hypermedia courseware and incorporation of student learning styles. IEEE Transactions on Education, 42(1): 331999, 38-.
10. Cebeci, Zeynel & Mehmet Tekdal. Using Podcasts as Audio Learning Objects. Interdisciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects. Volume 2. 2006
11. CHANA, & LEE, M.J.W. An MP3 a day keeps the worries away: Exploring the use of podcasting to address preconceptions and alleviate pre-class anxiety amongst undergraduate information technology students. In D.H.R. Spennemann & L. Burr (eds) Good Practice in Practice: Proceedings of the Student Experience Conference (pp. 5870-). Wagga Wagga, NSW, September 52005, 7-.
12. CHINNER, G. M. Emerging technologies - Going to the MALL: Mobile Assisted Language Learning Language Learning and Technology, 10, 1, pp. 92006, 16-.
13. DURBRIDGE, N. Media in course design, No. 9, audio cassettes. The Role of Technology in Distance Education. Kent, UK: Croom Helm. 1984
14. Kuhn, T. S. The structure of scientific revolutions (2nd ed.), Chicago, IL: The University of Chicago Press. 1970.
15. EDUCAUSE. The Horizon Report, 2006 Edition. Austin, Tx: The Nes Media Consortium and Boulder, Co: Educause Learning Initiative. 2006. Available: http://www.nmc.org/pdf/2006_Horizon_Report.pdf. [accessed 10 Dec 2007].
16. Edirisingha, P and Salmon, G. Pedagogical Models For Podcasts in Higher Education. Proceedings of European Distance and E-Learning Conference, 3th-6th June 2007, Naples, Italy.
17. Edirisingha, Palitha. The 'Double Life' of an i-Pod - a case study of the educational potential of new technologies, presented at Online Educa 2006, Berlin, 29th November to 1st December 2006. [on-line]. Available: <https://lra.le.ac.uk/handle/2381406/>
18. "Information Economics". Wikipedia Free Encyclopedia: <http://www.wikipedia.org/>
19. Morrison, J.L. E-learning & educational transmission: An interview with Greg Preist in Technology Source. Available: <http://horizon.unc.edu/bios/morrison/papers/3.html>. [30 Nov. 2007].
20. Neuman, D. "Learning and digital library". Library Trends 45(4):687.708-1997.
21. Podcasting in Education. An exploration of the medium and its educational applications. 2007. [on-line]. Available: http://thetrc.org/Podcast_ed/Presentation.ppt [14 Dec 2007].
22. Stephens, M. The digitally re-shifted school library: A conversation with Christopher Harris. ALA TechSourceblog, archived at <http://www.techsourceala.org/blog/200602/the-digitally-re-shifted-school-library-a-conversation-with-christopher-harris.htm>. 2006 1386 (آخرین بازدید خرداد ۱۳۸۶)
23. Stock, Wolfgang G. Folksonomies and science communication: A mash-up of professional science databases and Web 2.0 services. information Services & Use. 2007. 27. pp 27103-
24. Stutzman, Krista. The effects of digital audio files and online discussions on student proficiency in a foreign language M.S., Iowa State University: 2007.
25. Urdan, T.; Weggen, C. Corporate e-learning: Exploring a new frontier. 2000. [on-line]. Available: <http://www.wrhambrecht.com/research/coverage/elearning/ir-explore.html>. [20 Nov. 2007].
26. Wikipedia. Podcasting. [on-line]. Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/Podcast> [20 Dec. 2007].
27. WOODS, R., & KEELER, J. The Effect of Instructor's Use of Audio E-mail Messages on Student Participation in and Perceptions of Online Learning: a preliminary case study, Open Learning, 16, 3, pp. 2632001, 278-

محدودیت زمانی از بین می‌رود و مفهوم کلاس گسترش می‌یابد. در جامعه‌ی اطلاعاتی امروز، باید موجب جدید تغییرات در محیط‌های آموزشی و شیوه‌های یادگیری را پذیرا بود. هنگامی که یادگیری به صورت غیررسمی صورت گیرد، رویکردهای خلاقانه‌ی پیش‌تری به وجود می‌آیند. یادگیری الکترونیکی به افراد می‌آموزد که به صورت مستقل به تفکر و تجربه کردن بپردازند و براساس نیازها و علائق خود پیش بروند و بیاموزند. در این میان، کتابخانه‌ها با فراهم‌آوری امکان دسترسی فراگیرندگان به منابع آموزشی، موجبات پیشرفت دانش آن‌ها را فراهم می‌سازند. وجود همکاری و هم‌فکری میان مربیان، طراحان آموزشی و کتابداران، سبب رسوخ یادگیری الکترونیکی در میان اعضای جامعه‌ی اطلاعاتی می‌شود. به این ترتیب و در کنار این مزایا، مدارس می‌توانند با بهره‌گیری از این فناوری‌ها، هرچه بهتر در راه صرفه‌جویی هزینه‌ها و تحقق اصلاح الگوی مصرف، گام‌های بلند و مؤثر بردارند.

پی‌نوشت

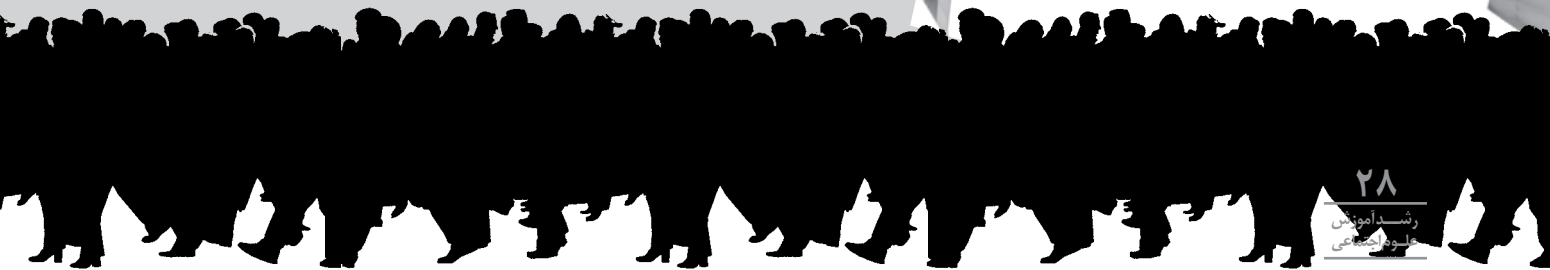
1. Charles Jonscher
2. Urdan & Weggen
3. Extranet
4. Morrison
5. Berge
6. Wikipedia
7. Flickr
8. Social Software
9. Orkut
10. Social Media
11. Read / Write Web
12. Stephens
13. YouTube
14. MySpace
15. E-bay
16. Conversational
17. Weblogs
18. PodCasts

اقتصاد اطلاعاتی - یعنی
اقتصاد اطلاعات محور،
اقتصاد دانش محور، اقتصاد
دیجیتال و یا اقتصاد
اینترنت - را می‌توان
اولین معیار و وسیله‌ای
برای پیشرفت اقتصادی که
ناشی از تحولات اجتماعی
و اقتصادی از سال ۱۹۶۰
تاکنون است، به حساب
آورد

تأثيرات متقابل فرهنگ و اقتصاد در جامعه

آزاد احمدی
کارشناس ارشد علوم اقتصادی

عکاس: طيبه رحيمي



مقدمه

برای این که بتوانیم در زمینه‌های متفاوت در جامعه به موفقیت نائل شویم، نیازمند بسترسازی مناسب هستیم. یکی از بسترهای مهم و تأثیرگذار در موفقیت سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و... ارتباط متقابل و هماهنگ اقتصاد و فرهنگ است. در واقع، برای هر گونه توسعه‌ای نیازمند یک فرهنگ عمومی هستیم که از سیاست‌ها حمایت کند. زیرا با وجود ضعف مبانی فرهنگی در جامعه و عدم درک درست مسائل تأثیرگذار بر آن جامعه، نمی‌توان انتظار موفقیت در سایر زمینه‌های موجود در جامعه را داشت. به عبارت دیگر، فرهنگ و سایر مسائل جامعه با هم در ارتباط متقابل هستند و بر هم اثر می‌گذارند.

از جمله مسائل مهم در جوامع، مسائل اقتصادی هستند. اقتصاد و فرهنگ در یک جامعه همواره در کنش متقابل اند و می‌توانند یکدیگر را تحت تأثیر قرار دهند. فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی می‌توانند مایه‌ی موفقیت سیاست‌های اقتصادی در جوامع شوند و یا این که زمینه‌ی موفقیت این سیاست‌ها را فراهم نکنند. بنابراین، به‌منظور موفقیت سیاست‌های اقتصادی و یا هر سیاست دیگری در کشور، لازم است به تقویت و توسعه‌ی مسائل فرهنگی دست زد. هم‌چنین، نباید در رابطه با فرایند مدیریت فرهنگی، از برنامه‌ریزی دقیق و نیازهای جامعه غافل شد، بلکه باید تصمیمات خاص را با شناخت دقیق آن‌ها گرفت. [www.mojnews.com]

در واقع لازم است به‌وسیله‌ی تقویت مبانی فرهنگی جامعه توسط پژوهشگران و دست‌اندرکاران امور فرهنگی، از جمله نظام آموزشی، به موفقیت سیاست‌های اقتصادی در کشور کمک کرد. مسائلی هم‌چون نحوه‌ی مصرف توسط شهروندان، میزان مصرف، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری خصوصی و... نیازمند توسعه‌ی بخش فرهنگی کشور است تا به این وسیله، زمینه‌ی موفقیت آن‌ها فراهم آید. در حال

حاضر، با توجه به عدم رشد دانش عمومی اقتصاد در ایران متناسب با سایر بخش‌های دیگر، لازم است که پژوهشگران فراتر از بحث‌های آکادمیک و پژوهشی، این مفاهیم و آموزه‌ها را در سطح عمومی‌تری معرفی کنند. چون اگر ابعاد فرهنگی در بررسی این موضوع فراموش شوند، با نقص بزرگی روبه‌رو خواهیم بود [www.mefa.ir].

در واقع باید گفت که در جامعه، حفظ فرهنگ دشوارتر از به‌دست آوردن آن است. در جوامع امروزی، فرهنگ عامل اصلی در تحلیل‌های جامعه‌شناختی محسوب می‌شود و نقش و کارکرد آن نسبت به گذشته بیش‌تر شده است. به همراه آن، ضرورت هماهنگی و هم‌سویی صاحب‌نظران و کارشناسان و برنامه‌ریزان هر کشور با نیازهای فرهنگی جامعه نیز بیش‌تر احساس می‌شود. جامعه‌ی پویا در برخورد با پرسش‌های نوین فرهنگی، جواب‌های قانع‌کننده‌ای دارد، چرا که در تقابل با این تحرک، جامعه پویایی خود را از دست می‌دهد. شرط لازم برای تحقق چنین مطلوبی آن است که در هر کشور زمامداران بتوانند به منظور همراهی با جریان عظیم و اصیل فرهنگ در جامعه و نیز پاسخ به نیازهای تازه‌ی فرهنگی، به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی پردازند و محورهای لازم را برای این حرکت تشخیص دهند و تعیین کنند [www.iranpress.ir].

مقاله‌ی حاضر رابطه‌ی میان سیاست‌های فرهنگی و اقتصادی را در جامعه بررسی می‌کند. در ادامه به بررسی و توضیح اصول سیاست‌های فرهنگی در کشور پرداخته می‌شود و سپس نقشی که این سیاست‌ها در عرصه‌ی اقتصادی به عهده خواهند داشت، مورد بررسی قرار می‌گیرد تا در نهایت به یک هدف اصلی دست یافت که عبارت است از توجه و اهمیت دادن به تقویت فرهنگ عمومی جامعه در جهت ارتقای وضعیت اقتصادی کشور، جلوگیری از هدر رفتن بیهوده‌ی منابع اقتصادی موجود و سعی در حفظ و نگاه‌داشت آن‌ها برای رسیدن به توسعه‌ای متعادل و هماهنگ.

الف) اصول سیاست فرهنگی کشور

از گذشته‌های دور تاکنون، تمام کشورها برای حفظ برخی از ارزش‌های حیاتی خود و کسب ارزش‌های فرهنگ ملل دیگر، مجموعه‌ای از تصمیمات کلان را اخذ می‌کنند و این بدین معناست که ملل گذشته برای خود «سیاست‌های فرهنگی» ضمنی یا صریح داشته‌اند. اکنون نیز سیاست فرهنگی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: مجموعه‌ی تصمیمات کلان و چارچوب‌های قانونی خاصی که حکومت‌ها برای حفظ و استقرار شرایط فرهنگی - اجتماعی مطلوب و مناسب برای پیشبرد اهداف فرهنگی خود در جامعه اتخاذ می‌کنند. به عبارت دیگر، سیاست‌های فرهنگی، مایل به حفظ وضعیت فعلی جامعه (ایستایی نه تغییر و پویایی) هستند. لازم به ذکر است که سیاست‌های فرهنگی پیشرفته و نوین، ناظر بر «پویایی نظام‌مند» جامعه‌اند، اما این خود بیانگر تغییرات ضمنی و کند است نه تغییرات بنیادین، پرشتاب و هدفمند [توکل، ۱۳۸۸، www.rasekhoon.net].

قبل از هر چیز لازم است به این مسئله توجه شود که سیاست‌های فرهنگی می‌توانند نقش در خور توجهی در اعتلای فرهنگ جامعه در جهت توسعه‌ی اقتصادی به‌عهده داشته باشند. اگرچه امروزه توسعه‌ی فرهنگی نیز به‌عنوان بخشی از توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی هر کشور مطرح است و صرفاً نمی‌توان بر توسعه‌ی اقتصادی تأکید کرد و سایر جنبه‌های توسعه را نادیده گرفت. بر این اساس، توسعه‌ی فرهنگی کشور نیز باید مورد توجه قرار گیرد. در این راستا، نهادهای گوناگون، مانند مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های عمومی می‌توانند نقش در خور توجهی برعهده داشته باشند.

اصول سیاست فرهنگی کشور که راهنمای مسئولان، مدیران، برنامه‌ریزان و کارگزاران فعالیت‌های فرهنگی خواهد بود، بدین شرح است:

۱. بازشناسی و ارزیابی موارث و سنن تاریخی و ملی در عرصه‌های متفاوت دینی، علمی، ادبی، هنری و فرهنگ عمومی، نگاهبانی از موارث اسلامی و ملی، و حفظ و احیای دستاوردهای مثبت و ارزشمند تمدن اسلام در ایران.

۲. شناخت جامع فرهنگ و مدنیت اسلام و ایران، ترویج اخلاق و معارف اسلامی و معرفی شخصیت‌ها و عظمت‌های تاریخ اسلام و ایران.

۳. ارتباط فعال با کشورها و ملت‌ها و تحکیم پیوند مودت و تقویت هم‌بستگی با مسلمانان و ملل دیگر جهان.

۴. شناخت فرهنگ و تجربه‌های بشری و استفاده از دستاوردهای علمی و فرهنگی جهانی، با بهره‌گیری از تمامی روش‌ها و ابزارهای مفید و مناسب.

۵. تحکیم وحدت ملی و دینی با توجه به ویژگی‌های قومی و مذهبی، و تلاش در جهت حذف موانع وحدت.

۶. تلاش مستمر در جهت رشد علمی، فرهنگی و فنی جامعه و فراگیر شدن امر سواد و تعلیم و تربیت.

۷. بسط زمینه‌های لازم برای شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها و حمایت از ابتکارات و ابداعات.

۸. پاسداری از حریت و امنیت انسان در عرصه‌های گوناگون فرهنگی، سیاسی، قضایی و اقتصادی.

۹. فراهم ساختن شرایط و امکانات کافی برای مطالعه و تحقیق، و بهره‌گیری از نتایج آن در همه‌ی زمینه‌ها.

۱۰. تقویت تفکر و تعقل و قدرت نقادی و انتخاب در عرصه‌ی تلاقی و تعارض افکار.

۱۱. مقابله با خرافات و موهومات، جمود و تاجر فکری، مقدس مآبی، ظاهرگرایی و مقابله با افراط در تجدطلبی، و خودباختگی در برابر بیگانگان تحت شعار واقع‌گرایی.

۱۲. ترویج روحیه‌ی قیام به قسط و عدالت اجتماعی.

۱۳. ارزش دادن به کار و اهمیت بخشیدن به تلاش و کوشش در جهت استقلال و خودتکایی، در عین التزام به کفاف و قناعت، و مبارزه با روحیه‌ی اشراف، اسراف و تبذیر.

۱۴. پرورش روح و جسم با اهتمام همه‌جانبه به امر ورزش و تربیت‌بدنی به‌عنوان یک ضرورت مهم اجتماعی.

۱۵. تقویت، احیا و معرفی هنر اصیل و سازنده در تمامی عرصه‌ها و زمینه‌های سازگار با روح تعالیم اسلامی.

۱۶. اهتمام و اقدام همه‌جانبه به‌منظور شناخت نیروها، نیازها و مقتضیات جسمی و روحی نسل جوان کشور، فراهم آوردن زمینه‌های مناسب و مساعد برای تکامل و تعالی شخصیت علمی و عقیدتی جوانان، و مسئولیت‌پذیری، حضور مستقیم و مشارکت هرچه بیش‌تر آنان در عرصه‌های گوناگون حیات فردی و اجتماعی.

۱۷. تقویت شخصیت و جایگاه واقعی زن مسلمان به‌عنوان مادر و ترویج فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای ایفای نقش و رسالت اساسی او به‌عنوان «مربی نسل آینده»، اهتمام به مشارکت فعال زنان در امور اجتماعی، فرهنگی، هنری و سیاسی، و مبارزه با بینش‌ها و اعتقادات نادرست در این زمینه.

۱۸. گسترش زمینه‌ی مشارکت و مباشرت مردم در امور فرهنگی، هنری و علمی و همچنین حمایت از فعالیت‌ها و اقدامات غیردولتی به‌منظور همگانی شدن فرهنگ و توسعه‌ی امور فرهنگی با نظارت دولت.

۱۹. اتخاذ سیاست‌های ایجابی و مثبت در امور فرهنگی، هنری و اجتماعی، ایجاد مصونیت برای افراد و جامعه، اهتمام به جاذبه، رحمت، جامع‌نگری، دوراندیشی، و شور و مشورت، و پرهیز از خشونت، شتاب‌زدگی، یکسونگری و استبداد رأی.

۲۰. آموزش، تشویق و تقویت روح اجتماعی و مقدم داشتن مصالح جمعی بر منابع فردی، احترام گذاشتن به قانون و نظم عمومی به‌عنوان یک عادت و سنت اجتماعی، و پیش‌قدم بودن دولت در دفاع از حرمت قانون و حقوق اشخاص.

۲۱. تلاش برای شناخت و معرفی ارکان هویت اصیل دینی و ملی به‌منظور گسترش این هویت و هم‌چنین به‌منظور استحکام و استمرار استقلال فرهنگی.

۲۲. گسترش روحیه نقد و انتقادپذیری، حمایت از حقوق فردی و اجتماعی برای دعوت به خیر و همگانی‌شدن امر به معروف و نهی از منکر بر مبنای حکمت، موعظه‌ی حسنه، ارجاع به آن‌چه احسن است. ۲۳. توسعه و اعتلای تبلیغات فرهنگی و هنری به نحو مناسب، به‌منظور ترویج و تحکیم فضایل اخلاقی.

۲۴. توجه به فرهنگ و هنر روستا به منظور بالا بردن سطح فرهنگی مردم روستاها و هم‌چنین تقویت خلاقیت‌های اصیل و با ارزش روستایی و عشایری [www.iranpress.ir].

با توجه به اصول فوق مشاهده می‌شود، بخشی از این اصول به مسائل اقتصادی جامعه، از جمله ارزش کار و تشویق به انجام کارهای سازنده و جلوگیری از اسراف و تبذیر در جامعه مربوط می‌شود. اگرچه باید گفت که در این اصول نمی‌توان همه‌ی مسائل را در زمینه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشاهده کرد و در آن‌ها کم و کاستی مشاهده می‌شود، با وجود این، ارتباط بین مسائل فرهنگی و اقتصادی غیرقابل انکار است. در واقع سعی شده است، از طریق فرهنگ بر مسائل اقتصادی تأثیر گذاشته شود و به این وسیله، اقتصادی پویا پایه‌گذاری گردد؛ اقتصادی که نه فقط متکی به دولت باشد، بلکه بر دوش مردم نیز قرار داشته باشد و مردم خود را در توسعه‌ی اقتصادی کشور سهیم بدانند.

ب) سیاست اقتصادی

در هر جامعه، هم‌زمان با وجود سیاست فرهنگی، سیاست‌های اقتصادی نیز بخشی از سیستم اداری و اجرایی کشور را تشکیل می‌دهند. معمولاً سیاست‌های اقتصادی در قالب برنامه‌های مدونی که برای مدت زمان خاصی طراحی شده‌اند، تهیه می‌شوند. در ایران بخشی از برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی کشور در قالب برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و

کوتاه‌مدت، در مجموع برای کل کشور و به منظور دستیابی به توسعه‌ی اقتصادی طراحی می‌شوند. بخشی از سیاست‌های اقتصادی نیز توسط مسئولان اجرایی، سیاست‌مداران و تصمیم‌گیران برای کشور و طی سال اتخاذ می‌شوند. اما لازم است در این مورد به یک مسئله توجه داشت و آن ارتباط و کنش میان دو دسته سیاست‌های فرهنگی و اقتصادی است. در واقع به تجربه ثابت شده است، بدون توجه هم‌زمان به این دو بخش و سعی در توسعه‌ی فرهنگی کشور، نمی‌توان به توسعه‌ی اقتصادی دست یافت. به عبارت دیگر، لازم است سعی شود از طریق ارتقای فرهنگ عمومی جامعه در مسائل اقتصادی، مانند بهره‌برداری از منابع، طرز مصرف و... به پیشرفت سیاست‌های اقتصادی کمک بیش‌تری کرد. بر این اساس و در اثر ارتباط این دو حوزه، یعنی سیاست و فرهنگ، حوزه‌ای به نام «اقتصاد فرهنگ» شکل می‌گیرد.

ج) اقتصاد فرهنگ

در این‌جا براساس کنش متقابل اقتصاد و فرهنگ و اهمیت رابطه‌ی آن‌ها، به موضوعی با عنوان اقتصاد فرهنگ که منتج از رابطه‌ی سه پارامتر اساسی جوامع، یعنی اقتصاد، فرهنگ و سیاست است، می‌پردازیم. هر جامعه‌ای دارای سه بعد سیاست، فرهنگ و اقتصاد است که این بخش‌ها در ارتباطی متقابل باهم هستند. در ساختار جامعه، سیاست پایگاه هم‌بستگی تالیفات اجتماعی است؛ یعنی زمانی جامعه شکل می‌گیرد که میل و طلب اجتماعی حول یک محور جمع شود. وقتی تمایلات انسان‌ها حول یک محور جمع شود، آن‌گاه اولویت مرحله‌ای پیدایش جامعه حاصل می‌گردد. فرهنگ مرحله‌ای است که در آن، پذیرش نسبت به یک گرایش پیدا می‌شود. این پذیرش اجتماعی در سه سطح مطرح است:

۱. پذیرش مفاهیم ارزشی: برای مثال، جامعه‌ی اسلامی، عفت و جهاد را ارزش، و خلاف آن را ضد ارزش می‌داند.

۲. پذیرش مفاهیم نظری: به این معنا که جامعه نحوه‌ی خاصی از ادراکات نظری و فلسفی را قبول دارد.

۳. پذیرش مفاهیم کاربردی: برای مثال، پشتوانه‌ی صنعت در جامعه مجموعه‌ای از مفاهیم کاربردی است.

بنابراین، حوزه‌ی فرهنگ حوزه‌ی پذیرش است و مادامی که جامعه امری را نپذیرد، آن امر جزو فرهنگ محسوب نمی‌شود. بسیاری از مفاهیم، روابط اجتماعی و ابزارها وارد جامعه می‌شوند، ولی جریان پیدا نمی‌کنند. فرهنگ جایگاه تفاهم اجتماعی نیز به‌شمار می‌آید و به‌طور قطع، میزان تفاهم جامعه به پایگاه فلسفی و نظری آن بستگی دارد. پس فرهنگ بیانگر بنیان نظام فکری جامعه است

و اگر بخواهیم سطح فرهنگ جامعه‌ای را بدانیم، باید میزان تفاهم اجتماعی را در آن جامعه در نظر بگیریم. به این ترتیب، هویت نظام فکری آن جامعه هم نمایان می‌شود.

در حوزه‌ی اقتصاد نیز می‌توان برای سه سطح فرهنگ مثال‌هایی به این شکل زد: در حوزه‌ی ارزش، می‌توان «پرهیز از تجمل‌گرایی»، «روی نیاوردن به مصرف‌گرایی» و «کمک به هم‌نوعان» را نوعی الگوی ارزشی دانست. در حوزه‌ی مفاهیم نظری می‌توان به پذیرش ادراکات نظری، مانند «دقت در مصرف» و «تمایل نداشتن به اسراف و هدر دادن منابع» در جامعه اشاره کرد. در حوزه‌ی مفاهیم کاربردی نیز همان مثال اولی را می‌توان به کار برد.

اگر منطق جامعه منطق توسعه‌یافته‌ای نباشد، قطعاً سطح تفاهم در آن جامعه ضعیف است. منطق روشی است که انسان را برای تصرف در عینیت‌ها یاری می‌دهد. این عینیت‌ها می‌توانند مربوط به طبیعت باشند و یا ذهن انسان. امکان دارد فرهنگ به سرعت به ساختار اجتماعی جامعه تبدیل نشود. تا زمانی که فرهنگ به جامعه منتقل نشود، در حالت انزوا به سر خواهد برد و در این شرایط، افراد آن جامعه نیز انسان‌هایی منزوی خواهند بود. منزوی شدن فرهنگ در یک جامعه علل متفاوتی دارد، از جمله: توسعه‌نیافتن آن جامعه و یا عدم توسعه‌ی اعتقاد و فرهنگ در آن جامعه. البته ممکن است فرهنگ جامعه‌ای قوی و غنی باشد، اما ابزارهای منطقی برای انتقال آن به جامعه، طراحی نشده باشد.

