

خودباوری و تولید ملی

آموزش و پرورش و نقش آن در مصرف کالای ایرانی



کراحت داشته باشد. بدین ترتیب، ضرورت ایجاد می‌کند که آموزش و پرورش تولید ملی را به عنوان سرفصل تربیت اقتصادی نسل آینده، در برنامه‌ریزی‌های خود قرار دهد.

پس معلمان باید در کلاس‌های درس به دانش‌آموزان خود این نکته را بفهمانند که اگر بعد از تحصیلات به دنبال شغل و کسب و کار آبرومند هستید، باید کالای ایرانی مصرف کنید تا چرخه صنعت و تولید در مملکت ما متوقف نشود و کارخانه‌ها و مراکز تولیدی بتوانند با جذب نیروی کار به بیکاری انبوه جوانان پایان دهند. دانش‌آموزان ما باید به این نتیجه برسند که مصرف کالای داخلی اگر هم کمی از لحاظ کیفیت پایین‌تر از مشابه خارجی باشد. حداقل پول پرداختی ما باعث رونق اشتغال و کسب و کار جوانان ما در اشتغال می‌شود و البته این به معنای آن نیست که مردم چشم بسته کالای ایرانی بخرند، بلکه منظور آن است که مشتریان ضمن

هستند. این مسئولیت برعهده معلمان عزیز است که با استفاده از شیوه‌هایی از قبیل ایجاد سؤال در ذهن دانش‌آموزان، احیای روحیه خودباوری، آموزش به خانواده‌ها، احیای ارزش‌ها، ارائه الگوهای مناسب و تبلیغات درست، دانش‌آموزان را به مصرف کالاهای داخلی ترغیب و تشویق کنند. پس نظام تعلیم و تربیت کشورمان می‌تواند ضمن تقویت حس خودباوری ملی و دینی در مدیریت فرهنگ مصرف، الگوسازی و هویت بخشی به ترویج مصرف کالای داخلی در بین دانش‌آموزان و تبیین پیامدهای مصرف کالاهای خارجی، نقش فعالی را ایفا کند. آموزش و پرورش در راستای سیاست‌های سند چشم‌انداز باید روحیه کار و تولید را از همان دوران کودکی در دانش‌آموزان این مرزوبوم تقویت کند تا نسل آینده، نسلی پر تلاش و تولیدکننده باشد و در تولید ملی نقش ایفا کند؛ نسلی که در عین حال از مصرف کالای بیگانه

فرهنگیان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های اجتماعی، در تحولات جامعه نقش اساسی دارند و از آنجا که با طیف وسیعی از اجتماع سروکار دارند، می‌توانند بیشترین تحولات را ایجاد کنند.

مصرف کالاهای داخلی از مسائلی است که باعث توسعه و پیشرفت هر کشوری و به تبع آن رسیدن به استقلال همه‌جانبه می‌شود و فرهنگیان می‌توانند با آموزش صحیح به دانش‌آموزان در این زمینه بسیار راهگشا باشند. پس باید دانش‌آموزان را از همان دوران دبستان با نتایج مصرف کالاهای داخلی و رابطه آن با رشد و شکوفایی کشور آشنا کرد. معلمان که مهم‌ترین عنصر در آموزش و پرورش هستند، باید علل مصرف کالاهای خارجی و گرایش نوجوانان به آن‌ها را بدانند.

تقلید، از خودباختگی روحی، تبلیغات نادرست، مدگرایی و غربزدگی، از علت‌های مصرف کالای خارجی

نظام تعلیم و تربیت کشورمان می‌تواند ضمن تقویت حس خودباوری ملی و دینی در مدیریت فرهنگ مصرف، الگوسازی و هویت بخشی به ترویج مصرف کالای داخلی در بین دانش‌آموزان و تبیین پیامدهای مصرف کالاهای خارجی، نقش فعالی را ایفا کند

خرید کالای ایرانی، عیب و ایراد آن را هم بگویند و انتقاد کنند، ولی دست از کالای ایرانی برندارند. تولیدکنندگان هم باید کالاهایی باکیفیت‌تر از کالای خارجی تولید کنند تا مشتریان به کالای خارجی تمایل پیدا نکنند. البته همه دستگاه‌های اجرایی و تصمیم‌گیر نیز باید از تولید داخلی و تولیدکننده داخلی حمایت کنند.

