



«حفظ فرهنگ اصیل ایرانی، عمقی شدن نگاه مسوؤلان به مقوله خطر نامرئی هجمه فرهنگی و همچنین توجه به صدمات اقتصادی و تجاری‌ای که با ورود کالاهای خارجی به کشور تحمیل می‌شود، نیازمند توجه و بازبینی است.» بررسی اندیشه‌های راهبردی رهبران بزرگ، یکی از ارزشمندترین فرصت‌هایی است که برای شناخت مسیر و حرکت یک جامعه باید بدرستی انجام شود. بسط و روشن کردن ابعاد این اندیشه‌ها، استخراج الگوها از دل بیانات و طراحی راهکارهایی به عنوان دستورالعمل‌های اجرایی این الگوها، همگی از نتایج شناخت درست اندیشه‌های راهبردی رهبران بزرگ است. هم‌زمان با تحویل سال نو، یکی از مباحث مهم ارزشمندترین فرصت‌هایی است که باید به‌خاطر مسیر و حرکت یک جامعه در یک چارچوب کلی و هدفمند از زبان رهبر معظم انقلاب طرح شد که باید آن را در یک مسیر و مکمل توسعه اقتصادی و دست‌یابی به اهداف چشم انداز قلمداد کرد. محور پیام نوروزی امسال ایشان «تولید داخلی» با همراهی ۲ محور «ملت» و «دولت» است که با شعار حمایت از کار و سرمایه‌ی ایرانی بر اساس یک برنامه‌ریزی درست، عامل پیشبرد این هدف، تعیین سهم و نقش مردم یعنی مصرف تولیدات داخلی، مهم‌تر و پررنگ‌تر ترسیم شد. مسألهٔ فرهنگسازی در این زمینه امری خطیر است که مطالعه و بررسی دقیق جوانب آن، همکاری و همیاری جمعی مردم، دولت، تولیدکنندگان و طراحان و برنامه‌ریزان را طلب می‌کند و باید به‌خاطر داشت فرهنگسازی درباره موضوعی خاص در میان آحاد جامعه کاری است موجد تلاش بسیار زیاد و خستگی‌ناپذیر و نیاید انتظار داشت چنین امری به سرعت اتفاق بیفتد، بلکه تمام تلاش باید مصرف این باشد که نوع چپش پای‌های این فرهنگسازی درست و دقیق انجام شود تا در درازمت جامعه از نتایج آن بهره‌مند شود. تبدیل مصرف تولیدات داخلی در میان مردم به یک عادت، فرهنگ و

# تبیین بیانات نوروزی رهبر حکیم انقلاب

مشابه به کشور اجتناب ورزید. داد و ستد نیازمند مدیریت است، اگرچه باید اعتراف کرد در بخش واردات کالا به کشور مان از مدیریت و نظارت قوی و خوبی بر خوردار نیستیم.

- بسیج عمومی مصرف داخل**

بسیج عمومی مردم برای تشویق به مصرف کالاهای داخلی یکی از این وظایف است. به نوعی برای پررنگ کردن توجهات به این مسأله باید وجدان عمومی جامعه را به آن حساس کرد. علاوه بر این باید مخاطبان رسانه‌ها را که بسیاری از مردم همزمان در هر دو جایگاه تولیدکننده و مصرف‌کننده قرار دارند تشویق به ایجاد موجی از مطالبه کیفیت در کالاهای داخلی کرد تا به این ترتیب با بالا رفتن مصرف تولیدات داخلی، ایراد بی‌کیفیتی هم به آن وارد نباشد.

- آگاهی‌بخشی نسبت به مصرف**

وظایفی چون آگاهی‌بخشی و هوشیار کردن ذهن مردم نسبت به ظرایف و دقایقی که درباره مصرف تولیدات داخلی وجود دارد، بعد دیگر ماجراست. باید ابعاد و جواب این موضوع به دور از شعارزدگی و توجه اغراق آمیز، آهسته ولی پیوسته، مورد توجه و مذاقه قرار گرفته و در رسانه‌های مختلف به فراخور حال و زبان مخاطبان گوناگون و سطوح مختلف مورد بررسی قرار گیرد. در کل مصرف‌کننده داخلی باید نسبت به مصرف، فرهنگ صحیحی کسب کند و به دور از تجمل‌گرایی در مرحله بعدی قادر به درک اهمیت مصرف کالای تولید داخل باشد.