ثمره‌ی حوزه‌ی فرهنگ، هم‌فکری اجتماعی است. پس فرهنگ می‌تواند نظام ارتباطات جامعه را توسعه دهد. حوزه‌ی سیاست هم‌جهت‌ها را معلوم می‌کند. از طرف دیگر، توسعه‌ی فرهنگی و آگاهی عمومی مردم در جامعه نسبت به مسائل اقتصادی و تنگناهای پیش‌رو برای رسیدن به توسعه، و نیاز به کمک مردم در این زمینه، می‌تواند نقش مؤثری در یاری رساندن مردم به دولت برای تسهیل در دستیابی به اهداف اقتصادی خود شود.

حوزه‌ی اقتصاد سومین بعد در ساختار جامعه است. در این حوزه، فرهنگ در قالب ابزارهای عینی خودنمایی می‌کند. حوزه‌ی اقتصاد دایره‌ی وسیعی است که با تمامی ابعاد جامعه ارتباط دارد. در واقع، کارآمدی جامعه و فناوری در حوزه‌ی اقتصاد معناپذیر می‌شود. البته این فناوری می‌تواند به حوزه‌ی سیاست، فرهنگ و اقتصاد هم مربوط باشد. بنابراین، اقتصاد پایگاه تعاون اجتماعی است و علاوه بر آن برابر با نظام تجربه‌های کاربردی انسان به حساب می‌آید.

بنابر آن چه گفته شد، اگر سه بُعد سیاست (در جهت همدلی جامعه)، فرهنگ (در جهت هم‌فکری جامعه) و اقتصاد (در جهت مشارکت افراد)

در جامعه تحقق پیدا کنند، جامعه به تکامل خواهد رسید. اما اگر جامعه نتواند تفکر خود را به کارآمدی برساند، نمی‌تواند به آرمان‌هایش عینیت ببخشد. پس حوزه‌های سه‌گانه‌ی موجود در جامعه، بدون هماهنگی و ارتباط باهم نمی‌توانند در توسعه‌ی همه‌جانبه موفق باشند. در بینش الهی، خاستگاه اقتصاد توسعه‌ی اخلاق است؛ یعنی اصل در اقتصاد توسعه‌ی اختیار و اخلاق است. در صورتی که در نظام‌های مادی، اقتصاد بر پایه‌ی توسعه‌ی سود و سرمایه معنا می‌شود.

در تعریف اقتصاد فرهنگ، سه سطح را می‌توان ملاحظه کرد: سطح محوری، سطح کلان و سطح خرد. اقتصاد فرهنگ در سطح خرد، یعنی تخصیص منابع مالی به مقدرات و فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و تبلیغی که در جامعه صورت می‌گیرند. نکته‌ی بسیار مهم در اقتصاد فرهنگ این است که باید برای تخصیص منابع به این گروه از فعالیت‌ها، از الگوی مناسبی پیروی کرد و برای هر یک از حوزه‌ها به تناسب همان حوزه، هزینه صرف نمود.

امروزه، شاید یکی از دلایلی که باعث شده است ما در مقوله‌ی فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی دچار نابسامانی شویم، همین مسئله‌ی تخصیص هزینه‌ها در فرهنگ جامعه باشد. زیرا فعالیت‌های فرهنگی در جامعه‌ی ما براساس الگویی مناسب اولویت‌بندی نشده‌اند تا براساس آن الگو، امکانات را در اختیار گیرند. در این شرایط، تفاهم موجود در جامعه که باید از سوی فرهنگ ناشی شود، از بین می‌رود و به حوزه‌ی فرهنگ، زبان‌های بسیاری وارد می‌شود. بنابراین، در نگاه ما به اقتصاد فرهنگ، نظامی که بر آن مبنا اولویت‌بندی صورت می‌گیرد، اهمیت بسزایی دارد. در نتیجه، مبنا و خاستگاهی که برای اولویت‌ها در بخش فرهنگ در نظر گرفته می‌شود نیز بسیار مهم است. اگر اولویت‌بندی‌ها بر مبنای نظام سرمایه‌داری سامان یابند، قطعاً حاصل آن، درست عکس آن نتیجه‌ای است که در ابتدا مدنظر بوده است. یعنی اگر در الگوی تخصیصی، نظام ارزشی را اصل قرار ندهیم، فعالیت‌های فرهنگی به فعالیت‌های ضدارزشی تبدیل خواهند شد. برای مثال، ممکن است سفارش‌های کالاهای فرهنگی از سوی بخش اقتصادی صورت گیرند. یعنی هنر در خدمت اقتصاد شکل بگیرد و ابزاری در دست بنگاه‌های اقتصادی باشد تا آن‌ها بتوانند سود و سرمایه‌داری خود را توسعه دهند. ولی می‌دانیم که این اولویت‌بندی با نظام ارزشی جامعه تناسبی ندارند.

در سطح کلان، اقتصاد فرهنگ به‌عنوان یک وسیله‌ی ارتباطی در نظر گرفته می‌شود و فقط به پول و هزینه کردن آن محدود نمی‌شود، بلکه تمام ابزارهای رسانه‌ای جامعه‌ی امروز ما را در برمی‌گیرد؛ ابزارهایی از قبیل تلفن، نامبر و یا وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو،

نتیجه

هر جامعه‌ای متشکل از سطوح سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. این سطوح در ارتباط باهم قرار دارند و هیچ کدام بدون دیگری وجود نخواهد داشت. در واقع، لازمی موفقیت هر گونه سیاسی در حوزه‌های گوناگون اقتصادی و فرهنگی، توجه به هر دوی این بخش‌هاست. زیرا بدون پشتوانه‌ی فرهنگی جامعه که می‌تواند ضامن توسعه‌ی اقتصادی باشد، نمی‌توان به موفقیت دست یافت. در واقع سعی در ارتقای فرهنگ عمومی جامعه و آگاهی دادن به مردم در زمینه‌های متفاوت، می‌تواند به دولت در جهت رسیدن به سیاست‌های اقتصادی کمک کند. در واقع، آگاهی مردم از نقش خود و نیز این که چگونه می‌توانند در توسعه‌ی اقتصادی یاری‌رسان دولت باشند، در موفقیت سیاست‌های اقتصادی مؤثر خواهد بود. به عبارت دیگر، موفقیت سیاست‌های اقتصادی تا حدود زیادی به موفقیت سیاست‌های فرهنگی وابسته است. همین ارتباط متقابل فرهنگ و سیاست است که باعث تشکیل فرهنگ اقتصاد می‌شود. چرا که فرهنگ در اقتصاد جاری می‌شود و اقتصاد بر بستر فرهنگ واقع شده است.

امروزه با توجه به رشد دیدگاه‌هایی مانند توسعه‌ی پایدار، کاهش فشارها بر محیط و استفاده‌ی مناسب از منابع، نیاز به ابزارهای فرهنگی متنوع به‌منظور آگاه ساختن جامعه برای همکاری با دولت‌ها، بیش‌تر احساس می‌شود. در این شرایط نیز جامعه‌ای موفق خواهد بود که دارای بینش فرهنگی عمیق نسبت به مسائل محیطی روز و عدم اسراف در مصرف منابع و جلوگیری از تخریب منابع باشد. در واقع، نقش متقابل عوامل فرهنگ، سیاست، و اقتصاد در جامعه ضامن بقای جامعه است. ارتباط اصولی این عوامل و هم‌سویی سیاست‌های فرهنگی با سیاست‌های اقتصادی می‌تواند برای رشد و اعتلای مادی و معنوی جامعه مفید باشد.

در این بین، سیاست‌های فرهنگی دولت در زمینه‌ی توسعه‌ی نظام آموزشی، شبکه‌های اطلاع‌رسانی و افزایش نقش انجمن‌های مردمی و غیردولتی، در ارتقای فرهنگ عامه و اعتلای فرهنگی جامعه مؤثر خواهد بود. از طرف دیگر، موفقیت سیاست‌های اقتصادی نیز به این وسیله تضمین می‌شود و این سیاست‌ها به سرانجام مناسبی خواهند رسید. زیرا که فرهنگ، اقتصاد و سیاست در جهت دست‌یابی به یک هدف، یعنی توسعه‌ی جامعه، باهم هماهنگ خواهند بود.

منابع الکترونیکی:

1. www.mojnews.com
2. www.mefair
3. www.iranpress.ir
4. www.rasekhoon.net (مهرداد توکلی)
5. http://farhangi84.blogfa.com

تلویزیون، سینما، مطبوعات و کتاب. از این فراتر، اقتصاد فرهنگ در سطح کلانش شامل ادبیات شفاهی حاکم بر جامعه و زبان محاوره‌ای مردم هم می‌شود. در ادبیات دانشگاهی نیز اصطلاحات نظری، اصطلاحات مربوط به هستی‌شناسی و یا اصطلاحات ریاضی و اصطلاحات مربوط به حوزه‌های گوناگون کارشناسی وجود دارند، همه از وسایل ارتباطی‌اند که در حوزه‌ی کلان اقتصاد فرهنگ می‌گنجد. سطح سوم اقتصاد فرهنگ که سطح عمیق‌تری است، فراتر از مسئله‌ی هزینه و مقدرات و ابزارهای ارتباط است و شرایط محیطی را به منزله‌ی شرایط مادی تکامل فرهنگ شامل می‌شود. اقتصاد فرهنگ، مجموعه‌ی امکاناتی است که برای جریان پیدا کردن جهت‌گیری‌های فرهنگی به کار گرفته می‌شود. این امکانات، نیروی انسانی، ابزار و مقدرات در دست‌رسی هستند که باید در خدمت حوزه‌ی فرهنگ قرار گیرند. عمده‌ترین محورها در بخش فرهنگ عبارت‌اند از: تحقیقات، آموزش و تبلیغ یا هنر. هزینه‌های بخش فرهنگ به‌عده‌ی حوزه‌ی اقتصاد فرهنگ است و شامل هزینه‌هایی است که باید صرف نیروی انسانی و ابزارهای متناسب با مقدرات دیگر فرهنگ شوند.

مسلم است، سرمایه‌گذاری برای تولید ابزارهای فرهنگی، با سرمایه‌گذاری برای تولید ابزارها در دیگر بخش‌های جامعه متفاوت است. در شرایط اجتماعی، همان گونه که اقتصاد بر فرهنگ تأثیر می‌گذارد، فرهنگ هم بر اقتصاد تأثیر متقابل دارد و فرهنگی هم که در اقتصاد جاری می‌شود، در بستر اقتصاد پرورش می‌یابد. بنابراین، در مرحله‌ی سوم می‌توان به جای «اقتصاد فرهنگ»، «فرهنگ اقتصاد» را به کار برد؛ چون فرهنگ در اقتصاد جاری شده و اقتصاد بستر فرهنگ واقع گردیده است و همه‌ی بخش‌های اقتصاد تحت تأثیر فرهنگ قرار گرفته‌اند. نظام توزیع قدرت، توزیع اطلاعات و توزیع ثروت و همه‌ی سخت‌افزارهایی که به‌عنوان بستر مادی جریان فرهنگ به کار می‌روند، در این مرحله، بخشی از جامعه محسوب می‌شوند؛ یعنی بستری برای توسعه‌ی فرهنگ می‌شوند [http://farhangi84.blogfa.com]

بنابراین، نقش سیاست‌های فرهنگی و سیاست‌های اقتصادی در ارتباط سه حوزه‌ی سیاست، فرهنگ و اقتصاد، می‌تواند نقشی در خور توجه در توسعه‌ی اقتصادی و فرهنگی جامعه باشد. به عبارت دیگر، برای رسیدن به توسعه‌ی همه‌جانبه و پایدار، بدون هماهنگی این سطوح نمی‌توان موفق بود. زیرا همان‌طور که گفته شد، اقتصاد در بستر فرهنگ پرورش می‌یابد و فرهنگ در اقتصاد جاری می‌شود و همین امر نیاز به توجه هم‌زمان به ابعاد مختلف اقتصادی و سیاسی را افزایش می‌دهد.

رویکرد جهانی شدن آموزش و پرورش

مقدمه

در طول تاریخ زندگی انسان، ایجاد و شکوفایی تمدن‌های بشری براساس نیاز طبیعی جوامع در حال رشد بوده و افول و اضمحلال آن‌ها نیز معمولاً تابع ضرورت همان رشد و تکامل بوده است. در دنیای امروز، عقیده بر این است که باید تفکر جهانی داشت و به صورت محلی، این تفکرات جهانی را پیاده کرد. این امر به معنای بومی‌سازی تفکرات و اندیشه‌های جهانی است. جهانی شدن، همانند بسیاری از پدیده‌های جهان شمول، در اغلب حوزه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. یکی از حیطه‌هایی که جهانی شدن در آن به سرعت در حال پیاده شدن است، یادگیری و به‌طور اخص، آموزش و پرورش است. مقاله‌ی حاضر در نظر دارد به بررسی پدیده‌ی جهانی شدن در عرصه‌ی آموزش و پرورش، به‌خصوص در عصر اطلاعات بپردازد.

اهمیت یادگیری

یکی از اساسی‌ترین نیازهای بشر، دسترسی به اطلاعات است. تا زمانی که اطلاعات وجود نداشته باشند، تأمین هیچ یک از نیازهای بشر، میسر نیست. بشر امروز بیش از گذشته، خود را نیازمند داشتن اطلاعات و برقراری ارتباط با جوامع دیگر برای کسب اطلاعات می‌داند. زندگی انسان به یادگیری وابسته است؛ چرا که برای هر لحظه از زندگی، رفتار خاصی لازم است و بدون آن، پیشرفت و ادامه‌ی حیات ممکن نخواهد بود. یادگیری از عوامل بسیار مؤثر و ضروری در رشد و تکامل زندگی است. توانایی یادگیری به فرد امکان می‌دهد، رفتار پیشین خود را تغییر دهد یا

تکامل بخشد. بدون یادگیری، جامعه‌ی بشری، تمدن خود را از دست خواهد داد [شعاری‌نژاد، ۱۳۴۹]. یادگیری، اساس زندگی فردی و تشکیل‌دهنده‌ی زندگی اجتماعی است.

بنابراین به نظر می‌رسد یادگیری فرایندی است که به صورت هدفمند، سبب ایجاد تغییر در رفتار انسان می‌شود. پس از یادگیری، یادگیرنده قادر به انجام کاری است که تا پیش از آن توانایی انجامش را نداشت. یادگیری به معنای کسب اطلاعات و اندیشه‌های تازه است. عادت‌های مختلف، مهارت‌های متنوع، راه‌های گوناگون حل مسائل، مطالعه‌ی یک کتاب، گوش دادن به یک سخنرانی، فکر کردن درباره‌ی یک مطلب و غیره، تجربیاتی محسوب می‌شوند

جهانی‌شدن و آموزش و پرورش

از تأثیر جهانی‌سازی بر حوزه‌های موضوعی و تخصصی در رشته‌های متفاوت به تناوب سخن رفته است. یکی از حوزه‌هایی که بحث جهانی‌شدن در آن بسیار مهم و در عین حال حساس محسوب می‌شود، آموزش و پرورش است.

سیر تحولات طبیعی و ناگزیر سیاسی، اجتماعی و خصوصاً فناورانه در سطح جهان که از سال‌ها پیش به‌وقوع پیوسته، فضای جدیدی را بین ملل پدید آورده که به هرچه نزدیک‌تر شدن ملت‌ها و به تبع آن، دولت‌ها منجر شده است. آثار و نتایج سلسله حوادث خارج از اراده‌ی دولت‌های بعد از جنگ دوم جهانی، باعث توجه ویژه‌ی دنیا به فقر عمومی، محیط زیست در سطح جهانی، مهاجرت و... مخصوصاً از سوی اندیشمندان و سیاست‌مداران شده است. از سوی دیگر، رشد سریع فناوری اطلاعات رسانی و شکل‌گیری جهان مجازی و تأثیرات شگرف آن، مرزهای سنتی را درنوردیده است و می‌رود تا دنیای جدیدی را رقم بزند. ماحصل این اتفاقات، تدبیر و مدیریتی را باعث شده که فرادولتی است. این تدبیر جهانی خواه یا ناخواه، تبعات خود را بر ملت‌ها و دولت‌ها تحمیل می‌کند و سرانجام آن شکل‌گیری تمدنی واحد و جهانی است.

جهانی‌شدن به عنوان یک فرایند در ابعاد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و فناورانه، در زندگی امروز بشری تأثیر بسزایی گذاشته و آن را تحت‌الشعاع خود قرار داده است. آموزش و پرورش نیز در این جریان بی‌تأثیر نبوده و ضمن تأثیر بر آن از طریق تربیت و آموزش شهروندان جهانی با ویژگی‌ها و خصلت‌های عام، خود نیز متأثر از این پدیده بوده است. به‌طوری که امروزه به جرئت می‌توان گفت که آموزش صرفاً به روش سنتی و بدون توجه به فناوری‌های آموزشی، امری بس دشوار خواهد بود. در مجموع، رابطه‌ی جهانی‌شدن با آموزش و پرورش را می‌توان در موضوعاتی به این شرح بیان و بررسی کرد: ۱. آموزش در جامعه‌ی جهانی؛ ۲. جهانی‌شدن و یاددهی؛

القای نوعی اراده و اختیار مورد نظر است و می‌خواهد این پیام را به خواننده منتقل کند که جهانی‌شدن، القای نوعی اراده و اختیار مورد نظر است و می‌خواهد این پیام را به خواننده منتقل کند که جهانی‌شدن

که ممکن است به یادگیری بینجامد [هیلگارد، ۱۳۷۱]. بنابراین، بشر به قصد یادگیری به کسب اطلاعات می‌پردازد؛ زیرا به واسطه‌ی کسب اطلاعات است که میزان آگاهی وی افزایش می‌یابد و نکاتی را می‌آموزد که قبلاً از آن‌ها آگاهی نداشت.

جهانی‌شدن: پیشینه و تعاریف

موضوعی که اخیراً توجه بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران را به خود جلب کرده، موضوعی است که به نام «جهانی‌شدن»، کلمات Internationalism و Universalization. Universalism، Globalism (بین‌المللی‌شدن)، همگی با کلمه‌ی Globalization هم‌خانواده هستند و نویسندگان بسیاری، بسته به معنای ذهنی مورد استفاده، معمولاً از این عبارات معادل، به جای Globalization استفاده می‌کنند. ذکر این نکته نیز ضروری است که بسیاری بر این عقیده‌اند، در زبان فارسی استفاده از اصطلاحات «کروی‌شدن» و «سیاره‌ای‌شدن» به جای جهانی‌شدن، به هیچ‌وجه نمی‌تواند مبین مفهوم Globalization باشد.

واژه‌ی GLOBALIZATION را گاهی به «جهانی‌شدن» و زمانی به «جهانی‌سازی» ترجمه می‌کنند. با نگرشی سطحی ممکن است این دو اصطلاح مترادف به نظر آیند، اما این دو ترجمه به لحاظ بار معنایی و واقعیت‌کاربردی و ابزاری که منعکس می‌کنند، با هم تفاوت دارند. در برگردان اول، یعنی جهانی‌شدن، القای نوعی اراده و اختیار مورد نظر است و می‌خواهد این پیام را به خواننده منتقل کند که جهانی‌شدن، القای نوعی اراده و اختیار مورد نظر است و می‌خواهد این پیام را به خواننده منتقل کند که جهانی‌شدن، واقعیتی است ملموس و ضرورتی است گریزناپذیر که هر جامعه اگر خواهان رفاه شهروندانش باشد، چاره ندارد جز این که خود را با این جریان نیرومند، ضروری و مفید به حال کشورها و به حال جامعه‌ی بشری، سازگار کند و با طیب خاطر و اراده‌ی آزاد، به مقتضیات آن گردن نهد.

در روی دیگر سکه، جهانی‌سازی، سعی بر این است که به واقعیت دیگری اشاره شود؛ این که جهانی‌سازی طرحی است که توسط کشورهای ثروتمند و قدرتمند دنیا و در رأس آن‌ها آمریکا، تدوین شده و منظور از آن، ادامه‌ی سلطه اقتصادی، سیاسی و نظامی بر دیگر کشورهای عالم است. آمریکا از مدت‌ها قبل از فروپاشی شوروی، سودای رهبری دنیا و دست‌یابی بیشتر به منابع کشورهای دیگر، به‌ویژه کشورهای جهان سوم را در سرداشته است.

آموزش جهانی، با تأکید بر یادگیری به عنوان جریانی خود هدایتی، و نیز احترام به تجربیات و دیدگاه‌های شخصی دانش‌آموزان در کلاس، اساس یادگیری مادام‌العمر را پایه‌ریزی می‌کند

۳. جهانی‌شدن و یادگیری؛ ۴. تحولات جهانی در آموزش و پرورش سایر کشورها.

در مجموع براساس یافته‌های تحقیق، اغلب کشورهای پیشرفته خصوصاً انگلیس، ژاپن و آمریکا که در این تحقیق به‌طور خاص مورد بررسی قرار گرفته‌اند، جهانی‌شدن را نه به عنوان یک تهدید، بلکه به عنوان یک فرصت می‌دانند. زیرا همان‌طور که تاریخ نشان می‌دهد، آن‌ها خود در فرایند تاریخی سرآمد و پیشرو تغییرات جهانی بوده و هستند؛ تغییراتی که از لحاظ فکری در دوره‌ی رنسانس آغاز شده و پس از انقلاب صنعتی شدت یافته و در دوره‌های اخیر به اوج خود رسیده است. این تغییرات به اصلاح و نوآوری و پیشرفت این کشورها در زمینه‌های اقتصادی، فنی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و به‌خصوص آموزشی منجر شده است. آن‌ها همواره سعی کرده‌اند طی نشست‌های بین‌المللی، با اتخاذ سیاست‌های جهانی به هم‌گرایی واحدی در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نائل شوند و برحسب آن، سایر کشورها را نیز با خود همراه سازند [صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۴].

امروزه آموزش و پرورش در جهان به حدی دگرگون شده که دیگر آموزش‌های تک‌بعدی و معلم محور در دوره‌ی کتاب و عصر چاپ، چندان کاربردی در دنیای مدرن امروز ندارد و این قاعده شاید طبق نظر مانوئل کاستلز، به دلیل جبر فناوری باشد. عصر حاضر، عصر بهره‌گیری از اطلاعات و فناوری اطلاعات در جهت یادگیری و آموزش است. جهان شدن، این امکان را برای ملل و جوامع فراهم آورده است که ارتباطات و حریم روابط آن، قابلیت تعریف مجدد بیابند. به این ترتیب، آموزش و پرورش به عنوان یک حوزه‌ی بسیار حساس که با تربیت نسلی از جامعه سروکار دارد، می‌تواند به بازتعریف اجزا و کارکرد خود بپردازد.

ویژگی‌های آموزش نظام آموزش جهانی، به عنوان وسیله‌ای برای ارائه‌ی دیدگاه گسترده‌ی آموزش پایه، عبارت‌اند از:

۱. آموزش جهانی، راهکارهای آزمایش شده‌ای را برای بهبود محیط یادگیری و غنی‌سازی یادگیری مطرح می‌کند. از این‌رو، از ابزارهای یادگیری استفاده‌ی بهینه می‌شود و اهداف علمی، مهارتی، رفتاری و ارزشی به‌طور مؤثرتری شناخته می‌شوند. تأکید بر تشکیل

گروه‌های کاری، یادگیری مشارکتی، تقویت اتکا به نفس، تنوع یادگیری و ایجاد محیطی توأم با بازی و سرگرمی در کلاس، باعث تشویق دانش‌آموزان، تقویت انگیزه‌ی آنان و در نهایت، حصول نتایج بهینه در یادگیری‌های شناختی و تأثیرگذار به لحاظ اجتماعی خواهد شد. آموزش جهانی بر استدلال تنش میان دو مقوله‌ی امنیت (آسایش) و مبارزه (چالش) استوار است. نظام آموزش جهانی ابزار مناسبی برای پرورش شخصیت، نبوغ و توانایی‌های ذهنی و جسمانی کودکان و رعایت حق کودک در مشارکت فعالانه در بازی و فعالیت‌های تفریحی است.

۲. نظام جهانی ارائه‌کننده‌ی الگوها، چارچوب‌ها، دستورها و راهکارهای لازم برای تجدیدنظر و اصلاح برنامه‌ی تحصیلی در سطوح و دوره‌های متفاوت است. یکی از شیوه‌های موفق این برنامه، تلفیق برنامه‌ی درس محور مرسوم با موضوعات نظام جهانی (از قبیل محیط زیست، برابری، بهداشت، صلح و حقوق بشر) است.

۳. گوناگونی تدریس و یادگیری در شیوه‌ی آموزش جهانی، وسیله‌ی مهمی برای پیشبرد اصل برابری فرصت‌های یادگیری است. طبق نظریه‌ی شیوه‌ی یادگیری، هر یک از دانش‌آموزان روش یادگیری خاصی را ترجیح می‌دهد. به عبارت دیگر، هر شیوه‌ی یادگیری برای بعضی آسان و مطلوب، برای بسیاری به نسبت رضایت‌بخش و برای بقیه نامطلوب است. مشکل اساسی روش تدریس سنتی آن است که برای عده‌ای مثر و ثمر و برای عده‌ای مخرب است. در صورت کاربرد مستمر، بی‌حساب و بکوناخت روش‌های سنتی انتقالی، عده‌ی بسیاری فرصت پیشرفت در یادگیری را نخواهند یافت.

حال چنان‌چه روش‌های تدریس و یادگیری فاقد تنوع کافی باشند، هرگز فرصت تحقق آرمان آموزش برای همه میسر نخواهد شد. در یک شیوه‌ی تک روشی که ویژگی‌ها، علایق، قابلیت‌ها و نیازهای منحصر به فرد افراد را در نظر نگیرد، تحقق اصل بهره‌مندی هر کودک از تعلیم و تربیت مخدوش خواهد شد. این مهم‌ترین علت کاربرد روش‌های یادگیری گوناگون و متنوع از سوی مجریان و مربیان آموزش جهانی به شمار می‌رود.

۴. نظام آموزش جهانی به طور مستقیم و غیرمستقیم، موضوع پایین بودن کیفیت تدریس را که با دست کم گرفتن استعداد دانش‌آموز و راندمان وی همراه است، مطرح می‌کند. آموزش جهانی از طریق ارائه‌ی برنامه‌های توسعه‌ی حرفه‌ای، امکان آشنایی معلمان با شیوه‌های یادگیری تعاملی و تجربی را فراهم می‌سازد (نخست معلمان در مقام شرکت‌کننده در دوره‌های آموزشی و بعد در مقام مجری و اشاعه‌دهنده). معلمان شرکت‌کننده در این طرح به کسب آگاهی در زمینه‌های زیر دست می‌یابند:

● استنباط تازه‌ای از نقش خویش؛

● شناخت استعدادهای بالقوه‌ی دانش‌آموزان و ارزیابی دقیق آمادگی آنان برای یادگیری و مسئولیت‌پذیری؛

● شناخت یادگیری به عنوان فرایندی انگیزشی و لذت‌بخش؛

● ایمان راسخ به اهمیت حرفه‌ی خویش.