استفاده از روان‌شناسی در بحث الگوی مصرف

بهترین زمان آموزش فرهنگ استفاده از کالاهای داخلی دوران دبستان است و چنانچه این آموزش با شیوه مناسب و براساس اصول روان‌شناسی رشد صورت گیرد، دانش‌آموزان با مفهیمی چون کالای ایرانی، فرهنگ صحیح مصرف و... آشنا می‌شوند و پس از رسیدن به قلمرو تحلیل در حیطه شناختی، میل استفاده از کالای ایرانی در حیطه عاطفی شکل می‌گیرد و مبارزه عملی با مصرف کالای خارجی و گرایش به مصرف کالای داخلی در آن‌ها افزایش می‌یابد. چنانچه این یادگیری تحقق یابد و دانش‌آموزان در این زمینه به حیطه روانی - حرکتی برسند، هدف عالی پیروزی و موفقیت در این جنگ نابرابر و خاموش به دست خواهد آمد.

آگاه بودن از نگرش‌های افراد نیز اهمیت زیادی دارد، زیرا در این صورت می‌توانیم رفتار آن‌ها را پیش‌بینی کنیم و بر آن‌ها کنترل داشته باشیم. نظریه‌پردازان نگرش معتقدند، نگرش‌ها به چند شیوه آموخته می‌شوند که عبارت‌اند از: تجربه مستقیم؛ صرف قرار گرفتن در معرض محرک‌ها؛ شرطی شدن کلاسیک؛ شرطی شدن کنشگر؛ یادگیری مشاهده‌ای یا الگو و سرمشق گرفتن؛ مقایسه اجتماعی.

براساس تحقیقات آزمایشگاهی و میدانی ثابت شده است که نگرش‌ها بر رفتار تأثیر دارند. البته عوامل و متغیرهای زیادی در میزان تأثیر نگرش‌ها بر رفتار دخالت می‌کنند که بیشتر آن‌ها یا به جنبه‌هایی از موقعیت یا به جنبه‌هایی از خود نگرش‌ها ربط دارند و یا به جنبه‌هایی از افراد مربوط می‌شوند. اگرچه نگرش‌ها ثابت و دوام قابل توجهی دارند، اما به هر حال امکان تغییر آن‌ها وجود دارد. در روان‌شناسی اجتماعی برای تغییر نگرش‌ها فنونی معرفی شده که عبارت‌اند از: الگوی یادگیری (شامل نظریه محرک - پاسخ و نظریه مشوق‌ها و تعارض‌ها)؛ الگوی شناختی (شامل نظریه‌های تعادل، توافق و قضاوت اجتماعی)؛ الگوی روان‌کاوانه (شامل نظریه کارکردی). با استفاده از این یافته‌های علمی در زمینه اجتماعی و روان‌شناسی می‌توان امیدوار بود که معلمان بتوانند بر تغییر فرهنگ‌های نادرست جامعه در زمینه مصرف کالاهای خارجی همت گمارند و آن‌را در فراگیرندگان نهاده‌ها کنند؛ به شرط آنکه از اصول تغییر، به خصوص تغییر نگرش‌های افراد، آگاه باشند و بدانند که این امر در زمان اندک حاصل نمی‌شود.