- تعمیق نگاه قرآنی دوری از اسراف**

معیار قرار دادن نگاه قرآنی و دینی در تمام مراحل تولید تا مصرف، دور کردن مردم از اسراف و تبیین مفهوم برکت، یکی از وظایف بارز در این زمینه است که نهادهای دست‌اندر کار باید هم‌زمان روی آن کار کنند. ایجاد یک الگوی کمالا بومی و دینی اقتصادی که وابستگی‌های ما را به جامعه کم‌کم بیرونی تا حد زیادی کاهش دهد و به جامعه کمک

کند تا در عین ارتباط با بیرون درباره نیازهای اساسی خویش کمالا متکی به خود باشد، ضروری است. رسانه‌ها شاید در طراحی این الگو نقش چندانی نداشته باشند اما در انتقال درست آن و آگاهی‌بخشی به مردم در این زمینه نقشی اساسی خواهند داشت. شایسته است توجه مردم به ارزش کار و تولید در دین جلب و ارزشمندی کالایی که با توجه به این ارزش‌ها و مفاهیم تولید شده است،

### تبیین بیانات نوروزی رهبر حکیم انقلاب

# مصرف کالاهای داخلی چگونه فرهنگ می‌شود؟

- پرساجلای\***

برای آنها روشن شود.

- عدم تبلیغ کالای خارجی**

به نظر می‌رسد باید بر تبلیغات کالاهای خارجی که بی هیچ مانعی این روزها در انواع رسانه‌ها به چشم می‌خورد نظارت جدی شود. علاوه بر این باید نگاه مخاطب ایرانی – چه تولیدکننده و چه مصرف‌کننده– به این شکل که اگر کالای تولید داخل ما تحت نظارت فلان شرکت خارجی باشد کیفیت بهتری دارد نیز تغییر یابد. رواج چنین تبلیغاتی در عرصه رسانه‌ها یا فرمایش مقام معظم رهبری مبنی بر فرهنگ و فریضه شدن مصرف تولیدات داخلی کمالا مغایرت دارد و اعتماد مخاطب را به کیفیت تولیدات داخلی خدشه‌دار خواهد کرد. تبلیغ برتری کالای خارجی امری ریشه‌دار در میان مردم است که از دوره گذشته ریشه می‌گیرد. باید اذهان را نسبت به فاصله این تبلیغات تا واقعیت هوشیار کرد. بالا بردن کیفیت تولیدات داخلی و داشتن تنوع و ضمانت عملی در کالاهای همه از مواردی است که از رغبت مردم به کالاهای خارجی خواهد کاست.

- بازتعریف سبک زندگی ایرانی**

یکی از مواردی که این روزها در زندگی ایرانی‌ها به چشم می‌خورد، تجمل‌گرایی و روی آوردن به مصرف‌گرایی است. در حالی که چنین امری با مسیر حرکت کنونی جامعه کمالا مغایرت دارد. باید به دور از شعارزدگی، آثار و نتایج منفی تجمل‌گرایی و زیاده‌خواهی‌ها آشکار شود. یکی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های رسانه‌هایی چون سینما و تلویزیون در غرب، تولید و تعریف سبک زندگی برای مخاطبان متفاوت است. می‌توانیم بر اساس معیار غنی اسلامی و میهنی خود سبک زندگی مختص خودمان را طراحی کنیم که اساسی‌ترین ویژگی آن تولید و مصرف داخلی با تکیه بر کلیدها و محورهایی چون دوری از اسراف و معیار قرار دادن نگاه قرآنی و دینی باشد. بدون شک رسانه در ساخته شدن چنین سبک زندگی نقش اساسی خواهد داشت.

- جدی گرفتن مقوله جنگ نرم**

اجتناس خارجی با ورود به بازار داخل زمینه فرهنگی نامرئی همراه خود به ارمغان می‌آورند و فرهنگ غنی و اسلامی ما را مورد تهاجم قرار می‌دهند تا فرهنگ غرب را جایگزین کنند؛ همان امری که بدون لشکرکشی و صرف هزینه‌های بسیار توسط دولت‌های استعماری و آمریکایی وارد کشور می‌شود. حفظ فرهنگ اصیل ایرانی، عمقی شدن

نگاه مسوؤلان به مقوله خطر نامرئی هجمه فرهنگی و همچنین توجه به صدمات اقتصادی و تجاری که توسط ورود کالاهای خارجی به کشور تحمیل می‌شود، امر مهمی است که باید در این‌باره دقت کرد. البته دولت و مجلس طی سال‌های اخیر نشان داده‌اند اهتمام ویژه‌ای در این‌باره دارند و مسوؤلان فرهنگی دغدغه‌ای آن را دارند که به اصلاح وضع بپردازند اما این کافی نیست.