۵. شیوه‌های یادگیری مورد نظر نظام آموزش جهانی گسترده، و هدف آن، اشاعه‌ی یادگیری مستمر مادام‌العمر است. دانش‌آموز باید چگونه یادگرفتن را بیاموزد. آموزش جهانی، با تأکید بر یادگیری به عنوان جریانی خود‌هدایتی، و نیز احترام به تجربیات و دیدگاه‌های شخصی دانش‌آموزان در کلاس، اساس یادگیری مادام‌العمر را پایه‌ریزی می‌کند [اسماعیلی، ۱۳۸۴].

۶. آموزش جهانی با ترویج دگرگونی، آموزشی فراتر از مرز کلاس و چارچوب برنامه‌ی تحصیلی ارائه می‌دهد. اصلاح و غنی‌سازی نظام آموزش پایه، صرفاً در کلاس تحقق نمی‌یابد، بلکه در کل مدرسه و جامعه نیز دیده می‌شود. این امر که والدین غالباً ارزش آموزش کودکان خود را درک نمی‌کنند، شاید بدین دلیل باشد که تجربه‌های دوران تحصیل خودشان، چندان رضایت‌بخش نبوده است. آموزش جهانی، در ارتباط با فرایندهای دگرگونی کامل مدارس، تقویت مشارکت‌های همه‌جانبه در نظام آموزشی و مشارکت میان جامعه و مدرسه، تجربیات و تخصص‌های قابل ملاحظه‌ای اندوخته است.

۷. نحوه‌ی ارزیابی فرایندهای تغییر، در قالب نظام آموزش جهانی تدوین شده است. این موضوع با توجه به تأکید بر لزوم ارزیابی عملکرد هر یک از دانش‌آموزان، اثربخشی ارائه‌ی آموزش پایه و برآوردن نیازهای پایه، دارای اهمیت است.

ابزارهای کاربردی مربیان آموزش جهانی برای ارزیابی، ماهیت کیفی دارد، ولی از شیوه‌های کمی نیز استفاده می‌شود. در طول اجرای پروژه‌ی آموزش جهانی، دامنه‌ی متنوعی از ابزارهای بازخورد و ارزیابی به کار گرفته شده است.

نتیجه‌گیری

در دنیای امروز، زمان با هزینه برابری می‌کند و هرچه زمان بیشتر صرف شود، گویی زمان است که مصرف شده است. حال این مصرف زمان می‌تواند مثبت و دارای بازدهی مفید باشد، و یا اتلاف هزینه را دربرداشته است. در هر صورت باید در نظر داشت، جهانی شدن که در مقابل جامعه‌ی جهانی قرار دارد، این فرصت را برای همگان فراهم کرده است که بتوانند در این عرصه خودنمایی کنند. باید در نظر داشت که در حیطه‌ی بومی‌سازی تفکرات جهانی و هم‌پای جهان رشد کردن، هم فرصت‌هایی وجود دارد و هم تهدیدهایی. باید تمامی ابزارها و امکانات لازم را در این راه دشوار به خدمت گرفت و از آن‌ها در جهت هم‌گامی با نظام جهانی، نه در معنای زیر بار آن رفتن، بلکه

بومی‌سازی تفکرات جهانی، سود جست. مهم‌ترین تغییر و دگرگونی در فرایند جهانی‌شدن، وظیفه‌ی معلمان است و به تنوع محمل‌های اطلاعاتی مربوط می‌شود. به علاوه انتظار می‌رود، ابزارهای ارتباطی فراتر از کتاب‌های درسی باشند.

باید در نظر داشت که در فرایند جهانی‌سازی، ممکن است همراه تغییر جهان‌بینی‌ها، فرهنگ‌ها و اعتقادات گوناگون انسان، اهداف آموزش و پرورش نیز تغییر کند. باید مراقب بود که در این راه به ارزش‌ها و فرهنگ اصیل جامعه لطمه وارد نشود. پذیرش جهانی‌سازی به خصوص در عرصه‌ی آموزش، مستلزم حضور فعال و مشارکت مبتنی بر منافع و مصالح ملی است. با بهره‌گیری از اندیشه‌ی جمعی و پای‌بندی همگانی به پاس‌داری از منابع جامعه، موجبات این مشارکت باید به گونه‌ای فراهم آید که از شتاب‌زدگی‌های غیرقابل توجیه و اقدامات غیرکارشناسانه پرهیز شود و قابلیت‌ها نیز از قوه به فعل درآیند.

شناسایی و سنجش، باید ظرفیت‌های جامعه و به‌خصوص بخش آموزش و پرورش را برای پذیرش جهانی‌سازی و بومی‌کردن تفکرات جهانی در راستای توسعه‌ی پایدار شناسایی کند. باید زیرساخت‌های مناسب فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی مورد نیاز این کار را در جامعه تدارک دید. معلمان باید استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی را به عنوان ابزار دست‌رسی به اطلاعات و آموزش در حوزه‌ی آموزش و پرورش، با در نظر گرفتن جنبه‌های مخصوص آموزشی، در اولویت قرار دهند. در این راه باید به تعیین راهبردهای کلان پرداخت و به مدیریت تغییر توجه داشت. باید در نظر گرفت، تغییر فرایندی است که صورت خواهد گرفت و پیش از آن که مجبور شویم به تغییر تن دهیم، خود را با شرایط سازگار و تغییرات را نهادینه و بومی‌سازی کنیم. باید از ابزارهای نوین آموزشی و ارتباطی در مسیر توسعه‌ی پایدار بهره جست. زیرا توسعه، بر مبنای دانش‌مداری و دانایی‌محوری، محقق می‌شود.

منابع

۱. اسماعیلی، غلامرضا (۱۳۸۴). «جهانی‌شدن یا جهانی‌سازی؟» تدبیر. سال شانزدهم، شماره ۱۵۵. قابل دست‌رس در: <http://www.imi.ir/tadbir/tadbir-155/article-1557/asp>
- تاریخ دست‌رسی: ۲۱ مرداد ۱۳۸۸
۲. شعاری‌نژاد، علی‌اکبر. *روان‌شناسی یادگیری: کاربرد روان‌شناسی در تربیت*. کتاب‌فروشی تربیت، تهران، ۱۳۴۹.
۳. شعبانی، احمد (۱۳۸۴). «جهانی‌شدن و دنیای اطلاعات». علوم اطلاع‌رسانی، دوره ۲۰، بهار و تابستان.
۴. صیوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۴). *بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر آموزش و پرورش*. قابل دست‌رس در: <http://www.iranculture.org/dabir/khane/ravabet/viewpajohesh.php?id=82>
- تاریخ دست‌رسی: ۲۰ مرداد ۱۳۸۸
۵. هیلگارد، ارنست و باور، گوردن. *نظریه‌های یادگیری*. ترجمه‌ی محمدنقی برهانی. مرکز نشر دانشگاهی، تهران، ۱۳۷۱.



محمود حدادی

ایران در گذار به جهان شدن

۳۸

رشد آموزش
علوم اجتماعی

چکیده

در این مقاله با پرداختن به مفاهیمی چون هویت، فرهنگ، جهانی شدن و موضوعاتی چون هویت ایرانیان در حال و گذشته و موضوع مهدویت و ارتباط بین آن‌ها، تلاش شده است برای این سؤال که: «برای ایرانی عصر حاضر، در گذار به جهانی شدن چه جایگاهی می‌توان متصور شد؟» پاسخی متقن و محکم، و باز تعریف مطلوب و یا به تعبیری باز تعریفی احسن از هویت ایرانی جهانی ارائه شود.

کلیدواژه‌ها: هویت، فرهنگ، جهانی شدن، جهانی سازی، مهدویت.

مقدمه

نظریه‌های جهانی شدن، به دلیل برخورد با دشواری‌های نظری و عینی دچار تنزل شده‌اند و از ادعاهای اولیه‌شان، به‌ویژه در ارتباط با پیدایی نظمی جمعی که منطبق کنش آن با نظم‌هایی چون قوم، قبیله، دولت، ملت و یا حتی امپراتوری‌های جهانی گذشته، کاملاً متفاوت خواهد بود، کوتاه آمده‌اند. اما به رغم فروکش کردن تب و تاب‌هایی که به‌ویژه در دهه‌ی ۱۹۹۰ در میان اهل نظر و مردان عمل و حتی مردم کوچه و بازار برانگیخته بودند، هنوز در صدر مباحث، مورد توجه و اقبال صاحبان دانش، معرفت و اندیشه در حوزه‌های متنوع اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی هستند.

بر اساس نظریه‌های غالب، فرایند جهانی شدن از طریق بازسازی و باز تعریف فضا و مکان، نفوذپذیر ساختن مرزها و گسترش چشم‌گیر فضای اجتماعی، منابع و شرایط لازم برای هویت‌سازی و معنایابی سنتی را تا حدود بسیار زیاد از بین می‌برد. در نتیجه نوعی بحران هویت و معنا پدید می‌آید. اگر پدیده‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات و اثرات و تبعات آن را جزئی از فرایند جهانی شدن فرض کنیم، امروزه شاهد عینیت واقعیت مذکور هستیم. با این وصف، بازسازی و باز تعریف هویت، گریزناپذیر و ناگزیر می‌نماید!

هویت

واژه‌ی «Identity» به معنای «هویت» به لحاظ لغوی از «Ide-titas» مشتق شده است و به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: ۱. همسانی و یکنواختی؛

۲. تمایز که دربرگیرنده‌ی ثبات یا تداوم در طول زمان است. گرچه دو معنای ذکر شده متضاد به نظر می‌آیند، ولی در اصل به دو جنبه‌ی اصلی و مکمل هویت اشاره دارند. این که هویت امری است فردی یا اجتماعی، محل منازعه‌ی روان‌شناسان و جامعه‌شناسان بوده و هست. امروزه تقریباً اکثر نظریه‌پردازان شخصیت و روان‌شناسان، هویت را در درجه‌ی اول امری فردی و شخصی می‌دانند و معتقدند که دو معنا و جنبه‌ی اصلی هویت، به ویژگی‌های شخصیتی و احساس فرد معطوف است. آن‌ها بعد اجتماعی هویت را متمایز و مستقل از بعد فردی آن قلمداد می‌کنند. از منظر این دیدگاه، هویت عبارت است از: «احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی، و احساس استقلال شخصی.»

از سوی دیگر، روان‌شناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان می‌خواهند بر این واقعیت تأکید کنند که احساس هویت [فردی] به واسطه‌ی

دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آن‌ها کم و بیش می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. به تعبیر دیگر، هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت، جدا از دنیای اجتماعی دیگر افراد معنایی ندارد. پرچم‌دار نظریه‌ی هویت اجتماعی، جورج هریت مید است که می‌گوید: هر فرد، هویت یا خویش‌ستن خود را از طریق سازمان‌دهی نگرش‌های فردی دیگران، در قالب نگرش‌های سازمان‌یافته‌ی اجتماعی یا گروهی شکل می‌دهد. به بیان دیگر، تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند، بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند [جرج هریت مید، ۱۹۶۴].

بعدها تاجفل هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند. از نظر وی، عضویت گروهی خود متشکل از سه عنصر است:

- عنصر شناختی (آگاهی فرد از این که به یک گروه تعلق دارد)
- عنصر ارزشی (مجموعه‌ی فرض‌ها درباره‌ی پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی)
- عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن دارند).

بر این اساس، هویت اجتماعی عبارت است از آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه (گروه‌های) اجتماعی سرچشمه می‌گیرد؛ همراه با اهمیت ارزشی و احساسی منظم نسبت به آن عضویت [تاجفل، ۱۹۷۸].

با توجه به چنین تعریفی می‌توان هویت اجتماعی را نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرایند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. در واقع هویت معطوف است به بازشناسی مرز میان خودی و بیگانه که عمدتاً از طریق هم‌جنسی‌های اجتماعی و انفکاک درون گروه‌ها ممکن می‌شود. در هر حال، هویت داشتن، یعنی یگانه بودن ولی از دو جنبه‌ی متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه‌ی خود و همانند خود بودن در گذر زمان [هکمن، ۱۹۹۹].

مانوئل کاستل، هویت را هم‌چون «فرایند ساخته شدن معنا بر پایه‌ی یک ویژگی فرهنگی یا یک دسته ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتری دارند» تعریف می‌کند. به نظر او، همان‌طور که نقش‌ها، «ویژه‌ها» را سازمان می‌دهند، هویت‌ها هم معنا را سازمان می‌دهند [مانوئل کاستل، ۱۹۹۷]. از این دیدگاه، هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند. هویت‌ها معنایی کلیدی هستند که ذهنیت افراد را شکل می‌دهند و مردم به واسطه‌ی آن‌ها نسبت به رویدادها و تحولات محیط زندگی خود حساس می‌شوند. بدین وسیله مردم به دیگران می‌گویند چه کسی هستند و مهم‌تر این که به خودشان نیز می‌گویند چه کسی هستند. سپس می‌کوشند به گونه‌ای رفتار کنند که از آن کسی که تصور می‌کنند هستند، انتظار می‌رود! [هالند، ۱۹۹۸].

فرهنگ

واژه‌ی «Culture» هر چند به معنای کشت، زرع و برداشت هم به کار رفته است، اما امروزه غالباً معادل آموزش و پرورش شناخته می‌شود و دربرگیرنده‌ی مفاهیم و تعاریفی است که از فرهنگ ارائه شده‌اند و می‌شود.

واژه‌ی فارسی «فرهنگ»، مرکب از دو بخش «فر» (به معنای بالا) و «هنگ» (به معنای کشیدن، کشش، سنگینی و وقار)، در مجموع به معنای بالا کشیدن و بیرون کشیدن است و منظور از آن، کشف استعدادها و لیاقت‌های ذاتی در نهاد هر فرد و اجتماع است. فرهنگ در فارسی معانی متنوعی دارد که از آن جمله می‌توان به دانش، علم، هنر، ادب، بزرگی، و آموزش و پرورش اشاره کرد. واژه‌ی مرکب «با فرهنگ»، به معنی اهل مطالعه، خوش مشرب، و آشنا به آداب و اصول است.

کرومر بیش از ۴۰۰ تعریف از Culture یا فرهنگ در کتاب خود ارائه داده است. عده‌ای فرهنگ را مجموعه‌ای از دستاوردهای معنوی انسان‌ها می‌دانند که در سایه‌ی تلاش مشترک فکری و عملی در طول تاریخ حاصل شده‌اند. برخی نیز فرهنگ را برابری حاصل کوشش‌های مشترک در زمینه‌های مادی و معنوی می‌دانند. **جان بتی**، مردم‌شناس اجتماعی انگلیسی، می‌گوید: فرهنگ عبارت است از سلسله فعالیت‌های کامل انسان که غیر غریزی و آموختنی است و از نسلی به نسل دیگر، در خلال فرایندهای آموزشی گوناگون منتقل می‌شود.

مفهوم فرهنگ برای نخستین بار توسط مردم‌شناس انگلیسی، **ادوارد تایلور** به کار رفت. وی در کتاب معروف خود «فرهنگ ابتدایی»، به تعریف روشن، رسمی و جامع فرهنگ پرداخت و آن را در نخستین عبارات کتابش چنین توصیف کرد: «فرهنگ یا تمدن، مجموعه‌ی پیچیده‌ای است دربرگیرنده‌ی دانستی‌ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، عادات و هرگونه توانایی دیگری که به‌وسیله‌ی انسان به‌عنوان عضو جامعه کسب شده است. وضع فرهنگ میان جوامع گوناگون بشری تا جایی که در اصول کلی قابل تحقیق باشد، موضوعی است مناسب برای بررسی قوانین اندیشه و کنش انسانی.»

پس از تایلور، تعریف‌های فرهنگ گسترش یافت، به‌ویژه در اوایل دهه‌ی ۱۹۵۰، دو تن از مردم‌شناسان آمریکایی، **آلفرد کروبر** و **کلاید کلاکهورن** بیش از صد تعریف از فرهنگ به دست دادند. تعریف‌های اخیر، تمایل به تمایز روشن‌تری از یک‌سو بین رفتار واقعی و از سوی دیگر ارزش‌ها، باورها و ادراک‌های انتزاعی جهانی (که در ماورای رفتارها موجود است) تمایل دارند. به بیان دیگر، «فرهنگ فقط یک رفتار قابل مشاهده نیست، بلکه مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورهای مردمانی است که آن را برای تفسیر، تجربه و زایش رفتار به کار می‌برند و نیز آن‌چه که به‌وسیله‌ی رفتارشان، بازتاب می‌یابد.»

فرهنگ به تعبیر گسترده‌ی آن عبارت است از نظام مشترکی از باورها، ارزش‌ها، رسم‌ها، رفتارها و مصنوعات که اعضای یک جامعه در

تطبيق با جهانشان و در رابطه با یکدیگر به کار می‌برند و از راه آموزش، از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. این تعریف نه تنها الگوهای رفتار، بلکه الگوهای اندیشه و مهارت‌ها و فونوی را دربرمی‌گیرد که در ساخت مصنوعات به کار گرفته می‌شوند [بتیس و پلاگ، ۱۹۹۶].

برخی می‌گویند فرهنگ عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند؛ هنجارهایی که از آن‌ها پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند [گیدنز، ۱۹۸۹]. به‌طور خلاصه، فرهنگ تقریباً هر صورتی از رفتار را که اکتسابی و غیرغریزی است، دربرمی‌گیرد. درواقع آن‌چه جامعه می‌آفریند و به انسان وامی‌گذارد، فرهنگ نام دارد [آگ برن و تیم کوف، ۱۹۷۳].

گروهی در تعریف خود از فرهنگ آن را عامل سازگاری و وسیله‌ی حل مشکلات انسان در رابطه با محیط و اجتماع دانسته‌اند، این گروه از انسان‌شناسان، فرهنگ را وسیله‌ای برای پیشبرد هدف‌های فردی و اجتماعی بشر می‌دانند.

«یونسکو» وابسته به سازمان ملل، در تعاریفی این‌گونه اظهار می‌دارد: فرهنگ کیفیتی تام است از ویژگی‌های مادی، فکری و احساسی که یک گروه اجتماعی را مشخص می‌کند. فرهنگ نه تنها ادبیات و هنر را دربرمی‌گیرد، بلکه شامل آیین‌های زندگی، حقوق اساسی نوع بشر و نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورهاست [۱۹۹۷]. فرهنگ مجموعه‌ای پیچیده از خصوصیات احساسی، فکری و غیرمادی است که به‌عنوان شاخص جامعه و یا گروه‌های اجتماعی مطرح می‌شود [۱۹۸۳].

ژاک ریگو، فرهنگ‌شناس نامدار فرانسوی، در کتاب معروف خود «فرهنگ برای زندگی»، «فرهنگ را وسیله‌ی گرمجوشی و همدلی با دیگران و نتیجه‌ی آن را ایجاد وحدت و هماهنگی بین انسان‌ها می‌داند و می‌نویسد: «فرهنگ زمینه‌ی مناسب و مطلوبی برای طرح عقاید، سلیقه‌ها و نظرات مختلف و بحث و گفت‌وگو درباره‌ی آن‌هاست تا سرانجام، اجماع و وحدتی هماهنگ و پایدار حاصل آید.» در آخر می‌توان گفت که فرهنگ مجموعه‌ی ارزش‌ها و دستاوردهای مادی و معنوی است که به‌وسیله‌ی انسان‌ها طی تاریخ آفریده شده و شکل گرفته است.

جهانی‌شدن

مفهوم «Globalization» یا «جهانی‌شدن»، از چنان پیچیدگی‌هایی برخوردار است که شاید نتوان تعریف مشخص و دقیقی از آن ارائه داد. آراء اندیشه‌ها و نظریه‌های جامعه‌شناسان را در باب جهانی‌شدن می‌توان در سه نسل دسته‌بندی و بررسی کرد:

- نسل اول که در قالب نظریه‌های معطوف به سازوکارها و تحولات کلان اجتماعی به موضوع پرداخته‌اند (کنت، دورکیم، وبر، مارکس و...).
- نسل دوم که در تلاش برای فهم جامعه‌ی در حال شکل‌گیری یا نظام جهانی، به‌صورتی پراکنده از جهانی‌شدن سخن گفته‌اند (پارسنز، کر، داتلپ، هاربیسن، لوهمان، والرشتین، گیلپین، مک‌لوهان و...).



● نسل سوم یا نظریه‌پردازان متأخر که فرایند پرشتاب و گسترده‌ی جهانی شدن را در دهه‌های گذشته تجربه کرده‌اند و نظریه‌های جامع‌تر و دقیق‌تری درباره‌ی این موضوع ساخته و پرداخته‌اند (هاروی، گیدنز، رابرتسن، واترز، اسکلیپر و...).

نکته‌ی جالب توجه این است که در اغلب نظریه‌ها و تعاریف ارائه‌شده، جهانی شدن فرایندی تدریجی و پایدار توصیف می‌شود که از گذشته‌ی دور یا نزدیک آغاز شده است و هنوز ادامه دارد؛ با این ویژگی که هرچه بر عمر آن افزوده می‌شود، شتاب و گسترده‌ی آن هم بسیار افزایش می‌یابد.

مارکس برخلاف کنت دورکیم و وبر، به تفصیل درباره‌ی جهانی شدن و عوامل آن سخن گفته است. او در واقع با کشف منطق نظام سرمایه‌داری، از منطق فرایند جهانی شدن پرده برمی‌دارد. مارکس هم‌چون دورکیم و وبر، ولی از زاویه‌ی نگاه متفاوتی، تجدد را نظامی جهانی‌شونده و روبه گسترش می‌داند. از این منظر، جهانی شدن را می‌توان فرایندی دانست که تقریباً هم‌زمان با شکل‌گیری سرمایه‌داری آغاز شده است.

با توجه به تعریف **لوهمان** از جامعه، چنان‌چه ارتباط معنادار را عنصر تشکیل‌دهنده‌ی جامعه بدانیم، می‌توان نظام اجتماعی جهانی را یک جامعه به‌شمار آورد. چرا که عملاً دو فرد واقع در دو سوی کره‌ی زمین می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و تعامل داشته باشند. لوهمان فرایند نوسازی را زمینه‌ساز جامعه‌ی جهانی دانسته است و جهانی شدن را پیامد تقریباً نوعی نوسازی ساختاری به‌شمار می‌آورد. جوامع تحت‌تأثیر چنین فرایندی دگرگون می‌شوند و انفکاک کارکردی، کم‌کم جای انفکاک فشربندی شده را می‌گیرد. کار ویژه بر فشر غلبه می‌کند و نقش محدودکنندگی سرزمین به‌تدریج کاهش می‌یابد، بنابراین، قلمرو ارتباطی گسترش بسیاری پیدا می‌کند، از مرزهای ملی فراتر می‌رود و حجم عظیم ارتباطات فراملی در حوزه‌های گوناگونی مانند بازرگانی، جهان‌گردی، آموزش، دین و... جهانی شدن ارتباط را به بهترین صورت نشان می‌دهد.

واترز، جهانی شدن را مفهوم مشهور دهه‌ی ۱۹۹۰ و اندیشه‌ای کلیدی می‌داند که به کمک آن انتقال جامعه‌ی بشری به هزاره سوم را درک می‌کنیم. جهانی شدن به دنیایی ارجاع دارد که در آن جوامع، فرهنگ‌ها، حکومت‌ها و اقتصادها تا حدودی به هم نزدیک‌تر شده‌اند. به گفته‌ی **گیدنز**، این مفهوم را می‌توان به‌عنوان تشدید روابط اجتماعی تبیین کرد که مکان‌های دور دست را به گونه‌ای به هم پیوند می‌دهد که به موجب آن، رویدادهای محلی تحت‌تأثیر حوادث مناطقی شکل می‌گیرند که کیلومترها از هم و از محل مورد نظر فاصله دارند و برعکس. ولی این مفهوم صرفاً به‌درهم‌تنیدگی اجتماعی ارجاع ندارد. جهانی شدن به تلاقی حضور و غیاب پیوند رویدادهای اجتماعی و روابط اجتماعی دور از هم با بافت‌های محلی مربوط می‌شود.

به طور خلاصه می‌توان گفت که از نظر **گیدنز**، جهانی شدن حاصل برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان است که به‌واسطه‌ی جدایی فضا

و زمان از مکان پدید می‌آید. این فضا و زمان جدا شده از مکان، در گستره‌ای نامتناهی با یکدیگر ترکیب و هماهنگ می‌شوند و امکان کنش و روابط اجتماعی را در جامعه‌ای بسیار بزرگ‌تر فراهم می‌کنند. پس گستره‌ی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اجتماعی هم بسیار فراخ‌تر می‌شود و نتیجتاً جامعه‌ای جهانی شکل می‌گیرد که معطوف به انواع پیوند و رابطه‌ی فرد با آن جامعه‌ی جهانی است.

دیوید هاروی نیز به این واقعیت اشاره دارد که جهانی شدن تجربه‌ی متحول ما از زمان و مکان یا تراکم زمانی-مکانی را توصیف می‌کند. آن‌چه که در بیان نظریه‌های جامعه‌شناسان از جهانی شدن و در تعریف آن ارائه شد، با دسته‌بندی که ارائه می‌شود، چالشی جدی را پیرامون این موضوع و مفهوم مطرح می‌کند و آن تقسیم‌بندی چنین است:

۱. جهانی شدن به عنوان یک فرایند
 ۲. جهانی شدن به‌عنوان یک پروژه
- که در بخش‌های بعدی مقاله به‌ویژه در نتیجه‌گیری، بیشتر به این دو معنا می‌پردازیم.

هویت ایرانی (قبل و بعد از اسلام)

همان‌طور که در تعریف هویت نتیجه‌گیری شد، لازمه‌ی استوارشدن جای پای انسان بر زمین، واقعیت‌های پیش‌رو، فهم جایگاه خود و تبیین نسبت خود با پدیدارهای بیرونی و پیرامونی است. همین فهم است که انسان را شایسته‌ی عناوینی چون انسان آگاه، خلاق و تحول‌ساز می‌کند و بودن او را در جهان معنا می‌دهد. برای تبیین و ترسیم هویت ایرانی، ما ناگزیر از توجه به زمینه‌های مفهومی-نظری هویت ملی ایران در عرصه‌هایی نظیر دین و مذهب، رسوم و سنن، زبان و ادب فارسی، معماری و هنر، اسطوره، تاریخ و جغرافیا و موسیقی، و سیر تحول آن‌ها و بررسی چشم‌اندازهای هویتی متنوع و متفاوت در گذر زمان هستیم که بدیهی است در این مجال نمی‌گنجد. ولی می‌کوشیم به اجمال هم شده است، با پرداختن به آن‌چه شمرده شد، تصویری درست از هویت ایرانی ارائه دهیم.