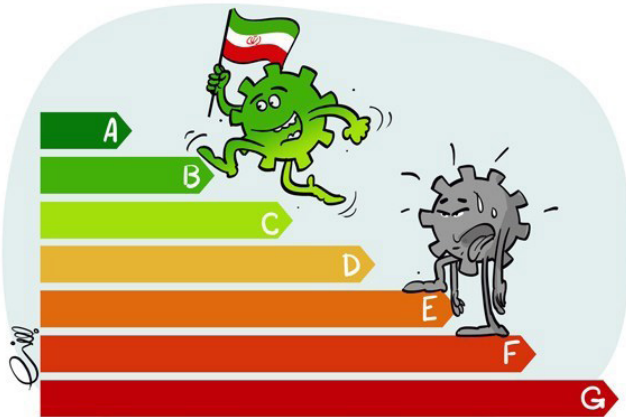
نقش الگویی معلم برای دانش‌آموزان

دانش‌آموزان از معلمان خود الگوگیری می‌کنند تا جایی که در سخن گفتن، تکیه کلام آن‌ها و در لباس پوشیدن و آرایش سر و صورت نیز از آن‌ها تقلید می‌کنند. به همین دلیل، استفاده از لباس، کفش، لوازم خانگی و دیگر کالاهای ایرانی توسط فرهنگیان می‌تواند در ترویج فرهنگ استفاده از کالای ایرانی

مؤثر باشد، زیرا متأسفانه بسیاری از لوازم تحریر و دیگر وسایل مورد نیاز دانش‌آموزان ایرانی از خارج وارد می‌شوند و این به آن معناست که ایرانی از کودکی می‌آموزد که از کالای خارجی استفاده کند. پس ضرورت دارد که فرهنگیان به این موضوع حساسیت بیشتری نشان دهند و دانش‌آموزان را در استفاده از کالای ایرانی تشویق و ترغیب کنند. یکی از تجربه‌های موفق تاریخ معاصر در این زمینه که بسیار تأثیرگذار بوده است، مربوط به مهاتما گاندی (۱۸۶۹-۱۹۴۸م) رهبر فقید هندوستان است. گاندی بر این باور پافشاری می‌کرد که فردی که به جامعه خدمت می‌کند باید زندگی ساده‌ای داشته باشد. او با رد زندگی به شیوه غربی، هم در هزینه‌های غیرضروری صرفه‌جویی و هم ساده‌زیستی را دنبال می‌کرد. او حتی خود لباس‌هایش را می‌شست و لباسی بر تن می‌کرد که مورد قبول فقیرترین افراد در هند و از پارچه تولید داخل موسوم به «خادی» بود. گاندی و پیروانش پارچه لباسشان را از نخ که خود می‌رستند تهیه و دیگران را نیز به این کار تشویق می‌کردند. گاندی معتقد بود، اگر هندی‌ها لباس‌های خود را خودشان تهیه کنند، ضربه اقتصادی سنگینی بر پیکره استعمارگران

استفاده از لباس، کفش، لوازم خانگی و دیگر کالاهای ایرانی توسط فرهنگیان می‌تواند در ترویج فرهنگ استفاده از کالای ایرانی مؤثر باشد





انگلیسی در هند وارد خواهند آورد. در نتیجه این فکر، نشان چرخ نخریسی روی پرچم کنگره ملی هندوستان نقش بست. گاندی می گفت: «کلام محمد (ص) گنجینه عقل است نه تنها برای مسلمانان، بلکه برای کل بشریت.»

پس مصرف کالای داخلی باید در کشور به فرهنگی عمومی تبدیل شود و فرهنگیان طراح و سازنده این فرهنگ هستند. وقتی فرهنگ استفاده از تولید داخلی زنده شد، بی هویتی می میرد و خودباوری به اوج می رسد و مصرف کالای داخلی افتخار ملی می شود.

راهکارهای پیشنهادی برای تقویت فرهنگ استفاده از کالای ایرانی در بین دانش آموزان

– وزارت آموزش و پرورش به عنوان سکاندار تعلیم و تربیت باید در عقد قراردادهای و استفاده از تجهیزات آموزشی حتماً تولیدکننده های داخلی را در اولویت قرار دهد.

– برای فرهنگیان دوره های ضمن خدمت با مفاهیم فرهنگ استفاده از کالاهای ایرانی گذاشته شود.

– از دانش آموزان و فرهنگیان خلاق که در زمینه تولید محتوای الکترونیکی و آموزشی فعال اند تقدیر و حمایت مالی شود و آثار آنان در نمایشگاهی در معرض دید عموم گذاشته شود.