- تحقق شعار «ما می‌توانیم»**

دست‌یابی به خودکفایی و استقلال در صورتی محقق خواهد شد که همه ابزارهای استقلال در کنار یکدیگر فراهم شود. «ما می‌توانیم» از شعارهای اصولی و واقعیتی است که طی سال‌های اخیر در دولت نهم مطرح شد که باید بر اساس آن نیازهای خودمان توسط تولیدات داخلی تامین شود. ایران به عنوان کشور مصرف‌کننده عظیم مواد خوراکی و ابزار و وسایل از سوی برخی کشورها هدف گرفته شده و همین مسأله عزم و توجه ویژه دولتمردان را می‌طلبد. نوع نیازهای داخل باید سنجیده شود و باید با شناخت کافی به سمت تولید گام برداشت. البته تولیدکنندگان داخلی هم باید با کیفیت بهتر اجناس ارزان‌تری را عرضه کنند که این اهداف جز با تحقق شعار ما می‌توانیم میسر نخواهد شد.

- نظارت بر قوانین قدیمی**

برای نظارت بیشتر باید در درجه نخست آموزش را تقویت کرد و در عین حال به معرفی قوانین و مقررات در مواجهه با بی‌قانونی و هنجارشکنی پرداخت. وجود برخی قوانین قدیمی از جمله قانون مبارزه با کالای قاچاق و فقدان ملزومات اجرای قانون و ضمانت اجرایی ناکافی، خود عامل بی‌انگیزگی در تولید و مصرف است. نازل بودن جریمه‌ها نیز موجب تخلف می‌شود، حتی در برخی قوانین شاهدیم افراد با پرداخت جریمه به آسانی می‌توانند تخلفاتی داشته باشند؛ از جمله تخلف از مقررات شهرسازی. بنابراین در صورتی که قوانین مورد نقد و بررسی قرار نگیرند و در قانونگذاری افراط و تفریط شود، بی‌قانونی هم به‌وجود می‌آید. امر مهم این است که برای موفقیت در چنین مسائلی اولاً نیاز به زمان زیاد و دوم برنامه‌ریزی دقیق و اثبات بر اساس مفاهیم محکم و استوار داریم که امید است نامگذاری امسال و شعار حمایت از کالای ایرانی، نقطه آغاز و عزیمت خوبی برای این امر مهم باشد.