۱. دین و هویت ایرانی (پیش از اسلام)

بخش مهمی از برداشت ما درباره‌ی خود و دیگران، حاصل اعتقادات و باورهای دینی ماست. دین و مذهب در ایران از این لحاظ

قابل توجه است که الهامبخش سایر مؤلفه‌های هویتی نیز هست، به طوری که نمی‌توان اسطوره‌ها، رسوم، هنرها و میراث ادبی و زبان را جدا از مضمون دینی آن‌ها بررسی کرد.

به گفته‌ی **آمانوئل آ. اژرتز**: «ایران سرزمینی است که طی تاریخ سه نوع خدایپرستی، یعنی چندخدایی، ثنویت و توحید را به جهان بشریت عرضه داشته است. با ظهور **زرتشت**، خدایان متعدد به خدای واحد تبدیل شدند. این سرزمین ملتقای انواع افکار و نفوذ و تأثیرات گوناگون الهی و دین (هند از شرق و سامی از غرب) بوده است.»

ایمان به نقش عوامل غیبی و ماوراء الطبیعی در حیات عمومی انسان‌ها، بخش برجسته‌ای از تاریخ مضبوط ایرانیان بوده است و ایرانیان از سده‌های هفتم تا نهم پیش از میلاد، نگاهی الهی و مقدس به تاریخ و طبیعت داشته‌اند. شهر آسمانی ایرانیان در سال‌های پیش از اسلام هم، صورتی قدسی و الهی داشته و برخلاف شهر آسمانی یونانیان، ساخت و بافتی زمینی نداشته است. معاداندیشی، اشتیاق و اعتقاد به عالم قدسی و نیز باور به ظهور منجی موعود، از مؤلفه‌های مهمی بوده‌اند که از تعلق دینی ایرانیان حکایت دارند.

شاید هیچ مفهومی نتواند به اندازه‌ی فره ایزدی، باور دینی ایرانیان را در حوزه‌ی سیاست و اجتماع نشان دهد. نزد ایرانیان باستان، فره ایزدی ملاک مشروعیت حکمران بود و بر این اساس، حکمرانان بیگانه (مانند اسکندر) از لطف فره محروم بودند. این نور الهی فقط در جان شهریار ایرانی حاضر است. براساس این برداشت، هویت ایرانی، به‌ویژه هویت حکام ایرانی، بر ساخته‌ی نیروی الهی است. الگو، خط مشی و معیار و موازین الهی است که راهبر شاهان، حکیمان و موبدان بوده است و ملاک تمیز خودی از دیگران، بهره‌مندی از توجه و نور الهی است. در اسطوره‌های ایرانی نیز، فره ایزدی یکی از مؤلفه‌های شاخص هویت است. به گونه‌ای که شکست، نتیجه‌ی از دست دادن فره ایزدی است. شاهان، موبدان، پهلوانان و... زمانی افول می‌کنند که از دین، ورع، عدل و شجاعت فاصله بگیرند و بدین، گنه‌کار، ظالم و گستاخ شوند. از این‌روست که **یزدگرد سوم**، به خاطر نداشتن فره ایزدی، در مقابل حمله اعراب که ایمانی پرشور و رهبرانی شایسته داشتند، شکست خورد.

به طور کلی نزد ایرانیان پیش از اسلام، دین و ملک هم‌زاد بودند. وصیت **اردشیر** به پسر خود **شاپور** در این زمینه بسیار گویاست: «بدان که دین و ملک دو برادرند که یکی بی‌دیگری نتواند بود. چون دین اساس پادشاهی است و پادشاهی حامی دین، هرچه

براساس قرار ندارد، معدوم می‌شود و آن‌چه نگاه‌دار ندارد، ضایع می‌گردد.»

۲. اسلام

اسلام در شرایطی ظهور کرد که امپراتوری‌های ساسانی و روم، به‌واسطه‌ی ناملایمات داخلی و فقر گسترده‌ی فکری، از پاسخ به پرسش‌های جدید عاجز مانده بودند، عقل‌اندیشی یونانیان نمی‌توانست از مخالفت انسان ایرانی در مقابل رازهای عالم وجود، مانند ترس و مرگ، بکاهد. از سوی دیگر، اتکا و اکتفای موبدان زرتشتی به ظواهر دین و آمیختن آن با خرافات و نفع شخصی، نمی‌توانست دغدغه‌های بی‌شمار را پاسخ گوید.

هنگامی که ایرانیان اسلام را آیینی قابل قبول و استناد یافتند، آزادانه با پذیرش آن، به‌طور خردمندانه و دوراندیشانه بین موارث ایرانی و تعالیم اسلامی رابطه برقرار کردند. در چنین شرایطی، خدمات متقابل ایران و اسلام موضوعیت یافت و ایرانیان خلأهای موجود در زمینه‌ی معنویت، حکومت و مناسبات اجتماعی را با پیام‌های وحیانی و روشنگر اسلام رفو کردند و خود به سرامدان علم، ادب، عرفان و فلسفه تبدیل شدند، به طوری که صاحب‌نظران باور دارند، بدون حضور و مشارکت ایرانیان شاید تمدن اسلامی شکل نمی‌گرفت!

از ارکان اسلامی هویت ایرانی می‌توان به توحید، جهان‌شناسی و انسان‌شناسی از منظر اسلام، پیامبر خاتم، معاداندیشی، عبادات و آداب دینی و مناسبات اجتماعی اسلام اشاره داشت.

۳. وجوه شیعی هویت ایرانی

معنای شیعه و مقصود شیعیان، در مقایسه‌ی آن با دو مفهوم سنی و مقصود سنی‌ها، قابل فهم است. هم شیعیان و هم سنی‌ها در اصول اعتقادی اسلام، یعنی توحید، نبوت و معاد اشتراک نظر دارند. شیعیان با وجود این اشتراک نظر، بعضی عقاید و سلوک ویژه‌ی خود هم دارند که آن‌ها را از سنی‌ها متمایز می‌سازد. همین وجوه است که در هویت ایرانیان برجستگی چشم‌گیر دارد.

در تقویم رسمی ایرانیان، هفت روز تعطیل به خاطر تولد یا شهادت معصومین شیعه (علیهم‌السلام) است. ایرانیان روزهای جشن چون عید غدیرخم، سیزده رجب و نیمه شعبان را بسیار گرامی می‌دارند، در سالروز شهادت **امام علی (ع)**، **حضرت فاطمه (س)** و **امام حسین (ع)**، مجالس عزای و ماتم برپا می‌کنند، سوزناک‌ترین نوحه‌ها را سر می‌دهند و مناسک محلی و مراسمی چون زنجیرزنی، سینه‌زنی، شبیه‌خوانی و... را برپا می‌دارند.

جلوه‌های دیگر حضور نمادهای شیعی بین ایرانیان شیعه و حتی غیر شیعه، نام‌گذاری فرزندانشان است. اسم‌هایی چون **علی**، **حسن**، **حسین**، **رضا**، **مه‌دی**، **فاطمه**، **زهرا**، **زینب** و... هنوز هم از جمله اسامی محبوب و پرطرفدار هستند. این مظاهر در کنار باورهای خاص در خصوص امامت و ولایت، عصمت امامان،



تکالیف انسان در برابر امام، شهادت، عدل الهی و... هویت ویژه‌ای به ایرانیان می‌بخشد.

همان‌طور که در ابتدای این بخش اشاره شد، توجه به سایر عرصه‌ها در ترسیم و تبیین هویت ایرانی الزامی و ضروری می‌نماید، اما متأسفانه امکان پرداختن کامل به تمامی آن‌ها در این متن وجود ندارد. به ناچار در ادامه اشاره‌ای گذرا به برخی از آن‌ها خواهیم داشت:

● زبان به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه در ارتباط‌گیری و تعاملات انسانی، حامل و حتی سازنده‌ی اندیشه است و ربط وثیقی با هویت دارد. زبان را می‌توان وسیله‌ی شاخص و نگهبان هویت دانست. زبان فارسی ریشه‌ی اصلی پیوند ایرانیان با میراث فرهنگی گران‌بهای ایشان از گذشته است که یادآوری و بازآفرینی آن‌ها، تشخیص ملی و اعتماد به خود را افزایش می‌دهد. زیرا معدود کشورهایی در جهان وجود دارند که چون ایران، میراثی غنی، ثبت‌شده و متنوع داشته باشند.

● محدوده‌ی سرزمینی و میراث تاریخی (تاریخ و جغرافیا) نیز شاخص ملموسی از هویت ایران به دست می‌دهند. جغرافیا را می‌توان به‌نوعی ظرف هویت ایرانی تشبیه کرد که جامع تمام صفحات درونی و مظاهر بیرونی ایرانیان بوده است. این فضا، چه در زمانی که از مصر تا هندوستان امتداد داشت و چه اکنون که به حدود ۱/۶۴۸/۰۰۰ کیلومتر مربع رسیده است، همواره با عنوان پارس و ایران زمین شناخته می‌شده است. همین ایران تاریخی و حتی اسطوره‌ای، یکی از مؤلفه‌های هویتی ساکنان آن بوده است. آن‌چه ایرانیان را در جغرافیایی به نام ایران پاس داشت، تاریخ آنان بود. همین امر باعث شد که پس از پذیرش اسلام نیز بر زبان، فرهنگ و سنت‌های خویش باقی بمانند.

● با فرض این‌که هویت ملی ترکیبی از بودن و شدن است و تاریخ و روایت در شکل‌گیری یا تغییر آن دخیل‌اند، اسطوره را می‌توان یکی از مؤلفه‌های کلیدی هویت ملی قلمداد کرد. اهمیت اسطوره در این است که اولاً، به دست مهاجمان خارجی و بلایای طبیعی نابود نمی‌شود و همواره در یاد انسان است. ثانیاً، با وجود اسطوره‌زدایی از مناسبت دنیایی، این مفهوم همچنان نقش خود را در تنظیم شناخت و مناسبات داشته و دارد. از همین‌رو، جهانی بدون اسطوره یک توهم است و بخش مهمی از قالب‌های معنابخش و حافظه‌ی تاریخی ملت‌ها، از اسطوره‌ها متأثر است. ثالثاً، اسطوره‌ها با وجود دخالت‌هایی که در روایت آن‌ها صورت گرفته است، نماینده‌ی گذشته و نمایاننده‌ی قواعدی هستند که ساخت اجتماعی و سازمان سیاسی-فرهنگی جوامع را سازمان می‌دهند. اسطوره از طریق توجیه تبار و قابلیت‌های فراعقلانی انسان، وضع، توجیه و تثبیت آداب و سنن اجتماعی، پیوند بخشیدن بین فرد با گروه و طبیعت، و نیز به‌وسیله‌ی روان‌درمانی و ایجاد تشفی درونی، کارکردی مولد و نگاه‌دارنده‌ی هویت دارند.

«شاهنامه» به‌عنوان مهم‌ترین اثر اسطوره‌ای هویت‌آفرین ایرانی، حاوی داستان‌های حماسی قابل توجهی است که با ادبیات و غنای بی‌ظنیری توسط فردوسی نگاشته شده است.

مراسم تعزیه نیز به کمک اسطوره و موسیقی به نحو شگفت‌انگیزی به تعریف هویت ایرانی می‌پردازد.

● آداب و رسوم ملی به واسطه‌ی دیرینگی (تاریخی) و فراگیری (جغرافیایی)، یکی از مؤلفه‌های اساسی در نگرش‌ها و معرفی هویت ایرانی به‌شمار می‌روند. برخی از این آداب و مراسم‌ها، در قالب جشن برپا می‌شوند و با نوعی شادمانی و گشاده‌رویی همراه‌اند؛ مانند عید نوروز، شب یلدا، چهارشنبه‌سوری و جشن مهرگان. برخی هم یادبود هستند و نشانه‌ی بزرگداشت یک خاطره‌ی جمعی یا شخصی؛ مانند عید اموات. این آداب و رسوم مدت مدیدی مداومت داشته‌اند و به بخشی از هویت ایرانیان مبدل شده و معرف آنان گشته‌اند. رسوم و آدابی چون خانه‌تکانی، تکریم مردگان، چیدن هفت‌سین، کاشتن سبزه و... نیز از همین دسته به حساب می‌آیند.

● هنر به معنای اعم آن و به‌ویژه هنرهایی چون معماری، موسیقی و قالی‌بافی در ایران تا حد زیادی معرف هویت ایرانی (به معنای آگاهی ما و دیگران از کیستی ما) هستند.

جهانی‌شدن، هویت و فرهنگ

با توجه به تعاریفی که از فرهنگ و هویت ارائه شد، در نگاهی عمیق و دقیق می‌توان دریافت که فرهنگ مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت به‌شمار می‌رود. افراد و گروه‌ها، با توسل به اجزا و عناصر گوناگون فرهنگی هویت می‌یابند. زیرا این اجزا و عناصر، توانایی فوق‌العاده‌ای در تأمین نیاز انسان‌ها به متمایز بودن و ادغام‌شدن در جمع دارند. به تعبیری دیگر، فرهنگ هم تفاوت‌آفرین است، هم انسجام‌بخش؛ دو مفهوم و مؤلفه‌ای که در هویت به آن‌ها پرداختیم. موضوع جهانی‌شدن و ارتباط آن با هویت را می‌توان از منظر تأثیر جهانی‌شدن بر کار ویژه‌ی هویت‌سازی فرهنگ مورد مطالعه قرار داد. در فرایند جهانی‌شدن، نفوذپذیری و فروریزی فزاینده‌ی مرزها، فضای امن و خلوت فرهنگ‌ها را از بین می‌برد و در فضای بسیار فراخ زندگی اجتماعی، فرهنگ‌های مختلف به آسانی گسترش و جریان می‌یابند. هر فرهنگی به ناچار در فضایی قرار می‌گیرد که عرصه‌ی حضور و ابراز وجود فرهنگ‌های دیگر هم هست.

پیوندهای فرهنگ با مکان تضعیف می‌شوند و نظام‌های معنایی از لنگرگاه‌های محلی خود آزاد می‌شوند. آداب و سنن و الگوهای مختلف زندگی، اقصاد نقاط جهان را درمی‌نوردند. قومیت‌های متفاوت در نواحی گوناگون جهان پراکنده می‌شوند. ثبات و خلوص فرهنگی کم‌وبیش از بین می‌رود و نوسان، سیالی و اختلاط جای‌گزین می‌شود. اکثر نظریه‌پردازان از این پدیده با عنوان «نسبی شدن فرهنگی» یاد می‌کنند.

با نسبی شدن فرهنگی، در کار ویژه‌ی هویت‌سازی فرهنگ اختلالی جدی پدید می‌آید. این امر در ارتباط با تأمین نیاز به متمایز بودن و برتر بودن هم مصداق می‌یابد. در نتیجه، هویت‌سازی سنتی بر پایه‌ی فرهنگ‌های خاص در جوامع سنتی، تقریباً ناممکن می‌شود

به‌شمار می‌آیند و درنهایت ما شاهد بازتولید هویت‌های ترکیبی و پیوندی خواهیم بود.

برخی از نظریه‌پردازان، وجه غالب بازسازی هویتی را در جوامع مختلف و طی فرایند جهانی‌شدن، بازسازی غیر خاص گرایانه می‌دانند. در این فضای جدید است که انسان تلاش دارد با بازسازی هویت خویش در یک کلام: «جهانی بیندیشید و محلی زندگی کند!»

جهانی‌شدن، دین، اسلام و مهدویت

در نظریه‌ی کاستلز، جهانی‌شدن نیازهایی هم‌چون نیاز به معنا، هویت و آرامش روانی را به‌وجود آورده است که ادیان از بهترین منابع تأمین آن‌ها هستند. ادیان، با توانایی‌شان در بسیج نیرو و ایجاد تحرک در مردم در منازعه‌های روبه‌رشد ناشی از جهانی‌شدن، برای برخی، از مهم‌ترین ابزار و امکانات نبرد و بقا هستند. وی جامعه‌ی جدید را «جامعه‌ای شبکه‌ای» می‌نامد.

ما تحت تأثیر جهانی‌شدن، با ظهور شبکه‌های جهانی و تعاملات و تلاش انسان‌ها برای «جا دادن خود» در این شبکه‌های رو به‌تزايد روبه‌رو هستیم. از آن‌جا که این شبکه‌ها، ماهیتی جهانی و غیرمحلی دارند، این انتظار وجود دارد که هویت‌های هرچه عام‌تر و دورتر از ویژگی‌های محلی، در نقاط تقاطع این شبکه‌ها که موقعیت جای‌گیری آن‌هاست، ظاهر شوند (نوع بازسازی غیر خاص گرایانه). اما برعکس، ما شاهد رخدادها و پدیده‌هایی در سطح جهانی هستیم که مبین ظهور هویت عام نیستند، بلکه از تقویت و یا حتی احیای هویت‌های خاص نظیر قوم‌گرایی، ملی‌گرایی حکایت می‌کنند. از نظر کاستلز جنبش‌های دینی نیز از همین قسم‌اند (نوع بازسازی خاص گرایانه‌ی هویت).

اعتقاد به اندیشه‌ی ظهور منجی موعود که به شکل عام در اسلام مطرح و مورد قبول مسلمانان است، در جهان اسلام بستر مناسبی برای پذیرش اندیشه‌ی جهانی‌شدن (و نه جهانی‌سازی!) فراهم آورده است. با این حال، وضع شیعیان در میان مسلمانان به‌ویژه در ایران، از این نظر کاملاً متفاوت است. در هیچ منطقه‌ای از جهان اسلام، اندیشه‌ی مهدویت و حکومت جهانی، واجد سهم و وزنی نیست که در اعتقاد شیعیان وجود دارد. به‌علاوه، در هیچ‌جا این اندیشه به طرق متفاوت، از جمله کارهای عقیدتی یا اقدامات فرهنگی، به‌طور عام و به‌ویژه در قالب مناسک روزانه (دعای عهد)، هفتگی (دعای ندبه)، ماهانه و سالانه (جشن نیمه‌شعبان و زیارت مسجد جمکران) پشتیبانی و تقویت نمی‌شود.

رویکرد شیعیان در اندیشه‌ی مهدویت و انتظار برای تحقق حکومت جهانی واحد به‌ویژه در ایران که از دیرباز واجد حکومت شیعی متمرکز بوده، به گونه‌ای است که آن را به اندیشه‌ی مأنوس، آشنا و جا گرفته در سنت‌های روزمره‌ی اجتماعی ایرانیان درآورده است. از این‌رو، هنگامی که باب مباحث مربوط به جهانی‌شدن در ایران باز شد، علی‌رغم تمامی هشدارها، این اندیشه با نوعی خوشامدگویی،

و نوعی بحران هویت و معنا پدیدار خواهد شد که به صورت‌هایی گوناگون در تصورات، احساسات افراد و گروه‌های مختلف بازتاب پیدا می‌کند. در چنین وضعیتی، افراد و گروه‌ها ناچار هستند، بحران مذکور را به نحوی حل کنند و پشت‌سر گذارند. بی‌گمان بازسازی هویت تنها راه انجام این مهم است. در بررسی و تبیین این بازسازی به سه نکته اشاره می‌کنیم:

۱. گستره‌ی بازسازی

همان‌گونه که تأکید شد، فرایند جهانی‌شدن در برابر هیچ‌حدومرزی بازمی‌ایستد، بنابراین بحران هویت ناشی از آن نیز به قلمرو خاصی محدود نمی‌شود. پس بازسازی هویت نیز به قلمروها و واحدهای جغرافیایی، سیاسی و یا فرهنگی خاص تعلق ندارد.

۲. سطح بازسازی

سطح بازسازی هم در فرایند جهانی‌شدن محدود نیست. در این میان سه سطح بازسازی هویت را می‌توان شناسایی کرد:

● **سطح خویشتن و گروه:** که به تعلق گروهی و رابطه‌ی فرد با گروه معطوف و تلاشی است برای یافتن پاسخ این سؤال که: «من در این جریان پرتلاطم به چه گروهی تعلق دارم؟»

● **سطح بین‌گروهی:** در این سطح آن‌چه برای فرد اولویت دارد، نه تعلق گروهی، بلکه مرز گروه یا گروه‌هایی است که او به آن تعلق دارد. در دنیای بدون مرز و دربرگیرنده‌ی جریان‌های جهانی، انسان‌ها با هر برخورد جدید باید از خود بپرسند که حدومرز گروه یا گروه‌هایی که به آن‌ها تعلق دارند، کجاست و این گروه‌ها چه نسبتی با یکدیگر دارند.

● **سطح نوع انسان:** که در این سطح، توجه افراد به بازسازی هویتی مبتنی بر انسانیت انسان و رابطه‌ی او با طبیعت معطوف است.

۳. نوع بازسازی

الف) بازسازی‌های خاص گرایانه: در خاص‌گرایی‌های فرهنگی نمود می‌یابند و بازسازی با توسل به منابع و ابزارهای هویت‌ساز سنتی صورت می‌پذیرد.

ب) بازسازی‌های غیر خاص گرایانه: در عام‌گرایی‌های فرهنگی نمود می‌یابند و بازسازی با استفاده از منابع جدید هویت‌ساز (که افزایش یافته‌اند) و آزادی عمل فردی (که رشد یافته است) که هر دو محصول جهانی‌شدن هستند، صورت می‌پذیرد و به شکل آشکاری، ما شاهد مسئولیت‌پذیری فرد در بازسازی هویت خویش خواهیم بود.

با توجه به آن‌چه ذکر شد، بازسازی‌های خاص گرایانه نوعی واکنش دفاعی در برابر بحران هویت و معنا، در عرصه‌ی جهانی‌شدن تعبیر می‌شوند. اما بازسازی‌های غیر خاص گرایانه، نوعی واکنش واقع‌گرایانه و رویارویی منطقی با بحران هویت

سریعاً در جامعه گسترش و رواج یافت. ایرانیان در این واژه مفهومی را می‌دیدند که برایشان خیلی آشنا و آرمی به‌نظر می‌رسید. اندیشه‌ی جهانی‌شدن در جان ایرانیان طنین حقیقتی را با خود داشت که آن‌ها به شکلی تاریخی، برای قرن‌ها انتظار آن را می‌کشیدند!

انجام مقایسه‌های مختلف، ایجاد پیوند میان گفتمان مهدویت و نظریه‌ی جهانی‌شدن، بررسی ابعاد متفاوت یکی در پرتو دیگری، و ارزیابی و نقد آن‌ها، از جمله نتایج ورود نظریه‌ی جهانی‌شدن به عرصه‌ی گفتمان مهدویت و یا برعکس، ورود گفتمان مهدویت به عرصه‌ی جهانی‌شدن موجود است. آن‌چه که بدیهی است و می‌تواند قابل توجه باشد و باید پیرامون آن دقیق‌تر شد، این اصل است که گفتمان مهدویت و نظریه‌ی جهانی‌شدن به دو جهان متفاوت و یا شاید بتوان گفت متقابل تعلق دارند. این ادعا هم براساس وجود این شبیه منطقی می‌نماید که: آن‌چه در باب تعریف جهانی‌شدن و نظریه‌های مطرح ذکر شد، تعریف واژه‌ی «جهانی‌شدن» نیست، بلکه تعریف متناظر با واژه‌ی «جهانی‌سازی» آن هم بر مبنای نظام سرمایه‌داری است!

اگر بیشتر دقت کنیم، شاید بتوان گفت که در این‌جا نیز با نوعی «سکولاریزاسیون جدید» در حوزه‌ی فلسفه و الهیات روبه‌رو هستیم. جهانی‌شدن یا به تعبیر بهتر جهانی‌سازی، آخرین و یا متأخرترین مورد از دنیوی‌سازی مفاهیم و اندیشه‌های دینی است که در درون نظریه‌ی اجتماعی تجدید شاهد آن هستیم و مثل سایر موارد مشابه، در عین این که کلیت اندیشه‌ی دینی به شکل صوری حفظ می‌شود، محتوای الهی و دینی آن کاملاً حذف و یا محتوایی کاملاً این دنیایی جای‌گزین آن می‌گردد!

بدیهی است که حاصل کار دو اندیشه متضاد خواهد بود که به اعتبار تعلق به سپهرهای وجودشناختی متقابل، به هیچ‌رو با یکدیگر آشتی‌پذیر نیستند!

نتیجه‌گیری

رابرتسن (۱۹۹۲) و برخی دیگر از نظریه‌پردازان جهانی‌شدن گفته‌اند: جهانی‌شدن تنها یک صورت ندارد، بلکه به اشکال متفاوتی امکان تحقق دارد. جهان ممکن است از طریق سرکردگی امپراتوری‌مآبانه یک ملت، اتحاد بزرگ دو یا چند خاندان سلطنتی و یا دو یا چند ملت، پرولتاریای جهانی، تسلیم ملی‌گرایی به تجارت آزاد، موفقیت جنبش فدرالیسم در سطح جهان، پیروزی یک شرکت جهانی، تبلور روح جهانی، پذیرش جهانی یک دین خاص و یا راه‌های دیگر، به یک «نظام واحد» تبدیل شود.

آن‌چه که امروزه در رویارویی با جهانی‌شدن در قالب یک روند عینی تاریخی و یا جهانی‌سازی در شکل یک پروژه مشاهده می‌شود، گویای محدودیت‌های تحقق این مفهوم و تشکیل نظام واحد جهانی است. برخی صاحب‌نظران معتقدند که بدون پیدایش «جنبش‌های

اجتماعی جهان وطن و انسان‌گرا»، تحقق چنین آرمانی ناممکن خواهد بود. به عبارت دیگر، این کفایت نمی‌کند که ما ارزش‌ها، هنجارها، و فرهنگ عام و قابل‌قبولی برای تمامی انسان‌های موجود در کره‌ی زمین با هر دین، آیین و یا اعتقادی داشته و عرضه کنیم، بلکه باید این وجوه فرهنگی به نحوی شوق‌آمیز و شورآفرین باشند که به پیدایش جنبش‌های اجتماعی حامی آن‌ها بینجامند، تا این جنبش‌ها به‌عنوان حاملین اندیشه‌ی جهانی‌شدن، تحقق آن را تضمین و ممکن سازند.