– بین فرهنگیان مسابقاتی با عنوان های فرهنگ استفاده از کالای ایرانی گذاشته شود.

– برای آشنایی دانش آموزان و فرهنگیان با تولیدات داخلی و

تولیدکنندگان داخلی اردوهایی برای آن ها برگزار شود.

– مسابقات انشا و روزنامه دیواری با محوریت حمایت از کالاهای ایرانی در بین دانش آموزان برگزار شود.

– در کتاب های درسی مدارس، به تناسب سن دانش آموزان، موضوعاتی در حمایت از مصرف کالاهای داخلی گنجانده شود.

– آموزش و پرورش همایش ها و میزگردهایی در این باره برای فرهنگیان ترتیب دهد.

– دانش آموزان (خصوصاً در هفته مشاغل) به کارخانه ها و کارگاه های اطراف شهر برده شوند تا روحیه خودباوری و استفاده از کالای ایرانی در بین آنان تقویت شود.

– کارتهایی با عنوان های استفاده از کالای ایرانی بین فرهنگیان و دانش آموزان توزیع شوند.

نتیجه گیری

حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی که مستلزم عبور از مشکلات و موانع اساسی است باید به نهضتی همه جانبه تبدیل شود تا سرمایه گذار ایرانی، به انگیزه کمک به اقتصاد ملی و معیشت هموطنانش، در کشور خود سرمایه گذاری کند و مردم و به خصوص جوانان از مواهب آن بهره مند شوند.

دستگاه های اجرایی و مردم باید با خرید کالاهای مورد نیاز خود از تولیدات داخلی، زمینه تشویق

تولیدکنندگان داخلی را فراهم آورند و تولیدکنندگان نیز با بالا بردن کیفیت کالاهای تولیدی خود در مقایسه با کالاهای خارجی و همچنین کاهش هزینه تمام شده کالا، رغبت مردم را در خرید کالاهای تولید داخل بیشتر کنند. در ارتباط با فرهنگ سازی استفاده از کالای داخلی عزمی ملی نیاز است تا به تدریج مصرف کالای خارجی نه تنها از وضعیت موجود، یعنی نوعی تفاخر، دگرگون شود، بلکه آثار مصرف کالای خارجی که تضعیف کالای داخلی است تشریح شود تا جز در مواردی که جنس مشابه داخلی وجود ندارد، مصرف کالای خارجی به ضرارش تبدیل شود.

در خاتمه امید است که با هوشیاری فرهنگیان عزیز در آگاهی دادن به دانش آموزان نسبت به مصرف تولیدات داخلی و کاهش مصرف کالاهای خارجی، گام های بلندی در رونق فعالیت های اقتصادی کشور برداشته شود.

منابع

۱. رزاقی، ابراهیم (۱۳۷۴). الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی. انتشارات چاپخش. تهران.
۲. روشبلاواسپنه، آن ماری (۱۳۷۲). مفهوم نقش در روان شناسی اجتماعی: مطالعات تاریخی – انتقادی. ترجمه ابوالحسن سروقد مقدم. آستان قدس رضوی. مشهد.
۳. پژوهشکده اقتصاد (۱۳۷۸). مقالات سومین همایش ملی بررسی پدیده قاچاق کالا و راه های پیشگیری از آن. دانشگاه تربیت مدرس. تهران.
۴. نهاد ریاست جمهوری (۱۳۸۷). مقالات فراخوان اقتصاد سالم جلد اول (ویژه فرهنگیان). ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز. تهران.

گاندی معتقد بود، اگر هندی ها لباس های خود را خودشان تهیه کنند، ضربه اقتصادی سنگینی بر پیکره استعمارگران انگلیسی در هند وارد خواهند آورد. در نتیجه این فکر، نشان چرخ نخریسی روی پرچم کنگره ملی هندوستان نقش بست



شماره ۴
دی ۹۱
دوره ۱۸