✽**کارشناس مسائل فرهنگی منبع:برهان**

#### درنگ

### ۲بال برای پرواز –۱۲

**فرهاد ملا‌میمنی:** آنچه در نوشتار پیشین تقدیم شد پیرامون مباحث اثبات توحید و توحید ذاتی بود که در آنها هم به اثبات واجب تعالی و هم به رفع شبهه‌های تاریخی پرداخته شد که به فراخور موضوع، مباحث کلامی بود. در این نوشتار همانگونه که قبلاً عرض شده بود به مساله صفات و اسماء الهی پرداخته خواهد شد. خداوند متعال خود را دارای اسماء حسنی می‌داند و از بندگان خود می‌خواهد او را به آنها بخوانند «و برای خداوند نام‌هایی است نیکو؛ او را با آنها بخوانید»<sup>(۱)</sup> اما اسماء الهی چیست؟ اسماء الهی نام‌هایی هستند که نشان‌دهنده کمالی از کلمات الهی هستند. پس باید آنچه به عنوان اسم از آن برای خداوند یاد می‌شود دارای خصایصی باشد. یکی اینکه آن اسم از کمالی حکایت کند و دیگر اینکه آن کمال دارای نقیصه نباشد بدین بیان که اگر ما مثلاً عالم بودن را به خداوند اسناد می‌دهیم این عالم بودن باید تام و تمام باشد یعنی درست است که عالم بودن کمال است ولی از جایی که عالم بودن دارای مراتب است، اگر مرتبه‌ای از علم را به خداوند نسبت بدیم، اینگونه نسبت دادن برای خداوند نوعی نقص اینگونه نیست. آنگونه که علما جمع‌بندی کرده‌اند اسماء الهی توقیفی نیستند یعنی ظاهراً دلیلی عقلی و نقلی بر این موضوع وجود ندارد که اسماء خداوند همان‌هایی باشند که در قرآن یا روایات وجود دارد و بندگانی که خداوند ایشان را خالص فرموده است، می‌توانند خداوند را بشناسند و او را وصف کنند: «هنزه است خداوند از آنچه او را وصف می‌کنند؛ مگر بندگان مخلص را»<sup>(۲)</sup> اما بزرگان بهتر دانسته‌اند به آنچه به ما درباره اسماء الهی رسیده است توقف کنیم. اسماء الهی در بعدی همان‌هایی هستند که ما خداوند متعال را به آنها می‌خوانیم؛ در بعدی تجلی اراده خداوند متعال در جهان هستی هست؛ یعنی آنچه در عالم ماده با چشم سر به عنوان مخلوقات خدای متعال دیده می‌شود، همان تجلی اسمای الهی هستند که به صورت مخلوقات خداوندی عیان می‌شوند پس در واقع علوم مختلف که متصدی بیان و تفسیر واقع علوم هستند هر چه می‌گویند و می‌نگارند در حقیقت حول اسماء الهی بحث می‌کنند، هرچند ایشان علم خود را علمی غیردینی بدانند، زیرا ایشان در حقیقت مفسران چیزی هستند که خداوند در عالم خارج ایجاد و اراده فرموده است و لاغیر. اسامی الهی به قول برخی محققان دارای حالات متفاوت هستند؛ برخی هم اسم هستند و هم وصف مانند علیم و تعدادی وصف هستند و اسم نیستند مانند واجب‌الوجود و گروهی نیز اسم هستند و وصف نیستند مانند باقی…<sup>(۳)</sup> به هر روی آنچه مورد استفاده از تمام اینهاست چیزی جز این نیست که خداوند اسامی‌ای دارد که مردم وی را با آنها می‌خوانند اما باید دانست این اسما تمام‌شان با ذات خداوندی نسبتی واحد ندارند یعنی همه ایشان به یک نحو به خداوند حمل نمی‌شوند، از این رو برخی بر سایرین حکومت یا همان سیطره دارند، زیرا برخی به ذات خداوند بازمی‌گردند و برخی به فعل خداوند برگشت می‌کنند. در این میان اسامی‌ای که با ذات خداوند اتحاد دارند و از آن حکایت می‌کنند، از سایر اسامی بالاتر هستند و در میان آنها نیز اسمی از سایرین بالاتر است که واجد کمالات سایر اسامی نیز باشد. پس اسامی ذاتی بر اسامی فعلی سیطره دارند و آنچه را از آنها به عنوان اسامی ذاتی یاد شده می‌توان مواردی مانند علم و قدرت و اسامی فعلی مانند خلقت و… نامید.

در پایان بد نیست این نکته را نیز بیان داشت که از خداوند در برخی آیات قرآن کریم با صفاتی در ظاهر متضاد یاد شده است مثلاً هم او را اول خوانده و هم آخر.<sup>(۴)</sup> برای توضیح باید عرض شود این تضاد ظاهری است، زیرا خداوند ذاتی بی‌انتهاست و در ذات نامحدود وجود اسما و صفاتی از این دست، تضاد و گوناگونی به حساب نمی‌آید و این امر ترکیبی مانند ترکیب بودن یا نبودن نیست که با ترکیب نشوند یا اگر ترکیب شوند، بدترین ترکیب‌ها باشند، بلکه اینگونه گفتن قرآن کریم بیانگر احاطه همه‌جانبه خدای متعال بر تمامی شؤون عالم است که خود بیانگر بالاترین منز دانستن‌ها و تقدیس کردن‌هاست. ان‌شاءالله در نوشتارهای بعد به سایر مباحث پیرامون توحید و احیاناً شبههاتی که در این حوزه وجود دارد، خواهیم پرداخت.

**پی‌نوشت**

۱- سوره اعراف/ آیه ۱۸۰

۲- سوره صافات/ آیات ۱۵۹ و ۱۶۰

۳- برداشت از تفسیر موضوعی قرآن/ جلد ۱/۲آیت‌الله العظمی جوادی‌املی

۴- سوره حدید/ آیه ۳