از سوی دیگر، براساس آن‌چه که برشمرده شد، جهان با وضعیتی روبه‌روست که در آن سعی می‌شود، «قدرت و اجبار مادی»، به‌عنوان تنها «عامل نظم‌بخش و سامان‌دهنده» مطرح و فعال شود. بنابراین طبیعی است ما با جهانی‌رو به‌رو باشیم که ناآرامی، آشوب، ستیز و خشونت، وجه بارز و رو به رشد آن باشد و این‌گونه هم هست و جز این نیست!

در یک جمع‌بندی می‌توان اظهار داشت: هر چند سعی شده است طی فرایندی پیچیده یک «اندیشه‌ی مسلم دینی» که ریشه در تمامی ادیان الهی دارد، با اشکال مادی متنوع و متفاوتی و در قالب نظریه‌های پررنگ و لعاب به جهان بشریت عرضه شود، نهایتاً این وعده‌ی حق الهی است که تحقق خواهد یافت؛ و وعده‌ای که در آیه‌ی شریفه‌ی ۱۰۵ سوره‌ی الانبیا تبلور دارد: «وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزَّبُورِ مِن بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرِثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ»؛ و درحقیقت در زبور پس از تورات نوشتیم که زمین را بندگان شایسته ما به ارث خواهند برد.

احداث روایت شده از حضرت رسول و ائمه‌ی کرام (صلوات‌الله علیهم) نیز در وصف شرایط قبل و بعد از ظهور منجی، گویای حقایق دیگری در این زمینه هستند.

از این منظر است که ایرانی شیعه در فضای جدید قابل‌تصور، به‌عنوان انسانی برخوردار از منابع غنی و ارزشمند هویت‌ساز و هدایتگر در عرصه‌های متنوع زندگی بشری، اعم از مادی و معنوی و نیز در اختیار داشتن محکم‌ترین و متقن‌ترین اصول مدون در مباحث ارتباطات و مناسبات اجتماعی، خواهد توانست نقشی فعال‌انه و مؤثری در عرصه‌ی جهانی و جهانی‌شدن ایفا کند.

منابع

۱. آزاد ارمکی، دکتر تقی. فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی‌شدن. انتشارات تمدن ایرانی.
۲. کجویان، حسین. نظریه‌های جهانی‌شدن: پیامد چالش‌های فرهنگ و دین. نشر نی.
۳. کیلی، ری و مارفکیت، فیل. جهانی‌شدن و جهان سوم. ترجمه‌ی حسن نورائی‌بیدخت و محمدعلی شیخ‌علیان. دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت خارجه.
۴. گل محمدی، احمد. جهانی‌شدن فرهنگ، هویت، نشر نی.
۵. فصل‌نامه‌ی مطالعات ملی. زمستان ۱۳۸۰ و بهار ۱۳۸۱.
۶. منصورنژاد، محمد. دین و هویت. انتشارات تمدن ایرانی.
۷. فصل‌نامه‌ی قم. شورای پژوهشی اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم. سال نهم بهار و تابستان ۱۳۸۶. شماره‌ی ۳۲-۳۱.
۸. نصری، قدیر. مبانی هویت ایرانی. انتشارات تمدن ایرانی.



معلمان

حمید قاضی زاده

دانشجوی دکتری اطلاع‌رسانی دانشگاه شهید چمران

هوشنگ قاضی زاده خلیفه محله

کارشناس مدارس آموزش و پرورش شهرستان املش

والکوی مصروف و مصروف درین تحقیق



چکیده

با انجام تحقیق، روحیه کنجکاوی و شوق دستیابی به حقیقت در انسان به وجود می‌آید. روان آدمی شاداب می‌شود و در نتیجه‌ی آن، علم حیاتی دوباره می‌گیرد و بر شاخ و برگ آن افزوده می‌شود. طی این مقاله، ضمن ارائه‌ی تعریفی از تحقیق و انواع آن و همچنین جزئیات یک تحقیق، فواید اقتصادی آن نیز بیان خواهد شد. برخورداری فرد از سواد اطلاعاتی، بهره‌مندی از تفکر انتقادی و کسب عواید اقتصادی و مادی، و همچنین رعایت دقیق الگوی مصرف منابع، از جمله فوایدی است که معمولاً محققان در انجام تحقیقات، به آن دسترسی پیدا خواهند کرد.

کلید واژه‌ها: اقتصاد تحقیق، سواد اطلاعاتی، تفکر انتقادی، فواید مادی تحقیق

مقدمه

آیا تا به حال به این فکر کرده‌ایم که پژوهش چیست؟ انجام یک پژوهش، چه اهمیتی دارد؟ آیا اگر فردی (محقق، معلم، دانشجو و...) تحقیقی را انجام دهد، اجرای این کار برای او سود یا منفعتی دارد؟ و شاید بتوان صدها سؤال دیگر در این حیطه مطرح کرد با این مضمون که به راستی تحقیق چیست و چرا بر انجام آن توصیه‌ها و سفارش‌های مکرر می‌شود. این‌ها مواردی هستند که طی این نوشتار تا حدودی پاسخ داده شده‌اند و ذهن مخاطب را به این نکته معطوف خواهند داشت که به راستی با انجام یک تحقیق صحیح و علمی، می‌توان نگرش دیگر و شفاف‌تری به محیط پیرامون خود داشت و شاید شروعی باشد برای انجام تحقیقات بیشتر در حوزه‌های موضوعی دل‌خواه هر فرد یا نیازهای روز.

در این راستا، به نظر می‌رسد بررسی مقوله‌ی تحقیق در حیطه‌ی آموزش و پرورش، از اهمیت بسزایی برخوردار است. زیرا آموزش و پرورش، در حکم مهم‌ترین نهاد اجتماعی، در ایفای رسالت خویش نیازمند به کارگیری منابع فکری، مالی، حمایتی و معنوی قابل توجهی است که تأمین آن‌ها به شرایط فرهنگی و نگرش جامعه، به‌ویژه مدیران ارشد و تصمیم‌گیرندگان کشور بستگی دارد [ربیعی و صالحی نجف‌آبادی، ۱۳۸۶].

با در نظر داشتن نقش مهم و خطیر معلمان و دبیران در امر پسندیده و مقدس تدریس و روزآمد بودن اطلاعات آن‌ها در حوزه‌های گوناگون علمی و همچنین تشویق و ترغیب بیشتر آنان به انجام تحقیقات علمی، نگارنده‌ی مقاله حاضر قصد دارد برای نیل به این هدف، آن‌ها را با یک سفر علمی همراه سازد؛ سفری که آغاز آن شناخت تحقیق و مراحل اجرای آن و پایان کار، بهره‌مندی از فواید تحقیق باشد. بنابراین در این مقاله، ضمن ارائه‌ی تعریفی از تحقیق و انواع آن، سعی خواهد شد تا فواید اقتصادی اجرای تحقیق برای معلمان بیان شود و نیز اهمیت رعایت دقیق الگوی مصرف منابع مورد تأکید قرار گیرد.



معنای لغوی تحقیق

همه‌ی شما با معنی کلمه‌ی تحقیق آشنا باشید و بارها آن را به کار برده و یا شنیده‌اید. گاهی می‌گوییم: «باورهای دینی خود را باید با تحقیق به دست آوریم و تقلید کردن در اصول دین جایز نیست.» وقتی دیگر می‌گوییم: «هنگام پاسخ‌گویی به تقاضای ازدواج، باید در مورد شخصیت و خانواده‌ی متقاضی تحقیق کرد.» گاهی نیز ادعا می‌کنیم: «میزان پیشرفت هر کشور، وابسته به میزان تحقیق در آن کشور است.» در همه‌ی این جملات، کلمه‌ی تحقیق را به کار برده‌ایم. این کلمه، مانند کلمه‌ی «حق» از ریشه‌ی «ح ق ق» است. این ریشه به معنی ثابت، استوار و مطابق با واقع است. بنابراین، «تحقیق» در لغت، به معنی کشف حقیقت و رسیدن به کنه یک امر است. آن‌چه در همه‌ی این جملات مشترک است، روند دست‌یابی به یک حقیقت و پاسخ‌گویی به پرسشی در زمینه‌ی امری مجهول است. اما با وجود این اشتراک، به نظر شما، آیا کلمه‌ی تحقیق در سه جمله‌ی بالا دقیقاً به یک معنی است؟ بی‌شک پاسخ منفی است. در جمله‌ی اول، منظور از تحقیق، یافتن اعتقاد صحیح، با استفاده از استدلال عقلی و منطقی است. تحقیق در جمله‌ی دوم، به معنی بررسی و پرس‌وجو درباره‌ی ویژگی‌ها و سوابق یک فرد است. تحقیق در جمله‌ی سوم به معنی تحقیق علمی است.

معنای لغوی دقیق تحقیق در لغت‌نامه‌ی **دهخدا** نیز این‌گونه بیان شده است: «تحقیق [ت آ]: (ع مص) حقیقت کردن. (تاج المصادر بیهقی) (زوزنی). || درست کردن. (دهار). درست و راست کردن. (منتهی‌الارب) (آندراج) (ناظم‌الاطباء). || رسیدگی و واری کردن. (ناظم‌الاطباء). به کنه مطلب رسیدن و واقع چیزی را به دست آوردن. (فرهنگ نظام). || بدانستن. (تاج المصادر بیهقی) (زوزنی). درست بدانستن. (دهار). بدانستن و تصدیق کردن قولی را. (منتهی‌الارب). تصدیق کردن قول یا گمانی را.»

تعریف اصطلاح علمی تحقیق

«تحقیق عبارت است از عملی منظم که در نتیجه‌ی آن، پاسخ‌هایی برای سؤال‌های مورد نظر و مطرح شده در موضوع تحقیق به دست می‌آید. مطابق این تعریف باید موضوعی را مطرح و طبق یک عمل منظم، پاسخی برای آن پیدا نمود» [کلارستاقی، ۱۳۷۸].

کالتون^۱ (۱۹۶۳) نیز در تعریف تحقیق در کتاب خود به نام «روش تحقیق» چنین آورده است: «تحقیق در لغت به معنی واری کردن، بررسی کردن، کشف حقیقت و به کنه حقیقت رسیدن، و در اصطلاح، کوشش علمی و اندیشیدن توأم با طرح و نقشه برای کشف حقیقتی مجهول است.»
با مشخص شدن تعریف دقیق تحقیق و این‌که منظور از تحقیق معنای لغوی آن است یا اصطلاح علمی، فرد قادر خواهد شد تا شروع عالمانه‌ای در اجرای یک تحقیق داشته باشد.

فواید تحقیق

با انجام تحقیق، روحیه کنجکاوی و شوق دست‌یابی به حقیقت در انسان به وجود می‌آید. روان آدمی شاداب می‌شود و در نتیجه‌ی آن، علم

حیاتی دوباره می‌گیرد و بر شاخ و برگ آن افزوده می‌شود. ملت‌ها رشد می‌کنند و زمینه‌ی ابداعات و اختراعات فراهم می‌آید.

بین ملت‌هایی که اهل تحقیق‌اند، تعصبات بی‌جا از بین می‌رود و فرهنگ جامعه تعالی می‌یابد. با تحقیق در موضوعات دینی و مکتبی، حق از باطل جدا و حقایق و اسرار مکتب اسلامی معرفی می‌شوند. به‌علاوه موهومات و خرافات در جامعه رنگ می‌بازد. برداشته‌ها و نظرات شخصی و سلیقه‌ای از قرآن و سنت ملاک و معیار قرار نمی‌گیرد و افراد جامعه می‌آموزند که موضوعی را بدون استناد قوی و بدون تحقیق و بررسی از فرد یا افرادی قبول نکنند.

گذشته از موارد مزبور، اجرای صحیح و درست تحقیق می‌تواند برای محقق، مزایا و منفعت‌های فردی و اجتماعی زیادی را به دنبال داشته باشد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

۱ | برخورداری فرد از سواد اطلاعاتی

الف) تعریف سواد اطلاعاتی

سواد اطلاعاتی مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و مستلزم آن است که افراد «دریابند چه موقع به اطلاعات نیاز دارند و توانایی مکان‌یابی، ارزیابی، و به‌کارگیری مؤثر اطلاعات مورد نیاز را داشته باشند». سواد اطلاعاتی در دنیای کنونی نیز که عصر تغییرات شتابناک فناوریانه و تکرر منابع اطلاعاتی است، اهمیت فزاینده دارد. به‌دلیل پیچیدگی روبه‌افزایش این شرایط، افراد با گزینه‌های اطلاعاتی متنوع و متعددی - در تحقیقات آکادمیک، در محل کار، و در زندگی شخصی - روبرو هستند. اطلاعات را می‌توان در کتاب‌خانه‌ها، منابع اجتماعی، سازمان‌های تخصصی موضوعی، رسانه‌ها، و اینترنت به دست آورد. همچنین، هر روز بیش از پیش، اطلاعات فیلتر نشده به سوی افراد سرازیر می‌شود. این امر، اصالت، اعتبار، و اطمینان‌پذیری این اطلاعات را مطرح می‌سازد. به علاوه، اطلاعات از طریق رسانه‌های گوناگون، از جمله به شکل‌های گرافیکی، شنیداری و متنی ارائه می‌شود. این‌ها همه، چالش‌های نوینی را از نظر ارزیابی و درک اطلاعات، پیش روی افراد قرار می‌دهند. کیفیت نامطمئن و کمیت فزاینده‌ی اطلاعات، چالش‌های بزرگی را برای جامعه موجب می‌شود. صرف فراوانی اطلاعات، به خودی خود و بدون مجموعه‌ای مکمل از توانمندی‌های لازم برای بهره‌گیری اثربخش از اطلاعات، به شهروندان آگاه‌تر نمی‌انجامد.

سواد اطلاعاتی مبنای «یادگیری مادام‌العمر» محسوب می‌شود. این نوع از سواد برای همه‌ی رشته‌ها، همه‌ی محیط‌های یادگیری، و همه‌ی سطوح آموزشی مشترک است. سواد اطلاعاتی یادگیرندگان را قادر می‌سازد بر محتوای اطلاعات تسلط یابند و کندو کاوهای خود را گسترش دهند. خود - هدایتگری خویش را تقویت کنند، و کنترل بیشتری بر یادگیری خویش به دست آورند.

ب) مزایای بهره‌مندی از سواد اطلاعاتی

فرد با سواد اطلاعاتی قادر است: دامنه‌ی اطلاعات مورد نیاز خود را تعیین کند؛ به شکل کارآمد و مؤثر به اطلاعات مورد نیاز دست یابد؛ به‌گونه‌ای

نقادانه، به ارزیابی اطلاعات و منابع اخذ این اطلاعات بپردازد؛ اطلاعاتی را که برگزیده است با مبنای دانشی خود تلفیق کند؛ از این اطلاعات به شیوه‌ای کارآمد برای رسیدن به مقصودی مشخص، بهره گیرد؛ موضوعات اقتصادی، حقوقی، و اجتماعی ملازم با به‌کارگیری اطلاعات را بفهمد و به‌شیوه‌ای اخلاق مدارانه و قانون مدارانه اطلاعات را به‌دست آورد و از آن بهره بگیرد. کسب مهارت‌های سواد اطلاعاتی، فرصت‌های دانشجویان در امر یادگیری خود - راهبر را چندبرابر می‌کند. چرا که آنان به استفاده از طیف متنوعی از منابع اطلاعاتی به منظور گسترش دانش خود می‌پردازند، پرسش‌های آگاهانه مطرح می‌کنند، و توان تفکر انتقادی خود را به‌منظور اقدام باز هم بیشتر به یادگیری خود - راهبر، تقویت می‌کنند. نیل به قابلیت‌های سواد اطلاعاتی مستلزم درک این نکته است که این مجموعه توانمندی‌ها، فرع به برنامه‌ی درسی نیست، بلکه با محتوا، توالی، و ساختار برنامه‌ی درسی درهم تنیده شده است. این تلفیق با برنامه‌ی درسی، تدارک کننده‌ی زمینه‌های بسیار در ارتقای میزان نفوذ و اثرگذاری روش‌های گوناگون تدریس دانشجو محور (هم‌چون یادگیری مسئله مبنای یادگیری شواهد مبنای، و یادگیری کند و کاوی) محسوب می‌شود.

دانشجویان با راهنمایی اعضای هیئت علمی و دیگران طی شیوه‌های مسئله مبنای، در سطحی عمیق‌تر از آنچه که با به‌کارگیری تمام و کمال متون درسی کتبی و شفاهی امکان‌پذیر است، به استدلال درباره‌ی محتوای درس خود می‌پردازند. برای بهره‌برداری بیشینه از یادگیری مسئله مبنای، دانشجویان غالباً باید از مهارت‌های تفکر استفاده کنند. این امر مستلزم آن است که به کاربران ماهری در کار با منابع اطلاعاتی - در هر جا و هر قالبی که هست - تبدیل شوند و بدین ترتیب مسئولیت‌پذیری خویش را در جهت یادگیری خود افزایش دهند.

افراد در راه به‌دست آوردن اطلاعاتی که برای انجام تحقیقات خود در جست‌وجوی آن هستند، گزینه‌های بسیاری پیش‌رو دارند. یک راه، بهره‌گیری از سامانه‌های بازیابی اطلاعات است؛ هم‌چون سامانه‌هایی که در یک کتاب‌خانه یا درون پایگاه‌های اطلاعاتی یافت می‌شوند و با استفاده از رایانه از هر مکانی قابل دست‌یابی هستند. راه دیگر، انتخاب یک روش پژوهشی مناسب به‌منظور مشاهده‌ی مستقیم پدیده‌ها است. مثلاً **پزشکان، باستان‌شناسان و ستاره‌شناسان** به منظور تعیین وجود یک پدیده‌ی خاص، همواره به استفاده از روش بررسی فیزیکی وابسته‌اند؛ **ریاضی‌دانان، شیمی‌دانان و فیزیک‌دانان** به منظور ایجاد شرایط مصنوعی که در آن، به مشاهده و تحلیل تعامل پدیده‌ها می‌پردازند، غالباً از فناوری‌هایی هم‌چون شبیه‌سازها یا نرم‌افزارهای آماری بهره می‌گیرند. هم‌چنان که دانشجویان، سال‌های تحصیلی و برنامه‌های دانش‌آموختگی را پشت‌سر می‌گذارند، به فرصت‌های مکرری برای جست‌وجو، ارزیابی، و مدیریت اطلاعاتی نیازمندند که از منابع متعدد و با روش‌های پژوهشی خاص هر رشته گردآوری شده‌اند.

اصطلاح سواد اطلاعاتی گاهی ترجیحاً به‌عنوان اطلاعات مناسب و به‌طور عام به عنوان توانایی دسترسی، ارزیابی، سازمان‌دهی و استفاده

از اطلاعات در منابع متنوع تعریف شده است. بنابراین، اگر کسی دارای سواد اطلاعاتی باشد، قادر خواهد بود چگونگی یک موضوع یا ناحیه‌ای از دستورالعمل مورد نیاز را بشناسد و بر نیازهای اطلاعاتی خود فائق آید.

۲ تفکر انتقادی

الف) تعریف تفکر انتقادی

از تفکر انتقادی تعریف‌های گوناگونی شده است که در این جا به اختصار به دو مورد اشاره می‌کنیم. نخست: «تفکر انتقادی، تفکری است مستدل و منطقی در جهت بررسی تجدید نظر در عقاید، نظرات، اعمال و تصمیم‌گیری درباره‌ی آن‌ها بر مبنای دلایل و شواهد مؤید آن‌ها و نتایج درست و منطقی که پیامد آن‌هاست» [Egan, 1983]. در تعریف دیگری بروکفیلد^۱ (۱۹۸۵) آمده است: «ما تفکر انتقادی را این‌گونه درک می‌کنیم که باید قضاوت خود ساخته و هدفمندی باشد تا به تفسیر، تحلیل، ارزیابی و استنباط منجر می‌شود.»

علاوه بر این، توضیح متکی به دلیل و مدرک، توضیح مفهومی، منظم و ضابطه‌مند یا ملاحظات متنی را هم که بر پایه‌ی آن قضاوت انجام شده است، در بر می‌گیرد. تفکر انتقادی، از طریق ایجاد روابط معقول بین انسان‌ها، تصمیم‌گیری بر اساس تحلیل عناصر یک موقعیت، و تفکیک عناصر مطلوب، نویدبخش زندگی توأم با آرامش و مهربانی خواهد بود. بنابراین می‌توان گفت، اگر مدارس ما در آموزش این امر مهم ناموفق باشند، جامعه‌ی ما و در نهایت جامعه‌ی جهانی شکست خواهد خورد. به‌طور خلاصه، دلایل ضرورت و اهمیت تفکر انتقادی را چنین می‌توان بر شمرد:

- ۱ با دستورات خداوند متعال در قرآن کریم منطبق است.
- ۲ با ویژگی‌های عقلانی انسان، مانند کنجکاوی و ترقی طلبی، منطبق است.
- ۳ به کمک آن، یادگیری بر اساس فعالیت خود یادگیرنده انجام می‌شود.
- ۴ با ویژگی‌های عصر فراصنعتی و تغییر و تحول فزاینده‌ی آن متناسب است.
- ۵ برگرفته از هدف‌های اساسی تعلیم و تربیت است [بیشین].

ب) مزایا توانایی‌های متفکران منتقد

متفکران منتقد که مراحل پیشرفت تفکر انتقادی را با موفقیت گذرانده‌اند، توانایی‌ها و مهارت‌های خاصی در برخورد با مسائل و ادامه‌ی فرایند حل مسئله کسب کرده‌اند و از آن‌ها استفاده می‌کنند. بعضی از آن‌ها عبارت‌اند از:

- ۱ نیاز برای داشتن اطلاعات مربوط و قابل استفاده را تشخیص می‌دهند.

۲ راهبردهایی را برای یافتن اطلاعات اتخاذ می‌کنند.

۳ به‌طور مؤثر و کارآمد، منابع اطلاعاتی را ارزیابی می‌کنند.

۴ به‌طور منتقدانه اطلاعات را ارزیابی می‌کنند.

۵ اطلاعات را به گونه‌ای مؤثر سازمان‌دهی می‌کنند و به کار می‌برند تا سوالات را پاسخ دهند یا مسائل واقعی زندگی را حل کنند.

۶ روی یک سؤال متمرکز می‌شوند و معیاری را برای قضاوت درباره‌ی جواب‌های ممکن در نظر می‌گیرند.

۷ مباحث را تجزیه و تحلیل می‌کنند؛ یعنی نتایج، دلایل بیان شده و دلایل بیان نشده را شناسایی می‌کنند، ساختار بحث را مشخص می‌سازند و سرانجام اطلاعات را خلاصه می‌کنند.

۸ سوالات توضیحی یا مسئله برانگیز می‌پرسند و جواب می‌دهند؛ مانند: نکته‌ی اصلی بیان شما چیست؟ منظورتان چیست؟ ممکن است کمی بیشتر درباره‌ی آن بگویید؟

۹ در مورد باور پذیر بودن هر منبع قضاوت می‌کنند.

۱۰ مشاهده می‌کنند و گزارش مشاهدات را مورد بررسی و قضاوت قرار می‌دهند؛ مانند:

● گزارش توسط مشاهده‌گر نوشته شده است یا کسی دیگر؟ چگونه می‌توان موضوع را اثبات کرد؟

● آیا استفاده از فناوری در این مورد مفید است؟

● بین مشاهده و نوشتن گزارش خود وقفه‌ی کوتاهی ایجاد می‌کنند.

۱۱ نتیجه‌گیری می‌کنند و آن را مورد قضاوت قرار می‌دهند.

۱۲ قضاوت‌های ارزشمندی انجام می‌دهند و آن‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهند. هم‌چنین در قضاوت به عوامل مهم زیر توجه دارند:

● حقایق پیش‌زمینه‌ای کدام‌اند؟

● نتایج پذیرش یا رد قضاوت چیست؟

● کدام اصول قابل قبول را می‌توان به کار گرفت؟

● گزینه‌های بعدی کدام‌اند؟ و...

۱۳ اصطلاحاتی را که به کار می‌برند، تعریف می‌کنند و تعریف‌ها را مورد قضاوت قرار می‌دهند.

۱۴ قضا، دلایل، مفروضات، موقعیت‌ها و پیشنهادهای دیگری را که با آن‌ها مخالفت هستند یا در موردشان شک دارند، بررسی و نظر خود را مستدل می‌کنند.

۱۵ شیوه و روش منظمی را که مناسب واقعیت مورد بحث باشد، پی می‌گیرند.

ج) مزیت تفکر انتقادی

تفکر انتقادی، توانایی تحلیل اطلاعات و تجارب است. آموزش این مهارت‌ها، محققان را قادر می‌سازد در برخورد با ارزش‌ها، فشار گروه و رسانه‌های گروهی مقاومت کنند و از آسیب‌های ناشی از آن در امان بمانند. این توانایی فرد را قادر می‌سازد تا هیجان‌ها را در خود و دیگران تشخیص دهد، نحوه‌ی تأثیر هیجان‌ها بر رفتار را بداند و بتواند واکنش مناسبی به هیجان‌های مختلف نشان دهد. اگر با حالات هیجانی، مثل غم و خشم یا اضطراب درست برخورد نشود، این حالات بر سلامت جسمی و روانی تأثیر منفی خواهد گذاشت.

د) چرا تفکر انتقادی باید قسمتی از تمام دروس باشد؟

امروزه هم معلمان و هم شاگردان، اطلاعات فراوانی در اختیار دارند. گاهی معلمان از این‌که بتوانند تشخیص دهند، چگونه همه‌ی این پیشرفت‌ها در رشته‌های تخصصی آن‌ها می‌تواند برای تعیین نیازهای اطلاعاتی شاگردان، مناسب باشد، ناامید می‌شوند. شاگردان یورش عصر اطلاعات را حتی شدیدتر از معلمان خود احساس می‌کنند و کمتر می‌توانند از عهده‌ی تحمل فشار آن و فهم دنیای پیچیده‌اش بر آیند. معلمان و استادان می‌توانند از طریق پیشنهاد چارچوب‌ها و نظرگاه‌های تحلیلی برای دسته‌بندی امور و تفکر انتقادی در مورد آن‌ها، به شاگردان در رویارویی با این پیچیدگی کمک کنند. توانایی‌های تفکر انتقادی شاگردان، طی تحصیل بدون کمک استادان و صرفاً با گوش دادن به سخن‌رانی‌ها، خواندن کتاب درسی و امتحان دادن به‌وجود نمی‌آیند. استادان آشکارا باید بدانند که منظورشان از تفکر انتقادی در چارچوب رشته‌ی خود چیست. هم‌چنین باید فرصت‌هایی را برای تمرین مهارت‌ها و روش‌های تفکر انتقادی برای شاگردان تدارک ببینند. استادان تمام رشته‌ها باید از طریق مجسم کردن چارچوب‌های تحلیلی، در میان گذاشتن روش‌های حل مسئله خود با شاگردان، صحبت با همکاران و شرکت در سمینارهای آموزشی، مسئولیت آموزش مهارت‌ها و روش‌های تحقیق و بررسی انتقادی را بپذیرند.

علاوه بر آموزش مهارت‌های واضح و چارچوب‌های تحلیلی، استادان باید جنبه‌های رفتاری تفکر انتقادی، مانند منابع فطری علاقه، عجباب، و کنجکاوی شاگردان را پرورش دهند. اسمیت (۱۹۹۵) در مورد شرط لازم بودن علاقه‌ی شاگرد به یادگیری، حقیقتی است که کمتر کسی می‌تواند منکر آن شود. معمولاً یادگیری قابل توجه فقط زمانی به‌وقوع می‌پیوندد که اگر شاگرد (یادگیرنده) از طریق احساس شگفتی، معما و علاقه‌ی فردی تحریک شود، همه‌ی ما که با آموزش سروکار داریم، برای بهره‌گیری از چنین علاقه‌ای آماده باشیم.

این برای استادان کمال مطلوب است که گاهی از غوطه‌ور شدن در رشته‌های خود دست بردارند و بکوشند محتوای رشته‌ی خود را از دید دیگران ببینند. این به معنای جدی گرفتن تردید و برداشت نادرست شاگردان است. چرا کسی اصلاً می‌خواهد معنای ماهیت فتوسنتز، امر مطلق کانت و مراسم قبیله‌ای جزیره نشینان تروربیان را بفهمد؟ اگر ما با رشته‌های تحصیلی خود دست‌کم بر اساس بعضی از بدگمان‌های شاگردان برخورد نکنیم، به اهمیت نقش مهمی که در تحریک علاقه‌ی آماده باشیم.

این برای استادان کمال مطلوب است که گاهی از غوطه‌ور شدن در رشته‌های خود دست‌بردارند و بکوشند محتوای رشته‌ی خود را از دید دیگران ببینند. این به معنای جدی گرفتن تردید و برداشت نادرست شاگردان است. چرا کسی اصلاً می‌خواهد معنای ماهیت فتوسنتز، امر مطلق کانت و مراسم قبیله‌ای جزیره‌نشینان تروربیان را بفهمد؟ اگر ما با رشته‌های تحصیلی خود دست‌کم بر اساس بعضی از بدگمانی‌های شاگردان برخورد نکنیم، به اهمیت نقش مهمی که در تحریک علاقه‌ی شاگرد و ایجاد انگیزه برای آموختن تفکر انتقادی باید ایفا کنیم، پی نخواهیم برد.

ایجاد محیط‌های درسی که باعث تشویق بحث، پرسش و تعمیق می‌شوند، تفکر انتقادی را پرورش و رشد می‌دهند. چنین محیط‌هایی را می‌توان از طریق تنظیم وقت کلاس که شامل بحث بیشتر باشد و با طرح تکالیف نوشتاری صریح و اثربخش، ایجاد کرد. تلفیق مطالب خواندنی نیز که باعث توسعه و رشد علاقه‌ی شاگرد می‌شود، اهمیت دارد.

۳ بهره‌مندی از عواید مادی

اهمیتی که نهاد و سازمان‌های گوناگون به امر پژوهش می‌دهند و بودجه‌هایی که برای آن در نظر می‌گیرند، می‌تواند حاکی از دو نکته باشد: اول این که تحقیق ضروری و ارزشمند است و دوم این که تحقیق برای محقق می‌تواند به عنوان یک حرفه محسوب شود و حتی از طریق آن امرار معاش کند. برای نمونه، نویسندگی کتاب یا مقاله‌ای را در نظر بگیرید که برای یک نشریه یا انتشاراتی بزرگ، مطلب علمی می‌نویسد. برای این کار و با توجه به اهمیت مطلب، فرد محقق در ازای نگارش هر مقاله مبلغی را به عنوان دستمزد کار علمی خویش دریافت می‌کند. این مبلغ، به نوع نشریه و درجه‌ی علمی آن، زبان فارسی یا انگلیسی بودن نشریه، نوع مرکز متقاضی مقاله و عامل‌های متعدد دیگری بستگی خواهد داشت.

امروزه در کشورهای پیشرفته، اجرا و انجام پروژه‌های تحقیقاتی و تدوین مقاله‌ی علمی مناسب، مخصوصاً با بیان یک موضوع مناسب و ارائه‌ی راهکار در مقاله برای مرتفع کردن یک مشکل، اعتبار محقق را هم از لحاظ معنوی و از لحاظ مادی به صورت چشم‌گیری افزایش می‌دهد و صاحب پاداش و دریافت‌های کلانی خواهد شد که حتی ممکن نبود با انجام چند سال کار اجرایی مداوم، قادر به دریافت این مقدار پاداش باشد. یک مثال بارز در این زمینه و کسب دریافت مادی از طریق نگارش مقاله‌های علمی را می‌توان به تهیه‌ی مقاله برای یک سازمان یا نشریه‌ی علمی - تحقیقاتی کشور بیان کرد. نویسندگی مقاله در ازای تدوین مقاله برای یک سازمان یا نشریه‌ی متقاضی یا حتی نگارش مقاله برای انواع همایش‌های گوناگون، چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور، بسته به نوع و میزان اهمیت مقاله، می‌تواند حق‌الزحمه‌ای در قالب مبالغ ریالی و یا دلاری دریافت کند. این مبالغ، با توجه به میزان اعتبار پژوهشی یک سازمان یا پشتیبانان مالی برگزارکننده‌ی همایش‌های متفاوت داخل یا خارج از کشور، متفاوت است.

۴ رعایت الگوی مصرف منابع در انجام تحقیق

رعایت دقیق فرایند مصرف منابع در انجام تحقیق را نیز شاید بتوان یکی دیگر از فواید انجام تحقیق به حساب آورد. آشنایی با منابع الکترونیکی پیشرفته و نرم‌افزارهای موجود در دنیای کنونی، سبب می‌شود، هم معلمان در انجام تحقیق صرفه‌جویی لازم را داشته باشند و هم از نظر استفاده از اموال مصرفی مانند کاغذ و خودکار، کاهش مصرف چشم‌گیری برای آنان به وجود آید. برای مثال، آشنایی کافی معلمان با نرم‌افزار واژه‌پرداز «ورد مایکروسافت»^۲، شاید نشانه‌ی بارزی از رعایت دقیق الگوی مصرف و استفاده‌ی

بهبوده از منابع باشد. مسلط بودن بر این نرم‌افزار سبب خواهد شد تا محقق و یا معلم، در حین کار به جای استفاده از قلم و کاغذ اضافی و تهیه‌ی نسخ فراوان از آن‌ها توسط دستگاه‌های تکثیر، و هم‌چنین صرف وقت و تلاش اضافی برای تهیه‌ی این اقلام مصرفی، قادر باشد همه‌ی امور را در یک مکان و به اصطلاح روی یک میز به انجام برساند و امکانات نشر رومیزی^۴ را برای خود فراهم آورد. با بهره‌گیری و استفاده از این نرم‌افزار، معلمان قادر خواهند بود در تهیه‌ی گزارش یک تحقیق به‌طور مناسب، فرایند اجرایی خاص تحقیق مانند «ویرایش»^۵، «قالب‌بندی و رنگ‌آمیزی»^۶ استفاده از جداول گوناگون و... را به نحو احسن اجرا کنند و با این کار، صرفه‌جویی قابل توجهی هم برای خود و هم برای کار تحقیقی به ارمغان آورند.

باید اذعان شود که رعایت الگوی مصرف تنها به آشنایی و کار با واژه‌پرداز ورد خلاصه نمی‌شود و این شمه‌ای است از سایر مواردی که هر محقق در اجرای تحقیق با آن‌ها سروکار دارد. مواردی نظیر وب‌لاگ، اینترنت و سایر منابع الکترونیکی، ابزارها و منابعی هستند که به محقق در انجام تحقیق، چه از نظر جست‌وجو و یافتن منابع صحیح و چه از نظر استفاده از اقلام و حتی از لحاظ جمع‌بندی مطالب، نتیجه‌گیری و ارائه‌ی تحقیق، کمک می‌کنند. به عبارت دیگر، رعایت درست الگوی مصرف و به‌کارگیری صحیح این ابزارها و منابع در اجرا و انجام یک تحقیق، هم به اجرای بهتر پروژه‌های تحقیقاتی کمک می‌کند و هم در میزان هزینه و وقت آن‌ها، صرفه‌جویی فراوانی را به دنبال دارد.

پی‌نوشت

1. Brookfield
2. Smith,
3. Microsoft-word
4. Desktop publishing
5. Edit
6. Format

منابع

۱. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۷). لغت‌نامه‌ی دهخدا. دانشگاه تهران. دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۲. ربیعی محمد و صالحی نجف‌آبادی، رضوان (۱۳۸۶). «مقایسه‌ی نرخ‌های آموزشی و کیفیت آموزش و پرورش نمونه‌های برتر مدارس دولتی و غیر انتفاعی استان چهارمحال و بختیاری». فصل‌نامه‌ی نوآوری‌های آموزشی. شماره‌ی ۱۹. سال ششم.
۳. حبیبی‌پور، مجید (۱۳۸۵). «اهمیت تفکر انتقادی در آموزش و پرورش». مجله‌ی رشد تکنولوژی آموزشی. شماره‌ی ۲.
۴. _____ (۱۳۸۶). «ویژگی‌های متفکران منتقد». مجله رشد تکنولوژی آموزشی. شماره‌ی ۸.
۵. قاسمی، علی حسین (۱۳۸۵). «استاندارد قابلیت‌های سواد اطلاعاتی برای آموزش عالی». فصل‌نامه‌ی علوم و فناوری اطلاعات. دوره‌ی ۲۱. شماره‌ی ۴.
۶. کلارستاقی، کیومرث (۱۳۷۸). برگرفته از وب‌لاگ: <http://bluesky363.blogfa.com/8710.aspx>
۷. مایرز، چت (۱۳۸۰). روش تحقیق. ترجمه‌ی خدایاراییلی. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌های تهران.
۸. وبلاگ روش‌شناسی تحقیق (۱۳۸۲)، به نشانی: <http://methodology.persianblog.ir>
۹. وبلاگ نگارش (۱۳۸۴)، به نشانی: <http://www.negaresh.blogfa.com/cat-8.aspx>
10. Brookfield, Stephan (1985). Direct Learning. London: Jossey Bass.
11. Egan, Kieran (1983). Education and psychology. London: Methuen.
12. Kalton, G. (1963). Survey Methods in Social Investigation. New York: Hall Press.
13. Smith, Huston (1995). The Purpose of Higher education. New York: Harper & Brother.

ج. دبلیو. بری
ترجمه‌ی جعفر نجات

جهت‌اندیشی و فرهنگ‌اندازی

چکیده

هنگامی که گروه‌هایی با پس‌زمینه‌های فرهنگی مختلف با هم ارتباط نزدیک پیدا می‌کنند، جریان فرهنگ‌پذیری آغاز می‌شود و به تغییرات فرهنگی و روان‌شناختی در هر دو گروه می‌انجامد. جریان دومی (به نام جهانی شدن) نیز توسط تماس بین فرهنگی پدید می‌آید که به تغییرات فرهنگی و فردی منجر می‌شود. در این زمینه دو فرضیه‌ی قدیمی وجود دارد:

۱. این دو جریان تغییرات بیشتری را در افراد غیر مسلط گروه‌ها ایجاد می‌کنند.

۲. نتیجه‌ی نهایی، از دست رفتن ویژگی‌های رفتاری و فرهنگی ویژه‌ی افراد غیر مسلط گروه‌هاست که به جذب آن‌ها به درون یک جامعه‌ی همگون منجر می‌شود که مشابه جامعه‌ی گروه مسلط است.

بنابراین، نتیجه‌ی درازمدت این دو جریان، پیدایش یک جامعه‌ی جهانی همگون است که اعضای آن اعتقادات، ارزش‌ها، اولویت‌های مصرفی و ساختارهای اجتماعی مشترکی دارند.

در این مقاله، چارچوب ویژه‌ای از فرهنگ‌پذیری به کار برده شده است که فرض می‌کند، نتایج فرهنگی و روان‌شناختی تماس بین فرهنگ‌ها بسیار متنوع و متغیر است و بنابراین فرضیات مطرح شده در بالا را به چالش می‌کشد. این چارچوب، علاوه بر این که می‌گوید افراد غیرمسلط در درون جوامع مسلط جذب می‌شوند، نتایج دیگری نیز مطرح می‌کند: «پیوستگی» که به حفظ رفتارها و فرهنگ‌های موجود، علی‌رغم ارتباط تنگاتنگ مردم با هم درون یک چارچوب مدنی در حال توسعه منجر می‌شود؛ «جدایی» که به حفظ شرایط فرهنگی و روان‌شناختی در هنگامی منجر می‌شود که گروه‌ها و افراد تا حد امکان از برقراری ارتباط با هم خودداری می‌کنند؛ «انزوا» که به فقر فرهنگی و روان‌شناختی به‌ویژه بین گروه‌های غیرمسلط و نیز به حذف مشارکت کامل و برابر آن‌ها در جوامع بزرگ‌تر منجر می‌شود. با استفاده از مطالعات تجربی صورت گرفته روی افراد بومی و پراکنده، مهاجران و دولت-ملت‌ها، مثال‌هایی برای این تنوع نتایج گردآوری شده است.

این مقاله نتیجه می‌گیرد، احتمال جذب افراد و همگن شدن در اثر تماس بین فرهنگی، کمتر از احتمال پیوستگی (که نشان دهنده‌ی میزان بالای تداوم فرهنگی و روان‌شناختی است و به تولید ساختارهای اجتماعی جدیدی منجر می‌شود که افراد برقرار کننده ارتباط را در بر می‌گیرند) یا جدایی (به شکل مقاومت در برابر فرهنگ جدید یا احیای میراث فرهنگی خودی) است.

کلید واژه‌ها: فرهنگ‌پذیری، جهانی شدن، راهکارهای فرهنگ‌پذیری، همگن‌سازی

مقدمه

«ما می‌توانیم به سادگی زمانی را تصور کنیم که در تمام کره‌ی زمین، تنها یک فرهنگ و یک تمدن وجود داشته باشد... من باور ندارم که چنین چیزی روی دهد، زیرا در عمل همیشه تمایلات متضادی وجود دارند؛ از یک طرف گرایش به جهانی شدن و از طرف دیگر گرایش به جدایی» [Levi-Strauss, 1975].

به نظر می‌رسد که با عنایت الهی مقدر شده است، در تمامی قاره‌ی آمریکای شمالی ملتی واحد سکونت یابد که با یک زبان سخن می‌گویند، به یک نظام عمومی و احراز اصول سیاسی و مذهبی اعتقاد دارند و به یک مجموعه آداب و رسوم اجتماعی ویژه عادت کرده‌اند [Quincy Adams, 1811].

در این مقاله، مفاهیم «جهانی شدن» و «فرهنگ‌پذیری» و برخی ارتباطات بین آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد [Sam & Berry, 2006]. جهانی شدن پدیده‌ای نسبتاً جدید است و توسط مارشال مک لوهان در کتابی به نام «کهکشان گوتنبرگ» (۱۹۶۲) به دنیای معاصر وارد شده است. علی‌رغم شباهت‌های بین این دو مفهوم، تا به حال کوششی در جهت پیوند دادن آن‌ها صورت نگرفته است و این مقاله چنین هدفی را دنبال کرده است.

ابتدا، برخی مفاهیم کنونی جهانی شدن بررسی می‌شوند و تمایز بین جریان و نتیجه‌ی جهانی شدن روشن می‌شود. این دو جنبه‌ی جهانی شدن را معمولاً براساس این فرض که هر جریانی تنها یک نتیجه دارد با هم ادغام می‌کنند. چنین فرضی، این امکان را که ارتباط جهانی گسترده بین جوامع (به‌عنوان جریان) بتواند پیامدهای فرهنگی، گروهی و فردی بسیار متنوعی (به‌عنوان نتایج) داشته باشد، کاملاً حذف می‌کند. سپس، برخی از ویژگی‌های اصلی مطالعات انسان‌شناختی و روان‌شناختی صورت گرفته روی فرهنگ‌پذیری، با تأکید بر جدایی بین دو بعد تماس و مشارکت گروه‌ها و افراد فرهنگی از یک طرف و حفظ فرهنگ و هویت از طرف دیگر، ارائه می‌شوند. این دو بعد، پایه و چارچوب فرهنگ‌پذیری را تشکیل می‌دهند [Berry, -] که در آن، افراد و گروه‌های فرهنگی به صورت مستقل و متنوع دیده می‌شوند. استفاده از این دو بعد به پژوهشگران امکان می‌دهد، از این فرض دوری کنند. که تماس زیاد ضرورتاً به افت در تداوم فرهنگی و روان‌شناختی منجر می‌شود. با استفاده از یافته‌های تجربی منتشر شده، برخی از شواهد موجود از ارتباط بسیار متنوع بین این دو بعد، بررسی می‌شوند. این مقاله مدعی نیست تمامی یافته‌های موجود را مطرح کرده یا تمامی تنوع‌ها را به تصویر کشیده است. هدف مقاله به چالش کشیدن این فرض است که تماس زیاد بین افراد مسلط و غیر مسلط، ضرورتاً به کاهش یکپارچگی فرهنگی و روان‌شناختی افراد غیر مسلط می‌انجامد.



جهانی شدن

گرچه مفهوم جهانی شدن به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما یک تعریف واحد و مورد قبول همگان در مورد آن وجود ندارد. بنابراین، برای آغاز بررسی در این جا یک تعریف اولیه از آن در این جا یک تعریف اولیه از آن مطرح می‌شود: «جهانی شدن به چندگانگی ارتباطات و پیوندهایی اشاره می‌کند که به فراسوی دولت‌ها (یا جوامع) که نظام‌های جهان مدرن را تشکیل می‌دهند، می‌پردازند. این مفهوم جریانی را تعریف می‌کند که از طریق آن، رویدادها، تصمیمات و فعالیت‌های صورت گرفته در یک بخش از دنیا می‌توانند، تأثیرات مهمی بر افراد و جوامع دور افتاده‌ترین بخش‌های جهان داشته باشند. امروزه کالاها، سرمایه، مردم، دانش، تصاویر، ارتباطات، جرائم، فرهنگ، آلاینده‌ها، داروها، مدها و اعتقادات، به سهولت از مرز سرزمین‌ها می‌گذرند. شبکه‌های ترجمه‌ای، جنبش‌های اجتماعی و ارتباطات، در تقریباً تمامی زمینه‌های فعالیت بشری از سطوح آکادمیک گرفته تا جنسی، کاملاً گسترش یافته‌اند» [McGrew, 1992: 65-66].

تعریف فوق بیشتر به جریانی پیچیده اشاره دارد تا به نتایجی که هنگام ورود جوامع به یک تماس بین‌المللی روی می‌دهند. این جریان شامل گردش عناصر فرهنگی (افکار، کالاها و...) و موجب پیدایش ارتباطات و شبکه‌ها می‌شود. این تعریف نمی‌گوید که پاسخ جوامع و افراد آن‌ها به این جریان چیست و تغییرات روی داده در آن‌ها را بررسی نمی‌کند. در مقابل، تعریف محبوب جهانی شدن، جریان را با پیامدهای آن ترکیب می‌کند و به همگن شدن فرهنگ‌ها و مردم جهان اشاره دارد.

جدایی بین جریان و نتیجه توسط لوگرین (Legrain, 2002: 4-9) به تفصیل مطرح شده است: جهانی شدن پدیده‌ای است که نشان می‌دهد، چگونه زندگی ما روزبه‌روز با زندگی افرادی در نقاط دوردست زمین از لحاظ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بیشتر درهم تنیده می‌شود... با وجود این، جهانی شدن یک جریان است و نه یک مقصد. ضروری است که جدایی بین جریان و نتیجه در نظر گرفته شود، زیرا جریان می‌تواند پیامدهای بسیار متنوعی داشته باشد. تاکنون سه پیامد عمومی این جریان شناخته شده‌اند که از این قرارند:

پیامد نخست: جوامع و افراد ممکن است در مقابل هر تلاش برای غلبه بر یا حذف میراث فرهنگی و هویت خود، واکنش نشان دهند. این پیامد را در تقابل با جهانی شدن، «محلی شدن» نامیده‌اند. همان‌گونه که نایت^۱ (۲۰۰۰) گفته است: فناوری‌هایی که پیدایش فرهنگ جهانی را امکان‌پذیر

می‌کنند، از طرف دیگر موجب تحریک و احیای فرهنگ‌های متمایز محلی نیز می‌شوند.

پیامد دوم: جریان جهانی شدن ممکن است بشتر به خرد شدن جوامع کنونی به چندین ملت - دولت با فرهنگ‌های ویژه منجر شود تا این که به پیدایش جوامع بزرگ‌تر یکپارچه از لحاظ فرهنگی بینجامد (برای مثال فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و یوگسلاوی به چندین ملت - دولت را به یاد بیاورید).

پیامد سوم: شواهد روان‌شناختی محکمی وجود ندارند که نشان دهند، یکی از پیامدهای تماس بین فرهنگی - به‌ویژه هنگامی که این تماس منفی یا خنثاست - پاسخ واکنشی به آن باشد. در واقع، این اعتقاد قدیمی که تماس فرهنگی ضرورتاً به همگن شدن فرهنگی و روان‌شناختی منجر می‌شود، دیگر قابل دفاع نیست و «هم‌گرایی فرهنگی» را دیگر نمی‌توان پذیرفت.

فرهنگ‌پذیری

مفهوم فرهنگ‌پذیری از رشته‌ی انسان‌شناسی فرهنگی وارد روان‌شناسی شده است. تعریف معمول فرهنگ‌پذیری چنین است: فرهنگ‌پذیری هنگامی روی می‌دهد که گروه‌هایی از افراد دارای فرهنگ‌های متفاوت با هم تماس مداوم و دست اول برقرار می‌کنند. در این حالت، تغییراتی در الگوهای فرهنگی یک یا هر دو گروه پدید می‌آید... با توجه به این تعریف، فرهنگ‌پذیری را باید متفاوت از تغییر فرهنگی دانست [Redfield, Linton & Herskovits, 1936: 149-152]. هرچند این مورد اولین مطالعه‌ی فرهنگ‌پذیری نبوده، اما اولین تعریف جامع از این مفهوم در انسان‌شناسی است.

ایده‌های کلیدی برگرفته از این تعریف، برای مقاله‌ی حاضر چنین هستند: فرهنگ‌پذیری تنها یک جنبه از مفهوم گسترده‌تر تغییر فرهنگی است، موجب تغییر در یک یا هر دو گروه می‌شود، و متفاوت از جذب فرهنگی است. شاید مهم‌ترین مورد این باشد که فرهنگ‌پذیری برابر با جذب فرهنگی تنها نیست. یک ویژگی مهم دیگر این است که فرهنگ‌پذیری باعث تغییر در هر دو گروه می‌شود؛ چه گروه مسلط و چه گروه غیر مسلط.

در سطح روان‌شناختی، گریوز^۲ (۱۹۶۷) مفهوم فرهنگ‌پذیری روان‌شناسانه را معرفی و آن را به صورت مجموعه‌ای از تغییرات روان‌شناختی در افرادی تعریف کرد که جزئی از گروه‌های فرهنگی در حال فرهنگ‌پذیری هستند. در کنار دو ویژگی فرهنگی گفته شده در بالا، فرهنگ‌پذیری روان‌شناسانه نه تنها در جهت جذب فرهنگی است، بلکه

هم‌چنین واکنشی است. یعنی می‌تواند به تغییرات رفتاری بین افراد متعلق به هر دو گروه منجر شود.

مطالعه‌ی انسان‌شناسانه‌ی این روش‌های غیر جذبی فرهنگ‌پذیری، منجر به انجام پژوهش‌های زیادی در زمینه‌ی جنبش‌های «احیا کننده» یا «باز اثبات‌کننده» انجامیده است. چنین حرکت‌های اجتماعی بین بومی‌ها و بردگان بسیاری از بخش‌های دنیا در پاسخ به استعمار و استثمار به وجود آمده‌اند. هدف آن‌ها به دست آوردن شیوه‌ی زندگی اولیه یا سنتی خود بوده که تحت تأثیر جامعه‌ی استعمارگر، بسیاری از ویژگی‌های خود را از دست داده است. در پژوهش‌های مربوط به انزوا، محققان متوجه شدند که بسیاری از گروه‌ها پس از مدتی بر هویت و میراث فرهنگی خود تأکید می‌ورزند تا بتوانند از انزوای خود جلوگیری کنند [Park, 1928]. این حرکت یکی از راه‌های به‌دست آوردن جدایی یک گروه احیا شده، از تماس‌های زیاد با گروه مسلط است.

جنبش‌های احیاگر در واقع مجموعه‌ای از تلاش‌ها برای معکوس کردن تسلط فرهنگی ناشی از استعمار و بازبانی و حفظ میراث فرهنگی گروه است. دو موردی که بیشتر در تحقیقات مورد توجه قرار گرفته‌اند، عبارت‌اند از: تلاش مردم «سنکا»^۳ از نیویورک برای نوزایی فرهنگی [Wallace, 1970] و باز پیدایی آیین «کارگو»^۴ در جزایر ملانزی [Worsley, 19۵۷] است. در مورد اول، مردم سنکا به این باور رسیدند که فقر و ذلت آن‌ها به دست استعمارگران را می‌توان با انجام مجموعه از اعتقادات مذهبی و رفتارهای روزانه که بخشی از آن‌ها بومی و بخشی ریشه در عقاید «کواکر»^۵ داشتند، به‌صورت معکوس در آوردند. این باورها شامل منع مصرف الکل، به‌دست آوردن دوباره سرزمین‌های قبیله‌ای و به دست آوردن پیوستگی اجتماعی و اخلاقیات جدید می‌شدند. در مورد دوم، جامعه به این باور رسید که یک نیروی خارجی کارگو را می‌آورد که موجب می‌شود، مردم همانند استعمارگران ثروتمند شوند. **ورسلی**^۶ این مجموعه اعتقادات را واکنش به فشار استعماری می‌دانست. در هر دو مورد، ترکیبی از واکنش‌های سیاسی و مذهبی نسبت به آنچه امروزه جهانی شدن می‌نامیم، مشاهده می‌شود. این واکنش شامل رد فرهنگ مسلط است، البته با پذیرش بخشی از ویژگی‌های مطلوب مردم.

یک نمونه معاصر را می‌توان در جنبش «راستا فاری»^۷ مشاهده کرد. در جزایر هند غربی تاریخ طولانی تسلط اروپاییان بر آفریقای تبارها با مقاومت‌هایی روبه‌رو شد و آفریقای تبارها احیای فرهنگ‌ها و مذاهب خود را آغاز کردند. برای راستا فای، بابل نماد امپریالیسم و تسلط اقتصادی سیاسی

غریبان بود و سرنگون کردن بابل شد. فعالیت‌هایی بود که برای حذف، کاهش یا رد این تسلط طراحی شده بودند. طبق نظر مورل و همکارانش (۱۹۹۸) در جامائیکا، بابل به معنی اجزای ساختاری و ایدئولوژی نظام اجتماعی جامائیکاست که استثمار و بی‌عدالتی را نهادینه کرده است. از این منظر، بابل مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نهادها اقتصادی، سیاسی، مذهبی و آموزشی است که حاصل عملکرد استعمار است. به‌طور عمومی، بابل تصویری از نیروهای شیطانی است که در مقابل خدا و حقیقت ایستاده‌اند.

راستا فاری به دنبال اثبات هویت‌های بومی خود در آفریقا است و بر تمدن‌های بزرگ آن ناحیه تأکید می‌کند. برای راستا فاری، اتیوپی واژه‌ای برای تمام آفریقای کهن است. آن‌ها زندگی خود را کاملاً با مذهب پیوند می‌دهند و به دنبال توجیه‌هایی برای باورهای خود می‌کردند. با این وجود، راستا فاری اصولاً یک جنبش صلح‌آمیز است (یک عشق) و با دیگر جنبش‌های مشابه که به دنبال سرنگونی تسلط استعمارگران از طریق به‌کارگیری خشونت هستند، کاملاً تفاوت دارد.

علاوه بر وجود احیا به عنوان راهی برای مقاومت در برابر همگن شدن فرهنگی، اشکال دیگری از مقاومت در برابر جذب فرهنگی هم وجود دارند. روشن‌ترین مثال را می‌توان از جامعه‌ی پراکنده‌ی یهودیان جهان آورد. با وجود بیش از ۲۰۰۰ سال زندگی پراکنده همراه با تبعیض، جوامع یهودی نه تنها زنده مانده‌اند، بلکه موفق هم بوده‌اند. مفهوم فرهنگ‌پذیری درازمدت را **گرتتسوی** (۲۰۰۷) معرفی کرده است. ولی عقیده دارد: فهمیدن این که چگونه جوامع فرهنگی - نژادی متشکلی که برای مدت طولانی خارج از سرزمین اصلی خود زندگی کرده‌اند، از یک طرف در تعامل با جوامع مسلط موفق بوده‌اند و از طرف دیگر میراث فرهنگی خود را حفظ کرده‌اند، دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای است. وی دو مفهوم دیگر را نیز مطرح کرده است (وجدان نژادی - تاریخی و انگیزه‌ی تداوم نژادی - فرهنگی) تا به درک فرهنگ‌پذیری دراز مدت کمک کند. او دریافته است که این متغیرها رغبت به ازدواج درون گروهی را توجیه می‌کند: رغبت افراد یک گروه نژادی - فرهنگی برای ازدواج با افرادی که از همان گروه، از انگیزه‌ی حفظ میراث فرهنگی و انتقال آن به فرزندان و به‌طور کلی بقای فرهنگ مورد علاقه سرچشمه می‌گیرد. با وجود این، فراسوی این تداوم فرهنگی فوق‌العاده در جوامع پراکنده یهودی، همیشه یک عنصر احیاگرانه نیز وجود داشته است. برای نمونه می‌توان به صهیونیسم و بازسازی دولت اسرائیل اشاره کرد.

واکنش روانی شناختی نسبت به تسلط فرهنگ بیگانه را می‌توان در جنبش‌های مربوط به علوم بومی [Ziman,

2000] و به‌ویژه جنبش روان‌شناسی بومی دید. در این جنبش، روان‌شناسانی از جوامع مختلف به این نتیجه رسیده‌اند که مفاهیم روان‌شناختی، نظریه‌ها، روش‌ها و داده‌هایی که این رشته را تعریف می‌کنند، تنها شامل بخش کوچکی از پدیده‌هایی روان‌شناختی موجود در کل دنیا هستند. روان‌شناسی بومی در مرحله‌ی اول واکنش به تسلط روان‌شناسی علمی آکادمیک غربی است و در مرحله‌ی دوم، تلاشی است برای توسعه‌ی مفاهیم و یافته‌های مناسب از لحاظ فرهنگی که امکان درک دقیق‌تر و کاربرد علمی و مفیدتر را فراهم آورند. بنابراین، حتی در علوم رفتاری و اجتماعی نیز جهانی شدن به معنای پذیرش تنها یک روایت و نسخه‌ی مسلط از علوم نیست [Bhawak, 2008].

۴. راهکارهای فرهنگ‌پذیری

مفهوم راهکارهای فرهنگ‌پذیری، توسط بری^۹ (۱۹۹۷) به‌عنوان ضمیمه‌ای بر مفهوم اولیه‌ی گرایش‌های فرهنگ‌پذیری مطرح شد. این مفهوم به راه‌های متفاوتی که گروه‌ها و افراد برای فرهنگ‌پذیری مورد استفاده قرار می‌دهند، اطلاق می‌شود. اطلاعات در مورد این روش‌های متفاوت به تازگی بسیار افزایش یافته است. این فرض را که همه در نهایت جذب یک گروه مسلط می‌شوند، به چالش کشیده است [Cordon, 1964]. از لحاظ فردی، افراد درون یک گروه با هم تفاوت دارند (برای مثال به دلیل تفاوت در آموزش یا شغل). درون خانواده نیز افراد از لحاظ جنسیت یا موقعیت با هم تفاوت دارند (برای مثال تفاوت مادر با پسر). اولین نتایج جریان فرهنگ‌پذیری تا حدودی تابعی از این امر است که افراد سعی دارند، طی فرهنگ‌پذیری چه‌کاری را انجام دهند. اما نتایج درازمدت این جریان بر افراد، غالباً به اهداف راهبردی گروه بستگی دارد.

چهار راهکار فرهنگ‌پذیری از دو موضوع عمده‌ای که پیش روی تمامی افراد (درگیر در جریان فرهنگ‌پذیری) قرار دارد، مشتق می‌شود. این دو موضوع مبتنی بر تمایز جهت‌گیری در برابر گروه خودی با جهت‌گیری در برابر دیگر گروه‌ها هستند [Berry, 1980]؛ تمایزی که می‌توان آن را چنین مطرح کرد:

۱. ترجیح نسبی حفظ فرهنگ و هویت خودی بر از دست دادن آن.
۲. ترجیح نسبی ارتباط با دیگر گروه‌ها و مشارکت در جامعه‌ی بزرگ‌تر بر انزواطلبی.

هم‌اکنون کاملاً روشن شده است که این دو بعد از لحاظ تجربی و نیز مفهومی مستقل از یکدیگر هستند. این روش

تعریف دو بعدی، در شکل ارائه شده است. جهت‌گیری نسبت به این موضوعات دارای وجه مشترک با تعریف راهکارهای چهارگانه است. این راهکارها بسته به نوع گروه مواد مطالعه (مسلط یا غیرمسلط) نام‌های متفاوتی دارند. از دید گروه‌های فرهنگی - نژادی غیرمسلط (سمت چپ شکل)، هنگامی که افراد مایل به حفظ هویت فرهنگی خود نیستند و با دیگر فرهنگ‌ها ارتباط روزانه برقرار می‌کنند، راهکار جذب فرهنگی تعریف می‌شود. در مقابل، هنگامی که حفظ هویت فرهنگی خودی برای افراد ارزشمند است و در عین حال از ارتباط دیگر گروه‌ها خودداری می‌کنند، راهبردی جدایی تعریف می‌شود. هنگامی که افراد متمایل به حفظ فرهنگ خود در عین برقراری ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها هستند، راهکار ترکیبی تعریف می‌شود. در نهایت، هنگامی که امکان یا تمایل حفظ فرهنگ خودی بسیار کم است و علاقه‌ای هم به ارتباط با دیگران وجود ندارد، راهکار انزوا تعریف می‌شود.

آشکار است که گروه‌های غیرمسلط و افراد متعلق به آن‌ها آزادی انتخاب راهکار فرهنگ‌پذیری را ندارد. هنگامی که گروه مسلط اشکال خاصی از فرهنگ‌پذیری را تحمیل می‌کند یا آزادی انتخاب گروه‌های غیرمسلط را محدود می‌سازد، باید از اصطلاحات دیگری استفاده کرد. بنابراین، راهکار ترکیبی تنها به‌صورت آزادانه و هنگامی که گروه مسلط حساسیت منفی نسبت به تنوع فرهنگی ندارد، قابل انتخاب است و موفق خواهد بود. در نتیجه برای این راهکار آمادگی و پذیرش هر دو گروه لازم است. این دو موضوع اساسی ابتدا از دیدگاه گروه‌های نژادی - فرهنگی مطرح شدند.

اما از آن‌جا که تعریف اصلی انسان‌شناسانه به وضوح می‌گوید که هر دو گروه دارای تماس، تغییر می‌کنند و تحت تأثیر فرهنگ‌پذیری قرار می‌گیرند، بعد سوم را نیز باید اضافه کرد: نقش نفوذ قدرتمندی که گروه مسلط بر جریان فرهنگ‌پذیری دارد [Berry, 1974]. اضافه کردن این بعد سوم به تشکیل قسمت سمت راست شکل منجر می‌شود. جذب از دیدگاه گروه مسلط به نام «کوره‌ی ذوب» شناخته می‌شود. جدایی هنگامی که توسط گروه غالب تحمیل شود، «تبعیض» نامیده می‌شود. انزوا هنگامی که توسط گروه مسلط اعمال شود، «خراج» نامیده می‌شود. و در نهایت، هنگامی که تنوع یک ویژگی پذیرفته شده و عمومی جامعه است، شاهد جامعه‌ی چند فرهنگی خواهیم بود.

با استفاده از این چارچوب می‌توان به مقایسه‌ی افراد و گروه‌های آن‌ها و بین افراد غیر مسلط و جامعه‌ی بزرگ‌تری که فرهنگ‌پذیری آن‌ها در آن صورت می‌گیرد، پرداخت. سیاست‌ها

و ایدئولوژی‌های فرهنگ‌پذیری گروه مسلط، یکی از عناصر مهم مطالعات بین فرهنگی است، در حالی که تمایلات افراد غیرمسلط یک ویژگی اساسی مطالعات فرهنگ‌پذیری است.

۵. جهانی شدن و فرهنگ‌پذیری: چند مثال تجربی

اگر دو پدیده‌ی فرهنگ‌پذیری و جهانی شدن را متمایز بدانیم، این سؤال مفید و منطقی پیش می‌آید که روابط بین این دو چگونه است. نخست، من جهانی شدن را به‌طور ساده به عنوان «تماس» که نقطه‌ی آغاز فرهنگ‌پذیری را فراهم می‌آورد، تعریف می‌کنم. همان‌گونه که قبلاً دیدیم، فرهنگ‌پذیری با تماس بین فرهنگ‌های گروه‌ها و افراد آغاز می‌شود. دوم، با توجه به تنوع گفته شده در بحث درباره‌ی راهکارهای فرهنگ‌پذیری، می‌توان چهار نتیجه‌ی ممکن را استخراج کرد. یک احتمال می‌تواند این باشد که جهانی شدن به همگن شدن فرهنگ‌های جهان منجر شود؛ البته عمدتاً از طریق جذب فرهنگ‌های غیرمسلط به درون فرهنگ‌های مسلط و ادغام با آن‌ها. یک امکان دیگر، تغییر هم‌زمان است که به ادغام بخشی از دو فرهنگ در هم و پیدایش بخشی مشترک بین دو فرهنگ منجر می‌شود؛ در حالی که هر دو فرهنگ ویژگی‌های متمایز خود را نیز حفظ می‌کنند. امکان سوم این است که فرهنگ غیر مسلط، نفوذ فرهنگ مسلط را رد کند؛ چه از طریق جدایی و دوری‌گزیدن از آن، چه از طریق احیا شدن پس از پذیرفتن اولیه بخشی از فرهنگ مسلط. نهایتاً ممکن است جهانی شدن به انزوای فرهنگ‌های غیرمسلط بینجامد، به‌گونه‌ای که افراد این گروه‌ها فاقد تماس با دیگر فرهنگ‌ها باشند.

دولت - ملت‌های بزرگ و مسلط، تأثیری آشکار بر پدیده‌ی جهانی شدن دارند. بهترین مثال، «جمهوری شوروی» سابق است که تأثیر بسیار قوی روی ویژگی‌های فرهنگی جمهوری‌های متفاوت خود گذاشته بود. زبان، سیاست‌های اقتصادی، مذهب، و بسیاری دیگر از ویژگی‌های این جمهوری‌ها تحت تأثیر سیاست‌های مرکزی حاکم بود. جمهوری‌های تحت سلطه (مثل جمهوری‌های بالتیک استونی، لیتویا و لتوانی) کاملاً درون فرهنگ حاکم جا افتاده بودند، در حالی که کشورهای مستقل همان حوزه که تحت تأثیر شوروی بودند (مثل چکسلواکی، مجارستان و لهستان)، کمتر تحت تأثیر سیاست‌های فرهنگی شوروی بودند. اما حتی در جمهوری‌های تحت سلطه نیز، ارزش‌ها و ایده‌آل‌های فرهنگ خودی هم‌چنان حفظ شده بود. برای نمونه، استونی

که جمعیت روس‌های مهاجر در آن، از ۵ درصد به ۳۰ درصد رسیده بود، پس از استقلال، خود را از لحاظ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کاملاً بازسازی کرد. این بازسازی تا حد زیادی مدیون حفظ انگیزه‌ی قوی مردم برای جدایی از روسیه طی سال‌های سلطه بوده است.

در میان بومیان نیز وضعیت‌های مشابهی از تداوم فرهنگ دیده شده است. برای مثال، تحقیقاتی در کانادا نشان داده است که ۴۰۰ سال پس از ورود اروپاییان به آن‌جا، هنوز ۶۵ درصد بزرگسالان و بین ۴۵ تا ۵۷ درصد کودکان بومی، به زبان، فرهنگ و سنت‌های خودآگاه و پای‌بند هستند. آشکارترین مثال را اما می‌توان از ایالات متحده آمریکا و تأثیر آن بر همسایه‌ی شمالی خود، یعنی کانادا آورد. طبق آمار موجود، ۸۰ درصد صنایع کانادا وابسته به آمریکا و ۹۵ درصد فیلم‌های نمایش داده شده در کانادا هم محصول آمریکا هستند و به‌طور کلی، مرادفات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بسیاری بین این دو کشور وجود دارد. بنابراین تصویر عمومی بر این است که باید بسیاری از ارزش‌های فرهنگی کانادایی‌ها، الگو گرفته از آمریکا باشد. اما دیدگاهی دیگر نیز وجود دارد. این دو جامعه بر پایه‌ی دو ارزش متفاوت بنیان نهاده شده‌اند: کانادا بر پایه‌ی «صلح، نظم و دولت خوب» و آمریکا بر پایه «زندگی، آزادی و در جست‌وجوی خوشبختی بودن». طبق تحقیق آدامز^۱ (۲۰۰۳)، تفاوت آشکاری بین این دو جامعه از نظر ارزش‌ها وجود دارد که با گذشت زمان بیشتر می‌شود.

مثال دیگر را می‌توان از مطالعه‌ی روی جوانان مهاجر به ۱۳ جامعه متفاوت آورد [Berry, et al, 2006]. این مطالعه شامل افرادی از ۲۶ فرهنگ مختلف است که در ۱۳ کشور گوناگون زندگی می‌کنند. این ۱۳ کشور شامل کشورهایی با مهاجران زیاد مثل استرالیا، کانادا، فلسطین اشغالی، زلاندنو و آمریکا، و کشورهایی با مهاجران کمتر مثل آلمان، فرانسه، پرتغال و سوئد بودند. در هر کشور نمونه‌هایی از جوانان بومی و جوانان مهاجر انتخاب شدند؛ به‌طور کلی، ۷۹۹۷ نفر که ۵۳۶۶ نفر آن‌ها مهاجر و ۲۶۳۱ نفر بومی بودند، مورد مطالعه قرار گرفتند. سن شرکت‌کنندگان ۱۸-۱۳ سال بود با میانگین ۱۵ سال و ۴ ماه. ۳۴/۷ درصد از این افراد در کشور اصلی به دنیا آمده و پس از شش سالگی به کشور مقصد مهاجرت کرده بودند. ۶۵/۳ درصد هم قبل از شش سالگی مهاجرت کرده بودند یا این که در کشور مقصد به دنیا آمده بودند. پرسش‌نامه، متغیرهای متنوعی را در ارتباط با فرهنگ‌پذیری و سازگاری در بر می‌گرفت که عبارت بودند از:

● **وجود فرهنگ‌پذیری:** این مقیاس به ارزیابی چهاروجه فرهنگ‌پذیری، یعنی جذب، هم‌گرایی، جدایی و انزوا می‌پرداخت.

● **هویت فرهنگی:** هویت ملی افراد به کمک تأیید یا انکار آن‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت.

● **میزان دانستن و استفاده از زبان:** این مقیاس به ارزیابی توانایی‌های افراد از نظر درک، صحبت کردن، خواندن و نوشتن زبان اصلی آن‌ها می‌پرداخت.

● **تماس با فرهنگ ملی و نژادی:** این دو مقیاس، میزان تماس افراد با فرهنگ ملی و افراد هم‌نژاد خود در جامعه‌ی هدف را ارزیابی می‌کردند.

● **ارزش‌های ارتباط با خانواده:** این مقیاس شامل دو وجه می‌شد: پذیرفتن آداب خانوادگی و نیز حقوق فردی بزرگسالی.

● **میزان تبعیض:** این مقیاس به ارزیابی میزان برخورد غیرمنصفانه و تبعیضی با این افراد در جامعه‌ی هدف می‌پرداخت.

● **سازگاری:** سازگاری روانی با سه مقیاس سنجیده می‌شد: رضایت از زندگی، اعتماد و احترام به نفس و مشکلات روانی، سازگاری فرهنگی - اجتماعی با مقیاس‌هایی در مورد جا افتادن در مدرسه و مشکلات رفتاری سنجیده شد.

چهار دسته‌ی مشخص تعیین شد: دسته هم‌گرایی (۳۶/۴ درصد از مهاجران جوان)، دسته‌ی جدایی یا نژادی (۲۲/۵ درصد)، دسته‌ی جذب یا ملی (۱۸/۷ درصد) و دسته‌ی منزوی (۲۲/۴ درصد)، دسته‌ی هم‌گرایی بزرگ‌ترین دسته بود و شامل ۱۵۷۶ نفر می‌شد که با هر دو فرهنگ ملی و فرهنگ جامعه‌ی هدف ارتباط زیادی داشتند و به آن علاقه‌مند بودند. این افراد دانش خوبی نسبت به زبان ملی خود داشتند و میزان استفاده از زبان ملی و جدید آن‌ها به صورت متوازن بود. آن‌ها تماس زیادی با همه‌ی گروه‌ها داشتند و به‌طور کلی، از زندگی راحت و آسوده‌ای برخوردار بودند.

از توزیع افراد در این دسته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که حفظ میراث فرهنگی در میان جوانان قابل توجه بوده، در حالی که از دست دادن آن (دسته‌های جذب و انزوا) در حداقل بوده است. پس این فرض عمومی که جوانان بسیار راحت به درون فرهنگ مسلط جذب می‌شوند، غلط است.

از لحاظ مدت زمان مهاجرت نیز این مطالعه نشان داد، افرادی که مدت بیشتری است در جامعه‌ی هدف زندگی می‌کنند، بیشتر در دسته‌های هم‌گرایی و ملی قرار می‌گیرند. در این دو دسته، نسبت افرادی که بیش از ۱۲ سال در جامعه

مقصود زندگی کرده بودند، به افراد با سابقه‌ی کمتر از شش سال، بیش از دو برابر بوده است. در دسته‌ی منزوی، بیش از ۴۵ درصد افراد دارای سابقه‌ی زندگی کمتر از شش سال بودند، در حالی که افراد دارای سابقه‌ی بیش از ۱۲ سال، تنها ۱۲ درصد این دسته را شامل می‌شدند. بنابراین طولانی شدن زمان زندگی در غربت، موجب کاهش ارتباط فرد با میراث فرهنگی خودش نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله به بررسی ارتباط بین دو مفهوم از مفاهیم عمده‌ی مورد بحث در مطالعات کنونی روی روابط بین فرهنگی، یعنی جهانی شدن و فرهنگ‌پذیری پرداخته است. هم‌چنین، مقاله بر تمایز بین جریان فرهنگ‌پذیری و نتایج آن تأکید کرده است. دلیل تمایز مذکور این است که تماس بین فرهنگ‌ها، جوامع و افراد می‌تواند نتایج مختلف و متنوعی داشته باشد. در کنار هم قرار دادن این دو مفهوم، امکان ایجاد ترکیبات متفاوت بین آن‌ها را فراهم می‌آورد. با این کار، دیگر نمی‌توان به سادگی گفت که جهانی شدن موجب همگن شدن فرهنگ‌ها می‌شود. هر چند این امر در مواردی روی می‌دهد، اما یافته‌های گوناگون نشان می‌دهند که در مورد اظهار صریح و آشکار پیامدهای همگن‌ساز جهانی شدن، باید احتیاط بیشتری به خرج دهیم.

گذشته از این مزیت ابتدایی، بررسی هم‌زمان دو مفهوم مورد بحث این موقعیت را هم به‌وجود می‌آورد که بتوان دید (از لحاظ مفهومی و تجربی) چگونه تماس بین فرهنگی به پیدایش ارتباط‌های بزرگ‌تر بین دولت - ملت‌ها و گروه‌های نژادی - فرهنگی درون آن‌ها منجر می‌شود؛ بدون این که ضرورتاً به حذف فرهنگی یا جذب روانی آن‌ها بینجامد. همان‌گونه که دیدیم، اشکالی از جدایی در همه‌جای «دنیای در حال جهانی شدن»، دیده می‌شود. به ویژه، احیا و بازسازی از روندهایی هستند که نه تنها در جوامع فرهنگی کوچک، بلکه در دولت - ملت‌های بزرگی که خواستار بازسازی استقلال فرهنگی و سیاسی خود هستند نیز دیده می‌شود. شواهد این رویدادها بسیار زیاد است؛ مثل تلاش برای ایجاد «معاهده‌ی تنوع فرهنگی» در یونسکو در سال ۲۰۰۵.

اما هنوز سؤالات نظری مهمی وجود دارند، از جمله: چگونه مقاومت در برابر فرهنگ مسلط ممکن است؟ چه منابع فرهنگی و روانی برای پیش‌بینی از این مقاومت‌ها لازم است؟ هزینه‌های فردی و جمعی این مقاومت‌ها چه قدر هستند؟ برای پاسخ به این سؤالات باید تحقیقی مقایسه‌ای از موقعیت‌های

(Eds.), Handbook of multicultural perspectives on stress and coping (pp. 283294-). New York: Springer

13. Berry, J. W., Irving, S.H., & Hunt, E.B. (Eds.). (1986). Indigenous cognition: Functioning in cultural context. Dordrecht: Nijhoff.

14. Berry, J. W., Kalin, R., & Taylor, D.M. (1977). Multiculturalism and ethnic attitudes in Canada. Ottawa: Supply and Services.

15. Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Young, M., & Bujaki, M. (1989). Acculturation attitudes in plural societies. *Applied Psychology: An International Review*, 38, 185206-.

16. Berry, J. W., Phinney, J., Sam, D., & Vedder, (Eds.). (2006). Immigrant youth in cultural transition: Acculturation, identity and adaptation across national context. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

17. Bhawuk, D. (2008). Globalisation and indigenous cultures: Homogenisation or differentiation? *International Journal of Intercultural Relations*, this volume.

18. Bourhis, R., Moise, C., Perreault, S., & Senecal, S. (1997). Towards an interactive acculturation model: A social psychological approach. *International Journal of Psychology*, 32, 369386-.

19. Branscombe, N.R., Schmitt, M. T., & Harvey, R.D. (1999). Perceiving pervasive discrimination among African Americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 135- 149.

20. Enriquez, V. (1992). From colonial to liberation psychology: The Philippine experience

21. Gezentsvey, M. (2007). Four corners of the Diaspora: Comparisons of Jewish Acculturation in New Zealand, Australia, Canada and the United States. Paper Presented to IAIR conference.

22. Gordon, M. (1964). Assimilation in American life. New York: Oxford.

23. Graves, T. (1967). Psychological acculturation in a tri-ethnic community. *South-Western Journal of Anthropology*, 23, 337350-.

24. Kim, U., & Berry, J. W. (Eds.). (1993). Indigenous psychologies: Research and experience in cultural context. Newbury Park: Sage.

25. Klein, N. (2002). No logo: No space: no choice: no jobs. New York: Picador.

26. Knight, N. (2000). Thinking about Asia. Sdelaide: Crawford House Publishing.

27. Leaming, P. (2002). Open word: The truth about globalization. London: Abacus.

28. Levi-Strauss, C. (1978). Myth and meaning. London, UK: Routledge & Kegan Paul.

29. Mc Grew, A. (1992). A global society. In S. Hall, D. Held, & T. McGrew (Eds.), *Modernity and its futures* (pp.1102-). Cambridge: Polity Press.

30. McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy*. Toronto: University of Toronto Press.

31. Murrell, N.S., Spencer, W.D., McFarlane, A. A. (Eds.). (1998). *Chanting down Babylon: The Rastafari reader*. Kingston: Ian Randal Publishers.

32. National (US American) Geographic. (1999). Special Issue on Global Culture, Vol. 196.

33. Park, R.E. (1928). Human migration and the marginal man. *American Journal of Sociology*, 33, 881893-.

34. Redfield, R., Linton, R., & Herskovits, M.J. (1936). Memorandum for the study of acculturation. *American Anthropologist*, 38, 149152-.

35. Ryder, A., Alden, L., & Paulhus, D. (2000). Is acculturation unidimensional or bidimensional? *Journal of Personality Psychology*, 79, 4965-.

36. Royal Commission on Aboriginal Peoples. (1999). Final report. Ottawa: RCAP.

37. Sam, D.L., & Berry, J. W. (Eds.). (2006). *Cambridge handbook of acculturation psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

38. Sinha, D. (1997). Indigenising psychology. In J. W. Berry, Y.H. Poortinga, & J. Pandey (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology, Vol. 1, Theory and methods* (pp. 30169-). Boston: Allyn & Bacon.

39. Schmitt, M. T., & Branscombe, N.R. (2002). The meaning and consequences of perceived discrimination in disadventaged and privileged social groups. In W.

40. Strobe & M. Hewstone (Eds.), *European review of social psychology, Vol. 12* (pp. 167199-). Chichester: John Wiley & Sons.

41. UNESCO. (2005). *Convention on cultural diversity*. Paris: UNESCO.

42. Wallace, A. (1970). *The trumpet shall sound. A study of cargo cults in Melanesia*. London: MacGibbon & Kee.

کنونی دارای درجات متفاوت تماس بین فرهنگی و ارتباطات ساختاری صورت گیرد و پیامدهای فرهنگی و روانی این شرایط مختلف بررسی شوند.

برخی از شواهد مفهومی و تجربی ارائه شده در این مقاله، مدارکی در اثبات این ارتباطات متنوع هستند. یافته‌های مطالعاتی از رشته‌های انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی، و نیز مطالعات سیاسی و مذهبی، شواهدی را در حمایت از تنوع پیامدها و نتایج روانی و فرهنگی حاصل از تماس بین فرهنگی بین بومیان، مهاجران جوان و جمعیت‌های ملی ارائه داده‌اند. این مطالعات آشکارا نشان می‌دهند که حذف فرهنگی و همگن شدن ضرورتاً روی نمی‌دهند. البته گاهی روی می‌دهند، اما از نتایج اصلی یک تماس گسترده نیستند. این شواهد باید ما را نسبت به خطرات پذیرفتن این فرض عمومی که جهانی شدن به همگن شدن فرهنگی می‌انجامد، آگاه سازد. هرچند به مطالعات بیشتری برای روشن‌تر ساختن پایه‌های مفهومی این تنوع، و همچنین به مقایسه‌های کنترل شده‌ای نیاز است تا بتوان به‌صورت تجربی، تنوع ارتباط بین پیامدهای جهانی شدن و فرهنگ‌پذیری را نشان داد.

پی‌نوشت

1. Knight
2. Graves
3. Seneca
4. eargo
5. Quaker
6. Wersley
7. Rastafari
8. Gezentsvey
9. Berry
10. Adams

منابع

1. Aboriginal Peoples Survey. (1993). Final report. Ottawa: Statistics Canada.
2. Adams, M. (2003). *Fire and ice: The United States, Canada, and the myth of converging values*. Toronto: Penguin Canada.
3. Adams Q (1811) Quoted in Sidney Lens. (1974). *The forging of the American empire*. New York: Thomas Crowell.
4. Allwood, C.M., & Berry, J. W. (2006). Origins and development of indigenous psychologies. *International Journal of Psychology*, 41243-268 -.
5. Berry, J.W. (1974). Psychological aspects of cultural pluralism: Unity and identity reconsidered. *Topics in Culture Learning*, 2, 1722-.
6. ————. (1980). Acculturation as varieties of adaptation. In A. Padilla (Ed.), *Acculturation: Theory, models and some new findings* (pp. 925-). Boulder: Westview Press
7. ————. (1997). Immigration, acculturation and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46, 568-.
8. ————. (1999). Aboriginal cultural identity. *Canadian Journal of Native Studies*, 19, 136-.
9. ————. (2003). How shall we all live together? In M. Luik (Ed.), *Multicultural Estonia* (pp. 311-). Tallinn: Estonian Intergration Foundation.
10. ————. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 29, 697712-.
11. ————. (2006a). Mutual intercultural relations among immigrants and ethnocultural groups in Canada. *International Journal of Intercultural Relations*, 30, 719- 734.
12. ————. (2006b). Acculturative stress. In P. Wong & L. Wong



تهیه کننده: فخری امام جمعه
کارشناس گروه اقتصاد سازمان آموزش و پرورش شهر تهران

زن، توسعه توسعه و الگوی مصرف

در یک تعریف، توسعه عبارت است از: تحول وضع اقتصادی در اثر بهبود بنیادهای اقتصادی-اجتماعی. در تعریفی دیگر، توسعه در مفهوم «نوبن‌سازی» به کار رفته و برای نوبن‌سازی معیارهای متداول اقتصادی، اجتماعی و... مطرح شده است. تعریف دیگر نیز توسعه را در واقع مجموعه‌ای از تغییراتی می‌داند که در جامعه اتفاق می‌افتند و وضعیت آن جامعه را از شرایط نامطلوب به سوی شرایط بهتر حرکت می‌دهند. می‌بینیم که توسعه ابعاد متفاوت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارد.

جنسیت و توسعه

اولین پرسشی که در ارتباط با این بحث، به‌طور منطقی به ذهن خطور می‌کند این است که اساساً چه ارتباطی میان توسعه و زن یا به تعبیر دقیق‌تر، میان توسعه و تفکیک جنسیتی وجود دارد. در پاسخ به این سؤال باید گفت: اگر از توسعه تعریفی صرفاً اقتصادی، کوتاه‌مدت و یک‌سونگر داشته باشیم، شاید ارتباط قابل توجهی با نگرش جنسیتی نداشته باشد. اما در تعریفی جامع، فراگیر و چندجانبه از توسعه، جایگاه تفکیک‌های مهمی از جمله تفکیک جنسیتی بیشتر نمودار می‌شود.

برای توسعه‌ی پایدار سه خصوصیت بر شمرده‌اند:

الف درون‌زا بودن: توسعه اگر بخواهد چیزی بیش از جهش‌های منقطع مالی-رفاهی باشد، ناگزیر متکی به منابع داخلی است. توسعه‌ای که پشتوانه‌ی اصلی آن امکانات بیرونی باشد، به شدت تهدید می‌شود.

ب قابل تنظیم بودن: میزان اتکای آن را به منابع متفاوت می‌توان به گونه‌ای تنظیم کرد که از آن‌ها طی روندی بدون افت شدید یا توقف یا عقب‌گرد، استفاده‌ی بهینه به‌عمل آید.

ج متعادل و موزون بودن: رشد اقتصادی بدون رشد اجتماعی می‌تواند به بحران منجر شود. رشد فرهنگی بدون پشتوانه‌ی اقتصادی متوقف خواهد شد. برای داشتن یک توسعه‌ی پایدار، باید نسبت بین ابعاد توسعه حفظ شود.

توسعه‌ی درون‌زا توسعه‌ای است که تکیه‌ی اصلی آن بر استفاده از منابع داخل کشور قرار دارد. اولین منبع توسعه، نیروی انسانی است و نیمی از نیروی انسانی را زنان تشکیل می‌دهند. پس لازمه‌ی برآوردن اولین شرط توسعه‌ی پایدار از دیدگاه جنسیتی این است که در برنامه‌ریزی آن، نیروی زنان جدی گرفته شود. ویژگی دوم استفاده‌ی بهینه از امکانات است.

استفاده‌ی بهینه از منابع مستلزم آن است که فشار اصلی توسعه روی دوش عامل انسانی باشد. عامل نیروی انسانی از دو حیث می‌تواند بهینه‌سازی شود: کمی و کیفی. یعنی تعداد نیروهای انسانی درگیر توسعه افزایش یابد و نیز کارآمدی هر کدام از آن‌ها نیز بیشتر

موضوع بحث این نوشتار نگاه جنسیتی به توسعه و الگوی مصرف است؛ موضوعی که از یک‌سو سابقه‌ی طولانی ندارد و از سوی دیگر، در کوتاه زمانی که به آن توجه شده، با سرعت زیادی به یک ضرورت کمابیش پذیرفته، تبدیل شده است. بحث‌های مربوط به زنان موضوع‌هایی کاملاً درگیر با فرهنگ جامعه هستند و لازم است با توجه به متفاوت بودن فرهنگ‌ها، در برنامه‌ریزی‌ها این نکته مدنظر باشد. در عین حال، به دلیل فعالیت‌های گسترده‌ی سازمان‌های بین‌المللی و غلبه‌ی نوعی فرهنگ مشترک جهانی در این زمینه، به تدریج همه‌ی کشورها از صنعتی تا در حال توسعه، جایگاه مهمی را به فعالیت‌های فکری و عملی در مورد زنان و نسبت آن‌ها با توسعه اختصاص می‌دهند.

توجه به زنان از سوی سازمان ملل متحد، به آغاز کار این سازمان برمی‌گردد. از سال ۱۹۴۵ تا ۱۹۸۵ از سوی سازمان ملل متحد، کمیسیونی فرعی تحت عنوان مقام زن تشکیل شد و از آن به بعد، قدم‌های بیشتری در راه اعتلای مقام و بهبود موقعیت زنان برداشته شد.

در دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی، مسائل مربوط به شرکت همه‌جانبه‌ی زنان در فرایند توسعه‌ی ملی، به تدریج وارد دستور کار سازمان‌های بین‌المللی شد. سال‌های ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۵ از سوی سازمان ملل متحد «دهه‌ی زنان» نام گرفت و حرکت‌هایی در سطوح بین‌المللی در این زمینه صورت پذیرفت که از جمله آن‌ها ایجاد مراکز تحقیقات و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی در خصوص فعالیت‌های زنان است. این موارد نشان می‌دهند که جهان به اهمیت نقش زنان در فرایند توسعه پی برده است. زنان از بازیگران کلیدی اجتماع و از مهم‌ترین عوامل توسعه‌اند و مردان توسعه‌ساز نیز در دامان آن‌ها پرورش یافته‌اند. در واقع توسعه‌ی پایدار، وابسته به توسعه‌ی منابع انسانی است و توسعه‌ی منابع انسانی، حول محور «زنان» پایه‌ریزی می‌شود. این نوشتار بر آن است که نقش زنان را به عنوان پایه‌های زیربنایی و تأثیرگذار جامعه در فرایند توسعه و الگوی مصرف، از زوایای متفاوت بررسی کند.

توسعه

تاکنون تعاریف گوناگونی از «توسعه» به عمل آمده است که هر کدام وجهی از این فرایند پیچیده و چندوجهی را مورد توجه قرار داده است. درحالی که اقتصاددانان افزایش درآمد سرانه را هدف می‌گیرند، جامعه‌شناسان به تکثیر و تنوع نهادها علاقه نشان می‌دهند. دانشمندان علوم سیاسی دگرگونی نهادهای قدرت را در جامعه در نظر می‌گیرند و روان‌شناسان به انعطاف‌پذیری ذهنی و همدلی و انگیزه‌ی کسب موفقیت توجه نشان می‌دهند.

۲ تأثیر مستقیم بر شاخص‌های توسعه

علت دیگر بهره‌مندی از نیروی زنان در توسعه، تأثیر مستقیم آن‌ها بر شاخص‌های توسعه است. برای مثال، زنان در شاخص‌های مربوط به جمعیت، بهداشت و مانند آن، نقش کلیدی ایفا می‌کنند و به‌طور اصولی، دستیابی به اهداف این شاخص‌ها بدون اهمیت و اولویت دادن به زنان و ارائه‌ی راهکارهای جنسیتی غیرممکن است.

۳ تأثیر غیرمستقیم بر شاخص‌های توسعه

زنان علاوه بر تأثیر مستقیمی که بر شاخص‌های توسعه دارند، مجموعه‌ی متنوعی از تأثیرهای غیرمستقیم را نیز بر افزایش یا کاهش عددی شاخص‌ها و در نتیجه دستیابی یا عدم دستیابی به اهداف توسعه دارا هستند. برای مثال، زنان در نقش آموزگاران خانگی، مجموعه‌ای از آموزش‌های غیررسمی را به فرزندان خویش می‌آموزند. این آموزه‌ها به سرعت در روند توسعه مفهوم می‌یابند و تأثیرگذار می‌شوند. ساده‌ترین مثال ممکن، نحوه‌ی دست‌رسی به آب آشامیدنی سالم است. زنان هم‌چنین از طریق تأثیرگذاری بر فرهنگ خانواده به‌ویژه فرهنگ مصرف، بر روند توسعه تأثیر می‌گذارند.

عملکرد و نقش زنان در مصرف

مصرف و تهیه‌ی کالا و مایحتاج همواره از دغدغه‌های انسان در طول تاریخ بوده است؛ به‌ویژه در قرن حاضر که این موضوع به یکی از نتایج توسعه‌ی درون‌زای اقتصادی تبدیل شده است. ایجاد زندگی مصرفی، به خصوص مصرف کاذب که بر اثر پیشرفت‌های اقتصادی و فناوری حاصل شده، موجب تحمیل بار گران اقتصادی هزینه‌های غیرواقعی به‌وجود آمده بر مصرف‌کنندگان شده است.

شود. این جاست که ارتباط آن با نقش زنان آشکار می‌شود. توجه به زنان، نیروی انسانی درگیر توسعه را به طور کمی افزایش می‌دهد. خصوصیت سوم، موزون بودن توسعه است. موزون و متعادل بودن را از هر حیث که مورد مطالعه قرار دهیم، چه موزون از حیث توازن میان اقتصاد و فرهنگ، چه موزون از حیث توازن میان بخش‌های مختلف اجتماعی، در هر صورت به بحث زنان می‌رسیم. چرا که در هر صورت، هیچ توسعه‌ی موزونی نمی‌تواند نیمی از جمعیت را، چه به‌عنوان تولیدکننده، چه به‌عنوان خدمت‌رسان، و چه به‌عنوان مصرف‌کننده، نادیده بگیرد.

حضور زنان در برنامه‌های توسعه

اندیشمندان توسعه، تأثیر زنان بر توسعه را از سه طریق امکان‌پذیر می‌دانند:

۱ تأثیر زنان به عنوان سرمایه‌ی انسانی

طبق تعریف، منابع توسعه به سه دسته دارایی‌های اجتماعی، طبیعی و انسانی تقسیم می‌شوند. دارایی‌های انسان به طور مستقیم و غیرمستقیم در بهبود دارایی‌های اجتماعی و دارایی‌های طبیعی دخیل است. از این رو، دارایی انسان مهم‌ترین منبع توسعه به‌شمار می‌آید و تنها در صورت به‌کارگیری و بازدهی، به سرمایه تبدیل می‌شود. از سوی دیگر، امروزه پیداست که عمده تفاوت بین کشورهای توسعه‌یافته، در میزان سرمایه‌های انسانی است. حال پرسش آن است که توزیع امکانات برای تلفیق این دارایی‌ها چگونه باید باشد؟ از آن‌جا که نیمی از دارایی‌های انسانی جامعه نزد زنان است، برنامه‌ریزان برای دستیابی بیشتر به امکانات توسعه، لازم است امکانات را به گونه‌ای فراهم سازند که این دارایی ۵۰ درصدی، فعال و به سرمایه‌های انسانی جامعه افزوده شود؛ چرا که تنها در این حالت منافع جامعه از جنبه‌های گوناگون تأمین می‌شود.

نقش زنان در جوامع مدرن	نقش زنان در جوامع سنتی
همسر مادر تولیدکننده (متفاوت در مقایسه با جوامع سنتی) مصرف‌کننده (متفاوت) مدیریت منزل (مصرف پس‌انداز و تأمین درآمد به طرق گوناگون)	همسر مادر تولیدکننده (کشاورزی، دامداری و صنایع دستی و خانگی) مصرف‌کننده (خوراک و پخت‌وپز، پوشاک و...) مدیریت منزل (پس‌انداز، قناعت به علت محدود بودن و درآمد و...)

با مجله‌های رشد آشنا شوید

مجله‌های رشد توسط دفتر انتشارات کمک آموزشی سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی وابسته به وزارت آموزش و پرورش تهیه و منتشر می‌شوند:

مجله‌های عمومی دانش آموزی

(به صورت ماهنامه و ۸ شماره در هر سال تحصیلی منتشر می‌شوند):

➤ **رشد کودک** (برای دانش آموزان آمادگی و پایه‌ی اول دوره‌ی دبستان)

➤ **رشد نوجوان** (برای دانش آموزان پایه‌های دوم و سوم دوره‌ی دبستان)

➤ **رشد دانش آموز** (برای دانش آموزان پایه‌های چهارم و پنجم دوره‌ی دبستان)

➤ **رشد نوجوان** (برای دانش آموزان دوره‌ی راهنمایی تحصیلی)

➤ **رشد جوان** (برای دانش آموزان دوره‌ی متوسطه و پیش دانشگاهی)

مجله‌های عمومی بزرگسال

(به صورت ماهنامه و ۸ شماره در هر سال تحصیلی منتشر می‌شوند):

➤ **رشد آموزش ابتدایی** ➤ **رشد آموزش راهنمایی تحصیلی** ➤ **رشد تکنولوژی آموزشی** ➤ **رشد مدرسه فردا** ➤ **رشد مدیریت مدرسه** ➤ **رشد معلم**

مجله‌های اختصاصی

(به صورت فصلنامه و ۴ شماره در هر سال تحصیلی منتشر می‌شوند):

➤ **رشد برهان راهنمایی** (مجله ریاضی برای دانش آموزان دوره‌ی راهنمایی تحصیلی) ➤ **رشد برهان متوسطه** (مجله ریاضی برای دانش آموزان دوره‌ی متوسطه و پیش دانشگاهی) ➤ **رشد آموزش قرآن** ➤ **رشد آموزش معارف اسلامی** ➤ **رشد آموزش زبان و ادب فارسی** ➤ **رشد آموزش هنر** ➤ **رشد مشاور مدرسه** ➤ **رشد آموزش تربیت بدنی** ➤ **رشد آموزش علوم اجتماعی** ➤ **رشد آموزش تاریخ** ➤ **رشد آموزش جغرافیا** ➤ **رشد آموزش زبان** ➤ **رشد آموزش ریاضی** ➤ **رشد آموزش فیزیک** ➤ **رشد آموزش شیمی** ➤ **رشد آموزش زیست شناسی** ➤ **رشد آموزش زمین شناسی** ➤ **رشد آموزش فنی و حرفه‌ای** ➤ **رشد آموزش پیش دبستانی**

مجله‌های رشد عمومی و اختصاصی برای آموزگاران، معلمان، مدیران، مربیان و مشاوران مدارس، دانش‌جویان مراکز تربیت معلم و رشته‌های دبیری دانشگاه‌ها و کارشناسان آموزش و پرورش تهیه و منتشر می‌شوند.

➤ نشانی: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، ساختمان شماره‌ی ۴ آموزش و پرورش، پلاک ۲۶۶، دفتر انتشارات کمک آموزشی.

➤ نامبر: ۰۲۱-۸۸۳۰۱۴۷۸

➤ تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۹۰۹۹

➤ E_mail: info@roshdmag.ir ➤ www.roshdmag.ir

هم‌اکنون در برخی کشورهای مدرن، در کنار پیشرفت و تجدد، مناطقی وجود دارند که در آن‌ها سنت (از نظر نوع فرهنگ و نوع تولید اقتصادی) در کنار مدرنیته مشاهده می‌شود؛ به طوری که نقش زنان در مدیریت بارزتر شده و زنان علاوه بر وظیفه‌ی همسراری و تعلیم و تربیت فرزندان، در مصرف، پس‌انداز و تأمین درآمد نقش برجسته‌ای دارند.

در جوامع سرمایه‌داری، از زنان همواره برای تبلیغ در رسانه‌ها استفاده می‌شود. این تبلیغات فرینده و متنوع در تصمیمات خرید خانه به‌خصوص بر زنان تأثیر زیادی دارد. اعمال سیاست‌های مصرف‌گرایانه که زنان هدف اصلی آن‌ها هستند، مسائل متفاوتی از جمله تجمل‌گرایی، تغییر جلوه‌های مصرف و ایجاد نیازهای جدید مصرفی را دربردارد. با این همه، زنان عموماً پیام‌گیران و مصرف‌کنندگان منفعلی نیستند و غالباً برای نقش خود در سامان‌دهی الگوی مصرف و دیگر نقش‌های خانوادگی، اهمیت زیادی قائل هستند.

مثلث زن، توسعه و الگوی مصرف

با توجه به این که نیمی از افراد هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند، برای دستیابی به توسعه ضروری است، زنان مانند مردان در فرایند توسعه مشارکت کنند و به‌طور کامل از نتایج آن بهره‌مند شوند. وارد کردن مسئله‌ی جنسیت در فرایند توسعه، اصول متفاوتی چون رفاه، عدالت، فقرزدایی، کارایی و توانمندسازی زنان را مطرح کرده و همین‌طور تقسیم نقش‌ها و انتظارات جامعه از زنان و مردان مورد توجه قرار گرفته است.

از جمله مواردی که زنان به سادگی می‌توانند با اجرای آن، سهم قابل توجه خود را در توسعه ایفا کنند، پایین آوردن هزینه‌ها و ارتقای سطح تولید است. از آن‌جا که زنان در اقتصاد خانواده بسیار مؤثرتر از مردان عمل می‌کنند، نقش بیشتری در کاهش هزینه‌های خانواده

امروزه مدیریت مصرف، به‌ویژه

در مدیریت خانه، برعهده‌ی

زنان است و زنان آموزش دیده

و توانمند، با استفاده از

راهکارهای مناسب مدیریت

مصرف، می‌توانند به‌عنوان الگو،

بهترین و درست‌ترین نگرش‌ها

را در خانه و سپس جامعه نهادینه

کنند



برگ اشتراک مجله های رشد

شرایط:

- ۱- پرداخت مبلغ ۵۰/۰۰۰ ریال به ازای هر عنوان مجله‌ی درخواستی، به صورت علی الحساب به حساب شماره‌ی ۳۹۶۶۲۰۰۰ بانک تجارت شعبه‌ی سه راه آزمایش (سرخه حصار) کد ۳۹۵ در وجه شرکت افست.
- ۲- ارسال اصل فیش بانکی به همراه برگ تکمیل شده‌ی اشتراک با پست سفارشی. (کپی فیش رانز خود نگه دارید.)

+ نام مجله های درخواستی :

.....

+ نام و نام خانوادگی:

.....

+ تاریخ تولد:

.....

+ میزان تحصیلات:

.....

+ تلفن:

.....

+ نشانی کامل پستی:

استان:

شهرستان:

خیابان:

پلاک:

+ در صورتی که قبلاً مشترک مجله بوده اید، شماره‌ی اشتراک خود را بنویسید:

امضا:

.....

• امور مشترکین: ۰۲۱-۷۷۳۳۶۶۵۵ - ۷۷۳۳۶۶۵۶

• صندوق پستی امور مشترکین: ۱۶۵۹۵/۱۱۱

• پیام گیر مجله های رشد: ۰۲۱-۸۸۳۰۱۴۸۲

یادآوری:

- + هزینه‌ی برگشت مجله در صورت خوانا و کامل نبودن نشانی و عدم حضور گیرنده، بر عهده‌ی مشترک است.
- + مبنای شروع اشتراک مجله از زمان دریافت برگ اشتراک است.

از طریق تقسیم بهینه‌ی درآمدها، استفاده‌ی صحیح از امکانات، مدیریت امور منزل، و مصرف بهینه دارند.

از لحاظ اجتماعی، خانواده که اساسی‌ترین عامل تولید و مصرف کالاها و خدمات در جامعه است، نیازمند تکاپوی اقتصادی بسیار زیادی است. به همین دلیل، اقتصاددانان خانواده را بنیان اقتصادی جوامع می‌دانند. اصل هنر اقتصاد هم، چگونگی تخصیص منابع محدود در دسترس، به تأمین نیازهای نامحدود انسان‌هاست. مدیریت منابع مالی خانواده از مهم‌ترین وظایفی است که غالباً بر عهده‌ی زنان مدیر و مدبر است.

در بعد مصرف، امروزه در تمام جوامع صحبت از مصرف بی‌رویه و نگرانی‌های ناشی از آن است. پدیده‌ی مصرف‌گرایی و اسراف در نقطه‌ی مقابل مصرف بهینه قرار دارد. درحقیقت، مصرف‌گرایی عامل تخریب رشد، توسعه و از بین رفتن منابع ملی است. مصرف‌گرایی از یک نگاه در معنای مصرف نامتعارف است که نیاز فیزیکی فرد را برطرف نمی‌سازد، بلکه نیاز کاذب او را که گاه با تقلید از دیگران، تبلیغات، شرایط مادی یا تغییرات ساختار جامعه ایجاد شده است، برطرف می‌سازد. هم‌چنان که مصرف بی‌حد و مرز موجب از بین رفتن شرایط سرمایه‌گذاری و کاهش تولیدات ملی می‌شود، در مقابل کنترل مصرف به‌منظور فراهم کردن زمینه‌ی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، به‌طور طبیعی رشد و توسعه‌ی اقتصادی را به‌دنبال دارد.

از سوی دیگر، پدیده‌ی مصرف‌گرایی در جهات دیگری نیز موجب صدمات غیرقابل جبران خواهد شد. مصرف‌گرایی سدی در مقابل توسعه است، زیرا مانع از سرمایه‌گذاری برای طراحی و اجرای زیرساخت‌های توسعه می‌شود. خانواده در مصرف تابع زنان است. بنابراین، درک زنان از مصرف و چگونگی اصلاح الگوی مصرف می‌تواند بر همه‌ی اعضای خانواده تأثیرگذار باشد. امروزه مدیریت مصرف، به‌ویژه در مدیریت خانه، بر عهده‌ی زنان است و زنان آموزش‌دیده و توانمند، با استفاده از راهکارهای مناسب مدیریت مصرف، می‌توانند به‌عنوان الگو، بهترین و درست‌ترین نگرش‌ها را در خانه و سپس جامعه نهادینه کنند.

هر اندازه دانش، آگاهی و حساسیت زنان بیشتر شود و درک اقتصادی بیشتری در این زمینه بیابند، نسبت به طریقه‌ی مصرف بیشتر حساس می‌شوند. در این راستا، اگر بتوانیم آگاهی عمومی را افزایش دهیم و سطح فرهنگ عمومی را ارتقا بخشیم، قادر خواهیم بود هم بهره‌وری تولید را افزایش دهیم و هم از مصرف‌گرایی جلوگیری کنیم و لاجرم از اتلاف منابع ممانعت به‌عمل می‌آید. همین امر منابع را به حد وفور برای گسترش ظرفیت‌های تولیدی و در نتیجه رشد و توسعه در اختیار خواهد گذاشت.

بی‌نوشت